

Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial, Kepribadian, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember

Nur Faizah*, Akhmad Suharto, Yohanes Gunawan Wibowo

Universitas Muhammadiyah Jember

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial, Kepribadian, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Metode analisis data digunakan adalah metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS Versi 26. Adapun Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial, Kepribadian, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,84,4 atau 84,4% hasil dari Uji Koefisien Determinasi R². Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel motivasi Berwirausaha, Kepribadian, dan Lingkungan Keluarga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, variabel Penggunaan Media Sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Kata Kunci: Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial, Kepribadian, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v6i3.2672>

Correspondence: Nur Faizah

Email: nurfaizahshaiii@gmail.com

Received: 21-05-2025

Accepted: 11-06-2025

Published: 09-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to determine the Influence of Entrepreneurial Motivation, Use of Social Media, Personality, and Family Environment on Entrepreneurial Interest in Students of Muhammadiyah University of Jember. The method used in this study is quantitative. The data collection method was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who had taken entrepreneurship courses. The data analysis method used was the multiple linear regression analysis method using SPSS Version 26 software. The results of the analysis obtained showed that Entrepreneurial Motivation, Use of Social Media, Personality, and Family Environment on Entrepreneurial Interest in students of Muhammadiyah University of Jember, with a contribution level of influence of 0.84.4 or 84.4% of the results of the R² Determination Coefficient Test. The results of this study indicate that the variables of Entrepreneurial Motivation, Personality, and Family Environment partially have a positive and significant effect on entrepreneurial interest, the variable of Social Media Use has a negative and significant effect on entrepreneurial interest.

Keywords: Entrepreneurial Motivation, Use of Social Media, Personality, Family Environment, Entrepreneurial Interest

Pendahuluan

Menurut Martin Albrown dalam (Patta Rapanna, 2018), menyebutkan bahwa mencakup seluruh dinamika yang terjadi di berbagai belahan dunia. Proses ini melibatkan seluruh umat manusia dan pada akhirnya menyatukan mereka dalam satu komunitas global. Hal ini sangat relevan dengan globalisasi di era modern yang sedang berkembang pesat, dan didorong oleh kemajuan teknologi yang terus mengalami inovasi. Salah satu dampak signifikan dari globalisasi adalah percepatan perkembangan kewirausahaan. Teknologi menjadi katalis utama bagi wirausahawan, termasuk mahasiswa, untuk meningkatkan efisiensi bisnis (Permatasari, 2024). Minat berwirausaha semakin meningkat di era modern ini, terutama di kalangan generasi muda. Persaingan semakin ketat, lapangan kerja formal terbatas, dan lulusan perguruan tinggi terus meningkat. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, tingkat partisipasi generasi muda dalam wirausaha mengalami peningkatan sebesar 20% dalam lima tahun terakhir, didorong oleh inisiatif pelatihan kewirausahaan dan kebijakan pemerintah untuk mendukung startup (Luthfiah *et al.*, 2024).

Menurut World Bank, suatu negara dapat digolongkan sebagai negara maju jika setidaknya 4% dari total penduduknya berprofesi sebagai wirausaha. Namun, Indonesia masih berada di angka 3,3%, tertinggal dibandingkan negara tetangga seperti Malaysia (5%) dan Singapura (7%) (Sariade *et al.*, 2022). Kondisi ini menunjukkan bahwa Indonesia perlu meningkatkan jumlah wirausaha, terutama dari kalangan terdidik seperti mahasiswa. Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM), (Agustina *et al.*, 2024), menekankan pentingnya peran mahasiswa dalam mendukung pertumbuhan wirausaha karena generasi muda memiliki potensi besar untuk menciptakan inovasi dan ide kreatif.

Minat berwirausaha sendiri merupakan keinginan atau motivasi individu untuk memulai dan menjalankan usaha. Berdasarkan teori *planned behavior* yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991), minat berwirausaha dipengaruhi oleh tiga faktor utama. 1) sikap terhadap perilaku, 2) norma subjektif, 3) kontrol perilaku yang dirasakan. Ketiga faktor ini saling berkaitan dalam membentuk minat seseorang untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Wirausahawan tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri, tetapi juga bagi orang lain. Melalui pengelolaan minat berwirausaha yang baik, mahasiswa dapat diarahkan untuk menjadi generasi wirausaha yang kompeten dan inovatif.

(McClelland, 1961), menekankan bahwa motivasi berwirausaha dapat dipengaruhi oleh kebutuhan untuk mencapai kebutuhan untuk afiliasi dan kebutuhan untuk kekuasaan. Seorang wirausaha dengan kebutuhan yang tinggi lebih cenderung beresiko dan lebih fokus pada keberhasilan pribadi dari pada menghindari kegagalan. Menurut (Relwandani, Henry Eryanto, 2023), dalam konteks kewirausahaan, motivasi berwirausaha merujuk pada dorongan internal yang mendorong seseorang untuk memulai aktivitas kewirausahaan, memastikan keberlanjutan usaha tersebut, serta mengarahkan upaya wirausaha menuju tujuan yang diinginkan. Dengan motivasi yang kuat, mereka lebih cenderung untuk tetap gigih, belajar dari kesalahan, dan mencari solusi kreatif untuk mengatasi masalah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi bukan hanya sekadar dorongan awal tetapi juga faktor yang membantu mempertahankan minat berwirausaha dalam jangka panjang.

Media sosial tidak hanya menjadi alat promosi tetapi juga *platform* untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Seperti dijelaskan oleh (Nurhayati, 2020) media sosial dapat berfungsi sebagai saluran komunikasi dua arah yang efektif memungkinkan pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan menerima masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan produk atau layanan. Saat ini, kemajuan media digital telah dimanfaatkan secara luas oleh pelaku bisnis untuk menjalankan kegiatan pemasaran. Konsep pemasaran digital sendiri berawal dari penggunaan internet dan mesin pencari pada berbagai situs web. Pada tahun 2006, pencarian melalui internet mulai berkembang, dan pada tahun 2007 terjadi peningkatan signifikan dalam penggunaan perangkat mobile, yang turut mendorong pertumbuhan penggunaan internet serta memperluas interaksi masyarakat global melalui media sosial. (Gunawan Wibowo, 2021)

Kepribadian juga memainkan peran penting dalam menentukan minat berwirausaha. Kepribadian yang baik, seperti kemampuan bekerja sama, optimisme, dan keuletan, dapat membantu individu menghadapi tekanan dan kegagalan yang kerap muncul dalam perjalanan bisnis. Menurut (Murniati, Sulistyono and Yudiono, 2019), beberapa karakteristik kepribadian yang penting dalam kewirausahaan meliputi Individu dengan rasa percaya diri yang tinggi lebih cenderung mengambil inisiatif, memulai tindakan, dan percaya pada kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan. Kepribadian mempengaruhi minat berwirausaha secara signifikan. (Berliawan, Suharto and Tyas, 2024) menunjukkan bahwa kepribadian yang kuat berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini terjadi karena melihat tantangan sebagai peluang, bukan hambatan, sehingga termotivasi untuk berkreasi dan menghasilkan hal-hal yang inovatif.

Lingkungan keluarga, pendidikan, dan pergaulan juga memainkan peran dalam membentuk kepribadian yang mendukung minat berwirausaha. Menurut penelitian (Indraswati *et al.*, 2021), individu yang berasal dari keluarga dengan dukungan kuat cenderung memiliki kesiapan karir yang lebih baik, termasuk dalam hal kewirausahaan. Anak-anak yang dibesarkan dalam lingkungan keluarga yang mendukung cenderung lebih siap menghadapi tantangan dan memiliki minat yang lebih besar dalam berwirausaha. (Gultom, 2021), juga menemukan bahwa siswa dengan dukungan keluarga yang baik memiliki kesiapan karir yang lebih tinggi, termasuk dalam hal kewirausahaan. Dengan menggabungkan faktor internal, seperti kepribadian, dan faktor eksternal, seperti dukungan keluarga, seseorang dapat meningkatkan peluang untuk sukses di dunia usaha. Kombinasi ini membantu menciptakan individu yang percaya diri, *resilient*, dan inovatif, yang sangat diperlukan dalam menghadapi tantangan bisnis di era modern.

Perguruan tinggi memegang peran penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa, salah satunya melalui mata kuliah kewirausahaan yang memberikan dasar pengetahuan. Universitas Muhammadiyah Jember berperan aktif dalam pengembangan dan mendukung ekosistem wirausaha, baik dari segi teori maupun praktek. Hal ini dapat dilihat dari data kewirausahaan yang diikuti oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember antara lain sebagai berikut:

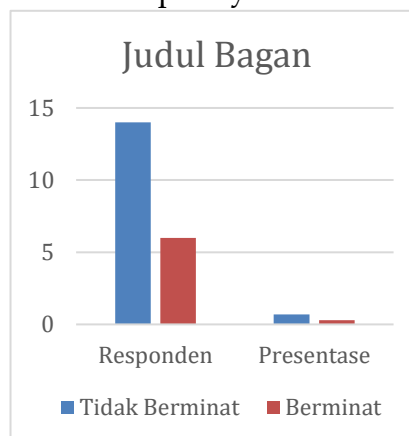
Tabel 1. Kegiatan Kewirausahaan

Tahun	Program Kewirausahaan	Jumlah kelompok	Jumlah Mahasiswa	Persentase
2021	BKP kewirausahaan	40	120	1.41 %
2022	BKP Kewirausahaan	10	30	1.02 %
	Wirausaha Merdeka	4	40	
	P2MW	6	18	
2023	Wirausaha Merdeka	7	70	1.22 %
	P2MW	13	39	
2024	Wirausaha Merdeka	7	70	1.12 %
	P2MW	8	24	

Sumber: Inkubator Universitas Muhammadiyah Jember (2024)

Berdasarkan hasil tabel 1 presentase menunjukkan angka rata-rata dibawah 2% dari populasi mahasiswa yang mengikuti program kewirausahaan seluruh mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember. Data memperlihatkan bahwa minat berwirausaha dikalangan mahasiswa sangat rendah. Hal ini mengindikasikan kesenjangan yang sangat signifikan antara potensi kewirausahaan mahasiswa dengan implementasinya didunia nyata. Rendahnya minat berwirausaha dapat disebabkan dari berbagai faktor seperti halnya motivasi untuk berwirausaha yang kurang kuat, kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pengembangan bisnis, keterbatasan dalam hal kepribadian yang menunjang jiwa kewirausahaan serta pengaruh lingkungan keluarga yang kurang mendukung.

Rendahnya minat berwirausaha dikalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember menjadi sorotan karena dapat memengaruhi potensi pengembangan minat berwirausaha ke depannya.

**Gambar 1.** Diagram Mahasiswa Minat Berwirausaha

Fenomena yang terlihat dari diagram menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember tidak memiliki minat dalam berwirausaha. Berdasarkan data dari 20 responden, mayoritas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember menunjukkan kurangnya minat untuk berwirausaha. Hal ini tercermin dari persentase 70% responden (14 orang) yang menyatakan tidak berminat, berbanding terbalik dengan hanya 30% responden (6 orang) yang memiliki minat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa terdapat berbagai faktor yang perlu diidentifikasi dan dianalisis lebih lanjut untuk memahami mengapa minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember tergolong rendah.

Berdasarkan riset gap dari penelitian terdahulu terdapat beberapa perbedaan yaitu, contoh: Dalam penelitian (Erren Setyaki and Sugiyanto Sugiyanto, 2023), motivasi berwirausaha ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk memulai usaha. Namun, penelitian tersebut dilakukan di Universitas Esa Unggul dan belum mengkaji secara spesifik mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan seperti di Universitas Muhammadiyah Jember. Di sisi lain, (Indraswati *et al.*, 2021), menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Temuan ini berbeda dengan konteks penelitian saat ini, di mana penggunaan media sosial justru menunjukkan pengaruh negatif, sehingga mengindikasikan adanya hasil yang inkonsisten dan perlu ditelusuri lebih lanjut apakah media sosial lebih dominan digunakan untuk konsumsi hiburan daripada pengembangan usaha di kalangan mahasiswa. Penelitian (Permatasari, 2024) juga menekankan pentingnya kepribadian dalam keberhasilan wirausaha, namun fokusnya lebih pada pelaku usaha aktif, bukan pada mahasiswa yang masih berada pada tahap niat. Selain itu, lingkungan keluarga yang dalam penelitian (Julindrastuti and Karyadi, 2022), ditemukan mendukung minat berwirausaha, masih sering dikaji secara umum tanpa membedah aspek-aspek spesifik seperti pola asuh, suasana rumah, atau latar belakang profesi orang tua. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan menyatukan keempat variabel dalam satu model penelitian untuk melihat bagaimana pengaruhnya secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha, kepribadian, penggunaan media sosial, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder. Menurut (Sugiyono, 2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember tahun 2022 yang telah menempuh mata

kuliah Kewirausahaan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Dalam pengambilan sampel penelitian harus benar – benar *representative*, artinya sampel yang diambil harus dapat mewakili keseluruhan dari jumlah populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *stratified random sampling*, dengan strata berdasarkan fakultas untuk memastikan keterwakilan dari masing-masing kelompok akademik. Setelah dilakukan pengelompokan, teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih responden yang memenuhi kriteria, yaitu mahasiswa aktif dan telah menempuh mata kuliah Kewirausahaan. Jumlah sampel ditetapkan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 10%, sehingga diperoleh total 100 responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner digital melalui platform Google Form. Instrumen yang digunakan adalah skala Likert dengan rentang nilai dari 1 hingga 5, di mana (skor 5) menunjukkan sangat setuju, (skor 4) setuju, (skor 3) ragu-ragu, (skor 2) tidak setuju, dan (skor 1) sangat tidak setuju. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Tahapan analisis meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan uji t.

Hasil dan Pembahasan

Uji SPSS

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	rHitung	rTabel	Nilai Sig	Keterangan
Motivasi Berwirausaha (X1)				
X1.1	0,753	0,197	0.000	Valid
X1.2	0,809	0,197	0.000	Valid
X1.3	0,742	0,197	0.000	Valid
X1.4	0,787	0,197	0.000	Valid
X1.5	0,772	0,197	0.000	Valid
Penggunaan Media Sosial (X2)				
X2.1	0,786	0,197	0.000	Valid
X2.2	0,856	0,197	0.000	Valid
X2.3	0,765	0,197	0.000	Valid
Kepribadian (X3)				
X3.1	0,779	0,197	0.000	Valid
X3.2	0,697	0,197	0.000	Valid
X3.3	0,866	0,197	0.000	Valid
X3.4	0,592	0,197	0.000	Valid
X3.5	0,815	0,197	0.000	Valid
Lingkungan Keluarga (X4)				
X4.1	0,858	0,197	0.000	Valid
X4.2	0,871	0,197	0.000	Valid
X4.3	0,776	0,197	0.000	Valid
Minat Berwirausaha (Y)				
Y1.1	0,857	0,197	0.000	Valid
Y1.2	0,900	0,197	0.000	Valid

Y1.3	0,819	0,197	0.000	Valid
Y1.4	0,827	0,197	0.000	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki nilai *r*-hitung yang lebih besar dari *r*-tabel, yaitu 0,197. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan valid untuk setiap variabel yang diteliti.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Motivasi Berwirausaha (X1)	0,826	0,60	Reliabel
Penggunaan Media Sosial (X2)	0,726	0,60	Reliabel
Kepribadian (X3)	0,805	0,60	Reliabel
Lingkungan Keluarga (X4)	0,782	0,60	Reliabel
Motivasi Berwirausaha (Y)	0,872	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, yang mengindikasikan bahwa instrumen dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel. Adapun nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing variabel adalah: Motivasi Berwirausaha (0,826), Penggunaan Media Sosial (0,726), Kepribadian (0,805), Lingkungan Keluarga (0,782), dan Minat Berwirausaha (0,872).

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.31287003
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.090
	Negative	-.114
Test Statistic		.114
Asymp. Sig. (2-tailed)		.077 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

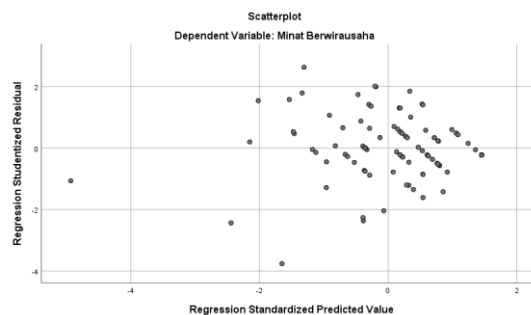
Berdasarkan tabel tersebut yang menunjukkan hasil pengujian dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* bisa dilihat bahwasanya nilai *Sig. value* sebesar 0,077 > 0,05 yang bermakna mempunyai residu yang normal. Hasil analisa bisa dilanjutkan ke analisa regresi.

Tabel 5. Hasil Uji *Multikolinearitas*

Variabel	Hasil Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Motivasi Berwirausaha (X1)	343	2.915	Tidak terjadi Multikolinearitas
Penggunaan Media Sosial (X2)	632	1.581	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kepribadian (X3)	331	3.020	Tidak terjadi Multikolinearitas
Lingkungan Keluarga (X4)	350	2.860	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji *multikolinieritas* diatas, seluruh variabel independet memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance inflation factor*) yang kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas antara variabel bebas dalam penelitian ini.

**Gambar 2.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

melalui gambar scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu yang konsisten, serta distribusinya merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu seperti mengerucut atau melebar. Hal ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.194	.980		1.219	.226
	Motivasi Berwirausaha	.358	.067	.371	5.360	.000
	Penggunaan Media Sosial	-.545	.079	-.351	-6.879	.000
	Kepribadian	.419	.069	.427	6.050	.000
	Lingkungan Keluarga	.516	.093	.381	5.549	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

$$Y = 1.194 + 0,358 X_1 - 0,545 X_2 + 0,419 X_3 + 0,516 X_4 + e$$

Persamaan tersebut mengandung arti atau dapat diartikan sebagai berikut:

1. Hasil dari persamaan tersebut menunjukkan adanya konstanta sebesar 1,194, yang berarti mencerminkan nilai konsistensi dari variabel Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media sosial, Kepribadian. dan Lingkungan Keluarga.
2. Variabel (Motivasi Berwirausaha X_1) memiliki koefisien positif terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai sebesar 0,358. Artinya, setiap peningkatan dalam motivasi berwirausaha akan mendorong kenaikan Minat Berwirausaha sebesar 0,358. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi berwirausaha, maka minat untuk berwirausaha juga akan semakin meningkat.
3. Variabel (Penggunaan Media Sosial X_2) memiliki koefisien negatif terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai sebesar -0,545. Artinya, setiap penurunan dalam penggunaan media sosial akan menurunkan Minat Berwirausaha sebesar 0,545. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah penggunaan media sosial, maka minat untuk berwirausaha juga akan semakin menurun.
4. Variabel (Kepribadian X_3) memiliki koefisien positif terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai sebesar 0,419. Artinya, setiap peningkatan dalam kepribadian akan mendorong kenaikan Minat Berwirausaha sebesar 0,419. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepribadian seseorang, maka minat untuk berwirausaha juga akan semakin meningkat.
5. Variabel (Lingkungan Keluarga X_4) memiliki koefisien positif terhadap Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai sebesar 0,516. Artinya, setiap peningkatan dalam lingkungan keluarga akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,516. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik lingkungan keluarga, maka minat untuk berwirausaha juga akan semakin tinggi.

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	Signifikan Hitung	Taraf Signifikan	t hitung	t tabel
Motivasi Berwirausaha (X_1)	0,000	0,05	5.360	1.985
Penggunaan Media sosial (X_2)	0,000	0,05	-6.879	1.985
Kepribadian (X_3)	0,000	0,05	6.050	1.985
Lingkiungan Keluarga (X_4)	0,000	0,05	5.549	1.985

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

1. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Motivasi Berwirausaha (X_1) adalah 5,360 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial, variabel Motivasi Berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha.
2. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Penggunaan Media Sosial (X_2) adalah -6.879 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial, variabel Penggunaan Media Sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

3. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Kepribadian (X_3) adalah 6.050 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial, variabel Kepribadian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha.
4. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel Lingkungan Keluarga (X_4) adalah 5.549 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa secara parsial variabel, Lingkungan Keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.844	.837	1.095

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Keluarga, Penggunaan Media Sosial, Motivasi Berwirausaha, Kepribadian

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data diolah SPSS 26 (2025)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,844. Ini menunjukkan bahwa sebesar 84,4% variasi dalam minat berwirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga. Adapun sisanya, yaitu 15,6%, dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Selain itu, nilai R sebesar 0,918 mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel-variabel tersebut berada pada kategori sangat kuat.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Variabel motivasi berwirausaha memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,358 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Selain itu, nilai t hitung sebesar 5,360 lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,985. Mengindikasikan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki mahasiswa, baik dari dorongan internal seperti keinginan mandiri maupun dari faktor eksternal seperti dukungan sosial, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha.

Penting bagi institusi pendidikan untuk terus mendorong dan membina motivasi mahasiswa, baik melalui kurikulum kewirausahaan maupun pelatihan soft skills. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Telaumbanua, 2023) dan (Owoseni, 2014) yang menegaskan bahwa motivasi berwirausaha berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha, khususnya di kalangan mahasiswa. Penelitian lainnya seperti (Fauzan and Ikhwan, 2023) juga menyimpulkan bahwa motivasi merupakan salah satu prediktor

signifikan minat berwirausaha.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa Penggunaan Media Sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar -0,545 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai *t* hitung sebesar -6,879 lebih kecil dari *t* tabel sebesar 1,985, yang menguatkan bahwa pengaruhnya signifikan yang menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas mahasiswa dalam membaca media sosial, justru semakin turun minat mereka terhadap kewirausahaan. Hal ini terjadi karena mahasiswa lebih sering membaca media sosial untuk hiburan, konsumsi konten, dan aktivitas sosial non-produktif, dari pada menjadikannya sebagai alat bantu usaha atau platform pengembangan bisnis. Temuan ini bertolak belakang dari ekspektasi awal bahwa media sosial akan berfungsi sebagai sarana produktif dalam menunjang aktivitas kewirausahaan. Penggunaan media sosial yang tidak diarahkan untuk pengembangan diri atau usaha dapat memunculkan efek negatif seperti perbandingan sosial, penurunan kepercayaan diri, serta pengaruh gaya hidup konsumtif yang menjauhkan mahasiswa dari minat membangun usaha sendiri. Kondisi ini juga mencerminkan kurangnya literasi digital produktif di kalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Agustin, Maryam and Daeng, 2024), yang menyatakan bahwa media sosial dapat berdampak negatif terhadap minat berwirausaha jika digunakan secara pasif dan tidak produktif. Selain itu, (Sumerta *et al.*, 2020) menjelaskan bahwa meskipun media sosial menyediakan banyak peluang bisnis, namun tanpa pemahaman dan pembinaan yang tepat, mahasiswa justru terjebak dalam penggunaan yang tidak mendukung pengembangan potensi wirausaha mereka.

Pengaruh Kepribadian terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diperoleh bahwa Kepribadian memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Variabel Kepribadian memiliki koefisien regresi sebesar 0,419 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai *t* hitung sebesar 6,050 lebih besar dibandingkan *t* tabel sebesar 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel tersebut signifikan. Ini mengindikasikan bahwa mahasiswa yang memiliki karakter kuat dan tangguh dalam menghadapi tantangan, cenderung lebih tertarik untuk menjalankan usaha sendiri. Sikap proaktif, percaya diri, dan berpikir visioner menjadi ciri kepribadian yang mendorong mahasiswa untuk lebih siap menghadapi risiko dan ketidakpastian dalam dunia bisnis.

Mahasiswa yang memiliki kepribadian resilient dan adaptif akan lebih cepat belajar dari kegagalan dan mampu melakukan inovasi. Di Universitas Muhammadiyah Jember, terdapat variasi kepribadian mahasiswa yang memengaruhi minat mereka terhadap wirausaha. Sebagian besar mahasiswa yang mengikuti program inkubator bisnis

menunjukkan kepribadian terbuka, pekerja keras, dan mampu membangun relasi dengan baik.

Penelitian ini mendukung temuan dari (Astuti, 2021) dan (Berliawan, Suharto and Tyas, 2024), yang menyatakan bahwa kepribadian wirausaha seperti kepercayaan diri, pengambilan risiko, dan kepemimpinan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Variabel ini memiliki koefisien regresi sebesar 0,516 dengan nilai signifikansi 0,000, yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai *t* hitung sebesar 5,549 lebih besar daripada *t* tabel sebesar 1,985, sehingga menunjukkan bahwa pengaruh variabel Lingkungan Keluarga signifikan terhadap minat berwirausaha. Responden menyatakan bahwa keluarga mereka memberikan dukungan moral, memberi modal, serta mendorong mereka untuk mandiri. Bentuk dukungan ini tidak hanya dalam bentuk materi, tetapi juga dalam bentuk semangat dan kepercayaan terhadap kemampuan anak.

Lingkungan keluarga adalah tempat pertama kehidupan dimulai dan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan mahasiswa (Djaali, 2021). Mahasiswa yang berasal dari keluarga dengan latar belakang wirausaha cenderung memiliki role model yang kuat dan lebih memahami tantangan serta keuntungan menjalankan bisnis. Selain itu, cara orang tua mendidik anak apakah mendorong kemandirian, memberi kebebasan berekspresi, atau mendorong eksplorasi minat sangat memengaruhi bagaimana mahasiswa memandang pilihan karier sebagai wirausahawan. Dalam konteks Universitas Muhammadiyah Jember, ditemukan bahwa mahasiswa yang memiliki orang tua dengan usaha sendiri lebih cenderung mengikuti program kewirausahaan dibanding mereka yang berasal dari keluarga pekerja formal.

Penelitian ini selaras dengan hasil (Aini and Oktafani, 2020) serta (Rachmawati and Subroto, 2022) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga memainkan peran vital dalam membentuk minat berwirausaha. Tidak hanya sebagai sumber dukungan awal, keluarga juga memberikan pondasi nilai dan keyakinan yang memengaruhi pengambilan keputusan karier anak.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi berwirausaha, kepribadian, dan lingkungan keluarga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Sebaliknya, penggunaan media sosial menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Keempat variabel memberikan kontribusi yang besar terhadap minat berwirausaha dengan nilai koefisien determinasi sebesar 84,4%. Temuan ini mengimplikasikan bahwa penguatan faktor internal

seperti motivasi dan kepribadian serta dukungan lingkungan keluarga merupakan aspek penting dalam membentuk semangat kewirausahaan mahasiswa. Sebaliknya, penggunaan media sosial yang kurang produktif justru dapat menurunkan minat tersebut, sehingga diperlukan peningkatan literasi digital agar mahasiswa mampu memanfaatkannya secara strategis untuk pengembangan usaha. Oleh karena itu, disarankan agar universitas lebih aktif dalam mengembangkan kurikulum dan program kewirausahaan berbasis praktik, serta memberikan pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran digital. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji variabel tambahan seperti pengalaman organisasi, akses modal, atau pengaruh komunitas wirausaha untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Referensi

- Agustin, V.R., Maryam, S. and Daeng, A. (2024) 'The Influence of Family Environment, Social Media Utilization, Confidence, Motivation on Entrepreneurial Interest in Generation Z in Mataram City', 2(03), pp. 464–475.
- Agustina, D. et al. (2024) 'Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Strata Satu (S1) Angkatan 2021 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau', 3(2), pp. 220–228.
- Aini, Q. and Oktafani, F. (2020) 'Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University', Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 17(2), pp. 151–159. Available at: <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>.
- Ajzen, I. (1991) The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes. Available at: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Astuti, M.E. (2021) 'Pengaruh Keluarga, Etnis, Kepribadian, Gender, Dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha', Jurnal Bina Manajemen, 9(2), pp. 162–183. Available at: <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i2.155>.
- Berliawan, F.B., Suharto, A. and Tyas, W.M. (2024) 'Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z Banyuwangi', Journal of Management and Bussines (JOMB), 6(1), pp. 72–83. Available at: <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i1.7090>.
- Djaali (2021) 'PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA'. Available at: <https://journal.uny.ac.id/index.php/jep/article/viewFile/41027/pdf>.
- Erren Setyaki and Sugiyanto Sugiyanto (2023) 'Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha',

- Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2(4), pp. 277–294. Available at: <https://doi.org/10.58192/profit.v2i4.1388>.
- Fauzan, A. and Ikhwan, K. (2023) 'Analisis Pengaruh Kepribadian, Motivasi, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Tidar)', Jurnal Riset dan Inovasi Manajemen, 1(2), pp. 74–87.
- Gultom, E. (2021) 'Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru)', Journal of Business and Economics Research (JBE), 2(2), pp. 40–46. Available at: <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/788/524%0Ahttps://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/788>.
- Gunawan Wibowo, Y. (2021) 'Analisa Literasi Digital Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) Makanan Islami Dalam Kemasan', Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 7(1), p. 128. Available at: <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/5072>.
- Indraswati, D. et al. (2021) 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pgsd Universitas Mataram', Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, 9(1), pp. 17–34. Available at: <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>.
- Julindrastuti, D. and Karyadi, I. (2022) 'Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa', Jurnal Tadbir Peradaban, 2(1), pp. 7–20. Available at: <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.98>.
- Luthfiyah, A. et al. (2024) 'Tren Penelitian Minat Wirausaha di Lingkungan Pendidikan dan Masyarakat Tahun 2019 - 2024: Systematic Literature Review', Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 9(2), pp. 763–772. Available at: <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i2.2182>.
- McClelland, D.C. (1961) *The Achieving Society*. NY: Van Nostrand.
- Murniati, M., Sulisty, S. and Yudiono, U. (2019) 'Pengaruh Kepribadian, Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha', Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi, 4(2), pp. 1–6. Available at: <https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i2.3908>.
- Owoseni, O.O. (2014) 'The influence of some personality factors on entrepreneurial intentions', International Journal of Business and Social Science, 5(1), pp. 278–284.
- Patta Rapanna, Y.F. (2018) *Menembus Badai Ekonomi*. SAH MEDIA.

- Permatasari, A.G. dan D. (2024) 'JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)', Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), 6(1), p. 595.
- Rachmawati, H. and Subroto, W.T. (2022) 'Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa', Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi, 10(1), p. 56. Available at: <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.6236>.
- Relwandani, Henry Eryanto, C.W.W. (2023) 'Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 40 Jakarta'. Available at: <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika/article/download/446/357>.
- Sariade, L. et al. (2022) 'Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Unidayan Baubau', Akademik Pendidikan Ekonomi, 9(124), pp. 1–6.
- Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sumerta, I.K. et al. (2020) 'PENGARUH TINGKAT PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMAN PERGURUAN TINGGI DI KOTA DENPASAR PENDAHULUAN Di era digitalisasi saat ini mungkin apa pun bisa dikaitkan dengan internet . Konsumen j', Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, 7, pp. 627–652.
- Telaumbanua, R. (2023) 'Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Uniraya', Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, 6(1), pp. 143–152.