



**UNTAR**

FAKULTAS  
EKONOMI & BISNIS

# Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 7/03/Juli/2025

## DAFTAR ISI

ANALISIS HEDONISME, PERSEPSI HARGA, INFORMASI, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN <i>ONLINE</i> PRODUK <i>FASHION</i> DI INDONESIA Abdullah Arbian Herman, Hetty Karunia Tunjungsari	738-743
PERAN CITRA MEREK SEBAGAI MEDIATOR: PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AMDK NESTLE PURE LIFE Adriawan Surya, M. Tony Nawawi	744-751
DAMPAK PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, DUKUNGAN FINANSIAL, KETERSEDIAAN PASAR DAN SIKAP KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT Alexander Romeo Lukito, Lydiawati Soelaiman	752-760
FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MEMBELI PELANGGAN PRODUK KOSMETIK MO DI JAKARTA Anggraini Prastika Putri, Arifin Djakasaputra	761-768
PENGARUH INOVASI PRODUK, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN DUKUNGAN SOSIAL SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP KEBERHASILAN UMKM KULINER Bradley Francis Gozali, Oey Hannes Widjaja	769-776
PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEREK, KETERLIBATAN MEREK DAN NIAT BELI DI KALANGAN GENERASI Z DAN Y Caren Evelyn Antonia, Hetty Karunia Tunjungsari	777-789
PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI MEDIATOR TERHADAP VARIABEL PENENTU INTENSI BERWIRUSAHA Christine Taneshia, Ida Puspitowati	790-800
OPTIMALISASI <i>REVENUE SHARING</i> MELALUI <i>COST RECOVERY</i> , FTP, DAN <i>COST CONTROL</i> DALAM <i>PRODUCTION SHARING CONTRACT</i> MIGAS Christopher Halomoan, Hendra Wiyanto	801-818
ANALISIS PENGARUH <i>ORGANIZATIONAL COMMITMENT</i> DAN <i>WORK MOTIVATION</i> TERHADAP <i>EMPLOYEE PERFORMANCE</i> PT BREADSEASON BOGA RASA Cindy Caroline, Ronnie Resdianto Masman	819-825

KEBERLANJUTAN SEBAGAI MEDIATOR: PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA UMKM KULINER Clarissa, Louis Utama	826-833
DIMENSI <i>FAMILY ENTREPRENEURIAL ORIENTATION</i> SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH <i>ENTREPRENEURIAL EDUCATION</i> TERHADAP <i>ENTREPRENEURIAL INTENTION</i> Deasy Veda Chandra, Kartika Nuringsih	834-840
PENGARUH EKSPEKTASI PENDAPATAN, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA Deny Osman, Sarwo Edy Handoyo	841-848
PERAN <i>BRAND IMAGE</i> SEBAGAI MEDIATOR: PENGARUH <i>INFLUENCER</i> DAN <i>SOCIAL MEDIA MARKETING</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI TIKTOK SHOP Eriska Siva Yuandira, M. Tony Nawawi	849-856
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN UMKM F&B DI KOTA DEPOK Felicia Miranda, Herlina Budiono	857-864
PERAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN KREATIVITAS BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Ferry Gunawan, Kartika Nuringsih	865-874
MEDIASI KEPERCAYAAN MEREK: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN XIAOMI DI JAKARTA Filipus So, Galuh Mira Saktiana	875-884
PENGARUH <i>BRAND AMBASSADOR</i> , E-WOM, DAN <i>BRAND AWARENESS</i> TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> PENGGUNA <i>PLATFORM E-COMMERCE</i> DI JAKARTA Gabriel Fang, Sanny Ekawati	885-895
MOTIVASI SEBAGAI MEDIATOR ANTARA PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN EDUKASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA Gerda Annisa Senduk, Arifin Djakasaputra	896-906

PERAN KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI MEDIATOR MEDIA SOSIAL DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA Graciella Jocelyn Hartojo, Lydiawati Soelaiman	907-916
FAKTOR PENDORONG KINERJA: STUDI TENTANG LINGKUNGAN KERJA, KOMPENSASI, BUDAYA ORGANISASI DAN KEPUASAN KERJA Gusti Ayu Sinta Widhiadnyani, Yanuar	917-926
PENGARUH MOTIVASI, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GEN-Z DI JAKARTA BARAT Jonathan Chris Hartanto, Oey Hannes Widjaja	927-936
PENGARUH KREATIVITAS DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA MELALUI EFIKASI DIRI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Jonathan Taniel Mulyadi, Andi Wijaya	937-946
FAKTOR YANG BERPERAN DALAM PENINGKATAN <i>PURCHASE INTENTION</i> PAKET KOMBO RESTORAN CEPAT SAJI Indonesia Jose Almeyda Miccolie, Hetty Karunia Tunjungsari	947-956
PENGARUH KEPEMIMPINAN INSPIRATIF, KOMUNIKASI EFEKTIF, DAN PELATIHAN TERARAH TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA UMKM RITEL MANDIRI DI BANDAR LAMPUNG Kelvin Tatang, Kurniati W. Andani	957-964
<i>GEN Z'S FINANCIAL DILEMMA: CONVENIENCE TODAY, CONSEQUENCES TOMORROW?</i> Marissa Leviani, Nuryasman MN	965-974
PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN EFIKASI DIRI SEBAGAI FAKTOR PENENTU MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA Natalia Ratna Mudita, Andi Wijaya	975-981
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA DIMODERASI OLEH SEMANGAT KERJA Natalya, Ronnie Resdianto Masman	982-987
PERAN KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KENYAMANAN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI M-TIX Nichollas Hermawan, Richard Andrew	988-997

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK, DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BANK PEMERINTAH Nita Talia Astuti, Frangky Selamat	998-1005
FAKTOR PENENTU KECENDERUNGAN BERUTANG PENGGUNA SHOPEE <i>PAYLATER</i> DI JABODETABEK Owen Agustin Yaslim, Indra Widjaja	1006-1015
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI <i>PURCHASE DECISION</i> DENGAN <i>CUSTOMER ENGAGEMENT</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Phoebe Zabrina, Galuh Mira Saktiana	1016-1023
PENGARUH <i>INFLUENCER MARKETING</i> , KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PENGGUNA GOFOOD Rumiris, Carunia Mulya Firdausy	1024-1032
PENGARUH NEGARA ASAL, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK <i>FINE FOODS</i> OLEH <i>CUSTOMER</i> PT CLASSIC FINE FOODS Saskia Amelia, Cokki	1033-1040
PENGARUH <i>BRAND AWARENESS</i> , <i>PERCEIVED QUALITY</i> , DAN E-WOM TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> PRODUK CETAPHIL DI Jakarta Shasya Delvina, Carunia Mulya Firdausy	1041-1050
PENGARUH KUALITAS MAKANAN, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN KEMBALI PRODUK KFC Shelli Angelina, Frangky Selamat	1051-1057
MEDIATOR MANAJEMEN PENGETAHUAN TERHADAP INOVASI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA BISNIS Steven Cristian, Ida Puspitowati	1058-1066
PENGARUH FENOMENA <i>KOREAN WAVE</i> DAN INOVASI TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA UMKM KULINER KOREA Valentina, Nur Hidayah	1067-1074
PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM <i>ONLINE FASHION</i> Virny Claril Cicillia, Sarwo Edy Handoyo	1075-1083

PENGARUH KOMPENSASI, STRES, DAN BUDAYA TERHADAP KEPUASAN KERJA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI MEDIASI Wiliem Stefanus, Yusi Yusianto	1084-1092
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA <i>ONLINE</i> MAHASISWA Wira Puttananda, Nur Hidayah	1093-1101

# PENGARUH MOTIVASI, LINGKUNGAN KELUARGA, DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GEN-Z DI JAKARTA BARAT

Jonathan Chris Hartanto<sup>1</sup>, Oey Hannes Widjaja<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: jonathanchrighthartanto@gmail.com

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
Email: hannesw@fe.untar.ac.id

\*Penulis Korespondensi

Masuk: 10-04-2025, revisi: 15-04-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-07-2025

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari motivasi, lingkungan keluarga, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat gen-z. Dalam penelitian ini mengambil sampel sebanyak 149 responden. Metode yang digunakan dalam penelitiannya ini *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang didapatkan dari menyebar kuesioner dalam bentuk online form kemudian data di olah menggunakan SmartPLS 4.1.0.8. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi, lingkungan keluarga, dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha gen-z.

**Kata Kunci:** motivasi, lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, minat berwirausaha

## ABSTRACT

*This study aims to examine the influence of motivation, family environment, and entrepreneurial knowledge on the entrepreneurial interest of Gen Z. The study collected a sample of 149 respondents. The research employed a non-probability sampling method with purposive sampling techniques, gathering data through an online questionnaire. The collected data were then processed using SmartPLS 4.1.0.8. The results of this study indicate that motivation, family environment, and entrepreneurial knowledge have a positive and significant effect on the entrepreneurial interest of Gen-Z.*

**Keywords:** motivation, family environment, entrepreneurship knowledge, entrepreneurship interest

## 1. PENDAHULUAN

### Latar belakang

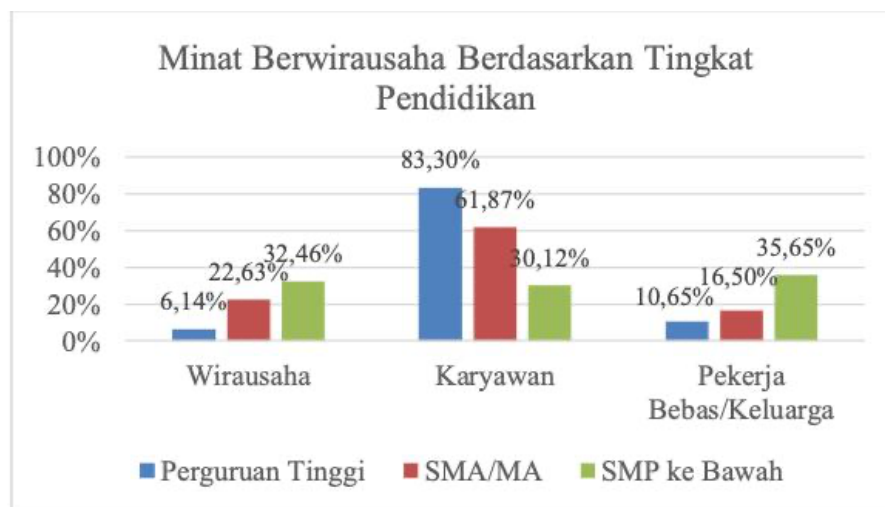
Menurut Sakitri (2021), Gen Z adalah mereka yang lahir setelah tahun 1995 sampai dengan tahun 2012. Pada generasi ini usia tertinggi berada pada usia 26 tahun, adalah kelompok yang tumbuh di era digital dan perubahan cepat. Mereka sering dianggap berbeda dari generasi sebelumnya dalam cara mereka melihat peluang, pola pikir hingga bagaimana mereka melihat dunia bisnis. Minat mereka untuk berbisnis menjadi topik penting karena generasi ini memiliki potensi besar untuk perekonomian Indonesia. Generasi Z cenderung kreatif dan inovatif dalam berbagai bidang, seperti seni, musik, *fashion*, dll. Mereka dapat mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia melalui *start-up* yang mendukung pertumbuhan ekonomi negara. Namun, ada beberapa faktor utama yang perlu diperhatikan untuk memahami minat mereka dalam berwirausaha, seperti motivasi, lingkungan keluarga dan pengetahuan kewirausahaan.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) merilis laporan jumlah pengangguran di Indonesia pada Agustus 2017. Dalam periode tersebut tercatat sebanyak 7.040.323 orang pengangguran atau naik sebesar 35.061 orang dibanding Februari 2017. Tingginya tingkat pengangguran di

Indonesia mengindikasikan bahwa lapangan pekerjaan di Indonesia belum mencapai untuk banyaknya penduduk di Indonesia. Upaya untuk mengurangi angka pengangguran salah satu cara yang bisa dilakukan adalah perlu dikembangkannya semangat *entrepreneurship* sedini mungkin, karena suatu bangsa akan maju apabila jumlah *entrepreneurship*-nya paling sedikit 2% dari jumlah penduduk.

Suatu negara bisa menjadi makmur jika memiliki sedikitnya 2% *entrepreneur* (wirausahawan) dari jumlah penduduk. Jadi, apabila negara kita berpenduduk 200 juta jiwa, maka jumlah wirausahawan di Indonesia harus lebih dari 4 juta pengusaha. Motivasi wirausaha adalah salah satu faktor yang memberi dampak pada minat berwirausaha, dimana hal tersebut mempunyai dampak secara signifikan pada minat wirausaha. Ini menandakan bahwa minat wirausaha dipengaruhi oleh prestasi, risiko, penerimaan ambiguitas, percaya diri, mandiri, mempunyai keinginan yang kuat serta mampu membuat ide-ide baru (Jefry & Soelaiman, 2023).

Motivasi memainkan peran sangat penting dalam keputusan seseorang untuk memulai berwirausaha. Bagi Gen-Z, Motivasi bisa datang dari mana saja seperti keinginan untuk *financial freedom*, mengikuti *passion* mereka atau dorongan untuk terus membuat hal baru. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang diinginkan bila individu itu bebas memilih. Di Indonesia masih minim dengan pengusaha muda. Adapun tingkat minat berwirausaha secara Nasional tahun 2020 berdasarkan tingkat pendidikan dapat dikategorikan sebagai berikut:



Gambar 1. Minat berwirausaha berdasarkan tingkat pendidikan  
Sumber: Kompasiana

Data menunjukkan bahwa jumlah pengusaha muda di Indonesia masih minim, dengan tingkat minat berwirausaha yang rendah, terutama di kalangan sarjana, sementara lulusan SMP justru menjadi kelompok terbesar yang berminat. Penelitian Hendrawan & Sirine (2017) serta Nugrahaningsih & Muslim (2016) menemukan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan Supriyatno (2017) dan Cahyono & Umam (2017) menunjukkan hasil sebaliknya, di mana motivasi memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha, dengan koefisien determinasi 24,6% pada siswa Teknik Pemesinan. Usaha kecil mempengaruhi 99% dari keseluruhan unit usaha dan menyerap tenaga kerja hingga 96,9% (Donova & Widjaja, 2023). Ketidakstabilan hasil penelitian ini mendorong penulis untuk meneliti lebih lanjut dalam studi berjudul “Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z.”

Tabel 1. Tingkat pengangguran terbuka berdasarkan tingkat pendidikan  
 Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Tingkat Pendidikan 2	Tingkat Pengangguran Terbuka Berdasarkan Tingkat Pendidikan		
	2021	2022	2023
Tidak/ Belum Pernah Sekolah/ Belum Tamat & Tamat SD	3,61	3,59	2,56
SMP	6,45	5,95	4,78
SMA umum	9,09	8,57	8,15
SMA Kejuruan	11,13	9,42	9,31
Diploma I/ II/ III	5,87	4,59	4,79
Universitas	5,98	4,80	5,18

Berdasarkan Tabel 1, bisa disimpulkan bahwa adanya peningkatan pengangguran tiap tahunnya hanya dari mereka yang berpendidikan hingga universitas. Orang yang hanya berpendidikan sampai SMP cenderung lebih sedikit jumlah penganggurannya. Pengetahuan Gen-Z terhadap kewirausahaan adalah faktor yang perlu dipertimbangkan. Pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang cara memulai, mengelola, hingga mengembangkan bisnis. Akses untuk mendapatkan pendidikan kewirausahaan, pelatihan dan sumber daya informasi sangat penting untuk menjalankan usaha. Pengetahuan kewirausahaan akan menjadi pertimbangan Gen-Z dalam menjalankan bisnis. Pengetahuan kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai apresiasi kepada individu terhadap keterampilan, mentalitas, dan konsep kewirausahaan yang diharapkan dari pencipta usaha menurut Donova, Widjaja dan rekan lainnya tahun 2023.



Gambar 2. Jumlah wirausaha pemula Indonesia  
 Sumber: BPS-GoodStats

Jumlah wirausaha di Indonesia terus bertumbuh dari 2020 hingga 2024, meskipun peningkatannya tidak signifikan, dengan sedikit penurunan jumlah wirausaha pemula pada 2024 dibandingkan 2023. Lingkungan keluarga memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha, baik sebagai sumber dukungan maupun hambatan, khususnya bagi Gen Z yang menurut *American Psychological Association* lebih rentan terhadap kesehatan mental yang buruk. Dukungan keluarga yang kurang dapat mengurangi minat berwirausaha pada Gen Z. Penelitian Rahman et al. (2024) menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memengaruhi minat wirausaha, namun Wulandari (2020) menyimpulkan sebaliknya, menciptakan gap penelitian yang memerlukan studi lanjutan.

## **Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah di atas peneliti menemukan arah dari penelitian ini, maka peneliti memiliki rumusan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

- a. Apakah motivasi sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen-Z?
- b. Apakah lingkungan keluarga sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen-Z?
- c. Apakah pengetahuan kewirausahaan sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen-Z?

## **Kaitan antara motivasi dan minat berwirausaha Gen-Z**

Motivasi merupakan faktor penting yang memengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha (Aisyah, Rahmani, & Hasibuan, 2023). Minat dianggap sebagai motivasi intrinsik yang mendorong seseorang bertindak karena perasaan positif yang menyertainya, sehingga individu merasa bahagia (Sulistiani & Mustami'ah, 2016). Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB), keputusan berwirausaha dipengaruhi oleh motivasi sebagai faktor internal. Penelitian Agusmiati dan Wahyudin (2018) menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi seseorang, semakin tinggi pula minatnya untuk berwirausaha. Hasil serupa juga ditemukan oleh Aisyah, Rahmani, dan Hasibuan, serta Arisma dan Wasposito (2023), yang menyimpulkan bahwa motivasi secara signifikan memengaruhi minat berwirausaha.

## **Kaitan antara lingkungan keluarga dan minat berwirausaha Gen-Z**

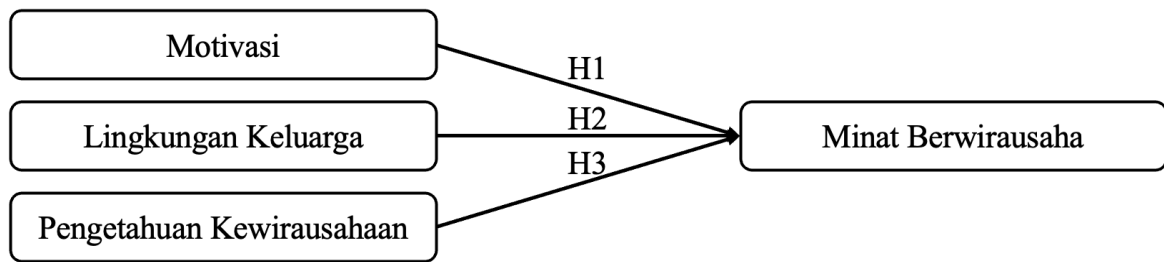
Peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Wisnu Septian Ginanjar Prihantoro & Hadi, 2016). Pengaruh keluarga dapat terlihat dari cara orang tua mendidik, hubungan keluarga, suasana rumah, kondisi ekonomi, pemahaman orang tua, dan latar belakang budaya (Siregar & Marwan, 2019). Anak dari orang tua yang memiliki usaha cenderung menjadi pengusaha, tetapi menarik untuk diteliti bagaimana peran keluarga ketika tidak ada anggota yang berwirausaha. Siregar dan Marwan (2019) menemukan bahwa lingkungan keluarga memiliki hubungan positif dan signifikan dengan minat berwirausaha, sejalan dengan penelitian Arifin dan Qodariah (2023), yang menyimpulkan bahwa minat berwirausaha secara signifikan dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, motivasi, dan pengetahuan kewirausahaan.

## **Kaitan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha Gen-Z**

Menjadi wirausahawan yang berhasil memerlukan kemauan, kemampuan, dan pengetahuan (Suryana, 2016). Berwirausaha Agusmiati dan Wahyudin menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sejalan dengan hasil penelitian Rahayu, Rosilawati, dan Zuliansyah, yang menyimpulkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan (Rahayu & Rosilawati, 2018) pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sejalan dengan hasil penelitian Rahayu, Rosilawati, dan Zuliansyah, yang menyimpulkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh pengetahuan kewirausahaan (Rahayu & Rosilawati, 2018).

## **Hipotesis**

Dengan generasi sekarang yaitu Gen-Z penulis ingin meneliti pengaruh dari motivasi, lingkungan keluarga, dan pengetahuan kewirausahaan ini sangat berpengaruh atau tidak terhadap minat berwirausaha. Penulis ingin meneliti hasil dari variabel tersebut apakah memiliki dampak positif atau negatif terhadap minat berwirausaha Gen-Z. Dengan motivasi yang kecil, lingkungan keluarga tidak supportive dan pengetahuan kewirausahaan yang rendah akan mempengaruhi minat kewirausahaan Gen-Z.



Gambar 3. Model penelitian

Pada penelitian ini, memiliki hipotesis sebagai berikut:

H1: Motivasi dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha

H2: Lingkungan keluarga dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha

H3: Pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha

## 2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah kerangka kerja untuk menguji hipotesis, menjawab pertanyaan penelitian, dan menyediakan informasi bagi pengambilan keputusan. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif, bagian dari desain konklusif menurut Malhotra (2020), yang bertujuan menggambarkan karakteristik atau fungsi tertentu, seperti pasar.

Data dikumpulkan dengan metode cross-sectional, di mana responden memberikan data dalam satu waktu tertentu. Populasi penelitian mencakup Generasi Z (kelahiran 1995-2012) yang tinggal di Jakarta Barat, dengan teknik non-probability sampling menggunakan pendekatan purposive sampling. Berdasarkan rekomendasi Sekaran dan Bougie (2016), yang menyarankan ukuran sampel efektif antara 30-500, penelitian ini melibatkan 149 responden.

### Pernyataan Motivasi

- Saya ingin mendapatkan penghasilan tambahan atau penghasilan utama melalui berwirausaha.
- Saya ingin menciptakan lapangan kerja untuk mengurangi angka pengangguran.
- Saya ingin memberikan sebagian keuntungan saya untuk kegiatan sosial.

### Pernyataan Lingkungan Keluarga

- Saya selalu diajarkan untuk memiliki jiwa yang mandiri.
- Saya diajarkan untuk menjadi orang yang percaya diri.
- Saya selalu diajarkan untuk memiliki jiwa yang pantang menyerah.
- Saya selalu mendapatkan dukungan dari orang tua sehingga bersemangat untuk berwirausaha.
- Saya diberikan dukungan materil untuk membuka usaha.

### Pernyataan Pengetahuan Kewirausahaan

- Setelah mempelajari dasar-dasar kewirausahaan saya ingin membuka usaha.
- Saya memiliki ide kreatif untuk menciptakan peluang berbisnis.
- Saya telah mengetahui aspek usaha manajemen keuangan untuk mengelola bisnis.
- Saya telah mengetahui aspek usaha manajemen sumber daya manusia untuk mengelola bisnis.
- Saya telah mengetahui aspek usaha manajemen pemasaran untuk menjalankan bisnis.
- Saya telah mengetahui aspek manajemen operasional untuk menjalankan bisnis.

Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Pernyataan Minat Berwirausaha

- a. Saya ingin bekerja secara fleksibel tanpa ada tekanan dari perusahaan.
- b. Saya terinspirasi dari orang lain yang telah sukses di dunia wirausaha.
- c. Saya merasa senang ketika menjalani kegiatan usaha.
- d. Saya tertarik untuk mengembangkan ide dalam berinovasi menciptakan produk-produk baru yang kreatif.

Data yang sudah terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) melalui *software* SmartPLS v.4.1.0.8. Teknik analisis data PLS-SEM dapat mengevaluasi instrumen, menilai hubungan antara variabel yang lebih rumit, dan memberikan jawaban terhadap rumusan masalah terkini, maka teknik tersebut digunakan dalam penelitian ini. Jika syarat analisis *outer model*, yaitu validitas dan reliabilitas telah terpenuhi untuk seluruh variabel dan indikator dalam penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis *inner model*, yaitu *R-square* ( $R^2$ ), *predictive relevance* ( $Q^2$ ), *effect size* ( $f^2$ ), *path coefficient*, dan pengujian hipotesis penelitian, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang terdapat di dalam penelitian (Hair et al., 2019).

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Analisis validitas konvergen (*convergent validity*)**

Pengukuran validitas bertujuan untuk menguji hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel laten. Dengan demikian, nilai AVE dan loading factor pada penelitian ini dianggap valid karena sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Ghozalig factor di atas 0,7 dianggap valid. Validitas konvergen juga terpenuhi jika nilai average variance extracted (AVE) suatu variabel lebih besar dari 0,5. Berdasarkan hasil analisis, keempat variabel dalam penelitian ini memiliki nilai AVE di atas 0,50 ( $>0,50$ ), sehingga memenuhi syarat validitas konvergen.

Hasil analisis *loading factor* pada Tabel 2 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai lebih dari 0,70 ( $>0,70$ ), sehingga indikator tersebut dinyatakan valid dan memenuhi syarat validitas konvergen berdasarkan *loading factor*. Dengan demikian, nilai AVE dan loading factor dianggap valid karena sesuai dengan kriteria Ghozali (2021).

Tabel 2. Hasil analisis validitas konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	Average Variance Extracted
Lingkungan keluarga	LK1	0,863	0,684
	LK2	0,825	
	LK3	0,850	
	LK4	0,853	
	LK5	0,755	
Motivasi	M1	0,875	0,689
	M2	0,810	
	M3	0,793	
Minat Berwirausaha	MB1	0,723	0,709
	MB2	0,787	
	MB3	0,864	
	MB4	0,872	
Pengetahuan Kewirausahaan	PK1	0,799	0,662
	PK2	0,800	
	PK3	0,857	
	PK4	0,854	
	PK5	0,848	
	PK6	0,891	

### Analisis model struktural (*inner model analysis*) Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Tabel 3. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Variabel	<i>R-Square</i>	Keterangan
Minat Berwirausaha	0,640	Sedang

Berdasarkan hasil uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diperoleh nilai sebesar 0,640 atau sebesar 64%, dimana nilai tersebut menunjukkan prediksi yang sedang. Artinya sebesar 64% dari perubahan variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh motivasi, lingkungan keluarga, dan pengetahuan kewirausahaan. Sedangkan sisanya sebesar 36% dijelaskan oleh variabel yang lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil uji *effect size* ( $f^2$ )

Tabel 4. Hasil uji *effect size* ( $f^2$ )

Variabel	<i>f-Square</i>	Keterangan
Motivasi → Minat Berwirausaha	0,078	Kecil
Lingkungan Keluarga → Minat Berwirausaha	0,074	Kecil
Pengetahuan Kewirausahaan → Minat Berwirausaha	0,163	Sedang

Berdasarkan hasil uji *effect size* ( $f^2$ ) pada Tabel 4, motivasi memiliki efek perubahan yang kecil terhadap variabel minat berwirausaha dengan nilai efek perubahan sebesar 0,078. Variabel lingkungan keluarga juga memberikan efek perubahan kecil terhadap variabel minat berwirausaha yaitu dengan nilai efek perubahan sebesar 0,074. Terakhir, variabel pengetahuan kewirausahaan dengan nilai efek memiliki efek perubahan yang sedang terhadap variabel minat berwirausaha dengan nilai efek perubahan sebesar 0,163.

### Hasil uji *path coefficient*

Tabel 5. Hasil pengujian *bootstrapping*

Hipotesis	Variabel	<i>Path Coefficient</i>	Keterangan
H1	Motivasi → Minat Berwirausaha	0,249	Positif
H2	Lingkungan Keluarga → Minat Berwirausaha	0,247	Positif
H3	Pengetahuan Kewirausahaan → Minat Berwirausaha	0,401	Positif

Berdasarkan Tabel 5, terdapat persamaan untuk variabel *purchase intention* sebagai berikut:  $MB = 0,249M + 0,247LK + 0,401PK$ . Persamaan ini menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan adalah variabel terbesar dengan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dengan *path coefficient* sebesar 0,401. Variabel lingkungan keluarga menjadi variabel terkecil, juga dengan pengaruh positif, dengan *path coefficient* sebesar 0,247. Terakhir, motivasi menjadi variabel ketiga yang juga berdampak positif, dengan *path coefficient* sebesar 0,249. *Path coefficient* dianggap memiliki pengaruh positif jika nilainya berada dalam rentang 0 hingga 1.

### Hasil uji hipotesis (uji signifikan)

Tabel 6. Hasil pengujian hipotesis

Hipotesis	Variabel	<i>Path Coefficient</i>	<i>t-statistics</i>	<i>p-values</i>
H1	Motivasi → Minat Berwirausaha	0,249	2,168	0,030
H2	Lingkungan Keluarga → Minat Berwirausaha	0,247	2,405	0,016
H3	Pengetahuan Kewirausahaan → Minat Berwirausaha	0,401	4,529	0,000

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu hipotesis ditolak atau tidak ditolak, dengan membandingkan nilai *t-statistics* dan *p-value* yang diperoleh melalui hasil uji *bootstrapping*. Nilai *t-statistic* harus lebih besar dari 1,96 untuk dianggap atau dinyatakan valid. *P-value* harus lebih kecil sama dengan 0,05 agar tidak ditolak, yang berarti bahwa hipotesis nol ditolak jika nilai *p-value* lebih besar sama dengan 0,05, karena tingkat kesalahan terjadi jika angka tersebut lebih kecil dari nilai *p-value*. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 6.

## **Pembahasan**

### **Uji hipotesis pertama**

H1: Motivasi dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha.

Pada Tabel 6, diperoleh bahwa nilai *path coefficient* untuk variabel motivasi terhadap minat berwirausaha adalah 0,249, dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,168 dan *p-value* sebesar 0,030. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan, karena nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-value* ≤ 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada gen-z di wilayah Jakarta Barat. Oleh karena itu, berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa H1 tidak ditolak.

### **Uji hipotesis kedua**

H2: Lingkungan keluarga dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha

Pada Tabel 6, diperoleh bahwa nilai *path coefficient* untuk variabel lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha adalah 0,247, dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,405 dan *p-value* sebesar 0,016. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan, karena nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-value* ≤ 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada gen-z di wilayah Jakarta Barat. Oleh karena itu, berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa H2 tidak ditolak.

### **Uji hipotesis ketiga**

H3: Pengetahuan kewirausahaan dapat memberikan pengaruh terhadap minat berwirausaha

Pada Tabel 6, nilai *path coefficient* untuk variabel pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha adalah 0,401, dengan nilai *t-statistics* sebesar 4,529 dan *p-value* sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan, karena nilai *t-statistics* > 1,96 dan *p-value* ≤ 0,05. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada gen-z di wilayah Jakarta Barat. Oleh karena itu, berdasarkan hasil uji hipotesis pada Tabel 6, dapat disimpulkan bahwa H3 tidak ditolak.

## **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV maka kesimpulan dari penelitian ini, yaitu:

- a. Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha Gen-Z sehingga dapat dikatakan H1 diterima
- b. Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha Gen-Z sehingga dapat dikatakan H2 diterima.
- c. Pengetahuan kewirausahaan sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha Gen-Z sehingga dapat dikatakan H3 diterima.

## Saran

- a. Membuat program pengembangan motivasi untuk meningkatkan minat berwirausaha pada Gen-Z dapat dilakukan, misalnya dengan mengadakan pelatihan atau seminar tentang kewirausahaan yang melibatkan mentor atau wirausahawan sukses.
- b. Institusi pendidikan dapat menyediakan kurikulum kewirausahaan yang lebih praktis dan terarah sehingga Gen-Z memiliki pemahaman yang lebih mendalam dan siap dalam menghadapi tantangan di dunia usaha.
- c. Dukungan aktif dari keluarga dalam bentuk dorongan dan bimbingan akan meningkatkan kepercayaan diri dan minat berwirausaha pada Gen-Z.

Sementara itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak variabel, serta memperluas cakupan responden di luar wilayah Jakarta Barat agar hasilnya lebih representatif.

## Ucapan terima kasih

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya sehingga jurnal penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing Bapak Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM., yang telah memberikan arahan, serta kepada Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., Ketua Program Studi S1 Manajemen, Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M., Sekretaris Program Studi, dan seluruh dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. Terima kasih juga kepada orangtua, keluarga, sahabat, dan teman-teman atas dukungan dan motivasinya. Penulis berharap jurnal penelitian ini dapat bermanfaat dan terbuka untuk saran serta kritik dari pembaca.

## REFERENSI

- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, kepribadian, dan motivasi terhadap minat berwirausaha dengan self-efficacy sebagai variabel moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 878-893. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28317>
- Aisyah, S., Rahmani, N., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi, lingkungan keluarga dan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740-11757. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>
- Arifin, Y. A., & Qodariah. (2023). The influence of entrepreneurship knowledge, motivation and family environment on entrepreneurship interest. *International Journal of Social Service and Research*, 3(3), 818-825. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i3.293>
- Cahyono, E. B., & Umam, M. K. (2017). Pengaruh motivasi berwirausaha dan kemampuan berpikir kreatif terhadap minat berwirausaha siswa teknik pemesinan. *Jurnal Pendidikan Vokasional Teknik Mesin*, 4(3), 277-284.
- Donova, A., & Widjaja, O. H., (2023). Pengaruh kepemimpinan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap business performance. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(4), 829-837. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26923>
- Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017). Pengaruh sikap mandiri, motivasi, pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Studi kasus pada mahasiswa FEB UKSW konsentrasi kewirausahaan), 2(3), 291-314.
- Jefry, & Soelaiman, L. (2023). Faktor yang memengaruhi minat berwirausaha generasi Z di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(4), 971-978. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i4.26966>
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: An applied orientation* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Nugrahaningsih, H., & Muslim, R. (2016). Pengaruh kepribadian, pengetahuan dan motivasi terhadap minat berwirausaha dengan perencanaan strategis sebagai variabel moderating pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta, 3(2), 1–20.
- Prihantoro, W. G., & Hadi, S. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga terhadap mental kewirausahaan. *Keluarga Terhadap Sikap Mental*, 13027.
- Rahman, Z. N., Murwaningsih, T., & Ninghardjanti, P. (n.d.). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PAP FKIP UNS. *Jurnal Informasi dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 8(1), 41.
- Sakitri, G. (2021). Selamat datang Gen Z, sang penggerak inovasi! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35.
- Siregar, Z. A., & Marwan. (2020). The influence of family environment, entrepreneurship knowledge and entrepreneurship motivation on students' entrepreneurship interest of Islamic Education Management Program of Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 124.
- Supriyatno, B. (n.d.). Pengaruh kepercayaan diri dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Ngawi, XVII(1).
- Sulistiani, W., & Mustami'ah. (2018). Efektivitas modul pembelajaran tematik kelautan dan kemaritiman untuk menumbuhkan minat kebaharian pada anak usia dini di taman kanak-kanak. *Prosiding Seminar ASEAN Psychology*.
- Suryana. (2016). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses* (Edisi empat). Jakarta: Salemba Empat.
- Wulandari, L. A. (2020). Pengaruh lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember angkatan 2016 dan 2017.