



**PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
MAHASISWA DALAM BERWIRAUSAHA DI INTERNASIONAL
WOMEN UNIVERSITY
(SURVEI MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
ANGKATAN 2021 DI INTERNASIONAL WOMEN UNIVERSITY KOTA
BANDUNG JAWA BARAT)**

***THE INFLUENCE OF SOCIAL FACTORS AND MOTIVATION ON
STUDENTS' INTEREST IN ENTREPRENEURSHIP AT
INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY
(SURVEY OF STUDENTS OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDY
PROGRAM CLASS 2021 AT INTERNATIONAL WOMEN UNIVERSITY
BANDUNG CITY, WEST JAVA)***

Alan Mudiana Faturahman¹, Hendar Rubedo²

^{1,2}Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Wanita Internasional Bandung

*email koresponden: alanmudiana05@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1306>

Abstract

This study aims to analyze the influence of social factors and motivation on students' interest in entrepreneurship at International Women University (IWU) Bandung. The research employed a quantitative approach with a survey method involving 82 students from the Business Administration Study Program, class of 2021. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and tested for validity and reliability. Descriptive analysis showed that social factors were categorized as high (74.08%), motivation as very high (84.72%), while entrepreneurial interest was only moderate (58%). The partial test (t-test) revealed that social factors significantly influenced entrepreneurial interest ($t = 3.123$; Sig. = 0.003), and motivation also had a significant and dominant effect ($t = 5.238$; Sig. = 0.000). Simultaneously, social factors and motivation had a significant effect on students' entrepreneurial interest ($F = 54.701$; Sig. = 0.000). These findings indicate that strong social support and high internal motivation substantially contribute to increasing students' interest in becoming entrepreneurs.

Keywords: social factors, motivation, entrepreneurial interest, students

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor sosial dan motivasi terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha di International Women University (IWU) Bandung. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 82 mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis angkatan 2021. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert, kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa faktor sosial



berada pada kategori tinggi dengan skor rata-rata 74,08%, motivasi berada pada kategori sangat tinggi dengan skor 84,72%, sedangkan minat berwirausaha mahasiswa hanya berada pada kategori cukup dengan skor 58%. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha ($t = 3,123$; $\text{Sig.} = 0,003$), motivasi juga berpengaruh signifikan ($t = 5,238$; $\text{Sig.} = 0,000$) dan menjadi faktor dominan. Secara simultan, faktor sosial dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa ($F = 54,701$; $\text{Sig.} = 0,000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa dukungan sosial yang baik dan motivasi internal yang kuat berkontribusi nyata dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan.

Kata Kunci: faktor sosial, motivasi, minat berwirausaha, mahasiswa

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Kehadiran wirausahawan tidak hanya menjadi penggerak roda perekonomian, tetapi juga berkontribusi dalam mengatasi masalah sosial-ekonomi, terutama pengangguran yang terus meningkat setiap tahunnya. Dengan menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan produktivitas masyarakat, dan memperkuat kemandirian ekonomi, kewirausahaan menjadi salah satu solusi strategis untuk mendorong pembangunan yang berkelanjutan (Wawan Ruswandi & Suciati, 2023).

Namun, kondisi kewirausahaan di Indonesia masih tertinggal dibandingkan negara lain. Data Kementerian Koperasi dan UKM RI (2023) menunjukkan jumlah wirausahawan baru mencapai 3,74% dari total populasi, jauh dari standar minimal 5% yang dibutuhkan agar perekonomian negara berkembang dapat tumbuh stabil. Angka ini juga terpaut signifikan dari negara maju seperti Amerika Serikat yang memiliki rasio di atas 10%. Rendahnya jumlah wirausahawan ini menandakan masih lemahnya ekosistem kewirausahaan di Indonesia, baik dari sisi minat, dukungan kebijakan, maupun kesiapan generasi mudanya.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi muda sesungguhnya memiliki potensi besar untuk menjadi motor penggerak kewirausahaan. Mereka berada pada fase usia produktif dengan akses terhadap pendidikan, teknologi, dan peluang jaringan sosial yang luas. Akan tetapi, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa minat berwirausaha di kalangan mahasiswa masih rendah. Banyak lulusan perguruan tinggi yang justru berorientasi sebagai pencari kerja (job seeker) daripada pencipta lapangan kerja (job creator). Fenomena ini berkontribusi pada tingginya angka pengangguran terdidik di Indonesia sebagaimana dilaporkan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023.

Rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain pola pikir yang masih cenderung mencari pekerjaan aman, minimnya keberanian mengambil risiko, kurangnya pengalaman praktis, serta lemahnya dukungan dari lingkungan sosial. Padahal, di tengah era globalisasi dan revolusi industri 4.0 yang sangat kompetitif, kewirausahaan justru menawarkan kesempatan luas untuk berinovasi, mandiri, dan berkontribusi terhadap perekonomian bangsa.

Sejumlah penelitian terdahulu menegaskan pentingnya faktor sosial dan motivasi dalam membentuk minat kewirausahaan. Supriyadi (2021) menunjukkan bahwa dukungan keluarga berperan penting dalam menumbuhkan keberanian mahasiswa untuk memulai usaha. Rahmawati (2022) menegaskan bahwa motivasi internal, seperti dorongan meraih kesuksesan dan kemandirian, menjadi faktor dominan dalam keputusan berwirausaha. Temuan ini diperkuat oleh penelitian John & Lim (2023) di Asia Tenggara, yang menemukan bahwa dukungan sosial dari keluarga, teman sebaya, dan lingkungan sekitar, bersama dengan motivasi



pribadi yang kuat, dimana motivasi adalah dorongan individu untuk mengerahkan usaha maksimal dalam mencapai tujuan organisasi sekaligus memenuhi kebutuhan pribadinya dalam lingkungan kerja (W Ruswandi, 2017) dan (Wawan Ruswandi et al, 2021). Sehingga motivasi ini secara signifikan memengaruhi intensi kewirausahaan mahasiswa.

Hasil pra-survei yang peneliti lakukan di International Women University (IWU) mendukung temuan-temuan tersebut. Dari 32 responden mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis, mayoritas (65%) menunjukkan minat tinggi terhadap kewirausahaan. Motivasi sukses (78,1%) dan motivasi mandiri (68,8%) muncul sebagai faktor dominan, sementara faktor eksternal seperti pengaruh keluarga (62,5%), lingkungan sosial (56,3%), dan teman sebaya (46,9%) juga turut berkontribusi. Namun, terdapat 15% mahasiswa yang sama sekali tidak berminat, menunjukkan masih adanya hambatan yang perlu diatasi.

Hasil pengumpulan data terkait faktor pendorong yang mempengaruhi minat berwirausaha dapat dirangkum sebagai berikut:

Table 1.1 Hasil Prasurvei

Faktor Pendorong	Jumlah Responden	Presentase
Pengaruh Keluarga	20 orang	62.5%
Pengaruh Teman	15 orang	46.9%
Lingkungan Sosial	18 orang	56.25%
Motivasi Mandiri	22 orang	68.75%
Motivasi Sukses	25 orang	78.13%

Sumber: olah data peneliti (2025)

Temuan ini menunjukkan bahwa baik faktor eksternal seperti dukungan sosial maupun faktor internal seperti motivasi pribadi, sangat berperan dalam mendorong mahasiswa untuk mengembangkan minat berwirausaha. Dengan 65% mahasiswa menunjukkan ketertarikan tinggi, serta ditopang oleh pengaruh sosial dan motivasi yang kuat, peluang untuk merancang program pengembangan kewirausahaan di lingkungan kampus sangat terbuka. Data ini sekaligus menjadi landasan penelitian untuk mengkaji pengaruh faktor sosial dan motivasi terhadap minat mahasiswa berwirausaha di Program Studi Administrasi Bisnis IWU.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang bertujuan untuk menguji pengaruh faktor sosial dan motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, buku, jurnal, serta laporan resmi terkait kewirausahaan.

Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif Program Studi Administrasi Bisnis Internasional Women University (IWU) angkatan 2021, dengan objek penelitian yang difokuskan pada faktor sosial (X1) dan motivasi (X2) sebagai variabel independen, serta minat berwirausaha (Y) sebagai variabel dependen. Faktor sosial diukur melalui indikator dukungan keluarga, teman sebaya, komunitas bisnis, dan media sosial. Motivasi meliputi motivasi intrinsik seperti kemandirian, aktualisasi diri, dan prestasi, serta motivasi ekstrinsik berupa keuntungan finansial, status sosial, dan pengakuan. Adapun minat berwirausaha diukur melalui keinginan menjadi pelaku usaha, ketertarikan pada bisnis, kesiapan mengambil risiko, serta dorongan untuk menciptakan lapangan kerja.



Populasi penelitian berjumlah 467 mahasiswa aktif angkatan 2021. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling menggunakan kriteria mahasiswa minimal semester enam dan telah mengikuti mata kuliah atau pelatihan kewirausahaan. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 82 responden.

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi Pearson Product Moment, sedangkan reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria reliabel apabila nilai α lebih dari 0,6.

Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dan verifikatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban kuesioner. Analisis verifikatif dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian melalui serangkaian uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis jalur (path analysis) untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung, analisis korelasi untuk melihat keeratan hubungan antar variabel, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t secara parsial dan uji F secara simultan.

Penelitian ini dilaksanakan di lingkungan International Women University (IWU) Bandung, Jawa Barat, pada tahun 2025.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Faktor Sosial (X1)

Penyajian hasil penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner 82 responden. Skala yang digunakan yaitu skala ordinal dengan rentang skor 1 sampai 5, dengan jumlah pernyataan sebanyak 7 item. Adapun hasil dari perhitungan sebagai berikut.

Tabel 1 Tanggapan Responden Mengenai Faktor Sosial

Tanggapan	STS	TS	S	SS	SSS	TOTAL SKOR	IS	KRITERIA
Pernyataan	1	2	3	4	5			
X1.1	0	0	31	12	39	336	81,95%	Sangat Tinggi
X1.2	1	0	25	21	35	335	81,71%	Sangat Tinggi
X1.3	1	14	28	16	23	292	71,22%	Tinggi
X1.4	1	31	34	7	9	238	58,05%	Cukup
X1.5	0	7	33	15	27	308	75,12%	Tinggi
X1.6	1	5	33	22	21	303	73,90%	Tinggi
X1.7	0	4	35	14	29	314	76,59%	Tinggi
TOTAL SKOR	4	61	219	107	183	2126	74,08% Tinggi	
Rata Rata	1	15	55	27	46	304		
Standar Deviasi	30,709							
Rentang Nilai	238 – 336							
Kriteria	Tinggi							

Sumber : Data primer oalahan SPSS 25, Juni 2025



Tabel 1 menyajikan hasil analisis deskriptif terhadap tanggapan 82 responden mengenai variabel Faktor Sosial yang terdiri dari 7 pernyataan. Instrumen diukur menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 hingga 5. Nilai total skor maksimum adalah 2126.

Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa nilai rata-rata total skor per pernyataan adalah 304, dengan standar deviasi sebesar 30,709, dan rentang nilai skor antara 238 hingga 336. Nilai tersebut menunjukkan adanya variasi moderat dalam tanggapan responden terhadap masing-masing indikator faktor sosial.

Persentase total (IS) diperoleh sebesar 74,08%, yang jika merujuk pada kriteria kategori interpretasi persentase, termasuk ke dalam kategori "Tinggi". Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, responden menilai faktor sosial sebagai aspek yang cukup berpengaruh terhadap minat berwirausaha mereka.

Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar indikator dalam variabel faktor sosial dinilai tinggi atau sangat tinggi oleh responden, namun terdapat satu indikator (X1.4) yang masih dinilai cukup dan dapat menjadi perhatian lebih lanjut dalam penelitian lanjutan atau program intervensi.

2) Motivasi (X2)

Penyajian hasil penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner 82 responden. Skala yang digunakan yaitu skala ordinal dengan rentang skor 1 sampai 5, dengan jumlah pernyataan sebanyak 6 item. Adapun hasil dari perhitungan sebagai berikut.

Tabel 2 Tanggapan Responden Mengenai Motivasi

Tanggapan	STS	TS	S	SS	SSS	TOTAL L SKOR	IS	KRITERIA
Pernyataan	1	2	3	4	5			
X2.1	0	0	12	11	59	375	91,46%	Sangat Tinggi
X2.2	0	2	26	16	38	336	81,95%	Sangat Tinggi
X2.3	0	6	39	16	21	298	72,68%	Tinggi
X2.4	0	1	12	20	49	363	88,54%	Sangat Tinggi
X2.5	0	0	17	14	51	362	88,29%	Sangat Tinggi
X2.6	1	2	15	20	44	350	85,37%	Sangat Tinggi
TOTAL SKOR	1	11	121	97	262	2084	84,72% Sangat Tinggi	
Rata Rata	0	3	35	28	75	347		
Standar Deviasi	25,151							
Rentang Nilai	298 – 375							
Kriteria	Sangat Tinggi							

Sumber : *Data primer oalahan SPSS 25, Juni 2025*

Tabel 2 menyajikan hasil tanggapan dari 82 responden terhadap variabel motivasi yang terdiri dari enam pernyataan. Masing-masing pernyataan diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5. Total skor maksimum yang diperoleh dari keseluruhan pernyataan adalah 2084.

Berdasarkan hasil analisis, nilai rata-rata total skor per item pernyataan adalah 347, dengan standar deviasi sebesar 25,151 dan rentang nilai skor berkisar antara 298 hingga 375.



Persentase total (IS) diperoleh sebesar 84,72%. Berdasarkan kriteria interpretasi, nilai tersebut termasuk dalam kategori sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha berada pada tingkat yang sangat tinggi.

Jika dilihat lebih rinci, semua pernyataan pada variabel motivasi memperoleh kategori sangat tinggi, kecuali satu pernyataan yaitu X2.3 yang memperoleh skor 298 atau 72,68%, sehingga masuk dalam kategori tinggi. Sementara itu, lima pernyataan lainnya (X2.1, X2.2, X2.4, X2.5, dan X2.6) semuanya memiliki persentase di atas 80%, dengan kategori sangat tinggi.

Hasil ini mengindikasikan bahwa sebagian besar indikator motivasi dinilai sangat baik oleh responden. Hal ini menguatkan bahwa motivasi menjadi salah satu faktor dominan yang mendorong mahasiswa untuk memiliki minat dalam berwirausaha.

3) Minat Berwirausaha (Y)

Penyajian hasil penelitian ini berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuesioner 82 responden. Skala yang digunakan yaitu skala ordinal dengan rentang skor 1 sampai 5, dengan jumlah pernyataan sebanyak 4 item. Adapun hasil dari perhitungan sebagai berikut.

Tabel 3 Tanggapan Responden Mengenai Minat Berwirausaha

Tanggapan	STS	TS	S	SS	SSS	TOTAL SKOR	IS	KRITERIA
Pernyataan	1	2	3	4	5			
Y.1	3	6	36	20	17	268	59%	Cukup
Y.2	2	7	35	22	16	267	58%	Cukup
Y.3	1	9	33	25	14	266	58%	Cukup
Y.4	2	5	34	21	20	270	60%	Cukup
TOTAL SKOR	8	27	138	88	67	1071		
Rata Rata	3	11	55	35	27	268		
Standar Deviasi	1,479						58% Cukup	
Rentang Nilai	266 – 270							
Kriteria	Cukup							

Sumber : *Data primer oalahan SPSS 25, Juni 2025*

Tabel 3 menunjukkan hasil tanggapan dari 82 responden terhadap variabel minat berwirausaha yang terdiri dari empat pernyataan. Setiap pernyataan dinilai menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5. Total skor maksimum keseluruhan yang diperoleh adalah 1303.

Berdasarkan data pada Tabel tanggapan responden terhadap variabel Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha (Y), terlihat bahwa seluruh pernyataan yang diberikan responden memperoleh skor rata-rata dengan kategori “Cukup”, yang tercermin dari nilai Indeks Skor (IS) berkisar antara 58% hingga 60%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat mahasiswa International Women University dalam berwirausaha masih belum tergolong tinggi atau optimal.

Capaian skor yang hanya berada pada kategori cukup menunjukkan bahwa mahasiswa belum sepenuhnya memiliki keinginan yang kuat, kesungguhan, atau dorongan internal yang besar untuk memulai dan menjalankan usaha secara mandiri. Padahal, minat berwirausaha merupakan faktor kunci dalam mendorong lahirnya wirausahawan baru di lingkungan kampus, yang pada akhirnya dapat mendukung program kewirausahaan nasional.



Jika dikaitkan dengan latar belakang penelitian, ditemukan adanya kesenjangan antara kebutuhan akan pengembangan jiwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan kenyataan bahwa sebagian besar mahasiswa belum menunjukkan minat yang tinggi untuk berwirausaha. Hal ini bisa dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti kurangnya dukungan lingkungan sosial, keterbatasan akses informasi kewirausahaan, hingga lemahnya motivasi internal.

Kondisi ini menjadi indikasi masalah yang penting untuk ditindaklanjuti, baik oleh pihak kampus, dosen pembina kewirausahaan, maupun lembaga pengembangan karier mahasiswa. Dengan mengidentifikasi bahwa minat mahasiswa dalam berwirausaha berada pada tingkat yang cukup, maka dapat dirumuskan strategi intervensi dan penguatan dari sisi motivasi, pelatihan kewirausahaan, mentoring usaha, serta penyediaan peluang dan fasilitas bisnis di lingkungan kampus.

Temuan ini juga menegaskan urgensi penelitian ini untuk mengeksplorasi lebih dalam pengaruh faktor sosial dan motivasi sebagai determinan penting dalam membentuk dan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, pembahasan hasil penelitian ini akan memberikan arah dan rekomendasi untuk mendorong peningkatan minat kewirausahaan secara lebih strategis dan terukur.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.270	1.322		1.718	.090
	FAKTOR SOSIAL (X1)	.176	.056	.309	3.123	.003
	MOTIVASI (X2)	.357	.068	.518	5.238	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA (Y)

Sumber : *Data primer oalahan SPSS 25, Juni 2025*

PEMBAHASAN

Pengaruh Faktor Sosial (X1) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel faktor sosial (X1) adalah sebesar 0,176 dengan nilai t hitung sebesar 3,123 dan tingkat signifikansi sebesar 0,003. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari 0,1 ($0,003 < 0,1$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat berwirausaha (Y) pada mahasiswa International Women University.

Dengan demikian, hipotesis H_1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara faktor sosial terhadap minat berwirausaha diterima, sedangkan H_0 ditolak. Ini menunjukkan bahwa perubahan pada faktor sosial, seperti dukungan keluarga, pengaruh teman sebaya, lingkungan sekitar, dan norma sosial, akan berdampak terhadap meningkatnya minat mahasiswa dalam berwirausaha.

Koefisien Beta standar (β) sebesar 0,309 juga menunjukkan bahwa arah pengaruh faktor sosial terhadap minat berwirausaha adalah positif. Artinya, semakin tinggi faktor sosial yang dirasakan oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha.



Semakin baik tingkat faktor sosial yang diberikan, maka akan semakin besar pula peluang seseorang khususnya mahasiswa untuk memiliki minat yang tinggi dalam berwirausaha. Lingkungan sosial yang suportif menciptakan suasana yang kondusif bagi berkembangnya ide-ide kreatif dan inovatif. Mahasiswa yang mendapat dorongan positif dari keluarga, teman, dan masyarakat akan merasa lebih percaya diri dalam mengambil langkah wirausaha karena merasa didukung secara emosional, psikologis, bahkan material.

Pengaruh Motivasi (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel motivasi menunjukkan nilai signifikansi (Sig. = 0,000) dengan nilai t hitung sebesar 5,238, jauh di bawah nilai t tabel (1,990). Nilai ini mengindikasikan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Lebih lanjut, koefisien regresi motivasi sebesar 0,357 menyiratkan bahwa setiap kenaikan satu unit dalam motivasi akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,357 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Selain itu, nilai koefisien beta standar ($\beta = 0,518$) menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap minat berwirausaha dibanding faktor sosial.

Secara substansial, hal ini menegaskan bahwa motivasi baik bersifat intrinsik (seperti keinginan mandiri, aktualisasi diri) maupun ekstrinsik (seperti kesempatan ekonomi) berperan besar dalam membentuk ketertarikan mahasiswa untuk berwirausaha. Dorongan motivasional sangat diperlukan agar mahasiswa mengambil inisiatif dan bertahan menghadapi tantangan kewirausahaan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung pemikiran bahwa meningkatkan motivasi mahasiswa melalui pelatihan, pendampingan, pengalaman lapangan, atau penghargaan keberhasilan akan secara langsung berkontribusi pada peningkatan minat mereka untuk memulai dan menjalankan usaha sendiri.

Semakin baik tingkat motivasi maka semakin besar pula kemungkinan mahasiswa untuk memiliki minat yang tinggi dalam berwirausaha. Motivasi berfungsi sebagai dorongan internal yang menggerakkan seseorang untuk bertindak, mengejar tujuan, dan menghadapi tantangan, termasuk dalam konteks menjalankan usaha. Mahasiswa yang memiliki motivasi kuat cenderung memiliki tekad, keberanian, dan semangat untuk memulai dan mengembangkan usaha, meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan atau risiko.

Pengaruh Faktor Sosial (X1) dan Motivasi (X2) Terhadap Minat Berwirausaha (Y)

Diketahui bahwa nilai F hitung adalah sebesar 54,701 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi ini jauh lebih kecil dari batas signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,1, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel faktor sosial dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Hasil ini mengindikasikan bahwa baik aspek lingkungan sosial seperti dukungan keluarga, teman sebaya, maupun pengaruh figur penting (X1), serta dorongan internal seperti semangat, tujuan hidup, dan kebutuhan akan pencapaian (X2), secara bersama-sama memainkan peran penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Mahasiswa yang mendapatkan dukungan sosial yang baik serta memiliki motivasi tinggi akan lebih terdorong untuk mencoba dan menekuni aktivitas wirausaha.

Temuan ini memperkuat pandangan dari Suryana, (2021) yang menyatakan bahwa niat kewirausahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu semata, melainkan juga oleh



interaksi dengan lingkungan sosial dan dorongan motivasional dari dalam diri. Oleh karena itu, perguruan tinggi sebaiknya merancang kurikulum, pelatihan, dan kegiatan pendukung yang mampu memperkuat motivasi sekaligus membangun ekosistem sosial yang mendukung kegiatan kewirausahaan mahasiswa.

Dengan keterbatasan lapangan pekerjaan formal, perguruan tinggi didorong untuk memfasilitasi mahasiswa agar memiliki minat dan kesiapan berwirausaha. Faktor sosial dan motivasi menjadi kunci penting yang harus diperhatikan dan dikembangkan melalui kegiatan mentoring, pelatihan kewirausahaan, dan inkubator bisnis kampus.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai “Pengaruh Faktor Sosial dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha Di Internasional Women University Kota Bandung” diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Sosial dalam berwirausaha di Internasional Women University secara keseluruhan, faktor sosial terbukti memiliki peran yang penting dan relevan dalam membentuk sikap dan ketertarikan mahasiswa terhadap dunia usaha, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam pengembangan program-program kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi.
2. Secara keseluruhan, motivasi terbukti sebagai salah satu faktor utama yang memperkuat minat mahasiswa untuk terlibat dalam dunia usaha, sehingga pengembangan aspek motivasional perlu menjadi bagian penting dalam program pendidikan kewirausahaan di lingkungan kampus.
3. Secara keseluruhan, minat mahasiswa terhadap kewirausahaan menunjukkan bahwa mereka memiliki potensi besar untuk menjadi generasi wirausahawan baru yang tangguh dan inovatif. Oleh karena itu, minat ini perlu terus ditumbuhkan dan difasilitasi melalui kebijakan, program, dan dukungan nyata dari pihak kampus dan lingkungan sekitarnya.
4. Sebagaimana dilihat dalam hasil uji koefisien korelasi, diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara faktor sosial dan motivasi dengan minat berwirausaha mahasiswa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap variabel dependen. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengaruh faktor sosial dan semakin tinggi tingkat motivasi yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin besar pula minat mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.
5. Sebagaimana terlihat dari hasil uji regresi parsial (uji t), faktor sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor dalam lingkungan sosial, seperti dukungan dari keluarga, pengaruh teman sebaya, relasi sosial, serta panutan dalam lingkungan sekitar, berperan dalam membentuk minat mahasiswa untuk menjalani kegiatan kewirausahaan.
6. Berdasarkan hasil uji regresi parsial (uji t), diketahui bahwa motivasi memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi sebagai dorongan dari dalam diri mahasiswa, seperti keinginan untuk mandiri, mencapai prestasi, menciptakan sesuatu yang baru, dan memperbaiki kondisi ekonomi, secara nyata dapat meningkatkan minat mereka untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.
7. Berdasarkan hasil analisis regresi, baik secara parsial maupun simultan, diketahui bahwa faktor sosial dan motivasi memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Secara parsial, masing-masing variabel menunjukkan pengaruh yang positif, yang berarti bahwa baik faktor sosial maupun motivasi secara sendiri-sendiri



mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Secara simultan, kedua variabel tersebut menunjukkan hubungan yang lebih kuat terhadap minat berwirausaha. Hasil uji F menunjukkan bahwa jika faktor sosial dan motivasi digabungkan, maka pengaruhnya terhadap minat berwirausaha menjadi lebih signifikan dibandingkan jika dilihat secara terpisah. Hal ini menunjukkan adanya sinergi antara dukungan lingkungan sosial dan dorongan internal mahasiswa dalam membentuk minat yang kuat untuk berwirausaha.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Tingkat pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan*. Jakarta: BPS. <https://www.bps.go.id>
- John, P., & Lim, S. (2023). Social support and entrepreneurial intention among Southeast Asian university students. *International Journal of Entrepreneurship Studies*, 5(2), 45–60. <https://doi.org/10.1080/ijes.2023.0052>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan perkembangan kewirausahaan nasional*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Rahmawati, D. (2022). Motivasi dan intensi kewirausahaan mahasiswa di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 77–89. <https://doi.org/10.32509/jeb.v15i1.2022>
- Supriyadi, A. (2021). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 101–112. <https://doi.org/10.24127/jpe.v9i2.2021>
- Suryana. (2021). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruswandi, W. (2017). Pengaruh Budaya Kerja, Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pd Alam Aneka Aroma Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 3(1), 32–43. <http://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/40>
- Ruswandi, Wawan, & Suciati, F. (2023). Menumbuhkembangkan Minat Wirausaha Generasi Muda Di Sukabumi Kota Melalui Kreatifitas Dan Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(1), 770–781. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2923>
- Wawan Ruswandi et al. (2021). PENGARUH ROTASI PEKERJAAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI SETUKPA LEMDIKLAT POLRI PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ekonomak*, 7(1), 1–10.