

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Martin Albrown dalam (Patta Rapanna, 2018) menyebutkan bahwa globalisasi menyangkut seluruh proses di dunia. Proses tersebut melibatkan seluruh penduduk dunia, yang akhirnya menghubungkan mereka dalam komunitas dunia atau 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. Kondisi ini menuntut mahasiswa untuk memiliki kemampuan adaptasi dan inovasi, di mana berwirausaha menjadi salah satu pilihan menarik. Berwirausaha tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Generasi muda semakin memahami pentingnya kemandirian finansial, fleksibilitas, dan dampak sosial dalam berwirausaha. Teknologi digital, seperti e-commerce dan media sosial, memudahkan siapa saja memulai bisnis dengan modal kecil dan pasar luas. Data menunjukkan bahwa (60%) sektor usaha di Indonesia berasal dari kategori mikro, kecil, dan menengah (UMKM), dengan distribusi terbesar pada sektor perdagangan (30%), diikuti oleh sektor jasa (25%) dan industri pengolahan (15%). sementara sektor pertanian, perikanan, pariwisata, dan teknologi memiliki proporsi lebih kecil. 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 (I. Ajzen, 1991), minat berwirausaha dipengaruhi oleh tiga faktor utama. Pertama, sikap terhadap perilaku, yaitu keyakinan bahwa kewirausahaan memberikan manfaat seperti kebebasan finansial dan kesempatan mengembangkan diri. Kedua, norma subjektif, di mana dukungan dari keluarga, teman, atau lingkungan sosial dapat mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha. Ketiga, kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan diri dalam memulai dan mengelola usaha. Ketiga faktor ini saling berkaitan dalam membentuk

minat seseorang untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Mengelola minat berwirausaha menjadi penting karena dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengatasi pengangguran. 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 (Fauzan and Ikhwan, 2023).

Perguruan tinggi memegang peran penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa, salah satunya melalui mata kuliah kewirausahaan yang memberikan dasar pengetahuan (Agustina *et al.*, 2024). Program "Merdeka Belajar Kampus Merdeka" (MBKM) oleh Kemendikbudristek RI mendukung pengembangan ini dengan inisiatif seperti KBMI, ASMI, dan pendampingan wirausaha, bertujuan mencetak wirausahawan muda yang menciptakan lapangan kerja. Motivasi berwirausaha, baik internal seperti kemandirian finansial, maupun eksternal seperti dukungan sosial, menjadi faktor kunci dalam membangun minat tersebut. Menurut teori motivasi *self-determination* (Julindrastuti and Karyadi, 2022), dorongan ini berasal dari kebutuhan dasar individu dan pengaruh lingkungan, membantu mahasiswa menghadapi tantangan dunia usaha.

Motivasi berwirausaha merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Motivasi yang kuat dapat membantu individu mengatasi rasa takut akan kegagalan, meningkatkan keyakinan diri, dan mendorong mereka untuk mengambil risiko yang diperlukan dalam memulai usaha. Sebagai contoh, mahasiswa yang memiliki motivasi intrinsik seperti keinginan untuk menciptakan solusi inovatif bagi masalah di masyarakat akan lebih terdorong untuk menjalankan bisnisnya dibandingkan mereka yang kurang memiliki dorongan tersebut (Erren Setyaki and Sugiyanto Sugiyanto, 2023).

(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. Dalam perjalanan membangun usaha, individu sering kali menghadapi hambatan seperti kurangnya modal, persaingan ketat, atau kegagalan dalam strategi pemasaran. 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. Mengelola media sosial dengan baik memungkinkan pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan melalui umpan balik langsung (Agustina *et al.*, 2024). Selain itu media sosial juga memberikan peluang untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan, yang dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian pasar yang lebih luas. 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. Perkembangan media digital saat ini telah banyak dimanfaatkan pelaku bisnis untuk aktivitas pemasaran bisnisnya. Konsep digital marketing berasal dari internet dan mesin pencari (*search engines*) pada situs. Penggunaan pencarian melalui internet berkembang pada tahun 2006 dan pada tahun 2007 penggunaan perangkat mobile meningkat drastis yang juga meningkatkan penggunaan internet dan

masyarakat dari berbagai penjuru dunia mulai berhubungan satu sama lain melalui media sosial (Gunawan Wibowo, 2021)

Media sosial memberikan akses ke kisah inspiratif, panduan bisnis, dan tren pasar yang mendorong seseorang untuk berwirausaha (Sumerta *et al.*, 2020). Media sosial berperan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi. Mahasiswa sebagai kelompok yang aktif menggunakan internet, cenderung bergantung pada media sosial karena kebutuhan psikologis mereka dan aksesibilitas tinggi (Agustin, Maryam and Daeng, 2024). Media sosial menawarkan ruang bagi individu, termasuk mereka yang introvert, untuk berkomunikasi, membangun jejaring, dan mengeksplorasi peluang bisnis secara online. Selain itu, platform ini memudahkan promosi, penjualan, dan interaksi dengan pelanggan, menjadikannya alat efektif dalam kewirausahaan. Sementara itu, kepribadian, sebagai kumpulan sifat unik seseorang, memainkan peranan penting dalam kewirausahaan. Menurut (Nurhayati, 2020), rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan visi yang kuat adalah kualitas kepribadian yang mendukung minat berwirausaha. Sifat-sifat ini membantu individu mengatasi tantangan, mencari peluang, dan menciptakan solusi inovatif yang mendorong keberhasilan dalam dunia bisnis. Kepribadian yang kuat dapat menjadi aset berharga yang memungkinkan seseorang untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Pentingnya mengelola kepribadian terletak pada perannya dalam membentuk sikap dan perilaku yang mendukung aktivitas kewirausahaan. Dengan demikian, pemahaman tentang bagaimana motivasi dan media sosial berinteraksi dalam konteks kewirausahaan menjadi relevan. 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. (Fauzan and Ikhwan, 2023), menegaskan bahwa keberhasilan usaha sangat bergantung pada kesesuaian antara kepribadian individu dengan jenis usaha yang dijalankan. Jika kepribadian seseorang dikelola dengan baik, mereka cenderung menunjukkan sikap positif, ketekunan, dan kemampuan beradaptasi, yang semuanya mendukung keberhasilan berwirausaha. Sebaliknya, kepribadian yang kurang terarah dapat menyebabkan hambatan dalam pengambilan keputusan dan mengurangi efisiensi dalam mengelola bisnis. Kepribadian mempengaruhi minat berwirausaha secara signifikan. (Berliawan, Suharto and Tyas, 2024) dan (Permatasari, 2024) menunjukkan bahwa kepribadian yang kuat berkontribusi positif terhadap minat berwirausaha. Individu dengan rasa percaya diri tinggi, keberanian mengambil risiko, dan orientasi pada pencapaian lebih cenderung tertarik untuk memulai usaha. Hal ini terjadi karena mereka melihat tantangan sebagai peluang, bukan hambatan, sehingga lebih bersemangat untuk berinovasi dan menciptakan sesuatu yang baru.

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 juga memengaruhi cara seseorang menghadapi kegagalan dan belajar dari pengalaman. Sebagai contoh, individu dengan kepribadian *resilient* atau tahan banting cenderung lebih mampu bangkit dari kegagalan, yang merupakan bagian tak terpisahkan dari perjalanan wirausaha. Sebaliknya, individu dengan sifat pesimis atau kurang percaya diri mungkin merasa enggan untuk mengambil langkah awal dalam memulai usaha.

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. Pola asuh yang mendorong kemandirian, keberanian, dan pemikiran kritis dapat membantu individu mengembangkan kepribadian yang mendukung semangat berwirausaha. Lingkungan keluarga juga menjadi faktor yang tidak terpisahkan dalam membentuk kepribadian dan minat berwirausaha. Lingkungan keluarga merupakan pendidikan pertama yang memberikan pengaruh besar terhadap pola pikir, nilai, dan keputusan seseorang (Julindrastuti and Karyadi, 2022). Cara orang tua mendidik, suasana rumah, dan hubungan antar anggota keluarga dapat memengaruhi kesiapan individu untuk terjun ke dunia bisnis.

Anak-anak yang tumbuh di 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 juga diharapkan mampu menanggulangi peningkatan pengangguran sarjana dengan melahirkan lulusan yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan bukan hanya sebagai pencari pekerjaan. 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 1.1 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	
2023	P2MW	6	18	1.22 %
	Wirausaha Merdeka	7	70	
	P2MW	13	39	
2024	Wirausaha Merdeka	7	70	1.12 %
	P2MW	8	24	

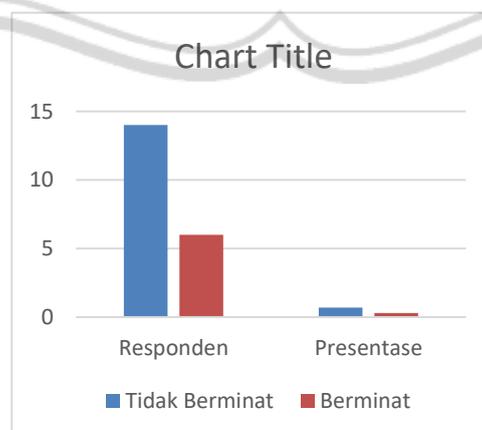
Sumber: Inkubator Universitas Muhammadiyah Jember (2024)

Berdasarkan hasil tabel 1.1 presentase menunjukkan angka rata-rata dibawah 2% dari populasi mahasiswa yang mengikuti program kewirausahaan seluruh mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember. Dan hasil dari presentase ini masih jauh dari presentase yang diharapkan yaitu sebesar 4 % berdasarkan teori yang disampaikan oleh World Bank suatu negara dapat digolongkan sebagai negara maju jika presentase wirausaha disatu negara sudah mencapai angka 4%, sedangkan di Indonesia sendiri masih berada di angka 3,3%. Data

memperlihatkan bahwa minat berwirausaha dikalangan mahasiswa sangat rendah. Hal ini mengindikasikan kesenjangan yang sangat signifikan antara potensi kewirausahaan mahasiswa dengan implementasinya di dunia 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. Universitas Muhammadiyah Jember telah menyediakan berbagai program seperti BKP (Bentuk Kegiatan Pembelajaran) kewirausahaan, P2MW (Program Pembinaan Mahasiswa Wirausaha) dan Wirausaha Merdeka memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas dan jiwa wirausaha sejak dini. Namun meski dukungan tersebut tersedia, masih banyak mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember kurang berminat untuk berwirausaha. Hal ini terlihat dari data Inkubator Universitas Muhammadiyah Jember (2024) yang menunjukkan rendahnya partisipasi dalam kegiatan wirausaha.

Presentase ini menjadi penelitian yang paling utama dalam penelitian ini, hal ini perlu diadakan kajian yang sangat mendalam untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Pemahaman komprehensif mengenai faktor-faktor ini akan menjadi landasan utama dalam merumuskan strategi yang efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha dikalangan mahasiswa. Fenomena yang terjadi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yakni: dalam penelitian (Erren Setyaki and Sugiyanto Sugiyanto, 2023), menunjukkan adanya pengaruh positif variabel pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha. Dalam penelitian (Indraswati *et al.*, 2021), menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Pada penelitian (Fauzan and Ikhwan, 2023) menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel kepribadian, motivasi, dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha. Rendahnya minat berwirausaha dikalangan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember menjadi perhatian yang akan berdampak pada potensi minat berwirausaha.

Minat Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember terhadap Kewirausahaan



Gambar 1.2 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. Rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dimulai dari motivasi berwirausaha yang rendah dapat menjadi faktor utama kurangnya minat berwirausaha dalam berwirausaha, seperti kurangnya dorongan internal, mahasiswa mungkin tidak memiliki *passion* atau minat yang kuat dalam berwirausaha, tidak melihat kewirausahaan sebagai sesuatu yang menarik atau sesuai dengan minat mahasiswa, serta pengaruh lingkungan seperti lingkungan sekitar teman atau keluarga yang tidak mendukung dapat mempengaruhi motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Disertai dengan adanya penggunaan media sosial, meskipun media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk berwirausaha, penggunaan yang tidak tepat justru dapat menurunkan minat mahasiswa. Seperti terlalu fokus pada konten hiburan membuat mahasiswa mungkin terlalu banyak menghabiskan waktu di media sosial untuk menikmati konten hiburan dan kurang memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi atau inspirasi tentang bisnis. Selain itu perbandingan sosial dengan kehidupan orang-orang yang tampak sukses di media sosial dapat membuat mahasiswa merasa tidak percaya diri. Informasi yang tidak valid tentang bisnis di media sosial juga menjadi salah satu faktor yang perlu diwaspadai mahasiswa.

Penggunaan media sosial yang kurang tepat ini juga dapat memperburuk ciri kepribadian yang kurang mendukung jiwa kewirausahaan. Mahasiswa yang kurang percaya diri mungkin merasa tidak mampu atau tidak layak untuk menjadi seorang pengusaha. Mahasiswa yang takut mengambil risiko cenderung lebih memilih pekerjaan yang aman dan stabil daripada berwirausaha yang penuh dengan ketidakpastian. Mahasiswa yang kurang mandiri mungkin merasa kesulitan untuk mengambil keputusan atau mengatasi masalah dalam berwirausaha. Terakhir faktor lingkungan keluarga juga dapat menjadi penghalang bagi mahasiswa untuk berwirausaha. Keluarga yang tidak memiliki tradisi berwirausaha mungkin tidak memberikan dukungan atau dorongan untuk memulai bisnis. Kekhawatiran orang tua tentang risiko yang terkait dengan berwirausaha juga dapat mempengaruhi minat mahasiswa. Selain itu, tekanan untuk mengikuti jejak karir orang tua, yang mungkin tidak berhubungan dengan kewirausahaan, juga dapat menjadi faktor penghambat.

Meskipun secara logis dapat diasumsikan bahwa motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga akan meningkatkan minat berwirausaha, namun hasil temuan empiris dari berbagai penelitian menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut tidak selalu konsisten atau searah. Pada penelitian sebelumnya ditemukan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha (Erren Setyaki and Sugiyanto Sugiyanto, 2023) dan (Yurianto and Armansyah, 2021). Di sisi lain, ternyata penelitian yang dilakukan oleh (Handoyono *et al.*, 2020), menyatakan bahwa motivasi berwirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Adapun hasil penelitian (Indraswati, R. V. Hidayati, *et al.*, 2021) dan , mengatakan variabel penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan hasil lain dari penelitian (Syifana and Rochmatullah, 2024), menyatakan bahwa variabel penggunaan media

sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Dari hasil penelitian (Agustina *et al.*, 2024) dan (Rana *et al.*, 2024), mengatakan jika variabel kepribadian berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, tapi hasil penelitian (Abdi, Utami and Vidyanata, 2021) dan (Pmw *et al.*, 2015), mengatakan variabel kepribadian tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian dari (Susanti, 2021), menyatakan variabel lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, disisi lain penelitian (Widianingrum, 2020) dan (Hilyah Fa'iqoh, Hidayati and Tody Arsyianto, 2020) mengatakan bahwa variabel lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada Universitas Muhammadiyah Jember. Maka diperoleh judul “pengaruh motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada Universitas Muhammadiyah Jember”.

1.2 Rumusan Masalah

Universitas Muhammadiyah Jember sebagai salah satu institusi pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang memiliki minat dan kemampuan berwirausaha. Namun, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa tidak muncul begitu saja, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Minat berwirausaha merupakan faktor kunci dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru, terutama di kalangan generasi muda. Di era digital seperti saat ini, mahasiswa sebagai generasi muda memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha baru. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dari penelitian yang telah dilakukan, beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Seperti motivasi berwirausaha merupakan dorongan internal dan eksternal yang mendorong seseorang untuk memulai dan mengelola usaha. Menurut penelitian oleh (Suryana, 2020), motivasi berwirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, terutama pada generasi muda. Mahasiswa yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih tertarik untuk memulai usaha sendiri. Media sosial juga terbukti efektif dalam meningkatkan minat berwirausaha, sebagaimana ditemukan oleh (Nugroho A, 2021), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dapat meningkatkan minat berwirausaha dengan memberikan akses informasi, jaringan, dan peluang pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian oleh (Widayati C, 2022), menemukan bahwa kepribadian, terutama ekstraversi dan keterbukaan terhadap pengalaman, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Mahasiswa dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih percaya diri dalam membangun jaringan dan mempromosikan usaha mereka. Selain itu, penelitian oleh (Kusumawati R, 2022), menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, terutama dukungan orang tua, memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Keluarga yang memberikan dukungan moral dan finansial cenderung mendorong anaknya untuk berwirausaha. Selain itu, contoh dari orang tua yang berwirausaha juga dapat menjadi inspirasi bagi anak. Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi berwirausaha, penggunaan media sosial, kepribadian, dan lingkungan keluarga

terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember ?
2. Apakah Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember ?
3. Apakah Kepribadian Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember ?
4. Apakah Lingkungan Keluarga Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Motivasi Berwirausaha Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Penggunaan Media Sosial Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kepribadian Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Lingkungan Keluarga Berpengaruh Positif dan signifikan Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Instansi: Penelitian ini memberikan masukan dalam pengembangan kurikulum, meningkatkan kualitas program kewirausahaan, dan memperkuat ekosistem kewirausahaan untuk mencetak wirausahawan muda yang kompeten.
2. Manfaat bagi Mahasiswa: Penelitian ini mendorong peningkatan ketertarikan mahasiswa terhadap kewirausahaan, memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi seperti motivasi dan dukungan keluarga, serta mempersiapkan mahasiswa untuk mengelola usaha dengan lebih baik.
3. Manfaat bagi Peneliti: Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan memperluas wawasan dan pengetahuan, dapat pula menjadi tambahan pengalaman yang berharga kepada peneliti selanjutnya untuk menjadi bekal di dunia *entrepreneur*.