MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 7 Tahun 2026

PENGARUH MOTIVASI INTRINSIK, DUKUNGAN KELUARGA, DAN LITERASI DIGITAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA ADMINISTRASI NIAGA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Riko Tri Cahyono[1], Ute Chairuz M. Nasution[2], Agung Pujianto[3]
Program Studi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
rikotricahyono11@gmail.com, uthe@untag-sby.ac.id, agung@untag-sby.ac.id

Abstract
This study aims to analyze the influence of Intrinsic Motivation, Family Support, and Digital Literacy on the Entrepreneurial Interest of Business Administration students at Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. A quantitative approach with a survey method was employed. Primary data were collected through questionnaires distributed to 63 Business Administration students from the 2022 cohort, selected using probability sampling with the simple random sampling technique based on the Slovin formula. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS version 26. The results indicate that, partially, Intrinsic Motivation, Family Support, and Digital Literacy each have a positive and significant effect on Entrepreneurial Interest, with Digital Literacy emerging as the most dominant variable (beta coefficient = 0.482; t = 5.050; sig = 0.000). Simultaneously, the three variables also exert a positive and significant effect on Entrepreneurial Interest (F = 22.057 > F table = 2.760; sig = 0.000), with an Adjusted R Square value of 0.505, indicating that 50.5% of the variation in Entrepreneurial Interest can be explained by the three variables. These findings confirm that strengthening students' internal motivation, fostering consistent family support, and enhancing digital competence are important strategies for universities to cultivate entrepreneurial interest among students.
Keywords: Intrinsic Motivation; Family Support; Digital Literacy; Entrepreneurial Interest; University Students

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Program Studi Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 63 mahasiswa Administrasi Niaga angkatan 2022, yang dipilih menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling berdasarkan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dengan Literasi Digital sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling dominan (koefisien beta = 0,482; t = 5,050; sig = 0,000). Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (F hitung = 22,057 > F tabel = 2,760; sig = 0,000), dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,505 yang berarti 50,5% variasi Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel

Article history
Received: Juni 2026
Reviewed: Juni 2026
Published: Juni 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan motivasi internal mahasiswa, dukungan keluarga yang konsisten, serta peningkatan kompetensi digital merupakan strategi penting bagi perguruan tinggi dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.
Kata Kunci: Motivasi Intrinsik; Dukungan Keluarga; Literasi Digital; Minat Berwirausaha; Mahasiswa

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memegang peranan fundamental dalam menggerakkan roda perekonomian suatu bangsa. Lebih dari sekadar penciptaan inovasi dan perluasan lapangan kerja, aktivitas kewirausahaan turut memperkuat daya saing nasional di tengah persaingan global yang kian intensif. Pada era disrupsi digital, wirausahawan bertransformasi menjadi agen perubahan yang mampu membaca peluang, beradaptasi secara lincah, serta melahirkan solusi atas problem sosial-ekonomi yang kompleks. Namun demikian, gairah kewirausahaan di kalangan generasi muda Indonesia, khususnya mahasiswa, masih belum menunjukkan akselerasi yang optimal. Berdasarkan laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023/2024, Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA) Indonesia tercatat sebesar 25,5%, cukup tinggi dibandingkan rerata global. Akan tetapi, proporsi bisnis yang telah mapan (established business) hanya berkisar 3–4%, mengindikasikan adanya antusiasme permulaan yang besar namun diiringi lemahnya keberlanjutan usaha. Rasio kewirausahaan nasional secara keseluruhan baru mencapai sekitar 3,5%, masih tertinggal dibandingkan Malaysia dan Thailand (di atas 4%) serta Singapura (8%).

Fenomena tersebut tergambar jelas dalam data Badan Pusat Statistik yang diolah Goodstats.id (2024), di mana jumlah sarjana yang menganggur melonjak dari 884.769 orang pada tahun 2022 menjadi lebih dari satu juta orang pada tahun 2025, dengan lonjakan paling tajam terjadi pada periode 2024–2025. Di sisi lain, jumlah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia justru menunjukkan tren peningkatan, dari sekitar 64,19 juta unit pada tahun 2018 menjadi sekitar 66 juta unit pada tahun 2023, meskipun sempat menurun pada tahun 2020 akibat pandemi COVID-19. Struktur usaha nasional masih didominasi oleh usaha mikro (98–99%), sementara usaha menengah dan besar memiliki proporsi yang sangat kecil, mengindikasikan bahwa tingginya jumlah pelaku usaha belum sepenuhnya diimbangi oleh kualitas dan keberlanjutan kewirausahaan.

Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa melalui berbagai program seperti Wirausaha Merdeka (WMK) dan Program Mahasiswa Wirausaha (PMW). Namun, partisipasi mahasiswa dalam program tersebut justru menurun signifikan—pada Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya (UNTAG Surabaya), jumlah peserta WMK menurun dari 180 mahasiswa pada tahun 2023 menjadi 96 mahasiswa pada tahun 2024. Observasi awal melalui wawancara purposif kepada lima mahasiswa Administrasi Niaga angkatan 2022 mengindikasikan bahwa rendahnya keberlanjutan minat berwirausaha berkaitan dengan tiga faktor utama: lemahnya dorongan internal (motivasi intrinsik), minimnya dukungan keluarga, serta keterbatasan literasi digital dalam memanfaatkan platform pemasaran daring. Sebagian mahasiswa mengikuti program kewirausahaan semata untuk konversi SKS tanpa motivasi

internal yang kuat; mahasiswa dari latar belakang keluarga wirausaha cenderung memiliki keberanian lebih tinggi dibandingkan mahasiswa dari keluarga pekerja formal; dan mahasiswa yang belum memahami strategi pemasaran digital mengaku kesulitan menjangkau pasar.

Berdasarkan kesenjangan antara potensi pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi dengan realisasi minat berwirausaha mahasiswa tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital—baik secara parsial maupun simultan—terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya. Penelitian ini menjadi relevan secara teoretis maupun praktis sebagai dasar bagi perguruan tinggi dan pembuat kebijakan dalam merancang strategi penguatan kewirausahaan mahasiswa yang lebih efektif di era digital.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penelitian ini berfokus pada pengaruh Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat diketahui apakah Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha, serta memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang berperan dalam mendorong mahasiswa untuk memiliki ketertarikan dan kesiapan dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa, khususnya pada Program Studi Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Motivasi Intrinsik dan Minat Berwirausaha

Motivasi Intrinsik, yang mencakup otonomi, kompetensi, dan keterkaitan menurut *Self-Determination Theory (SDT)*, berperan sebagai pendorong utama Minat Berwirausaha karena mendorong individu untuk mengejar aktivitas yang sesuai dengan nilai dan kepuasan pribadi (Ryan & Deci, 2020). Dalam konteks kewirausahaan, Motivasi Intrinsik memungkinkan mahasiswa untuk mengidentifikasi peluang bisnis secara proaktif dan bertahan menghadapi tantangan tanpa bergantung pada imbalan eksternal. Secara operasional, Basrowi (2012) merumuskan indikator Motivasi Intrinsik terhadap kewirausahaan meliputi alasan keuangan, perolehan kebebasan, alasan sosial, impian personal, kemandirian, dan alasan pelayanan. Secara teoretis, Motivasi Intrinsik meningkatkan efikasi diri yang merupakan prediktor utama intensi wirausaha menurut Theory of Planned Behavior (Ajzen, 2020), serta selaras dengan Maslow's Hierarchy of Needs di mana Motivasi Intrinsik mencerminkan kebutuhan aktualisasi diri (Maslow, 2020). Penelitian terdahulu oleh Sunaryo et al. (2022) menemukan bahwa Motivasi Intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa di Indonesia dengan kontribusi varians hingga 30%, sementara Ardiansyah (2024) pada mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya turut mengonfirmasi pengaruh positif tersebut.

2.2 Dukungan Keluarga dan Minat Berwirausaha

Dukungan Keluarga didefinisikan sebagai sistem bantuan multidimensi yang diproyeksikan oleh anggota keluarga inti terhadap individu, yang termanifestasi dalam empat dimensi utama menurut Friedman (2010): dukungan emosional (penerimaan, empati, dan penguatan psikologis), dukungan instrumental (kontribusi sumber daya finansial, material, atau tenaga), dukungan informasional (penyediaan nasihat dan pengetahuan), serta dukungan penilaian (apresiasi dan umpan balik konstruktif). Menurut SDT, Dukungan Keluarga memenuhi kebutuhan keterkaitan yang meningkatkan rasa aman dan kepercayaan diri mahasiswa untuk mengejar karier wirausaha (Ryan & Deci, 2020), dan dalam konteks budaya kolektivis Indonesia, Dukungan Keluarga kerap berperan sebagai pendorong utama keputusan wirausaha (Adha et al., 2023). Penelitian empiris oleh Halik (2025) menunjukkan bahwa Dukungan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha dengan kontribusi varians sebesar 20–30%, sedangkan Julindrastuti dan Karyadi (2022) menemukan bahwa mahasiswa dengan dukungan emosional keluarga yang kuat memiliki Minat Berwirausaha 35% lebih tinggi dibandingkan mahasiswa tanpa dukungan serupa.

2.3 Literasi Digital dan Minat Berwirausaha

Literasi Digital didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengakses, mengevaluasi, menciptakan, dan berkomunikasi informasi menggunakan teknologi digital secara kritis dan etis (ICT Watch, 2020). Mengacu pada Gilster (dalam Wibowo, 2021), indikator Literasi Digital meliputi kemampuan mencari informasi di dunia maya, kompetensi navigasi hypertextual, kompetensi evaluasi konten informasi, dan kompetensi pembentukan pemahaman. Menurut Theory of Planned Behavior, Literasi Digital meningkatkan perceived behavioral control, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya memanfaatkan platform e-commerce atau media sosial untuk pemasaran (Ajzen, 2020). Penelitian oleh Rahmah dan Gufron (2023) menemukan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha, dengan efek lebih kuat pada mahasiswa berefikasi diri tinggi, sementara Cleopatra et al. (2024) dan Ganefri et al. (2024) turut mengonfirmasi bahwa kemampuan literasi digital secara signifikan meningkatkan kecenderungan individu untuk memulai usaha.

2.4 Minat Berwirausaha

Minat Berwirausaha merupakan kecenderungan batin yang mencerminkan tingkat ketertarikan, perhatian, dan kecenderungan positif yang konsisten dari seseorang terhadap aktivitas kewirausahaan, meliputi proses identifikasi peluang, perencanaan, inisiasi, pengelolaan, serta pengembangan usaha mandiri (Ajzen, 2020). Yadewani dan Wijaya (2017) merumuskan indikator Minat Berwirausaha meliputi pengalaman dalam kegiatan penjualan, pengalaman dalam kegiatan pembelian, pengalaman memproduksi barang untuk dipasarkan, ketertarikan pada program kewirausahaan dan akuntansi, ketertarikan pada pekerjaan wiraswasta, upaya memperoleh penghasilan sendiri, serta ketertarikan pada pekerjaan yang penuh tantangan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian Halik (2025) menemukan bahwa lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Cleopatra et al. (2024) membuktikan bahwa literasi digital dan soft skill berpengaruh terhadap minat berwirausaha siswa SMK. Najiyyah dan Pamungkas (2025) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan dukungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Salsabila et al. (2025) pada mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur menemukan bahwa motivasi kewirausahaan, dukungan keluarga, dan literasi digital secara parsial berpengaruh signifikan dengan koefisien determinasi sebesar 0,67. Sementara itu, Sitio et al. (2025) pada mahasiswa Universitas Jambi membuktikan bahwa kewirausahaan digital, lingkungan keluarga, dan literasi kewirausahaan secara simultan menjelaskan 77,8% variasi minat menjadi wirausaha muda. Penelitian-penelitian tersebut secara konsisten mendukung relevansi ketiga variabel independen dalam penelitian ini, sekaligus menunjukkan adanya celah penelitian (research gap) berupa belum banyaknya kajian yang menggabungkan ketiga variabel—Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital—secara simultan pada konteks mahasiswa Administrasi Niaga di lingkungan UNTAG Surabaya.

2.6 Kerangka Berpikir dan Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini menyusun kerangka berpikir yang menggambarkan hubungan antara tiga variabel independen—Motivasi Intrinsik (X1), Dukungan Keluarga (X2), dan Literasi Digital (X3)—terhadap variabel dependen Minat Berwirausaha (Y). Berdasarkan kerangka tersebut, dirumuskan empat hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: Motivasi Intrinsik berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.

H2: Dukungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.

H3: Literasi Digital berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.

H4: Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis keterkaitan antara variabel bebas (Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital) terhadap variabel terikat (Minat Berwirausaha). Penelitian dilaksanakan di Program Studi Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dengan populasi seluruh mahasiswa Administrasi Niaga angkatan 2022 yang berjumlah 166 mahasiswa. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan margin

of error sebesar 10%, menghasilkan jumlah sampel minimum sebanyak 62,4 yang dibulatkan menjadi 63 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dengan metode simple random sampling, di mana setiap mahasiswa dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 1–5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju) yang disebarkan secara daring melalui media sosial. Instrumen disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel: Motivasi Intrinsik diukur melalui enam indikator (Basrowi, 2012), Dukungan Keluarga melalui empat indikator (Friedman, 2010), Literasi Digital melalui empat indikator (Gilster dalam Wibowo, 2021), dan Minat Berwirausaha melalui tujuh indikator (Yadewani & Wijaya, 2017). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung terhadap r tabel (0,361) pada taraf signifikansi 5% dari 30 responden uji coba, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan ambang batas 0,60.

Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik (linearitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), dilanjutkan dengan analisis regresi linear berganda menggunakan persamaan $Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e$. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen, uji F (simultan) untuk menguji pengaruh ketiga variabel independen secara bersama-sama, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Seluruh pengolahan data dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS versi 26.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden penelitian berjumlah 63 mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya angkatan 2022. Berdasarkan hobi, responden terbanyak memiliki hobi memasak (17,5%), mendengarkan musik (14,3%), dan fotografi (11,1%). Berdasarkan keahlian, mayoritas responden menguasai pemasaran digital (28,6%), sales marketing (20,6%), dan desain grafis (14,3%), yang mengindikasikan kompetensi responden cukup mendukung pengembangan usaha berbasis teknologi. Berdasarkan pekerjaan orang tua, sebanyak 42,9% responden berasal dari keluarga dengan orang tua berprofesi wirausaha/wiraswasta, diikuti karyawan swasta (27,0%), ASN (20,6%), dan petani/pekebun (9,5%). Tingginya proporsi orang tua berlatar belakang wirausaha mengindikasikan bahwa sebagian besar responden telah terpapar nilai-nilai kewirausahaan sejak dalam lingkungan keluarga.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, Literasi Digital, dan Minat Berwirausaha memiliki nilai r hitung berkisar antara 0,376 hingga 0,660, seluruhnya lebih besar dari r tabel sebesar 0,361, sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha pada keempat variabel berkisar antara 0,632 hingga 0,660, seluruhnya di atas ambang batas 0,60, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Deviation from Linearity untuk ketiga variabel independen berada di atas 0,05 (Motivasi Intrinsik = 0,126; Dukungan Keluarga = 0,262; Literasi Digital = 0,138), yang berarti hubungan antara masing-masing variabel independen dengan Minat Berwirausaha bersifat linear. Uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200 (> 0,05), didukung oleh sebaran histogram berbentuk lonceng dan titik-titik P-Plot yang mengikuti garis diagonal, sehingga residual model dinyatakan berdistribusi normal. Uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance seluruh variabel independen lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (Motivasi Intrinsik = 1,068; Dukungan Keluarga = 1,082; Literasi Digital = 1,138), yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas antarvariabel independen. Uji heteroskedastisitas melalui scatter plot menunjukkan sebaran titik residual yang acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya seluruh asumsi klasik tersebut, model regresi linear berganda dalam penelitian ini dinyatakan layak digunakan.

4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian regresi linear berganda disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien B	Beta	t hitung	Sig.
(Konstanta)	7,049	-	2,227	0,030
Motivasi Intrinsik (X1)	0,378	0,322	3,489	0,001
Dukungan Keluarga (X2)	0,309	0,213	2,289	0,026
Literasi Digital (X3)	0,735	0,482	5,050	0,000

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS Ver. 26 (2026)

Berdasarkan hasil pada Tabel 1, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 7{,}049 + 0{,}378\ X1 + 0{,}309\ X2 + 0{,}735\ X3 + e$$

Nilai konstanta sebesar 7,049 menunjukkan bahwa apabila ketiga variabel independen bernilai nol, Minat Berwirausaha tetap berada pada nilai dasar tersebut. Koefisien regresi Motivasi Intrinsik sebesar 0,378 berarti setiap peningkatan satu satuan Motivasi Intrinsik akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,378 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Koefisien regresi Dukungan Keluarga sebesar 0,309 berarti setiap peningkatan satu satuan Dukungan Keluarga akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,309 satuan. Koefisien

regresi Literasi Digital sebesar 0,735 merupakan yang tertinggi di antara ketiga variabel, menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Literasi Digital akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,735 satuan—mengonfirmasi Literasi Digital sebagai prediktor paling kuat dalam model ini.

4.5 Uji Hipotesis

Uji t parsial dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel pada df = 59 dan taraf signifikansi 0,05, diperoleh nilai t tabel sebesar 2,001. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai t hitung Motivasi Intrinsik (3,489), Dukungan Keluarga (2,289), dan Literasi Digital (5,050) seluruhnya lebih besar dari t tabel, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,001; 0,026; dan 0,000—seluruhnya lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima untuk ketiga hipotesis parsial (H1, H2, H3), yang berarti Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Uji F simultan menghasilkan nilai F hitung sebesar 22,057, lebih besar dari F tabel sebesar 2,760 (df1 = 3, df2 = 59), dengan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05). Dengan demikian, H0 ditolak dan Ha diterima untuk hipotesis keempat (H4), yang berarti Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,505, yang berarti 50,5% variasi Minat Berwirausaha dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model ini, sementara 49,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti pendidikan kewirausahaan, pola pikir kewirausahaan, dan pengetahuan kewirausahaan (Ardiansyah, 2024; Najiyyah & Pamungkas, 2025; Muzammil et al., 2025).

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Motivasi Intrinsik terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis pertama mengonfirmasi bahwa Motivasi Intrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga UNTAG Surabaya. Mahasiswa dengan Motivasi Intrinsik tinggi cenderung secara proaktif mengidentifikasi peluang bisnis dan lebih tahan menghadapi tantangan tanpa bergantung pada imbalan eksternal. Temuan ini selaras dengan Maslow's Hierarchy of Needs (Maslow, 2020), yang menempatkan Motivasi Intrinsik pada tingkat aktualisasi diri, serta memperkuat temuan Ardiansyah (2024) pada populasi mahasiswa serupa dan Sunaryo et al. (2022) yang menemukan kontribusi Motivasi Intrinsik hingga 30% terhadap variasi Minat Berwirausaha mahasiswa di Indonesia. Dorongan internal berupa keinginan memperoleh kebebasan finansial, mewujudkan impian personal, dan mencapai kemandirian terbukti menjadi faktor yang secara konsisten mendorong mahasiswa untuk berminat berwirausaha.

4.6.2 Pengaruh Dukungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Dukungan Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan konsep empat dimensi dukungan keluarga dari Friedman (2010)—emosional, instrumental, informasional, dan penilaian—yang secara bersama-sama membentuk iklim dukungan bagi keberanian mengambil keputusan kewirausahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Sarafino dan Smith (2022), dukungan keluarga berfungsi sebagai perisai terhadap tekanan psikologis dan meningkatkan resiliensi individu dalam menghadapi risiko. Hasil ini memperkuat temuan Halik (2025) dan Najiyyah serta Pamungkas (2025), yang sama-sama menunjukkan pentingnya keterlibatan keluarga dalam memberikan dorongan moral maupun materiil bagi tumbuhnya semangat kewirausahaan mahasiswa. Temuan kualitatif awal penelitian ini turut memperkuat hasil tersebut, di mana mahasiswa dari keluarga berlatar belakang wirausaha menunjukkan orientasi dan keberanian berwirausaha yang lebih kuat dibandingkan mahasiswa dari keluarga berorientasi pekerjaan formal.

4.6.3 Pengaruh Literasi Digital terhadap Minat Berwirausaha

Pengujian hipotesis ketiga membuktikan bahwa Literasi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, sekaligus tercatat sebagai variabel dengan pengaruh paling dominan di antara ketiga variabel independen (β = 0,482). Temuan ini menegaskan betapa strategisnya penguasaan kompetensi digital dalam membentuk keberanian mahasiswa untuk berwirausaha pada era ekonomi digital. Sejalan dengan pandangan ICT Watch (2020) dan UNESCO (2018), Literasi Digital tidak terbatas pada kemampuan teknis mengoperasikan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir kritis, kreasi konten digital, dan kesiapan memanfaatkan teknologi untuk kegiatan produktif. Kemampuan mahasiswa memanfaatkan platform seperti Instagram, Shopee, dan TikTok Shop sebagai media pemasaran membuka akses pasar yang luas tanpa memerlukan modal besar, sehingga menurunkan hambatan masuk bagi calon wirausaha muda. Hasil ini konsisten dengan temuan Cleopatra et al. (2024), Ganefri et al. (2024), serta Salsabila et al. (2025) yang juga membuktikan peran signifikan literasi digital terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

4.6.4 Pengaruh Simultan Ketiga Variabel terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji F membuktikan bahwa Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dengan kontribusi sebesar 50,5%. Temuan ini sejalan dengan Salsabila et al. (2025) yang menemukan ketiga variabel serupa menjelaskan 67% variasi minat berwirausaha mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur, serta Sitio et al. (2025) yang menemukan kontribusi simultan sebesar 77,8% pada konteks berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tidak berdiri sendiri, melainkan berinteraksi secara dinamis: Literasi Digital memperkuat efektivitas Motivasi Intrinsik dengan menyediakan sarana mewujudkan ide bisnis, sementara Dukungan Keluarga memperkuat efek Literasi Digital melalui akses informasi digital mengenai peluang usaha (Wahyudi et al., 2025). Dengan demikian, faktor internal (motivasi), faktor lingkungan (keluarga), dan faktor teknologi

(literasi digital) membentuk kerangka kompetensi dan dukungan yang holistik dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa di era digital.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda terhadap 63 mahasiswa Administrasi Niaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya angkatan 2022, dapat disimpulkan bahwa Motivasi Intrinsik, Dukungan Keluarga, dan Literasi Digital masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha secara parsial, dengan Literasi Digital sebagai variabel paling dominan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, dengan kontribusi sebesar 50,5%, sementara 49,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa dorongan internal mahasiswa untuk mandiri secara finansial dan mengekspresikan kreativitas, dukungan emosional dan material dari keluarga, serta kompetensi digital dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi merupakan tiga pilar penting yang saling melengkapi dalam menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan temuan tersebut, program studi disarankan untuk: (1) memperkuat motivasi intrinsik mahasiswa melalui kuliah tamu, seminar, dan program mentoring bersama praktisi bisnis guna memperluas relasi dan wawasan kewirausahaan; (2) mengembangkan program inkubator bisnis dan fasilitasi akses pendanaan untuk mengatasi keterbatasan dukungan material keluarga; serta (3) mengintegrasikan pelatihan literasi informasi digital, seperti verifikasi sumber dan analisis data pasar, untuk meningkatkan kemampuan evaluasi kritis mahasiswa terhadap informasi bisnis digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain seperti pendidikan kewirausahaan, pola pikir kewirausahaan, dan pengetahuan kewirausahaan guna memperluas daya jelas model terhadap variasi Minat Berwirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

Adha, M. A., et al. (2023). Evaluating the structural effect of family support and entrepreneurship training on entrepreneurship intention among Indonesian university students. International Journal of Educational Methodology, 9(1), 227–236.

Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. Human Behavior and Emerging Technologies, 2(4), 314–324.

Ardiansyah, A. R. (2024). Pengaruh motivasi intrinsik, pola pikir kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Niaga Untag Surabaya. (Skripsi tidak dipublikasikan). Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Basrowi. (2012). Kewirausahaan: Membangun usaha dari nol. Gramedia Pustaka Utama.

Cleopatra, M., Sahrazad, S., Vernia, D. M., Widiyarto, S., & Suyana, N. (2024). Pengaruh literasi digital dan soft skill terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK Kota Bekasi. Jurnal Pendidikan, 33(1), 463–468.

Friedman, M. M. (2010). Buku ajar keperawatan keluarga: Riset, teori, dan praktik (5th ed.). EGC.

Ganefri, G., Kamdi, W., Makky, M., Hidayat, H., & Rahmawati, Y. (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention among university students: The roles of entrepreneurial mindset, digital literacy, and self-efficacy. Journal of Social Studies Education Research, 15(4), 85–134.

GoodStats. (2024, Juli). Ironi, angka sarjana menganggur kian naik. GoodStats.id.

Halik, S. A. (2025). Pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 4(2), 198–206.

ICT Watch. (2020). Kerangka literasi digital Indonesia. ICT Watch Indonesia.

Julindrastuti, D., & Karyadi, I. (2022). Pengaruh motivasi dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Jurnal Tadbir Peradaban, 2(1), 7–20.

Maslow, A. H. (2020). Motivation and personality (3rd ed.). Harper & Row.

Muzammil, M. A., Hermawan, H., & Sari, M. I. (2025). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan kreativitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Jurnal Simki Economic, 8(2), 495–506.

Najiyyah, Z., & Pamungkas, H. (2025). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan, 5, 340–352.

Rahmah, & Gufron, M. (2023). Pengaruh literasi digital dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin, 1(7), 684–697.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. Contemporary Educational Psychology, 61, 101860.

Salsabila, R. H., Baramadya, & Anastasya, X. (2025). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UPN Veteran Jatim menjadi wirausaha di era digital. PROSENAMA, 5, 18.

Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2022). Health psychology: Biopsychosocial interactions (10th ed.). Wiley.

Sitio, A. B., Muazza, M., & Supriadi, S. (2025). Pengaruh kewirausahaan digital, lingkungan keluarga, dan literasi kewirausahaan terhadap minat menjadi young entrepreneur

mahasiswa Universitas Jambi. Jurnal Inspirasi Ilmu dan Kreativitas (JICNUSANTARA), 2(2), 78–92.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (3rd ed.). Alfabeta.

Sunaryo, S., et al. (2022). The effect of entrepreneurship education and digital literacy on the interest in entrepreneurship on senior high school students in Mojokerto with opportunity recognition as a mediating variable. International Journal of Business and Quality Research, 3(3), 1–15.

Wahyudi, D., et al. (2025). The strategic role of family business in entrepreneurship education for students with special needs: An Indonesian perspective systematic literature review (SLR). International Journal of Technology and Education Research, 2(1), 1–15.

Wibowo, Y. G. (2021). Analisa literasi digital usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) makanan islami dalam kemasan. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, 7(1), 127–134.

Yadewani, D., & Wijaya, R. (2017). Pengaruh minat berwirausaha terhadap kewirausahaan mahasiswa.