

**PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT
BERWIRUSAHA MAHASISWA**

Adha Mahyundari

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan

adhayundari.7231210009@mhs.unimed.ac.id

Rey Septanislaus Togatorop

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
rey.s.t.7233210047@mhs.unimed.ac.id

Maysri Handayani Putri Sinaga

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
maysri.7233210041@mhs.unimed.ac.id

Nazwa Aulia Putri

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
nazwauliap.7232510006@mhs.unimed.ac.id

Saidun Hutasuhut

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
saidun@unimed.ac.id

Rachel Stephanie Jovanca Nababan

Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Medan
rachel.7233510042@mhs.unimed.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dukungan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Medan. Latar belakang penelitian berangkat dari pentingnya peran keluarga sebagai lingkungan pertama yang membentuk nilai, sikap, dan orientasi karier mahasiswa, termasuk dalam mendorong minat berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Kewirausahaan. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta data dianalisis dengan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,453 dan nilai signifikansi 0,000. Nilai R² sebesar 0,205 mengindikasikan bahwa dukungan

keluarga menjelaskan 20,5% variasi minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini menegaskan bahwa dorongan moral, dukungan material, dan keteladanan dalam keluarga menjadi faktor penting dalam membangun keberanian dan motivasi mahasiswa untuk memulai usaha. Penelitian ini merekomendasikan perlunya sinergi antara keluarga dan institusi pendidikan dalam memberikan dukungan komprehensif bagi pengembangan kewirausahaan mahasiswa.

Keywords: *Dukungan Keluarga, Lingkungan Keluarga, Minat Berwirausaha, Mahasiswa, Kewirausahaan.*

A. PENDAHULUAN

Minat berwirausaha di kalangan mahasiswa semakin penting sebagai salah satu alternatif karier dan kontribusi terhadap pengurangan pengangguran serta peningkatan daya saing ekonomi nasional. Dalam konteks ini, peran keluarga sebagai lingkungan sosial dasar sangat krusial, keluarga merupakan tempat pertama mahasiswa memperoleh nilai kerja, contoh usaha, dan dukungan emosional maupun materiil yang dapat membentuk kesiapan mereka untuk memulai usaha. Studi oleh (Widiastuty and Rahayu 2021) menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Purwokerto. Dukungan seperti motivasi orang tua, jaringan usaha keluarga, dan keterlibatan dalam kegiatan usaha keluarga menjadi variabel penting dalam pembentukan niat kewirausahaan.

Secara umum, lingkungan keluarga meliputi aspek dukungan moral, dukungan finansial, kehadiran *role model* wirausaha dalam keluarga, serta komunikasi keluarga tentang risiko dan peluang usaha. Misalnya, penelitian oleh (Prasiska, Mariyanti, and Nasrah 2024) melaporkan bahwa walaupun variabel motivasi berwirausaha memiliki pengaruh paling besar, lingkungan keluarga juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, lingkungan keluarga bukan sekadar latar belakang pasif, melainkan aktif dalam membentuk sikap, kepercayaan diri (*self-efficacy*), dan orientasi mahasiswa terhadap wirausaha.

Penelitian-terdahulu lainnya juga menguatkan bahwa lingkungan keluarga berkontribusi terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha meskipun hasilnya bervariasi tergantung metode, konteks, dan definisi yang digunakan. Contohnya, (Jariyah 2023) menemukan bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. Sementara itu, (Familia, Reza, and Astuti 2024) menemukan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara umum lingkungan keluarga penting, kontribusinya bisa berbeda antar kampus, jurusan, atau karakteristik mahasiswa. Penelitian (Julindrastuti, DijahKaryadi 2022) juga menemukan bahwa variabel lingkungan keluarga bersifat berinteraksi dengan variabel lain seperti motivasi, pengetahuan kewirausahaan, dan sikap mandiri.

Fenomena terkini memperlihatkan bahwa lingkungan keluarga harus dilihat dalam kerangka yang lebih luas, yakni bukan hanya sebagai pengaruh tunggal tetapi bagian dari ekosistem sosial-digital mahasiswa. Misalnya, mahasiswa kini semakin

banyak terpapar role model wirausaha lewat media sosial yang bisa memperkuat atau menyaingi pengaruh keluarga, serta banyak perguruan tinggi yang memasukkan mata kuliah kewirausahaan yang bersinergi (atau kadang tak sejalan) dengan budaya keluarga (Indraswati et al. 2021). Penelitian (Siskia et al. 2024) oleh menyebut bahwa lingkungan keluarga bersama pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, untuk desain intervensi yang efektif, kampus dan keluarga perlu memahami sinergi antara dukungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, serta paparan eksternal seperti media sosial.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha tetap sangat relevan untuk dilakukan terutama bila merinci dimensi-dimensi lingkungan keluarga (misalnya dukungan moral vs material, presence of role model), menguji peran mediasi/moderasi faktor psikologis seperti self-efficacy atau sikap mandiri, dan memperhatikan variabel eksternal seperti pendidikan kewirausahaan dan media social (Saleh et al. 2024). Maka dari itu kami mengangkat penelitian yang berjudul “Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa”

B. KAJIAN LITERATUR

Minat berwirausaha

Minat berwirausaha adalah kecenderungan, keinginan, serta dorongan yang muncul dalam diri seseorang untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan suatu usaha secara mandiri. Minat ini mencerminkan niat dan kesiapan seseorang untuk mengambil risiko serta berinovasi demi mencapai kemandirian ekonomi. Menurut (Herdiansyah, Fahrizal, and Suprihartini 2025), minat berwirausaha merupakan niat seseorang yang muncul karena adanya pengaruh dari faktor internal seperti motivasi, sikap, dan kepercayaan diri, serta faktor eksternal seperti lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan.

1. Faktor-faktor Pendorong Minat Berwirausaha

Faktor pendorong adalah hal-hal yang menumbuhkan semangat dan keinginan seseorang untuk menjadi wirausahan. Berdasarkan penelitian (Al-khaulani 2022), faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa meliputi:

- a) Motivasi berprestasi, yaitu dorongan untuk mencapai kesuksesan dan pengakuan diri.
- b) Lingkungan keluarga di mana dukungan, dorongan moral, dan contoh nyata dari keluarga dapat membentuk pola pikir kewirausahaan.
- c) Pendidikan kewirausahaan, karena pengalaman belajar dan pelatihan dapat meningkatkan pemahaman dan kesiapan dalam berwirausaha.
- d) Kepercayaan diri dan kreativitas, yang menumbuhkan keyakinan untuk menghadapi risiko usaha.

2. Faktor-faktor Penghambat Minat Berwirausaha

Selain faktor pendorong, terdapat pula faktor yang menghambat munculnya minat berwirausaha. Penelitian oleh (Mustomi et al. 2021) menemukan beberapa hambatan utama, yaitu:

- a) Kurangnya modal dan dukungan finansial yang membuat individu ragu

- memulai usaha.
- b) Takut gagal dan rendahnya kepercayaan diri karena adanya risiko usaha dan ketidakpastian pasar.
 - c) Minimnya pengalaman dan keterampilan kewirausahaan terutama dalam hal manajemen, pemasaran, dan inovasi produk.
 - d) Kurangnya dukungan lingkungan sosial, seperti keluarga yang tidak mendorong atau budaya yang lebih menghargai pekerjaan formal daripada wirausaha.
3. Hal-hal yang Menyangkut Minat Berwirausaha
- Hal-hal yang berkaitan dengan minat berwirausaha meliputi sikap, motivasi, pengalaman, lingkungan, dan pendidikan. Menurut penelitian, minat berwirausaha erat kaitannya dengan *self-efficacy* (keyakinan diri), *attitude toward entrepreneurship* (sikap terhadap wirausaha), serta norma sosial yang mendukung kegiatan usaha. Pendidikan kewirausahaan juga berperan penting dalam menumbuhkan minat, karena memberikan pemahaman mengenai risiko, inovasi, dan peluang bisnis (Ketaren and Wijayanto 2021).

Dukungan Lingkungan Keluarga

Menurut Connly Setiawan lingkungan keluarga adalah media pertama dan utama yang berpengaruh terhadap perilaku dalam perkembangan anak. Sedangkan Menurut Anand & Meftahuddin menyatakan bahwa lingkungan keluarga dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha dapat dilihat dari segi faktor pekerjaan orang tua, dari orang tua yang bekerja sendiri dan memiliki usaha sendiri maka cenderung anaknya akan menjadi pengusaha. Lingkungan keluarga merupakan salah satu faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi minat individu dalam berwirausaha, perkembangan kepribadian anak sebagian besar dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, dan lingkungan keluarga merupakan lingkungan utama yang lebih berpengaruh terhadap individu dibandingkan lingkungan sekunder. Jika seseorang dibesarkan dari kalangan atau lingkungan keluarga yang berwirausaha berpeluang besar menjadi pengusaha yang sukses, karna anak tersebut tidak menyadari bahwa dari kecil sudah mendapatkan pelajaran berwirausaha dari kedua orang tuanya, sehingga pertumbuh kembangnya anak tersebut muncul lah ide-ide dan motivasi menjadi wirausaha (Oktariani, Syam, and Hasan 2021).

Menurut Yusuf lingkungan adalah keseluruhan fenomena (peristiwa, situasi, atau kondisi) fisik/alam atau sosial yang mempengaruhi perkembangan individu. Kemudian keluarga merupakan tempat aktivitas utama kehidupan seorang individu berlangsung, sehingga keluarga menjadi institusi pertama dan utama pembangunan sumber daya manusia. Keluarga merupakan orang-orang yang memiliki ikatan sosial-biologis melalui pernikahan, kelahiran atau adopsi, tidak hidup bersama dan menggunakan sumber daya bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama. Keluarga merupakan unit sosial pertama dari perkembangan masyarakat menuju negara kota. Lingkungan keluarga adalah media pertama dan utama yang berpengaruh terhadap perilaku dalam perkembangan anak. Lingkungan keluarga adalah suatu kondisi sosial yang mempengaruhi perkembangan anak ketika anak pertama kali mengenal dunia. Lingkungan keluarga juga merupakan faktor awal dalam seseorang mendapatkan kasih sayang, pembelajaran, keteladanan dan lain-lain. Lingkungan keluarga juga merupakan lingkungan pertama yang dikenal oleh

seorang anak. Lingkungankeluarga terdiri dari ayah, ibu, anak dananggota keluarga lainnya. Lingkungan keluarga, terutama orang tua berperan penting dalam perkembangan anak, selain itu juga memberikan arahan pada masa depan anaknya. Artinya, secara tidak langsung orang tua juga dapat mempengaruhi minat anaknya dalam memilih suatu pekerjaan, termasuk dalam menjadi seorang wirausaha. Keluarga akan menjadi sarana interaksi sosial pertama dimana seorang anak belajar bekerja sama dan saling membantu. Anak belajar memegang peranan sebagai makhluk sosial yang mempunyai norma dan kecakapan-kecakapan tertentu dalam pergaulanya dengan orang lain. Adapun pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri memiliki cenderung anaknya akan menjadi pengusaha pula. Anak yang berada pada lingkungan keluarga yang mayoritas memiliki pekerjaan wirausaha, kemungkinan besar ketika anak tersebut dewasa juga akan menjadi seorang wirausaha. Selain itu, lingkungan keluargayang mendukung akan memberikan minat berwirausaha yang lebih besar pula (Aini and Oktafiani 2020). Indikator yang digunakan untuk mengukur lingkungan keluarga antara lain:

1. Dukungan keluarga
Dalam hal memilih pekerjaanbiasanya dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Keluarga yang mendukung seseorang akan lebih semangat dan gigih dalam mencapai suatu hal. Dukungan keluarga juga menjadi suatu dorongan positif ketika seseorang akan mulai suatu usaha.
2. Pekerjaan orang tua
Pekerjaan orang tua juga dapat mempengaruhi pemilihan pekerjaan pada anak dikemudian hari. Biasanya, ketika orang tua menjadi seorang Pegawai Negeri Sipil (PNS), orang tua juga akan mengarahkan anaknya untuk menjadi seorang PNS. Berbeda ketika orang tua bekerja menjadi seorang wirausaha, maka orang tua tersebut juga akan mengarahkan anaknya untuk menjadi seorang wirausaha.

Social Capital Theory

1. Konsep Dasar Modal Sosial (Social Capital)

Teori Social Capital (modal sosial) merupakan salah satu teori yang paling berpengaruh dalam menjelaskan bagaimana hubungan sosial dapat berfungsi sebagai sumber daya produktif bagi individu, organisasi, maupun masyarakat. Menurut Coleman (1988), modal sosial adalah kumpulan sumber daya yang tertanam dalam jaringan hubungan sosial yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan bersama. Modal sosial muncul dari interaksi sosial yang ditandai oleh kepercayaan (*trust*), norma timbal balik (*reciprocity*), dan jaringan hubungan (*networks*). Semakin kuat hubungan sosial yang terjalin, semakin besar pula potensi seseorang untuk memperoleh dukungan, informasi, dan kesempatan kolaborasi yang meningkatkan efektivitas tindakan individu atau kolektif (Wider et al. 2025).

Sementara itu, Putnam (1993) memperluas konsep ini dengan mendefinisikan modal sosial sebagai “fitur organisasi sosial seperti jaringan, norma, dan kepercayaan yang memfasilitasi koordinasi dan kerja sama untuk keuntungan bersama.” Dalam pandangan Putnam, masyarakat dengan tingkat kepercayaan sosial yang tinggi cenderung memiliki institusi demokratis yang kuat, tingkat partisipasi sosial yang tinggi, serta stabilitas sosial yang lebih baik. Modal sosial

berperan sebagai perekat sosial (*social glue*) yang menyatukan individu dalam suatu komunitas melalui rasa saling percaya dan tanggung jawab sosial bersama (Wider et al. 2025).

Kedua pandangan klasik tersebut menjadi dasar bagi teori-teori kontemporer yang kemudian mengembangkan dimensi-dimensi modal sosial, salah satunya oleh Nahapiet dan Ghoshal (1998) yang mengklasifikasikan modal sosial menjadi tiga dimensi utama, yaitu struktural, kognitif, dan relasional (Wider et al. 2025).

- a) Dimensi struktural, berkaitan dengan pola jaringan sosial (network ties), intensitas hubungan, dan frekuensi interaksi yang memudahkan pertukaran informasi dan sumber daya.
- b) Dimensi kognitif, berhubungan dengan nilai, visi, dan bahasa bersama yang memungkinkan pemahaman kolektif.
- c) Dimensi relasional, mencakup unsur kepercayaan (trust), norma, kewajiban, serta rasa identitas kelompok yang memperkuat kohesi sosial.

Ketiga dimensi ini menjadi kerangka konseptual yang digunakan secara luas dalam riset-riset mutakhir mengenai peran modal sosial dalam berbagai bidang seperti kinerja organisasi, kesejahteraan psikologis, partisipasi politik, hingga keberlanjutan rantai pasok (Wider et al. 2025).

2. Social Capital dalam Konteks Organisasi dan Inovasi

Dalam konteks organisasi modern, modal sosial berperan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif, inovatif, dan adaptif. Penelitian (Wider et al. 2025) menegaskan bahwa online social capital yang dibangun melalui media sosial organisasi mampu meningkatkan keterlibatan kerja (*work engagement*) dan kinerja inovatif pegawai sektor publik di Malaysia. Studi ini menunjukkan bahwa network ties (ikatan jaringan) dan trust (kepercayaan) antarpegawai berpengaruh signifikan terhadap tingkat keterlibatan kerja, yang selanjutnya meningkatkan innovative job performance. Sementara itu, shared vision (visi bersama) tidak menunjukkan pengaruh signifikan, mengindikasikan bahwa kualitas interaksi digital dan kepercayaan interpersonal lebih penting dibanding sekadar kesamaan nilai.

Hasil penelitian ini memperkuat teori Coleman bahwa modal sosial tidak hanya berfungsi sebagai hasil dari struktur sosial, tetapi juga sebagai mekanisme yang memfasilitasi tindakan kolektif yang efisien. Dalam konteks digital, hubungan antarpegawai yang dibangun melalui media sosial menjadi bentuk baru dari jaringan sosial (*online ties*) yang dapat menstimulasi inovasi organisasi, berbagi pengetahuan, serta membentuk kepercayaan kolektif di lingkungan kerja berbasis teknologi.

Selain itu, temuan (Wider et al. 2025) juga menyoroti bahwa modal sosial digital bersifat multidimensi, di mana struktur jaringan (*structural social capital*) memberikan akses terhadap sumber daya dan informasi, sementara kepercayaan (*relational social capital*) menjadi prasyarat bagi keterlibatan dan kerja sama yang produktif. Dengan demikian, teori modal sosial tetap relevan meskipun konteksnya telah bergeser dari interaksi tatap muka menuju hubungan virtual.

3. Social Capital dan Ketahanan Organisasi (*Supply Chain Resilience*)

Studi (Thi and Dinh 2025) memperluas penerapan teori modal sosial dalam konteks industri dan rantai pasok di Vietnam. Mereka menemukan bahwa modal

sosial yang terdiri atas tiga dimensi — struktural, relasional, dan kognitif — berkontribusi positif terhadap supply chain resilience (SCR), yaitu kemampuan rantai pasok untuk beradaptasi dan pulih dari gangguan. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa SCR menjadi mediator penting antara modal sosial dan sustainable performance perusahaan.

Dalam perspektif teori Relational View dan Dynamic Capabilities Theory, hubungan antarorganisasi yang dibangun atas dasar kepercayaan dan nilai bersama menjadi sumber daya strategis yang sukar ditiru, karena bersifat unik dan kontekstual. Modal sosial memungkinkan perusahaan mengakses informasi kritis, mengurangi risiko ketidakpastian, serta memperkuat koordinasi lintas perusahaan dalam menghadapi disrupti global. Dengan demikian, teori modal sosial tidak hanya menjelaskan hubungan interpersonal, tetapi juga menjelaskan keunggulan kompetitif antarorganisasi yang didasarkan pada kekuatan relasional dan adaptif (Thi and Dinh 2025).

4. Social Capital dalam Konteks Kesehatan dan Pendidikan

Dalam ranah sosial dan pendidikan, (Zhao et al. 2024) menguji hubungan antara modal sosial, kesehatan mental, dan literasi kesehatan digital (digital health literacy) di kalangan mahasiswa di Tiongkok. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat modal sosial tinggi memiliki literasi kesehatan digital yang lebih baik serta kondisi mental yang lebih positif. Modal sosial dalam penelitian ini terbagi menjadi kognitif(dukungan sosial, rasa timbal balik, solidaritas) dan struktural (keterlibatan komunitas dan jaringan sosial).

Temuan ini sejalan dengan teori Coleman bahwa modal sosial berfungsi sebagai mekanisme sosial yang memfasilitasi aliran informasi dan membangun kepercayaan kolektif. Dalam konteks mahasiswa, hubungan sosial yang kuat dengan teman sebaya, dosen, atau komunitas kampus memungkinkan mereka memperoleh informasi yang akurat dan dukungan emosional, yang pada akhirnya memperbaiki kesejahteraan psikologis dan kemampuan adaptasi terhadap teknologi kesehatan digital. Dengan demikian, modal sosial tidak hanya berperan dalam efisiensi organisasi, tetapi juga dalam peningkatan kualitas hidup dan kesehatan mental generasi muda (Zhao et al. 2024).

5. Social Capital, Civic Engagement, dan Partisipasi Politik

Dalam bidang sosial-politik, (Nyqvist et al. 2024) menyoroti peran modal sosial terhadap partisipasi politik masyarakat lanjut usia di Eropa. Penelitian ini menunjukkan bahwa social trust dan associational engagement (keterlibatan dalam organisasi sosial) memiliki hubungan positif dengan partisipasi politik, terutama dalam bentuk non-institutionalised participation seperti petisi dan gerakan sosial.

Peneliti menekankan bahwa kepercayaan sosial dan partisipasi dalam jaringan asosiasi menciptakan rasa kohesi dan kepemilikan kolektif terhadap keputusan politik. Dengan demikian, modal sosial bukan hanya alat untuk mengakses sumber daya, tetapi juga instrumen demokratis yang memperkuat partisipasi warga negara dan keterlibatan sosial lintas usia. Hal ini sejalan dengan pandangan Putnam (2000) bahwa masyarakat yang kaya akan modal sosial cenderung memiliki tingkat kepercayaan publik dan demokrasi yang lebih sehat (Nyqvist et al. 2024).

6. Social Capital dan Kesejahteraan Psikologis (Well-Being)

Penelitian terbaru oleh (Chao et al. 2025) mengkaji hubungan antara kepribadian, modal sosial, dan kesejahteraan hidup (life satisfaction). Studi ini membedakan dua bentuk modal sosial, yaitu *bonding social capital* (ikatan sosial dalam kelompok dekat seperti keluarga dan teman) dan *bridging social capital* (hubungan lintas kelompok dan komunitas yang lebih luas). Hasilnya menunjukkan bahwa offline social capital, baik bonding maupun bridging, memiliki pengaruh yang kuat terhadap kesejahteraan individu, sementara online social capital memiliki pengaruh yang jauh lebih lemah.

Temuan ini menunjukkan bahwa interaksi sosial tatap muka yang membangun rasa percaya dan solidaritas tetap menjadi sumber utama kesejahteraan psikologis, meskipun dunia telah semakin terdigitalisasi. Dengan demikian, teori modal sosial menegaskan pentingnya kualitas hubungan sosial (trust dan kedekatan emosional) dibandingkan kuantitas jaringan digital semata (Chao et al. 2025).

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu dukungan lingkungan keluarga (X), terhadap variabel terikat, yaitu minat berwirausaha (Y), secara objektif dan terukur.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Medan (UNIMED), Sumatera Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada ketersediaan mahasiswa yang telah atau sedang menempuh mata kuliah Kewirausahaan, sehingga relevan dengan fokus penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara daring (online) melalui Google Form, sehingga mahasiswa dari berbagai fakultas di Universitas Negeri Medan dapat berpartisipasi tanpa batasan waktu dan tempat. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Mei hingga Juli 2025, yang mencakup tahap persiapan instrumen, pengumpulan data, dan analisis hasil.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang dikembangkan berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu.

Variabel Dukungan Lingkungan Keluarga (X) diukur melalui indikator:

1. Dukungan moral (motivasi dan dorongan dari keluarga),
2. Dukungan material atau finansial,
3. Dukungan emosional (perhatian, penghargaan, dan penerimaan terhadap minat berwirausaha).

Variabel Minat Berwirausaha (Y) diukur melalui indikator:

1. Perhatian terhadap kegiatan wirausaha,
2. Kesenangan terhadap aktivitas kewirausahaan,
3. Keinginan untuk memulai usaha,
4. Keyakinan diri untuk menjadi wirausahawan.

Sebelum penyebaran, instrumen diuji melalui uji validitas (menggunakan korelasi Pearson Product Moment) dan uji reliabilitas (menggunakan Cronbach's Alpha) untuk memastikan bahwa butir-butir pertanyaan layak digunakan dalam

penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Negeri Medan yang telah atau sedang menempuh mata kuliah Kewirausahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yakni mahasiswa yang telah mendapatkan pengalaman belajar kewirausahaan di perkuliahan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) 5%, atau disesuaikan dengan jumlah responden yang berpartisipasi dalam survei online.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner daring (online) melalui Google Form. Kuesioner terdiri atas tiga bagian utama, yaitu:

1. Identitas responden (usia, jenis kelamin, fakultas, dan program studi),
2. Pernyataan mengenai dukungan lingkungan keluarga (X), dan
3. Pernyataan mengenai minat berwirausaha (Y).

Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh antara dukungan lingkungan keluarga (X) terhadap minat berwirausaha (Y). Langkah-langkah analisis meliputi:

1. Uji validitas dan reliabilitas instrumen,
2. Uji asumsi klasik (uji normalitas dan linearitas),
3. Uji regresi linier sederhana, dan
4. Uji hipotesis (uji t) untuk mengetahui signifikansi pengaruh antar variabel.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
DUKUNGAN_LINGKUNGAN _KELUARGA	.086	100	.068	.988	100	.529
MINAT_BERWIRAUSAHA	.076	100	.169	.986	100	.376

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk pada variabel Dukungan Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha, diperoleh nilai signifikansi seperti data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0.05. Kedua variabel memiliki nilai sig. lebih besar dari 0.05 pada kedua uji (KS dan SW). Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data untuk variabel Dukungan

Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha berdistribusi normal, sehingga data memenuhi asumsi normalitas untuk dilakukan analisis regresi linier sederhana.

Uji Validitas**Dukungan Lingkungan Keluarga**

No	Kode Pernyataan	Keterangan
1	DLK_1	Valid
2	DLK_2	Valid
3	DLK_3	Valid
4	DLK_4	Valid
5	DLK_5	Valid
6	DLK_6	Valid

Minat Berusaha

No	Kode Pernyataan	Keterangan
1	MB_1	Valid
2	MB_2	Valid
3	MB_3	Valid
4	MB_4	Valid
5	MB_5	Valid
6	MB_6	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang tercantum dalam data penelitian, seluruh item pernyataan pada variabel Dukungan Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha menunjukkan nilai korelasi item-total yang lebih besar dari r tabel serta nilai signifikansi < 0.05 . Hal ini berarti seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas**Dukungan Lingkungan Keluarga**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.725	6

Minat Berwirausaha

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.805	6

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel Dukungan Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha menunjukkan tingkat konsistensi yang baik. Variabel Dukungan Lingkungan Keluarga memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.725, yang berarti instrumen tersebut berada dalam kategori reliabel karena telah melampaui batas minimum 0.70. Hal ini menunjukkan bahwa enam item pernyataan pada variabel tersebut memiliki konsistensi internal yang cukup kuat dan dapat dipercaya untuk mengukur dukungan lingkungan keluarga secara stabil. Sementara itu, variabel Minat Berwirausaha memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.805, yang termasuk kategori sangat reliabel. Nilai tersebut menunjukkan bahwa item-item penyusun variabel minat berwirausaha memiliki tingkat keandalan yang tinggi, sehingga mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dan akurat. Secara keseluruhan, kedua variabel dalam penelitian ini memenuhi standar reliabilitas sehingga instrumen yang digunakan layak dan dapat diandalkan untuk penelitian lebih lanjut.

Uji Linieritas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Dukungan Lingkungan Keluarga	Between Groups (Combined)	179.016	12	14.918	2.129	.023
	Within Groups	609.734	87	7.008		
	Total	788.750	99			

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel ANOVA, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.023 (< 0.05). Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel Dukungan Lingkungan dan Minat Berwirausaha. Artinya, perubahan pada dukungan lingkungan keluarga diikuti oleh perubahan yang searah pada minat berwirausaha, sehingga hubungan kedua variabel tersebut dapat dijelaskan dengan model regresi linear. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Dukungan Lingkungan Keluarga dan Minat Berwirausaha bersifat linear, dan model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi linearitas.

Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.053	2.184		5.976	<.001	
	Dukungan Lingkungan Keluarga	.453	.090	.452	5.022	<.001	1.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji pada tabel Coefficients, diperoleh nilai konstanta sebesar 13.053 dan nilai koefisien regresi variabel Dukungan Lingkungan Keluarga sebesar 0.453. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan

dukungan lingkungan keluarga akan meningkatkan Minat Berwirausaha sebesar 0,453 satuan, dengan asumsi faktor lain dianggap konstan. Nilai t hitung sebesar 5.022 dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ menandakan bahwa pengaruh variabel dukungan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha bersifat signifikan secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dukungan lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.452 ^a	.205	.197	2.530	.205	25.224	1	98	<.001

a. Predictors: (Constant), Dukungan Lingkungan Keluarga

Hasil pada tabel Model Summary menunjukkan nilai R sebesar 0.452, yang berarti terdapat hubungan yang cukup kuat antara dukungan lingkungan keluarga dan minat berwirausaha. Nilai R Square sebesar 0.205 mengindikasikan bahwa 20.5% variasi dalam minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh dukungan lingkungan keluarga, sedangkan sisanya 79.5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diuji. Selain itu, nilai F Change sebesar 25.224 dengan signifikansi $0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan layak secara statistik dan mampu menjelaskan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan keluarga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, yang dibuktikan melalui nilai koefisien regresi sebesar 0,453 dengan tingkat signifikansi 0,000. Ini berarti bahwa semakin tinggi dukungan yang diberikan oleh keluarga, baik dukungan moral, material, maupun penanaman nilai-nilai kemandirian maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk memilih jalur kewirausahaan. Temuan ini menyiratkan bahwa keluarga bukan sekadar lingkungan sosial terdekat, tetapi menjadi sumber utama pembentuk sikap dan orientasi karier mahasiswa. Kehadiran keluarga yang memberikan dorongan, menawarkan contoh perilaku wirausaha, serta menunjukkan penerimaan terhadap pilihan karier non-konvensional mampu meningkatkan keyakinan diri mahasiswa dalam memulai usaha. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peran keluarga tidak dapat diabaikan dalam proses pembentukan minat berwirausaha.

Secara empiris, nilai korelasi sebesar 0,452 dan kontribusi determinan ($R^2 = 0,205$) menunjukkan bahwa dukungan keluarga menyumbang 20,5% terhadap variasi minat berwirausaha mahasiswa. Persentase ini cukup substantif dalam kajian perilaku, menandakan bahwa pengaruh keluarga berada pada kategori sedang namun tetap signifikan dalam memengaruhi keputusan mahasiswa. Hal ini selaras dengan teori bahwa minat berwirausaha tidak hanya lahir dari faktor internal seperti motivasi dan kepercayaan diri, tetapi juga dipengaruhi oleh stimulus eksternal berupa lingkungan sosial. Ketika mahasiswa memperoleh dorongan yang konsisten dari keluarga, mereka cenderung merasa lebih aman dalam menghadapi risiko, lebih berani bereksperimen, dan lebih yakin bahwa pilihan karier wirausaha

dapat diterima dan didukung di dalam lingkungan terdekat mereka.

Penelitian ini juga menggarisbawahi bahwa dukungan keluarga berperan sebagai pemantik keyakinan diri (self-efficacy) mahasiswa. Banyak mahasiswa yang awalnya ragu memulai usaha karena keterbatasan pengetahuan, modal, dan pengalaman. Namun, dukungan keluarga misalnya berupa pemberian modal awal, akses relasi, atau bahkan sekadar dorongan moral dapat mengurangi hambatan tersebut. Ketika mahasiswa melihat bahwa keluarganya mempercayai kemampuan mereka, maka hal ini dapat meningkatkan motivasi intrinsik dan memperkuat keinginan untuk mencoba. Dengan demikian, dukungan keluarga tidak hanya memengaruhi minat secara langsung, tetapi juga membentuk kesiapan psikologis yang menjadi dasar penting dalam proses kewirausahaan.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa masih terdapat 79,5% faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa, seperti pendidikan kewirausahaan, pengalaman berorganisasi, paparan role model digital, lingkungan teman sebaya, serta peluang pasar. Temuan ini memberikan gambaran bahwa dukungan keluarga merupakan faktor penting namun bukan satu-satunya. Oleh karena itu, pengembangan minat berwirausaha perlu melibatkan sinergi antara keluarga dan institusi pendidikan. Perguruan tinggi perlu memperkuat kurikulum kewirausahaan, menyediakan pendampingan bisnis, serta menghadirkan role model yang inspiratif untuk melengkapi peran keluarga. Dengan demikian, perkembangan minat berwirausaha mahasiswa dapat dibangun melalui stimulus komprehensif baik dari lingkungan keluarga maupun lingkungan pendidikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dukungan keluarga merupakan fondasi penting dalam pembentukan minat berwirausaha mahasiswa. Dengan adanya dukungan moral, contoh perilaku wirausaha, serta dukungan material dari keluarga, mahasiswa memiliki landasan psikologis dan sosial yang lebih kuat untuk memilih karier sebagai wirausahawan. Temuan ini tidak hanya relevan bagi pengembangan teori kewirausahaan, tetapi juga memberikan implikasi praktis bagi keluarga dan institusi pendidikan dalam menumbuhkan generasi muda yang berani berinovasi dan mandiri secara ekonomi

E. PENUTUP

Menurut Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa dukungan lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Medan. Hal ini ditunjukkan melalui hasil analisis regresi linier sederhana yang memperoleh nilai koefisien sebesar 0,453 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti dukungan keluarga terbukti menjadi salah satu determinan penting dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Keluarga memberikan berbagai bentuk dukungan seperti dorongan moral, bimbingan, penguatan nilai kemandirian, hingga dukungan material yang membantu mahasiswa merasa lebih percaya diri dan siap mengambil risiko dalam dunia usaha. Selain itu, nilai R sebesar 0,452 dan R^2 sebesar 0,205 mengindikasikan bahwa dukungan keluarga mampu menjelaskan 20,5% variasi minat berwirausaha, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti pendidikan kewirausahaan, pengalaman organisasi, paparan role model digital, serta faktor personal mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keluarga memegang peran strategis dalam membentuk orientasi dan ketertarikan mahasiswa terhadap bidang wirausaha. Dukungan yang diberikan keluarga tidak hanya memengaruhi minat secara langsung, tetapi juga memperkuat aspek psikologis seperti self-efficacy, keberanian mengambil keputusan, dan keinginan untuk mandiri secara ekonomi. Oleh sebab itu, upaya peningkatan minat berwirausaha tidak hanya menjadi tanggung jawab institusi pendidikan, tetapi juga memerlukan keterlibatan keluarga sebagai lingkungan pertama yang membentuk pola pikir dan karakter mahasiswa. Dengan dukungan keluarga yang kuat dan pendidikan kewirausahaan yang efektif, peluang munculnya generasi muda yang mandiri, kreatif, dan inovatif dalam dunia wirausaha akan semakin besar.

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dukungan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, beberapa saran dapat diberikan untuk berbagai pihak yang berkaitan. Bagi mahasiswa, penting untuk lebih aktif memanfaatkan dukungan keluarga, baik berupa motivasi, arahan, maupun bantuan material, sebagai pemacu dalam mengembangkan potensi dan keberanian untuk memulai usaha. Mahasiswa juga disarankan untuk terus meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan melalui pelatihan, seminar, kompetisi bisnis, atau program inkubator yang dapat memperkuat kesiapan mereka menghadapi dunia usaha. Bagi keluarga, terutama orang tua, diperlukan keterbukaan dan dukungan yang lebih besar terhadap pilihan karier anak dalam bidang kewirausahaan. Dorongan moral, pemberian kepercayaan, serta keteladanan dalam hal etos kerja dapat menjadi modal penting bagi mahasiswa dalam membangun minat dan motivasi berwirausaha.

Selanjutnya, bagi institusi pendidikan, khususnya Universitas Negeri Medan, disarankan untuk terus memperkuat mata kuliah kewirausahaan dengan pendekatan yang lebih aplikatif, misalnya melalui proyek usaha nyata, kolaborasi dengan pelaku usaha, serta penyediaan fasilitas inkubasi bisnis di lingkungan kampus. Program pembelajaran yang praktis dan relevan akan membantu mahasiswa memahami dinamika bisnis secara langsung dan mengurangi rasa takut untuk memulai usaha. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan variabel lain seperti self-efficacy, motivasi berwirausaha, kondisi ekonomi keluarga, ataupun pengaruh media sosial untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Penelitian dengan metode campuran atau pendekatan longitudinal juga perlu dipertimbangkan agar dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perkembangan minat berwirausaha mahasiswa dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Qurratul, and Farah Oktafiani. 2020. "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University." 17(2):151–59.
- Al-khaulani, Abu Muslim. 2022. "Faktor-Faktor Yang Menentukan Minat Berwirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Kota Bandung." 65–72.

- Chao, Miao, Dmitri Rozgonjuk, Jon D. Elhai, Haibo Yang, and Christian Montag. 2025. "Personality Associations with Online vs . Offline Social Capital and Life Satisfaction." (2024).
- Famila, Ghanaya Catur, Reza, and Ratna Fitri Astuti. 2024. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Samarinda." 4:88–95.
- Herdiansyah, Dedi, Meizi Fahrizal, and Lia Suprihartini. 2025. "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Perguruan Tinggi Vokasi." 11(2):1051–63.
- Indraswati, Dyah, Vivi Rachmatul Hidayati, Nurma Pramestie Wulandari, and Mohammad Archi Maulyda. 2021. "PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PGSD UNIVERSITAS MATARAM." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 9(1):17–34. doi: 10.26740/jepk.v9n1.p17-34.
- Jariyah, Ahmad. 2023. "Analisis Peran Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palangkaraya 2022/2023." *Jurnal Perspektif Penelitian Pendidikan* 1(2):1–8. doi: 10.33084/jppp.v1i2.5979.
- Julindrastuti, DijahKaryadi, Iman. 2022. "PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP." *Jurnal Tadbir Peradaban* 2(1).
- Ketaren, Bania Ateta, and Petrus Wijayanto. 2021. "PENGARUH KEMANDIRIAN DAN SELF EFFICACY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FEB UKSW." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 8(1). doi: 10.26740/jepk.v9n1.p67-78.
- Mustomi, Dede, Khoirul Ulum, Aprilia Puspasari, and Ayu Azizah. 2021. "Faktor Penghambat Minat Berwirausaha Dikalangan Mahasiswa (Studi Survei)." 1(November).
- Nyqvist, Fredrica, Rodrigo Serrat, Mikael Nygård, and Marina Näsmann. 2024. "Does Social Capital Enhance Political Participation in Older Adults ? Multi - Level Evidence from the European Quality of Life Survey." *European Journal of Ageing*. doi: 10.1007/s10433-024-00825-x.
- Oktariani, Andi Rinda, Agus Syam, and Muhammad Hasan. 2021. "Pengaruh Ekspektasi Pendapatan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Peserta Didik." 2(1).
- Prasiska, Dilla Wahyu, Eka Mariyanti, and Rasidah Nasrah. 2024. "Peran Lingkungan Keluarga , Motivasi , Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa." 4(2):162–70.
- Saleh, Muhammad Aditya, Monry Fraick Nicky Gillian Ratumbuysang, Mahmudah Hasanah, and Alfi Fadilah Hakim Harahap. 2024. "PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA MELALUI SELF EFFICACY PADA MAHASISWA

JURUSAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 12(3).

- Siskia, Brittanía, I. Gede Indra Jagat Satria, Haidar Darmawangsa, and Meike Kurniawati. 2024. “PENGARUH LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA.” 06(4):130–45.
- Thi, Mai Anh Nguyen, and Khoa Vu Dinh. 2025. “Social Capital and Sustainable Performance: Examining the Mediating Role of Supply Chain Resilience in an Emerging Economy.” 1–18.
- Wider, Walton, Muhammad Ashraf Fauzi, Nur Muneerah, Kasim Muhammad, Fakhrul Yusuf, Siti Aminah, Harun Siti, Quyume Azira, Jem Cloyd, M. Tanucan Syed, and Far Abid. 2025. “The Impact of Online Social Capital on Innovative Job Performance: Mediated by Work Engagement.” *Discover Sustainability*. doi: 10.1007/s43621-025-01224-7.
- Widiastuty, Vyna Monicca, and Tri Septin Muji Rahayu. 2021. “Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Purwokerto).” (1):23–34.
- Zhao, Jiajia, Limei Nie, Lutong Pan, Mingli Pang, Jieru Wang, Yue Zhou, and Rui Chen. 2024. “Association between Social Capital , Mental Health , and Digital Health Literacy among the University Students in China : A Multigroup Analysis Based on Major Difference.” *BMC Public Health*. doi: 10.1186/s12889-024-19672-7.