

**PENGARUH *LIFE SKILL*, LINGKUNGAN KELUARGA DAN
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA
PADA GENERASI Z DI KECAMATAN MOJOSARI, KABUPATEN
MOJOKERTO**

Raudhatul Amalia

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
liala20004@gmail.com;

Awin Mulyati

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
awin@untag-sby.ac.id;

Ute Ch. Nasution

Program Studi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
uthe@untag-sby.ac.id;

ABSTRAK

Kelompok Generasi Z mengantongi potensi laten yang besar untuk tampil sebagai aktor bisnis baru berkat ketangkasan adaptasi mereka terhadap penetrasi teknologi digital. Kendati demikian, fluktuasi minat berwirausaha pada klaster usia ini masih disetir oleh jalinan stimulan internal maupun eksternal. Penelitian ini diinisiasi untuk membedah andil dari variabel *Life Skill*, iklim Lingkungan Keluarga, dan intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap pembentukan Minat Berwirausaha Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Riset ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan model desain asosiatif kausal. Kuantum sampel ditetapkan sebanyak 96 responden melalui formulasi Rumus Lemeshow yang dijarang memakai teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data primer dikerjakan via instrumen kuesioner, untuk kemudian dikomputasi menggunakan pemodelan regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 23. Hasil pengujian empiris membuktikan bahwa secara parsial, variabel *Life Skill*, Lingkungan Keluarga dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Secara simultan, integrasi ketiga variabel prediktor tersebut terbukti membawa dampak terhadap Minat Berwirausaha. Di antara seluruh komponen yang diamati, variabel Penggunaan Media Sosial mengukuhkan diri sebagai elemen yang memberikan kontribusi paling dominan dalam merangsang gairah berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Mojosari.

Kata Kunci: *Life Skill, Lingkungan Keluarga, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha, Generasi Z.*

A. PENDAHULUAN

Indonesia menempati posisi sebagai negara dengan kuantitas penduduk terbesar keempat di skala global di bawah India, Cina, dan Amerika Serikat, dengan agregat pemparasan data yang menyentuh angka 287.886.791 jiwa. Skala demografi yang masif ini mencerminkan ketersediaan modal sumber daya manusia yang melimpah guna menggerakkan roda pembangunan ekonomi nasional. Sayangnya, mayoritas elemen masyarakat hingga kini masih mengagungkan corak pekerjaan di wilayah formal sebagai parameter mutlak sebuah kesuksesan hidup lantaran dinilai menjanjikan kepastian upah berkala, proteksi jaminan sosial, serta kejelasan jenjang karier. Paradigma berpikir tersebut memicu tumpukan arus individu yang lebih memprioritaskan diri sebagai pemburu kerja ketimbang inisiator pembuka lapangan kerja. Padahal, daya tampung riil dari sektor formal untuk mengabsorpsi tenaga kerja baru tidak pernah sebanding dengan akselerasi pertumbuhan laju penduduk usia produktif. Dokumentasi statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 mengonfirmasi adanya kesenjangan penyerapan yang timpang, di mana angka pencari kerja resmi yang terdata menembus 909.671 orang, sementara jatah lowongan kerja yang tersedia di pasar hanya berkisar di angka 630.672 formasi.

Imbas dari sempitnya koridor penyerapan di sektor formal mendesak hadirnya jalan keluar alternatif dalam memproduksi peluang ekonomi mandiri, yang salah satunya dapat diakomodasi melalui jalur kewirausahaan. Kiprah di dunia usaha tidak sekadar memberikan ruang bagi individu untuk mengantongi pendapatan secara mandiri, melainkan juga memegang andil krusial dalam menyuburkan lapangan kerja baru sekaligus menekan angka pengangguran terbuka. Laporan otoritas Kementerian UMKM Republik Indonesia (2025) menangkap adanya tren kenaikan jumlah unit UMKM nonpertanian dari yang semula berjumlah 30.178.617 tempat usaha pada tahun 2024, menanjak menjadi 30.209.069 unit usaha di sepanjang tahun 2025. Kurva pertumbuhan ini membuktikan bahwa roda usaha mandiri memegang peranan yang sangat vital sebagai tulang punggung stabilitas ekonomi domestik. Dominasi unit usaha berskala mikro di lapangan sekaligus merefleksikan tingginya benih kewirausahaan terpendam dalam sosiologi masyarakat Indonesia, walaupun dalam praktiknya masih kerap terbentur oleh beragam keterbatasan struktural maupun modal.

Kelompok Generasi Z memegang estafet posisi yang amat strategis dalam cetak biru pengembangan ekosistem kewirausahaan masa depan, mengingat kelompok ini lahir dan tumbuh besar di tengah pusaran era digital sehingga mengantongi fleksibilitas adaptasi yang tinggi terhadap penetrasi teknologi mutakhir. Berdasarkan rilis data dari GoodStats (2023), profil pelaku wirausaha di tanah air nyatanya masih didominasi oleh kelompok usia dewasa mapan hingga lansia, sedangkan keterlibatan segmen usia muda rentang 15–29 tahun tergolong masih minim. Anomali ini memerlukan perhatian serius mengingat Generasi Z diproyeksikan bakal menguasai struktur angkatan kerja global pada tahun 2030 kelak. Padahal, limpahan potensi inovasi, keunikan kreativitas, serta ketangkasan mengoperasikan instrumen digital yang melekat pada karakter Generasi Z merupakan modal utama dalam merintis lini bisnis baru sekaligus menciptakan ceruk ekonomi kreatif yang segar.

Dorongan internal berupa minat berwirausaha bertindak sebagai motor penggerak paling utama yang memicu kesadaran seseorang untuk mulai menata dan membesarkan sebuah unit usaha. Hendra dan Sirine (2017) dalam (Jumiati et al., 2022) menguraikan bahwa intensi kewirausahaan merupakan refleksi kapabilitas personal dalam mengintervensi diri sendiri untuk memproduksi dan memperluas peluang bisnis yang didasari atas rasa suka serta kesiapan mental dalam mengalkulasi risiko. Kemunculan minat tersebut distimulasi oleh jalinan faktor internal maupun faktor eksternal. Karakteristik kecakapan hidup (*life skill*) tampil sebagai salah satu instrumen internal yang berbobot penting dalam mengasah ketajaman berpikir kritis, ketepatan mengambil keputusan, kecakapan berkomunikasi, hingga keandalan memecahkan problem rumit (Imamil et al., 2025). Eksperimen riset yang dikerjakan oleh (Wulan, 2019) berhasil membuktikan bahwa variabel *life skill* menyumbang pengaruh yang signifikan dalam mendorong minat berwirausaha seseorang.

Di sisi lain, iklim lingkungan keluarga turut memegang kendali yang tidak kalah besar dalam mengonstruksi ketertarikan individu terhadap dunia bisnis. Pasokan dukungan dari keluarga dapat berwujud afirmasi emosional, pertukaran informasi, bentuk apresiasi, hingga sokongan finansial yang ampuh menebalkan rasa percaya diri seseorang saat mengawali langkah bisnisnya (Setiabudi, 2019). Selaras dengan teori tersebut, temuan ilmiah dari (Rahman et al., 2024) mengonfirmasi bahwa ekosistem lingkungan keluarga memberikan kontribusi positif dan signifikan dalam memupuk minat berwirausaha. Memasuki ruang digital, intensitas penggunaan media sosial bergeser menjadi instrumen eksternal yang sangat relevan karena berfungsi sebagai media penyerap informasi, jembatan penghubung relasi jaringan, hingga sarana adopsi strategi pemasaran modern (Wafiyudin et al., 2025). Publikasi dari (Haliza & Widjaja, 2025) ikut memperkuat asumsi ini melalui kesimpulan bahwa aktivitas pemanfaatan media sosial membawa dampak positif terhadap peningkatan minat berwirausaha.

Secara spesifik, wilayah Kecamatan Mojosari di Kabupaten Mojokerto merupakan kawasan yang menyimpan potensi ekonomi yang menjanjikan, ditandai dengan geliat sektor perniagaan, ekspansi usaha mikro, serta denyut ekonomi kreatif yang terus memperlihatkan tren peningkatan. Namun, berdasarkan hasil pengamatan awal di lapangan, gairah kewirausahaan di kalangan Generasi Z setempat terdeteksi masih tertahan pada level moderat atau sedang. Tingkat penguasaan *life skill* para pemuda di daerah tersebut terpantau masih terbatas pada standar kecakapan dasar. Kondisi ini diperparah oleh minimnya dorongan dari ekosistem keluarga, mengingat mayoritas orang tua masih mengarahkan anak-anak mereka untuk mengejar profesi formal yang dipandang menyajikan stabilitas finansial jangka panjang. Selain itu, pola pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z setempat masih didominasi untuk keperluan hiburan semata (*entertainment*) ketimbang dieksplorasi secara produktif demi menyokong aktivitas bisnis. Kesenjangan yang kontras antara limpahan potensi bawaan Generasi Z dengan realisasi tindakan nyata dalam dunia usaha ini menjadi problem utama yang melatarbelakangi kajian ini.

Berangkat dari fenomena di atas, penelitian ini diinisiasi dengan tujuan untuk membedah dan menganalisis imbas dari variabel *life skill*, iklim lingkungan

keluarga, serta tingkat penggunaan media sosial terhadap pembentukan minat berwirausaha Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto, baik melalui pengujian secara parsial maupun pengujian secara simultan. Hasil akhir dari studi ini diharapkan mampu menyumbangkan khazanah teoritis bagi perluasan ilmu kewirausahaan, sekaligus memformulasikan rekomendasi taktis bagi jajaran pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta para kawula muda Generasi Z dalam mengeskalasi partisipasi riil pada sektor usaha mandiri.

B. METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Desain Riset

Alur operasional riset ini dirancang menggunakan pendekatan kuantitatif melalui format desain asosiatif kausal yang bertujuan membedah interaksi sebab-akibat dari seluruh komponen yang diamati. Secara spesifik, rancangan ini dikerahkan guna mengukur andil dari variabel *Life Skill* (X1), iklim Lingkungan Keluarga (X2), serta intensitas Penggunaan Media Sosial (X3) terhadap pembentukan Minat Berwirausaha (Y) pada kelompok Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Pemilihan metode kuantitatif disandarkan pada karakteristik data penelitian yang berwujud angka numerik yang digali via instrumen angket, untuk kemudian dikomputasi menggunakan perangkat statistik demi menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2023). Agenda pengerjaan studi ini berlangsung selama lima bulan, terhitung sejak Februari hingga Juni 2026, yang fasenya mencakup penyusunan draf instrumen amatan, penjaringan data di lapangan, pemrosesan angka, hingga tahap finalisasi laporan ilmiah.

Populasi dan Teknik Penjaringan Sampel

Kelompok populasi yang disasar dalam kajian ini mencakup seluruh warga kategori Generasi Z yang menetap di wilayah geografis Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto, dengan kondisi ukuran populasi riil yang posisinya tidak dapat diidentifikasi secara pasti di lapangan. Berangkat dari situasi tersebut, penentuan sampel memakai teknik *non-probability sampling* yang dipadukan dengan metode *purposive sampling* berdasarkan seperangkat kriteria spesifik, antara lain:

- a. Wajib tercatat sebagai penduduk asli atau berdomisili di area Kecamatan Mojosari;
- b. Berada pada kelompok rentang usia 18 sampai 29 tahun; serta
- c. Aktif mengoperasikan platform jejaring sosial dalam aktivitas keseharian.

Mengingat batas populasi berada pada level yang tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), kalkulasi ukuran sampel minimal disandarkan pada formulasi Rumus Lemeshow, yaitu: $n = (Z^2 \times p \times q) / d^2$. Dengan menetapkan margin kesalahan (d) di angka 10% (0,10), derajat kepercayaan kuantum Z pada level 1,96, serta estimasi proporsi (p) sebesar 0,5 dan q sebesar 0,5, diperoleh kuota minimal subjek amatan sebanyak 96 responden. Ragam informasi yang dikumpulkan memadukan unsur data primer yang dihimpun langsung melalui penyebaran kuesioner berbasis digital via Google Form, serta sokongan data sekunder yang bersumber dari literatur buku teks, jurnal ilmiah, artikel akademik, hingga laporan publikasi resmi yang selaras dengan topik kajian.

Instrumen Pengukuran dan Tahapan Analisis Data

Pengumpulan data riil dikerjakan menggunakan kuesioner terstruktur yang mengadopsi model Skala Likert 5 poin, dengan rentang bobot penilaian dimulai dari skor 1 untuk merepresentasikan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skor maksimal 5 untuk pilihan Sangat Setuju (SS). Penilaian mutu kelayakan instrumen dieksekusi terlebih dahulu melalui serangkaian uji kualitas data, meliputi pengujian validitas butir pertanyaan via formula Korelasi Pearson, serta pengujian reliabilitas konsistensi internal lewat indeks *Cronbach's Alpha* dengan prasyarat ambang batas minimal sebesar 0,70 (Ghozali, 2018; Machali, 2021).

Keseluruhan data numerik yang telah dinyatakan lolos uji kualitas selanjutnya diproses menggunakan bantuan perangkat lunak komputasi statistik SPSS melalui tahapan pengujian berikut:

- a. Analisis Statistik Deskriptif: Digunakan untuk memetakan gambaran umum profil responden serta sebaran jawaban amatan.
- b. Uji Asumsi Klasik: Sebagai prasyarat kelayakan regresi, pengujian mencakup uji sebaran normal (normalitas), pendeteksian gejala multikolinearitas, pemantauan efek heteroskedastisitas, serta pembuktian korelasi linearitas.
- c. Analisis Regresi Linear Berganda: Diterapkan untuk mengukur arah dan besaran pengaruh linear secara matematis melalui model fungsi: $Y = a + (b_1 \times X_1) + (b_2 \times X_2) + (b_3 \times X_3) + e$.
- d. Pengujian Hipotesis: Eksekusi pengujian dilakukan secara parsial melalui Uji t guna melihat pengaruh individu masing-masing variabel independen, serta secara bersama-sama menggunakan Uji F untuk mengonfirmasi kekuatan pengaruh simultan.
- e. Kalkulasi Koefisien Determinasi (R^2): Dimanfaatkan untuk mengukur seberapa besar persentase kemampuan variasi variabel *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial dalam mengurai fluktuasi Minat Berwirausaha.
- f. Analisis Korelasi (r): Digunakan demi menakar seberapa erat derajat hubungan linear yang terbentuk antarvariabel dalam model empiris penelitian.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Rancangan penelitian ini berhasil menjaring sebanyak 96 responden yang merepresentasikan kelompok Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Demi memetakan profil demografi subjek amatan secara komprehensif, analisis karakteristik responden diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori utama, yang meliputi segmentasi jenis kelamin, klaster usia, besaran pendapatan per bulan, serta jenis platform media sosial yang paling sering diakses dalam aktivitas keseharian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	33
	Perempuan	64	67
Usia	15–19 tahun	12	13
	20–24 tahun	65	68
	25–29 tahun	19	20
Pendapatan/Bulan	< Rp1.000.000	43	45
	Rp1.000.000– <Rp3.000.000	33	34
	Rp3.000.000– <Rp5.000.000	12	13
	≥ Rp5.000.000	8	8
Media Sosial	TikTok	57	59
	Instagram	34	35
	Facebook	1	1
	Lainnya	4	4
Pekerjaan	Pelajar	11	11
	Mahasiswa	36	38
	Karyawan Swasta	32	33
	Lainnya	17	18
Latar Belakang Keluarga	Wirausaha	44	46
	Non Wirausaha	52	54

Sumber: Data primer diolah (2026)

Menilik paparan data pada Tabel 1, komposisi responden dalam penelitian ini secara demografis didominasi oleh kelompok perempuan dengan persentase mencapai 67 persen. Jika ditinjau dari aspek kronologis, mayoritas subjek amatan berada pada klaster usia 20 sampai 24 tahun dengan proporsi sebesar 68 persen, serta mencatatkan tingkat pendapatan per bulan yang dominan berada di bawah angka Rp1.000.000 (45 persen). Sementara itu, dalam pemanfaatan ruang siber, platform TikTok mengukuhkan diri sebagai media sosial yang paling intensif diakses oleh para pemuda setempat dengan raihan sebesar 59 persen. Dilihat dari status aktivitasnya, sebagian besar responden berstatus aktif sebagai mahasiswa (38 persen) dan dibesarkan dalam iklim latar belakang keluarga nonwirausaha (54 persen).

Uji Kualitas Instrumen Penelitian

Tahapan pengujian instrumen diinisiasi sebagai langkah krusial demi menjamin bahwa butir-butir pertanyaan di dalam kuesioner memiliki ketepatan substansi yang presisi sekaligus keandalan yang konsisten saat merekam dinamika variabel laten yang diteliti. Rangkaian evaluasi mutu data ini mencakup eksekusi uji validitas serta uji reliabilitas, di mana seluruh proses komputasi numeriknya dioperasikan secara sistematis memanfaatkan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang r Hitung	r Tabel	Keterangan
Life Skill (X1)	6	0,642–0,804	0,361	Valid
Lingkungan Keluarga (X2)	5	0,514–0,840	0,361	Valid
Penggunaan Media Sosial (X3)	5	0,729–0,839	0,361	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	4	0,848–0,897	0,361	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2026)

Berdasarkan rekam jejak kalkulasi data, seluruh butir pernyataan yang termuat di dalam kuesioner terbukti menorehkan koefisien r hitung yang melampaui ambang batas nilai r tabel sebesar 0,361. Melalui capaian empiris tersebut, keseluruhan instrumen pengukuran sah dinyatakan valid dan memiliki kelayakan penuh untuk dikerahkan dalam tahapan analisis data penelitian berikutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Life Skill (X1)	0,833	0,70	Reliabel
Lingkungan Keluarga (X2)	0,729	0,70	Reliabel
Penggunaan Media Sosial (X3)	0,834	0,70	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,897	0,70	Reliabel

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS (2026)

Berdasarkan paparan data pada Tabel 3, keseluruhan variabel yang diobservasi berhasil menorehkan koefisien *Cronbach's Alpha* yang secara konsisten melampaui ambang batas standar 0,70. Capaian statistik tersebut membuktikan bahwa instrumen pengumpulan data yang dikerahkan mengantongi derajat konsistensi internal yang sangat baik, sehingga sah dikualifikasikan sebagai alat ukur yang andal dan tepercaya untuk menjangkau data di lapangan.

Uji Asumsi Klasik

Eksekusi uji asumsi klasik diposisikan sebagai prosedur prasyarat mutlak yang wajib dipenuhi sebelum melangkah ke tahapan analisis regresi linear berganda. Rangkaian pengujian ini diselenggarakan demi menjamin bahwa model estimasi yang dibangun telah terbebas dari penyimpangan ekonometrika serta memenuhi kaidah ketepatan parameter statistik. Guna mencapai tujuan tersebut, pengujian asumsi klasik dalam studi ini dioperasikan secara komprehensif melalui empat tahapan utama, yakni uji normalitas sebaran data, uji multikolinearitas antarvariabel bebas, uji heteroskedastisitas, serta uji linearitas hubungan.

Tabel 4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,28355301
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,053
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

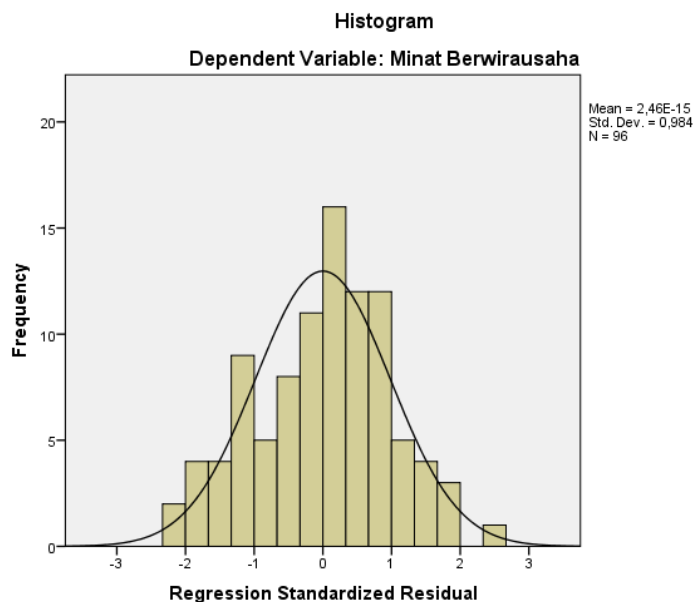
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

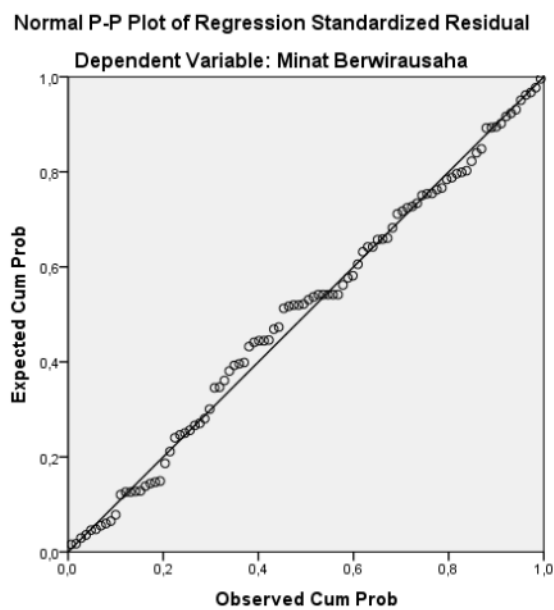
Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang tertera pada Tabel 4.17, diperoleh angka koefisien signifikansi sebesar 0,200 yang posisinya berada di atas ambang batas 0,05. Realitas angka ini memberikan pembuktian empiris bahwa sebaran galat atau residual dalam model penelitian ini telah terdistribusi secara normal. Demi memperkuat akurasi pembacaan data, konfirmasi kelayakan sebaran data ini juga dilengkapi dengan visualisasi grafis menggunakan bagan Histogram serta grafik P-Plot Normal sebagaimana disajikan di bawah ini:



Gambar 1. Uji Normalitas Data Model Histogram

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Menilik visualisasi grafis histogram yang tersaji pada Gambar 1, tampak jelas bahwa tarikan garis kurva membentuk pola lonceng yang simetris sempurna tanpa memperlihatkan kecenderungan melenceng (*skewness*) ke arah kanan maupun kiri. Keselarasan ini dipertegas oleh formasi pilar-pilar diagram batang yang susunannya konsisten mengikuti alur garis lengkung tersebut. Karakteristik visual ini memperkuat bukti empiris bahwa residu model penelitian terdistribusi secara normal, sehingga prasyarat normalitas dalam tahapan uji asumsi klasik telah terpenuhi dengan baik.



Gambar 2. Uji Normalitas Data Model P-PLOT
 Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Selaras dengan visualisasi sebelumnya, hasil pembacaan grafik Normal P-Plot pada Gambar 2 memperlihatkan bahwa sebaran titik-titik data terpantau rapat dan bergerak konsisten mengikuti arah garis lurus diagonal. Berdasarkan karakteristik sebaran geografis data tersebut, dapat disimpulkan kembali bahwa model regresi yang dibangun mengantongi data yang terdistribusi secara normal.

Tabel 5. Tabel Uji Multikolonieritas
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,658	1,543		1,075	,285		
Life Skill	,132	,059	,203	2,257	,026	,535	1,868
Lingkungan Keluarga	,283	,068	,404	4,154	,000	,457	2,186
Penggunaan Media Sosial	,287	,092	,280	3,113	,002	,533	1,875

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Berdasarkan rekam komputasi data pada Tabel 5, arsitektur regresi dalam studi ini terkonfirmasi steril dari anomali multikolonieritas karena seluruh variabel

penjelas sukses melampaui batas ortogonalitas statistik, yakni kuantum VIF di bawah ambang 10,00 serta koefisien *Tolerance* di atas batas linearitas 0,10. Penjajakan numerik memperlihatkan bahwa determinan *Life Skill* (X1) mengamankan magnitudo VIF 1,868 dan *Tolerance* 0,535, disusul klaster Lingkungan Keluarga (X2) dengan torehan VIF 2,186 dan *Tolerance* 0,457, serta variabel eksogen Penggunaan Media Sosial (X3) yang mengunci angka VIF 1,875 dan *Tolerance* 0,533. Melalui konsistensi konfigurasi matematis tersebut, ditarik konklusi absolut bahwa tidak terdeteksi adanya gejala interkorelasi distortif antar-variabel independen, sehingga model empiris ini absah lolos prasyarat ekonometrika untuk tahapan estimasi prediktif selanjutnya.

Tabel 6. Uji Heterokedastisitas Metode Spearman

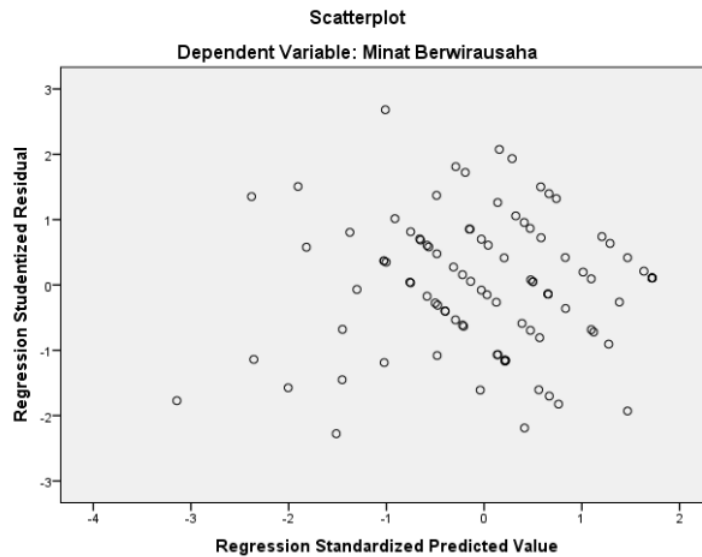
Correlations

			Life Skill	Lingkungan Keluarga	Penggunaan Media Sosial	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Life Skill	Correlation Coefficient	1,000	,669**	,582**	-,053
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,608
		N	96	96	96	96
	Lingkungan Keluarga	Correlation Coefficient	,669**	1,000	,604**	-,006
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,950
		N	96	96	96	96
	Penggunaan Media Sosial	Correlation Coefficient	,582**	,604**	1,000	-,005
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,958
		N	96	96	96	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,053	-,006	-,005	1,000
		Sig. (2-tailed)	,608	,950	,958	.
		N	96	96	96	96

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Berdasar pada bentangan data numerik dalam Tabel 6, deteksi atas gejala varians residual yang tidak konstan atau heteroskedastisitas dievaluasi dengan merujuk pada ambang batas signifikansi dua arah (*sig. 2-tailed*) di atas angka 0,05. Hasil komputasi menyingkap bahwa variabel *Life Skill* (X1) mengunci koefisien sebesar 0,608, disusul komponen Lingkungan Keluarga (X2) yang menyentuh angka 0,950, serta dimensi Penggunaan Media Sosial (X3) yang bertengger pada magnitudo 0,958. Mengingat probabilitas seluruh variabel eksogen secara konsisten melampaui batas kritis 0,05, ditarik konklusi absolut bahwa model empiris ini terbebas dari bias heteroskedastisitas atau bersifat homoskedastisitas. Guna memperkuat pembuktian matematis yang diperoleh melalui metode korelasi tersebut, konfirmasi kelayakan model juga dipetakan secara visual lewat pendekatan grafis *Scatterplot* seperti yang tersaji di bawah ini:



Gambar 3. Heterokedastisitas Data Model Scatter Plot
 Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Visualisasi grafis *Scatterplot* yang diproyeksikan pada Gambar 3 mengonfirmasi absennya anomali varians residual, di mana sebaran titik-titik data terpantau memencar secara acak tanpa kecenderungan beraglomerasi pada satu titik tertentu maupun mengonstruksi pola geometris yang berulang. Diversifikasi sebaran data yang terdistribusi secara konstan di atas dan di bawah koordinat nol pada sumbu Y ini menjadi bukti sah bahwa model regresi memenuhi syarat homoskedastisitas.

Tabel 7. Uji Linearitas Variabel *Life Skill* (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Life Skill	Between Groups	(Combined)	200,854	13	15,450	6,561	,000
		Linearity	155,093	1	155,093	65,859	,000
		Deviation from Linearity	45,761	12	3,813	1,619	,102
	Within Groups		193,104	82	2,355		
Total			393,958	95			

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Berdasarkan komputasi data yang tersaji pada Tabel 7, variabel *Life Skill* (X1) sukses mengunci angka signifikansi pada aspek *Deviation from Linearity* sebesar 0,102 yang nilainya terbukti lebih besar dari ambang batas syarat statistik 0,05. Hasil pengujian tersebut memberikan konfirmasi empiris bahwa prasyarat fungsional dalam model telah terpenuhi dengan baik, sehingga konstruk hubungan yang terbentuk antara variabel *Life Skill* (X1) dan variabel Minat Berwirausaha (Y) sah dinyatakan bersifat linear.

Tabel 8. Uji Linearitas Variabel Lingkungan Keluarga (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Lingkungan Keluarga	Between Groups	(Combined)	231,839	13	17,834	9,020	,000
		Linearity	203,867	1	203,867	103,116	,000
		Deviation from Linearity	27,972	12	2,331	1,179	,312
	Within Groups		162,120	82	1,977		
Total			393,958	95			

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Merujuk pada hasil estimasi statistik yang dimuat dalam Tabel 8, pengujian linearitas untuk variabel Lingkungan Keluarga (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan koefisien *Deviation from Linearity* sebesar 0,312. Mengingat nilai probabilitas tersebut jauh melampaui batas signifikansi kritis 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa asumsi prasyarat telah terpenuhi secara absolut. Dengan demikian, model hubungan yang mengaitkan antara variabel Lingkungan Keluarga (X2) dengan Minat Berwirausaha (Y) terbukti bersifat linear.

Tabel 9. Uji Linearitas Variabel Penggunaan Media Sosial (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Berwirausaha * Penggunaan Media Sosial	Between Groups	(Combined)	203,674	8	25,459	11,640	,000
		Linearity	172,116	1	172,116	78,693	,000
		Deviation from Linearity	31,558	7	4,508	2,061	,056
	Within Groups		190,285	87	2,187		
Total			393,958	95			

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS v.23, 2026

Berdasarkan output olah data pada Tabel 9, pengujian linearitas antara variabel Penggunaan Media Sosial (X3) terhadap Minat Berwirausaha (Y) menghasilkan angka signifikansi *Deviation from Linearity* sebesar 0,056. Karena nilai tersebut berada di atas ambang batas kritis 0,05, maka asumsi prasyarat linearitas dalam pemodelan ini resmi terpenuhi. Hal ini membuktikan bahwa interaksi fungsional yang terjadi antara variabel Penggunaan Media Sosial (X3) dan variabel Minat Berwirausaha (Y) memiliki kecenderungan hubungan yang bersifat linear.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 10. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,658	1,543		1,075	,285
	Life Skill	,132	,059	,203	2,257	,026
	Lingkungan Keluarga	,283	,068	,404	4,154	,000
	Penggunaan Media Sosial	,287	,092	,280	3,113	,002

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS v.23 (2026)

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 1,658 + 0,132X_1 + 0,283X_2 + 0,287X_3 + e$$

Berdasarkan hasil estimasi parameter dalam model regresi, seluruh variabel independen secara konsisten menorehkan koefisien regresi berarah positif. Arah hubungan ini mengindikasikan bahwa setiap eskalasi yang terjadi pada variabel *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, maupun intensitas Penggunaan Media Sosial akan diikuti oleh peningkatan Minat Berwirausaha secara linear. Di antara ketiga determinan yang diamati, variabel Penggunaan Media Sosial mengukuhkan diri sebagai prediktor yang paling dominan dalam memicu gairah berwirausaha subjek amatan, yang dibuktikan lewat raihan koefisien beta terbesar yakni sebesar 0,287 dibandingkan dengan kontribusi nilai variabel-variabel lainnya.

Pengujian Hipotesis

Tabel 11. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,658	1,543		1,075	,285
	Life Skill	,132	,059	,203	2,257	,026
	Lingkungan Keluarga	,283	,068	,404	4,154	,000
	Penggunaan Media Sosial	,287	,092	,280	3,113	,002

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS v.23 (2026)

Menilik pada hasil olah data statistik yang tersaji dalam Tabel 11, keseluruhan variabel eksogen secara konsisten membukukan angka signifikansi yang berada di bawah ambang batas kritis 0,05. Capaian empiris ini memberikan konfirmasi nyata bahwa variabel *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, serta Penggunaan Media Sosial terbukti membawa pengaruh positif dan signifikan dalam memacu eskalasi Minat Berwirausaha pada kelompok Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari.

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	237,445	3	79,148	46,524	,000 ^b
	Residual	156,513	92	1,701		
	Total	393,958	95			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Life Skill , Lingkungan Keluarga

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS v.23 (2026)

Berdasarkan ringkasan kalkulasi uji ANOVA yang termuat pada model regresi, diperoleh nilai F hitung sebesar 46,524 yang posisinya terbukti jauh lebih

besar dari nilai F tabel yakni 2,70. Keandalan temuan ini dipertegas oleh perolehan angka signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya berada jauh di bawah ambang batas alpha 0,05. Output statistik tersebut memberikan bukti empiris yang valid untuk menarik konklusi bahwa variabel *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial secara simultan (bersama-sama) memberikan kontribusi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap konstruk Minat Berwirausaha.

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,603	,590	1,304

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial, Life Skill , Lingkungan Keluarga

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS v.23 (2026)

Melalui estimasi koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,590 yang memberikan simplifikasi makna bahwa sebesar 59% fluktuasi atau variasi pada variabel Minat Berwirausaha dapat dideterminasi secara simultan oleh variabel *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial. Di sisi lain, sisa proporsi varians sebesar 41% disumbang oleh eksistensi faktor-faktor preferensial lain yang tidak diakomodasi ke dalam pemodelan empiris ini. Selaras dengan capaian tersebut, kekuatan ikatan antarvariabel ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (R) yang menyentuh angka 0,776, menandakan adanya jalinan hubungan positif yang berada pada kategori kokoh. Merujuk pada parameter baku interpretasi koefisien korelasi, magnitudo tersebut secara presisi bertengger pada interval rentang 0,600–0,799, sehingga menjustifikasi bahwa konvergensi antara instrumen *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, dan intensitas pemanfaatan media sosial memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat terhadap aksentuasi Minat Berwirausaha subjek amatan.

Pembahasan

Pengaruh *Life Skill* terhadap Minat Berwirausaha

Rangkaian pengujian empiris membuktikan bahwa variabel *life skill* menyumbang stimulasi positif yang berbobot nyata dalam memicu munculnya minat berwirausaha pada kelompok Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari. Temuan ilmiah ini mengindikasikan bahwa makin matang kapabilitas individu dalam mengenali potensi diri, mengasah penalaran rasional, menjalin interaksi sosial, serta mengembangkan keterampilan praktis, akan berbanding lurus dengan melonjaknya atensi mereka untuk merintis dunia usaha. Dalam konteks ini, kepemilikan *life skill* bertindak sebagai modal internal yang sangat krusial dalam merajut rasa percaya diri, menajamkan akurasi pengambilan keputusan, sekaligus membentuk kesiapan mental dalam mengalkulasi risiko serta dinamika tantangan bisnis.

Berdasarkan rekaman persepsi para responden, indikator yang berhasil mengamankan nilai rata-rata tertinggi bertumpu pada kecakapan berpikir rasional atau akademik, dengan fokus spesifik pada kemampuan menyusun perencanaan

usaha. Sebaliknya, indikator kecakapan vokasional justru menorehkan angka rata-rata terendah. Fenomena lapangan tersebut menjadi sinyal kuat bahwa corak keterampilan praktis yang aplikatif masih memerlukan pembinaan intensif agar dapat dikonversi menjadi peluang usaha yang menjanjikan di dunia nyata. Muara dari temuan operasional ini berjalan selaras dengan konklusi riset dari Priyono dan Herawati (2018) yang mengonfirmasi bahwa kepemilikan *life skill* membawa dampak positif dan bermakna dalam memperkokoh minat berwirausaha.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha

Hasil analisis data berhasil memberikan pembuktian konkret bahwa faktor lingkungan keluarga menyalurkan kontribusi searah yang bernilai signifikan terhadap penguatan minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Mojosari. Sebagai institusi sosialisasi pertama dalam siklus hidup manusia, keluarga memegang kendali utama dalam mengonstruksi pola pikir, menanamkan sistem nilai, serta menyuntikkan motivasi ke dalam diri individu. Pasokan dukungan ekosistem keluarga yang kondusif terbukti efektif mengeskalasi derajat keyakinan batin serta keberanian mental seseorang untuk memantapkan pilihan pada jalur kewirausahaan sebagai alternatif karier masa depan yang menjanjikan.

Menilik lebih dalam pada sebaran data responden, indikator dengan raihan skor rata-rata tertinggi melekat pada aspek kondisi ekonomi keluarga, yang tercermin lewat besarnya dorongan internal untuk ikut mendongkrak taraf kesejahteraan finansial keluarga melalui aktivitas niaga. Namun, situasi kontras dijumpai pada indikator hubungan antaranggota keluarga yang mencatatkan skor terendah, khususnya pada minimnya intensitas diskusi atau pertukaran pikiran mengenai topik bisnis di dalam rumah. Fakta ini memberikan petunjuk bahwa iklim komunikasi keluarga yang mengarah pada edukasi kewirausahaan masih perlu dioptimalkan lebih lanjut. Secara teoritis, rekam jejak studi ini mendukung keabsahan temuan dari Harti Oktarina, Eka Adnan Agung, dan Sitti Hajar Aswad (2019) yang menandakan bahwa iklim lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap tumbuhnya minat berwirausaha.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan capaian kalkulasi statistik, variabel penggunaan media sosial terbukti menorehkan andil positif yang sangat nyata dalam merangsang pergerakan minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Mojosari. Pada era disrupsi digital saat ini, eksistensi platform jejaring sosial telah bertransformasi secara radikal; tidak lagi sekadar menjadi instrumen komunikasi konvensional, melainkan beralih fungsi sebagai media taktis dalam menyerap informasi bisnis, merajut kemitraan jaringan (*networking*), hingga mendeteksi ceruk peluang pasar yang segar. Makin optimal dan produktif intensitas pemanfaatan media sosial oleh seorang individu, maka akan makin melesat pula hasrat mereka untuk terjun ke ekosistem bisnis.

Hasil amatan pada jawaban kuesioner memperlihatkan bahwa fungsi media sosial sebagai sarana memperluas relasi kewirausahaan sukses mengantongi nilai rata-rata tertinggi. Di sisi lain, porsi pemanfaatan media sosial untuk berburu informasi terkini seputar dinamika dunia bisnis justru menempati posisi paling buncit. Kondisi tersebut merefleksikan realitas bahwa mayoritas kawula muda Generasi Z masih dominan memanfaatkan ruang digital untuk keperluan interaksi sosial ketimbang mengeksplorasinya secara mendalam sebagai sumber

pembelajaran bisnis yang strategis. Temuan empiris ini berjalan harmonis dengan hasil kajian dari Pratiwi Tiara Dara Alinda Nuraini, Santiani Tri Widiawati, dan Sri Mulyeni (2026) yang menangkap kesimpulan serupa bahwa aktivitas penggunaan media sosial membawa pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh *Life Skill*, Lingkungan Keluarga, dan Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Melalui pembacaan hasil pengujian secara simultan (Uji F), ditemukan bukti autentik bahwa variabel *life skill*, iklim lingkungan keluarga, serta intensitas penggunaan media sosial secara bersama-sama menyalurkan stimulan yang sangat signifikan dalam mendikte pergerakan minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Mojosari. Hasil ini memberikan penegasan teoretis bahwa keputusan untuk menumbuhkan intensi berwirausaha tidak dapat berdiri sendiri atas dasar faktor internal berupa kecakapan personal semata, melainkan wajib ditopang oleh kesiapan faktor eksternal seperti afirmasi sosial dari keluarga serta ketangkasan dalam mengeksplorasi instrumen teknologi digital.

Secara struktural, komponen *life skill* membekali individu dengan ketahanan mental untuk menjinakkan tantangan serta merumuskan keputusan bisnis yang visioner. Selaras dengan itu, lingkungan keluarga hadir mengamankan pasokan dukungan psikologis sekaligus memicu letupan motivasi berprestasi. Sementara itu, platform media sosial bekerja melipatgandakan jangkauan akses informasi serta mempercepat penangkapan peluang bisnis global. Kolaborasi terintegrasi dari ketiga elemen ini terbukti ampuh dalam mengonversi potensi laten Generasi Z menjadi tindakan nyata untuk terlibat aktif dalam kegiatan kewirausahaan. Akhir kata, kebulatan temuan dalam model riset ini didukung penuh oleh argumentasi ilmiah dari Hallimatussa'diyah Athoillah (2024) serta Maria Gustina, Ati Sumiati, dan Mardi (2021) yang memvalidasi bahwa kombinasi *life skill*, lingkungan keluarga, dan penguasaan media sosial merupakan pilar-pilar determinan yang krusial dalam melahirkan tunas minat berwirausaha.

D. KESIMPULAN

Rangkaian analisis empiris memberikan pembuktian konkret bahwa komponen *life skill*, iklim lingkungan keluarga, serta intensitas penggunaan media sosial secara parsial maupun simultan menyalurkan stimulus positif yang berbobot nyata dalam mendikte pergerakan minat berwirausaha Generasi Z di wilayah Kecamatan Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Temuan ilmiah ini mengindikasikan bahwa makin matang kecakapan hidup yang dikuasai seseorang, makin kondusif pasokan dukungan dari ekosistem keluarga, serta makin produktif pemanfaatan platform digital di ruang siber, akan berbanding lurus dengan melonjaknya gairah kawula muda untuk merintis dunia usaha mandiri. Di antara ketiga instrumen prediktor yang diuji dalam model regresi ini, variabel penggunaan media sosial tercatat menorehkan kontribusi paling dominan dalam memicu eksistensi minat berwirausaha. Realitas statistik tersebut menegaskan bahwa ketangkasan mengeksplorasi teknologi digital memegang kunci determinan yang sangat vital dalam memantik motivasi dan menangkap ceruk peluang bisnis baru di kalangan generasi muda pada era disrupsi.

Berlandaskan pada simpulan ilmiah tersebut, kelompok Generasi Z disarankan untuk mengeskalisasi keterampilan praktis kewirausahaan (*vocational skill*) serta menggeser pola pemanfaatan media sosial menjadi instrumen produktif untuk berburu wawasan bisnis dan membangun jejaring kemitraan. Di sisi lain, ekosistem keluarga diharapkan dapat bertindak sebagai fasilitator suportif yang aktif membangun iklim diskusi interaktif seputar dunia usaha guna menebalkan rasa percaya diri anak dalam mengambil keputusan karier. Langkah ini perlu diperkuat oleh jajaran pemerintah daerah dan instansi terkait melalui penyediaan program pelatihan berkala, pendampingan usaha, serta edukasi kewirausahaan berbasis digital yang dirancang khusus bagi generasi muda lokal. Akhir kata, bagi agenda akademis di masa depan, peneliti berikutnya dianjurkan untuk memperluas wilayah pengamatan serta menambahkan variabel baru yang potensial seperti motivasi berwirausaha, literasi digital, lingkungan pergaulan, hingga modal usaha demi melahirkan cakrawala pemikiran yang jauh lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Athoillah, H. (2024). *Pengaruh Life Skill dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha*. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustina, M., & Sumiati, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Pengaruh Penggunaan Media ...*, 133–151.
- Haliza, S., & Widjaja, O. H. (2025). *SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA*. 07(02), 660–667.
- Imamil, D., Hidayat, D., & Suminar, U. (2025). Proses Pelatihan Life Skill Menjahit Warga Belajar Pendidikan Kesetaraan Paket C di Pusat Pkbm Assolahiyah Desa Pasirjaya Kecamatan Cilamaya Kulon Kabupaten Karawang. *Jurnal Comm-Edu*, 8(1), 207–212.
- Jumiati, Reza, & Sutrisno. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulwarman. *Educational Studies: Conference Series*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.30872/escs.v2i1.1178>
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib (ed.)). FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Oktarina, H., Agung, E. A., & Aswad, S. H. (2019). *Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP Pembangunan Indonesia Abstrak A*. *PENDAHULUAN Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang sangat banyak serta memiliki sumber kekayaan alam yang*. 49–54.
- Pratiwi, T. D., Nuraini, A., Widiawati, S. T., & Mulyeni, S. (2026). *Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Berwirausaha pada Gen Z untuk memulai dan mengembangkan bisnis di bidang digital (Rafly Irwansyah et al .,*

- 2025). *berkelanjutan . Kewirausahaan mampu menciptakan bisnis baru dengan menemukan peluang*. 4(November 2025).
- Priyono, D., & Herawati, T. (2018). HUBUNGAN LIFE SKILL DAN MINAT BERWIRAUSAHA (Studi Kasus pada Peserta Didik Lembaga Pendidikan Keterampilan di Kabupaten Cirebon. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 13(2), 129–141.
- Rahman, Z. N., Murwaningsih, T., & Ninghardjanti, P. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa PAP FKIP UNS tahun 2020-2022. *JIKAP (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*, 8(1), 41. <https://doi.org/10.20961/jikap.v8i1.75592>
- Setiabudi, K. J. (2019). Pengaruh Dukungan Keluarga Dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Di Kota Surabaya. *Jurnal Agora*, 7(1), 1–6.
- Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D PENERBIT*. ALFABETA.
- Wafiyudin, S., Mulyati, A., Made, N., Pratiwi, I., Gresik, K., Berwirausaha, M., & Sosial, P. M. (2025). *MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA*. 11(1), 1–12.
- Wulan, A. (2019). PENGARUH MOTIVASI KELUARGA , LIFE SKILL DAN PRESTASI BELAJAR KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMK NEGERI 2 WONOGIRI. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 4, 279–288.