

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BERWIRAUSAHA, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

Wahidatul Qomariya¹, Eka Hendi Andriansyah²

¹Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, wahidatul.19001@mhs.unesa.ac.id

²Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia, ekaandriansyah@unesa.ac.id

DOI

<https://doi.org/10.26740/jupe.v13n2.p138-152>

Article history

Received

10 February 2025

Revised

17 May 2025

Accepted

24 May 2025

How to cite

Qomariya, W. & Andriansyah, E. H. (2025). Pengaruh kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 13(2), 138-152.

<https://doi.org/10.26740/jupe.v13n2.p138-152>

Kata Kunci: Kompetensi Wirausaha, Motivasi Berwirausaha, Lingkungan Sosial, Minat Berwirausaha

Keywords: *Entrepreneurial Competition, Entrepreneurial Motivation, Social Environment, Entrepreneurial Interest*

Corresponding author

Wahidatul Qomariya

wahidatul.19001@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh kompetensi wirausaha, motivasi wirausaha, dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini menggunakan sample dari 139 siswa XI IPS dengan metode kuantitatif dan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM), yang dibantu oleh *software* WarpPLS 7.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha sebesar 39,7%. Dengan demikian, diharapkan bagi sekolah untuk dapat memberikan perhatian pada peningkatan motivasi berwirausaha supaya dapat meningkatkan minat berwirausaha pada peserta didik. Dukungan motivasi berwirausaha dapat dilakukan melalui beberapa hal diantaranya seperti memberikan pembelajaran kontekstual tentang kewirausahaan, mengembangkan kewirausahaan menjadi ekstrakurikuler, dan memanfaatkan lingkungan sosial sekolah yang terletak di kawasan industri untuk melakukan kunjungan industri.

Abstract

This study aims to explain the influence of entrepreneurial competence, entrepreneurial motivation, and social environment on interest in entrepreneurship. This research uses a sample of 139 XI IPS students with a quantitative method and Structural Equation Modeling (SEM) analysis, assisted by WarpPLS Version 7.0 software. The results show that entrepreneurial motivation has a significant effect on interest in entrepreneurship of 39.7%. Therefore, it is hoped that schools can pay attention to increasing entrepreneurial motivation in order to enhance students' interest in entrepreneurship. Support for entrepreneurial motivation can be done through several means, including providing contextual learning about entrepreneurship, developing entrepreneurship into extracurricular activities, and utilizing the school's social environment located in industrial areas for industrial visits.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



PENDAHULUAN

Beberapa waktu yang lalu, Indonesia telah melalui masa-masa pandemi *covid-19* yang mematikan seluruh aspek kehidupan, diantaranya yakni aspek ekonomi. Semenjak pandemi *covid-19*, perekonomian negara semakin melemah. Pandemi tersebut tidak hanya menyerang sektor industri yang besar melainkan juga usaha mikro yang baru saja tumbuh. Terjadi pengaruh pandemi *covid-19* terhadap usaha kecil mikro hingga menengah sebagai akibat dari penurunan jumlah wisatawan yang berakibat pada penurunan daya beli masyarakat (Nasution et al., 2020). Sejalan dengan hal tersebut Indonesia diramalkan akan mengalami krisis ekonomi hingga resesi ekonomi pada tahun 2023 dimana perkiraan penyebab resesi ekonomi Indonesia terjadi karena inflasi di beberapa negara super power seperti Amerika Serikat dan Inggris (KontanNews, 2022). Menurut Sri Mulyani, peningkatan suku bunga telah terjadi cukup ekstrem di bank sentral seluruh dunia, diketahui Inggris telah menaikkan suku bunga menjadi 2.25% atau 200 bps, Amerika Serikat menaikkan suku bunga menjadi 300 bps, dan Indonesia akan mengalami resesi ekonomi pada kisaran 3% setelah menaikkan *BI 7-Day Reverse Repo Rate (BI7DRR)* sebesar 4.25% (NarasiTVNews, 2022). Adapun kaitan antara inflasi terhadap resesi ekonomi yakni karena terjadinya penurunan daya beli masyarakat pada saat inflasi sehingga pendapatan perusahaan akan semakin kecil dimana terjadi karena peningkatan suku bunga membuat masyarakat cenderung memilih untuk menabung dibandingkan dengan membelanjakan uangnya (Reawaruw, 2012). Inflasi merupakan gejala meningkatnya harga komoditi yang dapat memicu naiknya harga barang lain (Salim & Purnamasari, 2021). Menurut Kemenperin, Indonesia membutuhkan kurang lebih 4 juta wirausaha baru untuk mendorong perkembangan perekonomian (Kemenperin, 2018). Menurut Teten Masduki, untuk menjadi negara maju, Indonesia harus memiliki pengusaha atau seorang wirausaha sebesar 4% dari total populasi penduduk (Liputan6, 2023). Dengan demikian, untuk mencapai kisaran angka tersebut diperlukan untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada individu terlebih dahulu.

Menurut TPB, intensi dipengaruhi oleh tiga faktor yakni kontrol perilaku, sikap, dan norma subjektif sehingga ketika ketiga faktor tersebut berjalan dengan bersama-sama maka akan menghasilkan intensi yang kuat sama halnya dengan intensi berwirausaha (Ajzen, 1991). Minat berwirausaha bersifat intrinsik yang berhubungan dengan keinginan menjalankan bisnis di masa depan (Portuguez Castro & Gómez Zerméño, 2021). Minat berwirausaha berhubungan dengan kelayakan dan keinginan individu dimana kelayakan berhubungan dengan sumber daya, pemahaman, keuangan, semangat, serta kecakapan sedangkan keinginan berkenaan dengan tingkah laku individu, nilai, dan emosi yang dibentuk oleh lingkungan sosial (Osakede et al., 2017). Menurut wawancara, meskipun siswa di kelas XI IPS SMA Negeri 1 Driyorejo telah mendapatkan pembelajaran tentang kewirausahaan di kelas X, minat siswa untuk menjadi wirausahawan ternyata rendah, mereka masih merasa takut akan risiko yang terjadi saat mengalami kerugian atas produk yang dipasarkan, ekspektasi pendapatan yang tidak menentu serta masih terdapat anggapan bahwasannya berwirausaha itu merepotkan. Hal tersebut selaras dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) pada faktor kontrol perilaku dimana individu merasa mendapat kesulitan atau hambatan pada saat akan melakukan tindakan berwirausaha namun keduanya harus dapat dikontrol dengan memberikan keyakinan pada diri sendiri bahwa hal tersebut akan dilalui dengan baik (Ajzen, 1991, 2002).

Seiring berjalannya waktu, minat berwirausaha akan timbul ketika terdapat sebuah keterampilan dan/atau kompetensi wirausaha yang tinggi dan beragam. Kompetensi wirausaha merupakan sebuah pemahaman, kemahiran, dan keahlian yang dimiliki oleh individu mencari dan memperoleh informasi baru untuk mengidentifikasi dan mengejar peluang kewirausahaan (Ngoasong, 2017). Kompetensi wirausaha adalah sebuah kemampuan yang dimiliki oleh individu yang mendukung sebuah kinerja menjadi efektif dan luar biasa sehingga dapat menunjang keberlangsungan dan keberhasilan sebuah usaha (Rezaeizadeh et al., 2016). Dalam berwirausaha, kompetensi yang dibutuhkan cenderung beragam seperti kompetensi peluang, kompetensi konseptual, kompetensi strategi, kompetensi pengorganisasian, dan kompetensi hubungan (Bonesso et al., 2018). Kompetensi wirausaha memiliki potensi untuk menyumbangkan sebuah wawasan yang unik dan menarik bagi pemahaman tentang keberhasilan seorang wirausahawan yang terlepas dari faktor eksternal itu sendiri (Aslan & Marc, 2018). Kompetensi wirausaha yang beragam didapatkan oleh individu melalui banyak cara seperti mengikuti ekstrakurikuler sebagai sarana pendampingan dan peningkatan kompetensi wirausaha.

Motivasi berwirausaha yang kuat juga dapat membantu individu dalam meningkatkan minat berwirausahanya. Motivasi berwirausaha yang kuat yang dimiliki oleh pengusaha pemula yakni tentang meningkatkan pendapatan tahunan. Motivasi berwirausaha adalah keinginan dan hasrat individu guna melakukan sebuah usaha mandiri dengan berbekal kemahiran dan kecakapan yang dimiliki sendiri (Purnomo, 2017). Motivasi berwirausaha seorang pengusaha ditentukan melalui hasil dari tindakan wirausaha yang telah dilakukannya sehingga dalam hal ini pun juga berkaitan dengan pemanfaatan peluang dan lingkungan sosial dari masing-masing individu pengusaha (Amadea & Riana, 2020). Motivasi berwirausaha adalah sebuah konsep yang dapat diukur dan diamati secara psikologis yang merujuk pada alasan dan

kemauan individu guna melakukan sebuah tindakan kewirausahaan atau menjadi seorang wirausaha (Lang, 2019). Motivasi berwirausaha merupakan bagian penting dalam kegiatan berwirausaha yang meliputi pembentukan kemauan, pengenalan dan pembaca peluang, toleransi ambiguitas, kemajuan diri, penetapan tujuan, sebuah kemandirian; dorongan; hasrat, pengembangan ide, dan pengambilan tindakan (Bartha, 2019; Eijdenberg, 2021; Rus-Casas, 2020; Yi, 2018). Motivasi berwirausaha dapat menghasilkan penjualan proaktif dimana pengusaha mampu mengendalikan sebuah bisnis secara aktif dalam kondisi apapun sehingga bisnis tidak dapat tergoyahkan walaupun sedang mengalami banyak kendala (Rajabi, 2018). Motivasi berwirausaha seringkali muncul sebagai akibat dari pengalaman dan pengetahuan dan/atau bahkan pemahaman kompetensi wirausaha yang baik serta dukungan yang berasal dari lingkungannya juga dapat menjadi salah satu cara timbulnya motivasi berwirausaha individu.

Selain itu, keberhasilan sebuah usaha selalu dipengaruhi oleh faktor eksternal individu seperti lingkungan sosial. Lingkungan sosial adalah lingkungan atau tempat terjadinya interaksi sosial berupa pemberian dukungan dan perhatian kepada seseorang dan/atau pengusaha (Xiao, 2020). Lingkungan sosial adalah sebuah tempat di mana individu melakukan interaksi sosial bersama dengan individu lain dan/atau kelompok guna mendapatkan dukungan dan perhatian sehingga dapat mengurangi stress bagi individu itu sendiri (Smith, 2017; Wang, 2018). Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), adanya faktor eksternal lingkungan sosial keluarga akan membuat peserta didik merasa mendapatkan dukungan dari keluarga, sehingga semakin tinggi dukungan dan dorongan lingkungan keluarga maka semakin tinggi pula minat untuk memulai usaha (Agusmiati & Wahyudin, 2018). Lingkungan sosial tidak selalu tentang interaksi individu dengan orang lain melainkan juga tentang interaksi individu dengan keluarga. Pengalaman yang dimiliki oleh keluarga dengan basic pengusaha dimulai dari fase anak-anak hingga fase dewasa akan menjadi alasan individu akan kuatnya minat berwirausaha yang dimiliki (Díaz-Casero et al., 2013). Pengalaman keluarga individu tentang berwirausaha maka dorongan untuk berwirausaha akan semakin meningkat. Tidak hanya keluarga lingkungan sosial juga dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungan sekolah dan masyarakat. Lingkungan sekolah adalah sebuah interaksi yang terjadi di sekolah yang berhubungan dengan guru, peserta didik, dan seluruh warga sekolah serta lingkungan fisik sekolah sehingga menghasilkan banyak keterpengaruhan diantaranya meliputi kemampuan kognitif 6 bagi peserta didik, dukungan secara emosional dari guru terhadap peserta didik, hingga keterpengaruhan sikap dan emosional antar teman sebaya (Kweon et al., 2017). Lingkungan masyarakat bukan hanya berasal dari lingkungan tempat tinggal saja melainkan juga lingkungan masyarakat yang tergabung pada media sosial. Lingkungan masyarakat yang berasal dari media sosial cenderung memberikan dampak yang lebih cepat dibandingkan lingkungan masyarakat tempat tinggal (Hajli, 2018).

Novelty dalam penelitian ini yaitu menemukan variabel kompetensi wirausaha pada hasil uji *VOS Viewers* pada variabel motivasi berwirausaha dimana variabel ini ditemukan dengan indikator bulatan kecil berwarna abu-abu dan berada jauh dari variabel motivasi berwirausaha dimana itu berarti variabel tersebut masih layak diteliti karena belum banyak peneliti yang meneliti terkait hal tersebut. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan lingkungan dapat memengaruhi minat berwirausaha peserta didik di kelas XI SMA Negeri 1 Driyorejo. Ini terjadi karena subjek dan lokasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian eksplanatif dengan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel: variabel independen, yang mencakup kompetensi wirausaha, motivasi wirausaha, dan lingkungan sosial, dan variabel dependen, yang mencakup minat wirausaha. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sensus untuk pengambilan sampel dimana peneliti menggunakan seluruh populasi sebagai sampel dari 139 siswa. Variabel kompetensi wirausaha menggunakan indikator-indikator dari (Halberstadt, 2019; Lans, 2018; Lv, 2021) yang terjadi atas 5 indikator dengan 11 item pertanyaan. Adapun beberapa contoh item pertanyaan dari variabel kompetensi wirausaha: 1) Saya mudah mendeteksi peluang yang ada di lingkungan sekitar, 2) Saya gemar bersosialisasi dengan beberapa orang yang berhubungan dengan bisnis, 3) Saya memiliki kemampuan manajemen yang baik, 4) Saya memiliki banyak ide untuk membangun bisnis saya sendiri, 5) Saya memiliki pengalaman dalam berwirausaha. Variabel motivasi berwirausaha menggunakan indikator-indikator dari (Hassan, 2021; Mahto, 2018; Murnieks et al., 2020) yang terjadi atas 6 indikator dengan 12 item pertanyaan. Adapun beberapa contoh item pertanyaan dari variabel motivasi berwirausaha: 1) Saya mampu mengendalikan diri sendiri dan orang lain untuk ajeg dalam berwirausaha, 2) Saya memiliki banyak waktu untuk berwirausaha, 3) Saya memiliki kemampuan untuk menunjang dan meningkatkan kreativitas saya sendiri, 4) Saya memiliki keinginan menjadi seseorang yang sukses dalam berbisnis, 5) Saya merasa takut ketika menghadapi risiko dalam memulai usaha, 6) Saya memiliki kemauan yang kuat untuk mendirikan sebuah usaha. Variabel lingkungan sosial menggunakan indikator-indikator dari (Littlewood, 2018) yang terjadi atas 3 indikator dengan 10 item pertanyaan.

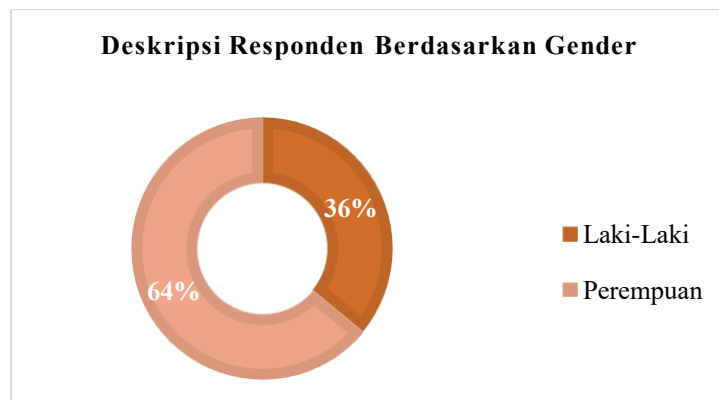
Adapun beberapa contoh item pertanyaan dari variabel lingkungan sosial: 1) Saya memiliki role model dari keluarga yang sukses dalam berwirausaha, 2) Saya mendapatkan dukungan penuh dari teman sebaya dan seluruh warga sekolah untuk berwirausaha, 3) Terdapat banyak orang di sekitar saya yang telah sukses membangun usahanya sendiri sehingga hal tersebut mampu memotivasi diri saya. Variabel minat berwirausaha menggunakan indikator-indikator dari (Zimmerer et al., 2008) yang terjadi atas 7 indikator dengan 15 item pertanyaan. Adapun beberapa contoh item pertanyaan dari variabel minat berwirausaha: 1) Dengan berwirausaha dan diimbangi dengan modal yang kuat, maka dapat membantu untuk mengantisipasi terjadinya inflasi sebagai penyebab dari resesi ekonomi, 2) Saya mampu menghilangkan risiko yang ada pada bisnis milik saya, 3) Saya mampu mentoleransi segala macam ketidakpastian dalam berwirausaha, 4) Saya selalu melakukan evaluasi pada produk yang dihasilkan untuk menunjang kualitas dari produk tersebut, 5) Saya ingin menjadi wirausaha muda yang sukses dan terampil, 6) Dengan berwirausaha saya dapat memenuhi kebutuhan saya sendiri, 7) Saya dapat memperkerjakan orang di sekitar saya untuk mengembangkan bisnis saya. Seluruh item pertanyaan diukur menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan skala likert 5 poin. Penelitian ini menggunakan skala likert 5 poin sebagai skala pengukuran dimana skala ini memberikan pilihan respons yang seimbang, yang memungkinkan hasil penelitian yang mengukur opini seseorang, mengurangi data bias, dan memungkinkan responden untuk mengungkapkan perasaan mereka dengan lebih akurat.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan berbantuan *software* WarpPLS 7.0 yang terdiri atas analisis deskriptif dan dua jenis model pengujian yaitu outer dan inner model dimana outer model meliputi uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, dan uji reliabilitas sedangkan inner model terdiri atas uji kecocokan model (*goodness of fit*), analisis jalur atau pengujian hipotesis (*path coefficient*), dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

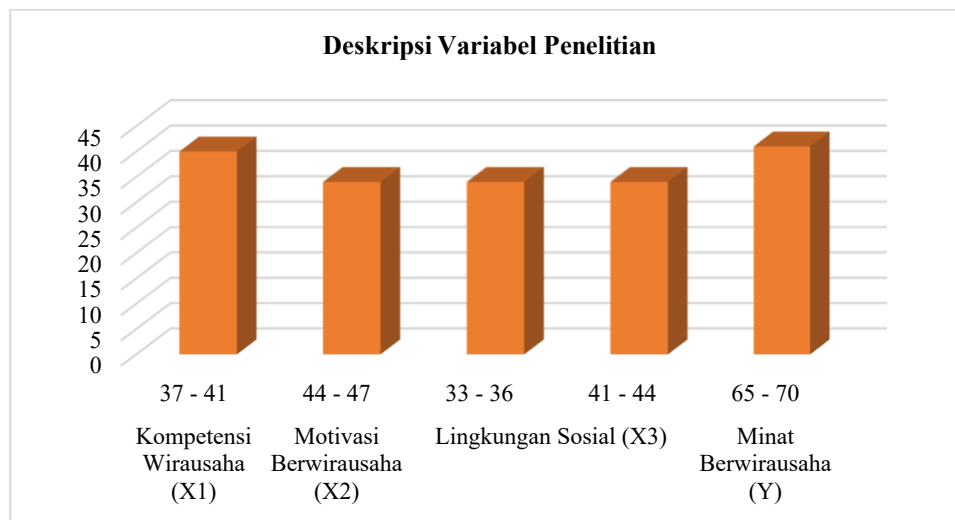
HASIL

Analisis Deskriptif



Gambar 1. 1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Gender

Gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian adalah perempuan dimana hal tersebut ditunjukkan dengan jumlah persentase antara perempuan yang lebih besar dibandingkan laki-laki dengan skor persentase perempuan sebesar 64% dengan jumlah sebanyak 89 peserta didik sedangkan laki-laki sebesar 36% dengan jumlah sebanyak 50 peserta didik.



Gambar 1. 2 Deskripsi Variabel Penelitian

Gambar 1.2 menunjukkan deskripsi variabel penelitian dimana diperoleh hasil bahwasannya pada variabel kompetensi wirausaha memiliki kecenderungan yang tinggi pada kelas interval 37 – 41 dimana pada kelas interval tersebut jumlah responden sebanyak 40 responden atau sebanyak 29%. Variabel motivasi wirausaha memiliki kecenderungan yang tinggi pada kelas interval 44 – 47 dimana pada kedua kelas interval tersebut jumlah responden sebanyak 34 responden atau sebanyak 24%. Variabel lingkungan sosial memiliki kecenderungan yang tinggi pada kelas interval 33 – 36 dan 41 - 44 dimana pada kedua kelas interval tersebut jumlah responden sebanyak 34 responden atau sebanyak 25%. Variabel minat berwirausaha memiliki kecenderungan yang tinggi pada kelas interval 65 – 70 di mana pada kedua kelas interval tersebut jumlah responden sebanyak 41 responden atau sebanyak 31%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut memerlukan peningkatan, karena peserta didik di kelas XI IPS SMA Negeri 1 Driyorejo memiliki kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, lingkungan sosial, dan minat berwirausaha dengan kecenderungan tinggi.

Outer Model

Uji prasyarat analisis digunakan untuk pengukuran model (*outer model*) yang meliputi uji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas dilakukan dengan *software* WarpPLS 7.0. Dalam model indikator reflektif, muatan faktor digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen dimana indikator dianggap memenuhi validitas konvergen jika muatan faktornya lebih dari 0,30 (Solimun et al., 2017). Kuesioner dikatakan memenuhi validitas diskriminan jika AVE lebih besar dari koefisien korelasi dan/atau jika nilai akar AVE lebih besar dibandingkan dengan nilai akar AVE pembanding sebesar 0.50 (Henseler et al., 2015). Uji reliabilitas dapat ditentukan dengan kriteria jika *Composite Reliability* memiliki nilai lebih besar dari 0.70 (Solimun et al., 2017).

Tabel 1. 1 Hasil Uji Validitas Konvergen

No.	Ind.	Factor Loading	Ket.	p-value	Ket.
Kompetensi Wirausaha (X1)					
1.	X1.1	0.740	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
2.	X1.2	0.730	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
3.	X1.3	0.667	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
4.	X1.4	0.803	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
5.	X1.5	0.767	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
Motivasi Berwirausaha (X2)					
6.	X2.1	0.465	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
7.	X2.2	0.340	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
8.	X2.3	0.753	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
9.	X2.4	0.876	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi

10.	X2.5	0.666	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
11.	X2.6	0.775	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
Lingkungan Sosial (X3)					
12.	X3.1	0.829	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
13.	X3.2	0.874	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
14.	X3.3	0.797	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
Minat Berwirausaha (Y)					
15.	Y.1	0.764	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
16.	Y.2	0.684	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
17.	Y.3	0.857	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
18.	Y.4	0.783	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
19.	Y.5	0.713	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
20.	Y.6	0.871	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi
21.	Y.7	0.848	Terpenuhi	<0.001	Terpenuhi

Tabel 1.1 di atas menunjukkan hasil pengujian validitas konvergen. Hasilnya didasarkan pada kriteria yang menunjukkan bahwa item memenuhi validitas konvergen jika muatan faktor lebih dari 0.30 dan jika muatan faktor signifikan kurang dari 0.05. Berdasarkan kedua kriteria ini, dapat disimpulkan bahwa item secara keseluruhan memenuhi validitas konvergen.

Tabel 1. 2 Hasil Uji Validitas Diskriminan

Variabel	Akar AVE tiap Variabel	Akar AVE Pembanding	Keterangan
Kompetensi Wirausaha (X1)	0.743	0.50	Terpenuhi
Motivasi Berwirausaha (X2)	0.672		Terpenuhi
Lingkungan Sosial (X3)	0.834		Terpenuhi
Minat Berwirausaha (Y)	0.791		Terpenuhi

Tabel 1.2 di atas menunjukkan hasil pengujian validitas diskriminan dengan diperoleh kesimpulan bahwa seluruh item memenuhi validitas diskriminan dengan kriteria nilai akar AVE tiap variabel > akar AVE pembanding (0.50).

Tabel 1. 3 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Composite Reliability Coefficients</i>	Keterangan
1.	Kompetensi Wirausaha (X1)	0.860	Terpenuhi
2.	Motivasi Berwirausaha (X2)	0.820	Terpenuhi
3.	Lingkungan Sosial (X3)	0.873	Terpenuhi
4.	Minat Berwirausaha (Y)	0.921	Terpenuhi

Tabel 1.3 di atas menunjukkan hasil uji *composite reliability coefficients* sehingga dapat disimpulkan bahwasannya secara keseluruhan nilai *composite reliability coefficients* lebih besar dari 0.70 sehingga data penelitian ini memenuhi kriteria *composite reliability* dan data bersifat reliabel.

Inner Model

Hasil penelitian ini dihitung menggunakan pengujian hipotesis (*inner model*) berbantuan *software* WarpPLS 7.0 untuk mengetahui kecocokan model dan hubungan hipotesis antar variabel sehingga terdiri atas beberapa pengujian diantaranya yakni uji kecocokan model (*goodness of fit*), pengujian hipotesis (*path coefficients*), dan uji koefisien determinasi (R^2). *Goodness of fit* adalah indeks yang mengukur kecocokan hubungan antar variabel laten dimana jika kovarian matriks model dan data sesuai, maka model dianggap tepat (David, 2015). Koefisien jalur dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas yang digunakan untuk mengevaluasi koefisien jalur. Jika *p-value* lebih dari 0,05, variabel dianggap signifikan, dan jika *p-value* kurang dari 0,05, variabel dianggap tidak signifikan (Agus Isdarmawan, 2013). Selain itu, pengujian hipotesis terdiri dari berbagai jenis: uji *t* menunjukkan dampak dari setiap variabel independen secara parsial pada penjelasan dan/atau pengaruh variabel dependen dan uji *f* menunjukkan apakah setiap variabel independen atau bebas yang digunakan dalam model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau simultan (Rosali et al., 2020). Uji koefisien determinasi menentukan seberapa jauh komponen model terhadap variabel terikat dengan interval 0 hingga 1 (jika R^2 lebih tinggi atau mendekati 1) dimana jika nilai R^2 lebih rendah atau mendekati 0, pengaruh variabel bebas dianggap lemah terhadap variabel terikat (Fathussyadah & Ratnasari, 2019).

Tabel 2. 1 Hasil Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

<i>Model Fit and Quality Indices</i>	Kriteria Fit	Hasil Analisis	Keterangan
<i>Average Path Coefficient (APC)</i>	$P < 0.05$	0.305 ($P < 0.001$)	Memenuhi Syarat Model Fit
<i>Average R-squared (ARS)</i>	$P < 0.05$	0.655 ($P < 0.001$)	Memenuhi Syarat Model Fit
<i>Average Adjusted R-squared (AARS)</i>	$P < 0.05$	0.648 ($P < 0.001$)	Memenuhi Syarat Model Fit
<i>Average Block VIF (AVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	2.151	Ideal
<i>Average Full Collinearity VIF (AFVIF)</i>	Acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3	2.503	Ideal
<i>Tenenhaus GoF (GoF)</i>	Small ≥ 0.1 , Medium ≥ 0.25 , Large ≥ 0.36	0.617	Large
<i>Simpson's Paradox Ratio (SPR)</i>	Acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1	1.000	Ideal
<i>R-squared Contribution Ratio (RSCR)</i>	Acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 2	1.000	Ideal
<i>Statistical Suppression Ratio (SSR)</i>	Acceptable if ≥ 0.7	1.000	Diterima
<i>Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)</i>	Acceptable if ≥ 0.7	1.000	Diterima

Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 2.1, hasil uji kecocokan model (*goodness of fit*) menunjukkan bahwa standar kecocokan model pada penelitian ini memenuhi persyaratan dan disusun dengan baik yang ditunjukkan oleh nilai *Average Path Coefficient (APC)*, *Average R-Squared (ARS)*, dan *Average Adjusted R-Squared (AARS)*, yang masing-masing memiliki *p-value* sebesar $P < 0.001$ dimana ini menunjukkan bahwa model yang dibentuk dapat dikatakan baik menurut besaran nilai ARS dan AARS. Nilai *Average Full Collinearity VIF (AFVIF)* sebesar 2.503 menunjukkan bahwa model yang dibentuk adalah ideal. Nilai *Tenenhaus GoF (GoF)* sebesar 0.589 menunjukkan bahwa nilai ini berada dalam kategori besar. Selanjutnya, *Simpson's Paradox Ratio (SPR)*, *R-Squared Contribution Ratio (RSCR)*, *Statistical Suppression Ratio (SSR)*, dan *Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)* masing-masing memiliki nilai 1.000, maka model yang dibentuk dianggap baik.

Tabel 2. 2 Nilai *p-value* dan Koefisien Jalur dari Hipotesis pada *Inner Model*

Hubungan Antar Variabel		Path Coefficient	<i>p-value</i>	Keterangan
Kompetensi Wirausaha (X1)	Minat Berwirausaha (Y)	0.229	0.003	Signifikan
Motivasi Berwirausaha (X2)	Minat Berwirausaha (Y)	0.397	<0.001	Sangat Signifikan
Lingkungan Sosial (X3)	Minat Berwirausaha (Y)	0.288	<0.001	Sangat Signifikan

Hasil pengujian koefisien jalur atau pengujian hipotesis secara parsial ditunjukkan dalam Tabel 2.2. Hasil menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha dengan koefisien jalur 0,229 dan nilai *p-value* 0.003 (< 0.05). Selain itu, motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha dengan koefisien jalur 0,397 dan nilai *p-value* < 0.001 . Lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha berpengaruh sangat signifikan dan positif pada koefisien jalur sebesar 0.288 dan nilai *p-value* sebesar < 0.001 .

Tabel 2. 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R - Square Coefficient</i>			
Kompetensi Wirausaha (X1)	Motivasi Berwirausaha (X2)	Lingkungan Sosial (X3)	Minat Berwirausaha (Y)
0.655			
<i>Adjusted R - Square Coefficient</i>			
Kompetensi Wirausaha (X1)	Motivasi Berwirausaha (X2)	Lingkungan Sosial (X3)	Minat Berwirausaha (Y)
0.648			

Uji koefisien determinasi ditunjukkan dalam Tabel 2.3. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai *R-Square* variabel endogen (Y) adalah 0.655, yang menunjukkan bahwa peran variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) adalah 65,5%, dengan sisa 34,5 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Selain itu, ketika variabel endogen (Y) ditinjau dengan *Adjusted R-Square*, nilainya mencapai 0.648. Ini menunjukkan bahwa peran variabel eksogen (X) sebesar 64.8% terhadap variabel endogen (Y), dengan sisa 35.2% dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat variabel-variabel lain yang dapat memengaruhi minat berwirausaha individu.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kompetensi Wirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung antara kompetensi wirausaha dan minat wirausaha menunjukkan bahwa pengaruh langsung secara parsial signifikan dan positif. Hasilnya menunjukkan bahwa hipotesis yang disebutkan di awal bagian ini "diterima". Hipotesis ini sejalan dengan penelitian (Botha & Taljaard, 2021; Xiang et al., 2023) dimana pada penelitian ini dinyatakan bahwasannya kompetensi wirausaha dapat mempengaruhi minat berwirausaha secara signifikan karena dapat berdampak baik pada individu untuk membuka usaha. Kompetensi wirausaha berupa pemanfaatan peluang dan pengambilan risiko yang baik merupakan salah satu cara yang paling efektif untuk menunjang individu dalam melakukan tindakan berwirausaha. Kompetensi wirausaha yang baik digambarkan berupa individu yang mampu memanfaatkan peluang dengan baik dan mampu memecahkan risiko dengan baik sehingga ketika keduanya saling berjalan sebagaimana mestinya akan menaikkan minat berwirausaha secara signifikan (Iglesias-Sánchez, 2019; Kusumawijaya & Astuti, 2021; Sánchez, 2011). Adapun kelebihan dari individu yang memiliki kompetensi wirausaha yang beragam yakni dapat memanfaatkan peluang dan memecahkan risiko dengan baik dimana hal tersebut dapat menunjang peserta didik di SMA Negeri 1 Driyorejo sehingga dapat mampu melakukan tindakan berwirausaha dengan baik dengan kata lain individu menjadi merasa lebih siap untuk menghadapi segala rintangan dan risiko yang ada ketika menjalankan sebuah usaha. Selain itu, dikarenakan koefisien jalur bersifat positif maka dapat diartikan bahwasannya ketika kompetensi wirausaha semakin meningkat maka minat berwirausaha juga meningkat. Adapun nilai *p-value* yang menandakan adanya keterpengaruhan yang kuat antara variabel kompetensi wirausaha dengan minat berwirausaha.

Adapun nilai *factor loading* pada indikator empat yang termasuk ke dalam nilai yang tinggi dimana dapat diartikan bahwasannya indikator empat yakni kompetensi konseptual yang berarti kemampuan pengusaha dalam memanajerial usahanya sendiri dinyatakan memiliki sumbang asih paling besar untuk variabel kompetensi wirausaha serta nilai adjustments yang menunjukkan bahwa indikator layak untuk ditingkatkan. Dalam hal ini, indikator empat merupakan indikator yang dominan sehingga termasuk ke dalam kategori memberikan sumbang asih yang besar pada variabel kompetensi wirausaha. Dengan demikian, untuk menghasilkan minat berwirausaha yang tinggi maka individu harus mengoptimalkan kompetensi wirausaha yang dimilikinya. Dalam hal ini, kompetensi wirausaha yang dapat dioptimalkan untuk meningkatkan minat berwirausaha yakni kompetensi konseptual dimana meliputi kemampuan individu untuk membuat ide awal, mengimplementasikan ide, dan memanajemen usahanya sehingga kompetensi tersebut nantinya akan menjadi kompetensi awal individu yang akan mendorong minat dalam berwirausahanya. Berdasarkan uraian di atas, pernyataan Ajzen tentang *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat diterima karena kompetensi wirausaha termasuk dalam faktor kontrol perilaku, yang dianggap dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Dengan kata lain, ketika seseorang memiliki berbagai kompetensi wirausaha, terutama kompetensi konseptual, seperti kemampuan untuk membuat ide awal, pengimplementasian, dan memanajerial usaha maka nantinya dapat secara signifikan meningkatkan minat berwirausahanya.

Pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung antara motivasi berwirausaha dan minat berwirausaha menunjukkan bahwa pengaruh langsung secara parsial signifikan dan positif. Hasilnya menunjukkan bahwa hipotesis pada bagian kedua ini "diterima". Hipotesis ini sejalan dengan penelitian (Aitab, 2018; Saoula et al., 2023) yang menemukan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh motivasi berwirausaha secara signifikan karena dapat berdampak baik terhadap keinginan awal individu untuk membuka usahanya. Motivasi berwirausaha yang baik dapat menumbuhkan semangat berwirausaha yang tinggi sehingga dapat menggerakkan individu untuk melakukan tindakan berwirausaha. Motivasi berwirausaha dapat memberikan dorongan untuk menggerakkan dan memberikan arahan untuk tetap bersemangat dan memiliki keyakinan yang kuat dalam membentuk jiwa berwirausaha (Kim-Soon et al., 2014). Adapun kelebihan dari individu yang memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi yakni timbulnya semangat dan dorongan sehingga secara tidak langsung dapat memberikan arahan pada individu itu sendiri untuk menentukan berbagai macam cara untuk menunjang dan mendukung jiwa berwirausaha peserta didik di SMA Negeri 1 Driyorejo sehingga kedepannya peserta didik lebih siap untuk melakukan tindakan berwirausaha. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Ariyanti, 2018; Malebana, 2021) dimana motivasi berwirausaha juga dapat menciptakan keyakinan yang kuat pada diri individu untuk meningkatkan minat berwirausaha yang tinggi. Motivasi berwirausaha peserta didik di SMA Negeri 1 Driyorejo dapat menimbulkan keyakinan yang kuat dalam diri individu itu sendiri sehingga individu tersebut dapat meyakinkan dirinya untuk menumbuhkan jiwa berwirausahanya sendiri. Selain itu, dikarenakan koefisien jalur bersifat positif maka dapat diartikan bahwasannya ketika motivasi berwirausaha semakin meningkat maka minat berwirausaha juga meningkat. Adapun nilai *p-value* yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel motivasi berwirausaha dan minat berwirausaha.

Ketika dianalisis menggunakan jenis kelamin, ditemukan bahwa motivasi berwirausaha perempuan jauh lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Hal ini dapat ditinjau dari jumlah perempuan yang memberikan skor tinggi pada item-item pertanyaan terkait motivasi berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun secara umum motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha, terdapat kecenderungan bahwa responden perempuan memiliki dorongan motivasi berwirausaha yang kuat dibandingkan dengan laki-laki. Meskipun demikian, peneliti tidak secara khusus membahas tentang gender pada penelitian ini sehingga hal ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk secara lebih khusus membahas tentang gender supaya dapat merumuskan kebijakan yang tepat untuk meningkatkan minat berwirausaha. Lebih lanjut, analisis deskriptif menunjukkan bahwa indikator *locus of control* memiliki nilai *factor loading* yang paling dominan dibandingkan dengan indikator lainnya. Meskipun demikian, seluruh indikator motivasi berwirausaha memiliki nilai *factor loading* yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai muatan faktor, yang mengindikasikan bahwa semua indikator memberikan kontribusi yang relatif setara terhadap minat berwirausaha. Namun, karena indikator *locus of control* menunjukkan nilai *factor loading* tertinggi, maka dapat disimpulkan bahwa indikator ini memberikan kontribusi paling besar dibandingkan indikator lainnya. Temuan ini diperkuat oleh nilai *adjustment* yang menunjukkan bahwa indikator tersebut memiliki potensi yang layak untuk ditingkatkan. Dengan demikian, *locus of control* yang meliputi kemampuan individu dalam mengendalikan diri sendiri dan orang lain dalam berwirausaha serta sebuah keyakinan kuat untuk membangun usahanya sendiri secara tidak langsung akan membantu dalam meningkatkan minat berwirausaha. Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pernyataan Ajzen tentang *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat diterima karena motivasi berwirausaha adalah salah satu komponen pendukung yang dapat memengaruhi minat berwirausaha. Motivasi berwirausaha berasal dari sikap terhadap perilaku yang dianggap dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan tindakan wirausaha. Dalam hal ini, motivasi berwirausaha yang kuat

dapat meningkatkan minat berwirausaha yang terkait dengan sebuah keyakinan yang kuat untuk membangun usahanya sendiri dan kemampuan mengendalikan diri sendiri dan orang lain untuk ajeg dalam berwirausaha.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Hasil uji hipotesis pengaruh langsung lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha menunjukkan bahwa pengaruh langsung secara parsial signifikan dan positif. Hasilnya menunjukkan bahwa hipotesis di bagian ketiga ini "diterima". Hipotesis ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Simmou et al., 2023; Szyf et al., 2008) yang menyatakan bahwasannya lingkungan sosial mempengaruhi minat berwirausaha secara signifikan karena dapat berdampak baik terhadap kondisi dan suasana yang dapat menunjang individu untuk menumbuhkan kemauan dan jiwa berwirausahanya. Lingkungan sosial yang baik dan mendukung dapat menciptakan individu yang memiliki rasa kepercayaan diri yang kuat sehingga individu tersebut dapat mengeksplorasi dirinya untuk menimbulkan minat berwirausaha yang tinggi. Lingkungan keluarga yang sehat merupakan lingkungan yang mampu menumbuhkan semangat dan keyakinan dalam diri individu untuk mampu mengeksplorasi minat dan bakat yang dimilikinya melalui dukungan finansial maupun emosional (Siregar & Marwan, 2020). Lingkungan sekolah yang baik merupakan lingkungan yang terdapat banyak sekali dukungan dan semangat yang berasal dari teman sebaya hingga guru dan warga sekolah yang lainnya sehingga keyakinan dan kepercayaan diri individu semakin meningkat (Bazan, 2020, 2022). Lingkungan masyarakat yang kondusif merupakan lingkungan yang memberikan dukungan dan semangat berupa motivasi, keteladanan yang berasal dari teman sebaya; tetangga; influencer, serta pemberitaan media massa terkait kewirausahaan dimana dukungan tersebut bermanfaat bagi individu untuk menumbuhkan minat berwirausaha (Widiastuti et al., 2019). Peserta didik SMA Negeri 1 Driyorejo sebagian besar memiliki lingkungan sosial yang baik, sehat, dan kondusif cenderung memiliki semangat dan kepercayaan diri yang kuat untuk mengeksplorasi minat dan bakat yang terdapat dalam diri individu itu sendiri sehingga menimbulkan keyakinan yang kuat untuk mendirikan usaha. Lingkungan sosial yang baik tidak hanya berasal dari keluarga melainkan juga lingkungan sekolah dan masyarakat secara keseluruhan, yang secara kolektif menimbulkan keterpengaruhan terhadap minat berwirausaha individu itu sendiri. Selain itu, dikarenakan koefisien jalur bersifat positif maka dapat diartikan bahwasannya ketika lingkungan sosial semakin meningkat maka minat berwirausaha juga meningkat. Adapun nilai *p-value* yang menandakan adanya keterpengaruhan yang sangat kuat antara variabel lingkungan sosial dengan minat berwirausaha. Adapun nilai *factor loading* pada indikator dua yang termasuk ke dalam nilai yang tinggi dimana dapat diartikan bahwasannya indikator dua yakni lingkungan sekolah dimana meliputi interaksi berupa dukungan secara emosional yang didapatkan dari seluruh warga sekolah seperti teman sebaya, guru, staff, satpam dan penjaga kebersihan dinyatakan memiliki sumbang asih besar untuk variabel lingkungan sosial serta nilai adjustments yang menunjukkan bahwa indikator layak untuk ditingkatkan. Dalam hal ini, indikator dua merupakan indikator yang dominan sehingga termasuk ke dalam kategori memberikan sumbang asih yang paling besar pada variabel lingkungan sosial. Dengan demikian, untuk menghasilkan minat berwirausaha yang tinggi maka individu harus menciptakan lingkungan dan interaksi sosial yang kondusif dan sehat. Interaksi sosial dapat dilakukan di semua lingkungan namun berdasarkan uraian tersebut diketahui bahwasannya lingkungan sekolah memberikan sumbangsih terbesar dalam variabel lingkungan sosial sehingga untuk meningkatkan minat berwirausaha diperlukan dukungan secara penuh dari lingkungan sekolah sebagai rumah kedua siswa baik yang berasal dari guru, staff, satpam, dan penjaga kebersihan maupun dari teman sebayanya.

Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Motivasi Berwirausaha, dan Lingkungan Sosial secara Simultan terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian hipotesis pengaruh langsung yang dilakukan antara kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung secara simultan yang signifikan dan positif. Hasilnya menunjukkan bahwa hipotesis di bagian keempat ini "diterima". Hipotesis ini sejalan dengan penelitian (Komarkova et al., 2015; Luo, 2022) yang menyatakan bahwa lingkungan sosial dan kompetensi wirausaha mempengaruhi minat wirausaha karena lingkungan sosial yang terbentuk secara baik dan kondusif dapat membantu mendorong individu untuk mengasah kompetensi wirausaha yang dimiliki dimana jika keduanya saling berkontribusi secara baik maka dapat membantu individu dalam meningkatkan minat berwirausahanya. Selain itu, kompetensi wirausaha dapat timbul secara baik jika didorong oleh motivasi berwirausaha yang baik pula sehingga jika keduanya saling berkontribusi maka dapat membantu meningkatkan minat berwirausaha individu (Rika Widianita, 2023). Hipotesis ini juga didukung dengan penelitian (Hans Gery, 2024; Hidayati et al., 2024; Octavionica, 2016) yang menyatakan bahwasannya motivasi berwirausaha dan lingkungan sosial secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha individu karena hal ini berhubungan dengan faktor pribadi dan kontekstual yang dapat memberikan pengalaman belajar sehingga dapat menumbuhkan niat seseorang dalam berwirausaha. Motivasi

berwirausaha yang kuat serta dukungan dari lingkungan sosial dapat meningkatkan minat individu untuk berwirausaha dimana lingkungan sosial yang mendukung mampu membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan, yang pada akhirnya mendorong motivasi dan minat individu dalam menjalani kegiatan wirausaha (Makai & Dory, 2023; To et al., 2020). Peserta didik SMA Negeri 1 Driyorejo sebagian besar memiliki kompetensi wirausaha yang beragam, motivasi berwirausaha yang baik, dan lingkungan sosial yang baik, sehat, dan kondusif sehingga cenderung memiliki semangat dan kepercayaan diri yang kuat untuk mengeksplorasi minat dan bakat yang terdapat dalam diri individu itu sendiri sehingga menimbulkan keyakinan yang kuat untuk mendirikan usaha. Berdasarkan uraian tersebut, dikarenakan koefisien jalur bersifat positif maka dapat diartikan bahwasannya ketika kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan lingkungan sosial semakin meningkat maka minat berwirausaha juga meningkat. Adapun nilai *p-value* yang menandakan adanya keterpengaruh yang sangat kuat antara ketiga variabel tersebut terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, kompetensi wirausaha, motivasi wirausaha, dan lingkungan sosial dapat secara langsung mempengaruhi minat wirausaha peserta didik dimana kompetensi wirausaha yang beragam dengan didukung dorongan motivasi berwirausaha yang kuat dan dukungan lingkungan sosial yang sehat dapat meningkatkan minat berwirausaha individu secara signifikan. Hal ini sejalan dengan teori karir kognitif sosial dan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991, 2002; Fishbein & Ajzen, 1975; Sheu & Phrasavath, 2019), yang menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha: faktor internal dan eksternal. Dalam penelitian ini, faktor internal adalah kompetensi wirausaha, dan faktor eksternal adalah lingkungan sosial dan motivasi berwirausaha. Dengan demikian diperlukan kontribusi dari kedua faktor tersebut supaya minat berwirausaha dapat meningkat sampai tingkat di mana individu memiliki kemampuan untuk melakukannya.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa kesimpulan dapat dibuat. Pertama, kompetensi wirausaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Ini berarti bahwa siswa yang memiliki kompetensi wirausaha yang beragam cenderung memiliki rasa percaya diri yang tinggi dan memiliki minat berwirausaha yang kuat. Kedua, motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Ini berarti bahwa peserta didik yang memiliki motivasi berwirausaha yang kuat cenderung memiliki tanggung jawab pribadi dan keberanian dalam mengambil resiko sesuai kemampuannya serta rasa ingin untuk belajar dari keputusan yang telah dibuat sehingga akan meningkatkan minat berwirausahanya. Individu dengan motivasi berwirausaha yang kuat cenderung lebih siap dalam menjalankan sebuah usaha sehingga dengan dorongan motivasi berwirausaha yang kuat maka minat berwirausaha individu akan semakin kuat. Ketiga, lingkungan sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut memiliki arti bahwa peserta didik yang memiliki dorongan penuh dari lingkungan sosialnya baik lingkungan keluarga, sekolah, maupun masyarakat dapat secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha dalam dirinya karena mereka cenderung merasa terfasilitasi dengan baik untuk mendapatkan segala informasi mengenai kewirausahaan sehingga dengan lingkungan sosial yang mendukung dan kondusif dapat secara tidak langsung meningkatkan minat individu dalam berwirausaha. Keempat, kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan lingkungan sosial secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut memiliki arti bahwa peserta didik dengan kompetensi yang beragam, dorongan motivasi berwirausaha yang kuat, serta lingkungan sosial yang mendukung dan kondusif dapat secara signifikan meningkatkan minat berwirausaha karena mereka dengan ketiga indikator tersebut cenderung memiliki kesiapan secara lahir dan batin untuk mendirikan sebuah usaha sehingga output yang dihasilkan tidak hanya minat berwirausaha yang kuat melainkan juga aksi nyata untuk mendirikan sebuah usaha.

Temuan pada penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi peserta didik melainkan juga berkontribusi pada pengembangan ekonomi dan sosial melalui peningkatan jumlah pengusaha muda yang inovatif dan kreatif. Selanjutnya dari temuan penelitian ini sekolah perlu mengembangkan pengalaman belajar dalam kurikulum yang diterapkan, seperti mengadakan kegiatan-kegiatan bertemakan kewirausahaan, mengadakan ekstrakurikuler kewirausahaan, hingga mengadakan kompetisi atau pelatihan kewirausahaan sederhana dengan bekerja sama dengan UMKM yang berada di lingkungan sekitar sekolah, sehingga dapat memberikan pengalaman langsung yang nantinya akan memperkuat keyakinan peserta didik untuk setidaknya menimbulkan minatnya dalam berwirausaha. Penelitian ini membuktikan bahwa variabel kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan lingkungan sosial dapat meningkatkan minat berwirausaha secara signifikan. Selain itu, objek penelitian yang belum menyeluruh atau masih dalam skala kecil dan teknik pengambilan sampel yang masih menggunakan teknik sensus sehingga cenderung tidak memperhatikan kondisi individu dan status ekonomi yang berbeda-beda dimana keduanya memungkinkan adanya pengaruh pada minat berwirausaha individu serta model penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menggunakan model mediasi dengan menambahkan variabel-variabel lain yang masih relevan untuk meningkatkan minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Isdarmawan. (2013). *Pola-pola jalur pada*.
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga, pengetahuan kewirausahaan, kepribadian, dan motivasi, terhadap minat berwirausaha dengan self efficacy sebagai variabel *Economic Education Analysis* <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28317>
- Aitab, J. (2018). *The Influence of Motivation on Entrepreneurial Interest Program Administration Business Students*. 1(2005), 8–10.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 33(1), 52–68. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Amadea, P. T., & Riana, I. G. (2020). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1594–1613.
- Ariyanti, A. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(2), 95. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Aslan, A., & Marc, T. (2018). Individual and organizational inhibitors to the development of entrepreneurial competencies in universities. *Research Policy*, 47(2), 363–378. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.11.008>
- Bartha, Z. (2019). The social dimension of the entrepreneurial motivation in the central and Eastern European countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9–27. <https://doi.org/10.15678/EBER.2019.070101>
- Bazan, C. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. In *Journal of Innovation and Entrepreneurship* (Vol. 9, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Bazan, C. (2022). Effect of the University's Environment and Support System on Subjective Social Norms as Precursor of the Entrepreneurial Intention of Students. *SAGE Open*, 12(4), 1–20. <https://doi.org/10.1177/21582440221129105>
- Bonesso, S., Gerli, F., Pizzi, C., & Cortellazzo, L. (2018). *Students' Entrepreneurial Intentions: The Role of Prior Learning Experiences and Emotional, Social, and Cognitive Competencies* *. 00(00), 1–28. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12399>
- Botha, M., & Taljaard, A. (2021). Exploring the Entrepreneurial Intention-Competency Model for Nascent Entrepreneurs: Insights From a Developing Country Context. *Frontiers in Psychology*, 12(July). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.516120>
- David. (2015). Modul Metode Penelitian Universitas Kristen Petra. *Dimensi Interior*, 8(1), 44–51. publication.petra.ac.id/index.php/sastra-tionghoa/article/view/121
- Díaz-Casero, J. C., Ferreira, J. J. M., Mogollón, R. H., & Raposo, M. L. B. (2013). Influence of institutional environment on entrepreneurial intention: A comparative study of two countries university students. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(1), 55–74. <https://doi.org/10.1007/s11365-009-0134-3>
- Eijdenberg, E. L. (2021). Fluid Entrepreneurial Motivations in Tanzania. *Journal of African Business*, 22(2), 171–189. <https://doi.org/10.1080/15228916.2019.1695191>
- Fathussyaadah, E., & Ratnasari, Y. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 1(2), 16–35.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Publishing Company. <https://books.google.co.id/books?id=8o0QAQAIAAJ>
- Hajli, N. (2018). Ethical Environment in the Online Communities by Information Credibility: A Social Media Perspective. *Journal of Business Ethics*, 149(4), 799–810. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3036-7>
- Halberstadt, J. (2019). Skills and knowledge management in higher education: how service learning can contribute to social entrepreneurial competence development. *Journal of Knowledge Management*, 23(10), 1925–1948. <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2018-0744>
- Hans Gery, M. (2024). Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, August, 1–8.
- Hassan, A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403–418. <https://doi.org/10.1177/09504222211007051>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based

- structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidayati, E. N., Martono, T., & Sudarno. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berprestasi, dan Lingkungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa FKIP UNS Angkatan 2019. *Journal on Education*, 06(02), 12321–12330. <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Iglesias-Sánchez, P. P. (2019). Training entrepreneurial competences with open innovation paradigm in higher education. *Sustainability (Switzerland)*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/su11174689>
- Kim-Soon, N., Ahmad, A. R., & Ibrahim, N. N. (2014). Entrepreneurial motivation and entrepreneurship career intention: Case at a Malaysian public university. *Proceedings of the 24th International Business Information Management Association Conference - Crafting Global Competitive Economies: 2020 Vision Strategic Planning and Smart Implementation*, 1001–1011.
- Komarkova, I., Conrads, J., & Collado, A. (2015). Entrepreneurship Competence: An Overview of Existing Concepts. In *Policies and Initiatives. depth ...* (Issue October). <https://doi.org/10.2791/067979>
- KontanNews. (2022). Krisis Ekonomi 2023. *Kontan.Co.Id*. <https://insight.kontan.co.id/news/krisis-ekonomi-2023>
- Kusumawijaya, I. K., & Astuti, P. D. (2021). Mediating role of entrepreneurial competencies: Influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Problems and Perspectives in Management*, 19(3), 211–220. [https://doi.org/10.21511/ppm.19\(3\).2021.18](https://doi.org/10.21511/ppm.19(3).2021.18)
- Kweon, B. S., Ellis, C. D., Lee, J., & Jacobs, K. (2017). The link between school environments and student academic performance. *Urban Forestry and Urban Greening*, 23, 35–43. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2017.02.002>
- Lang, C. (2019). The entrepreneurial motivations, cognitive factors, and barriers to become a fashion entrepreneur: A direction to curriculum development for fashion entrepreneurship education. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(2), 235–246. <https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1581844>
- Lans, T. (2018). Towards more synergy in entrepreneurial competence research in entrepreneurship education. In *A Research Agenda for Entrepreneurship Education* (pp. 224–242). https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85075552141
- Liputan6. (2023). *Indonesia Mau Jadi Negara Maju, Kejar Dulu Jumlah Pengusaha 4 Persen Total Penduduk*. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5229915/indonesia-mau-jadi-negara-maju-kejar-dulu-jumlah-pengusaha-4-persen-total-penduduk>
- Littlewood, D. (2018). Social Entrepreneurship in South Africa: Exploring the Influence of Environment. *Business and Society*, 57(3), 525–561. <https://doi.org/10.1177/0007650315613293>
- Luo, L. (2022). Research on the Effect of an Entrepreneurial Environment on College Students' Entrepreneurial Self-Efficacy: The Mediating Effect of Entrepreneurial Competence and Moderating Effect of Entrepreneurial Education. *Sustainability (Switzerland)*, 14(11). <https://doi.org/10.3390/su14116744>
- Lv, Y. (2021). How Entrepreneurship Education at Universities Influences Entrepreneurial Intention: Mediating Effect Based on Entrepreneurial Competence. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.655868>
- Mahto, R. V. (2018). Entrepreneurial motivation: a non-entrepreneur's journey to become an entrepreneur. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 513–526. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0513-8>
- Makai, A. L., & Dory, T. (2023). Perceived university support and environment as a factor of entrepreneurial intention: Evidence from Western Transdanubia Region. *PLoS ONE*, 18(6 June), 1–24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283850>
- Malebana, M. J. (2021). The Effect Of Entrepreneurial Motivation On Entrepreneurial Intention Of South African Rural Youth. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(SpecialIssue 3), 1–14.
- Murnieks, C. Y., Klotz, A. C., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 41(2), 115–143. <https://doi.org/10.1002/job.2374>
- NarasiTVNews. (2022). Resesi Dunia 2023 Ancam Pertumbuhan Ekonomi Indonesia, Pakar: Mestinya Jaga Harga BBM. *Narasi.Tv*. <https://narasi.tv/read/narasi-daily/resesi-dunia-2023-ancam-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-pakar-mestinya-jaga-harga-bbm>
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212. <https://doi.org/10.22216/jbe.v5i2.5313>
- Ngoasong, M. Z. (2017). *Digital entrepreneurship in a resource-scarce context*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2017-0014>
- Octavionica, A. (2016). *PENGARUHMOTIVASI BERWIRAUSAHA SERTA LINGKUNGAN INTERNAL DAN LINGKUNGAN EKSTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI*

UNIVERSITAS IAMPUNG. 4(June), 2016.

- Osakede, U. A., Lawanson, A. O., & Sobowale, D. A. (2017). Entrepreneurial interest and academic performance in Nigeria: evidence from undergraduate students in the University of Ibadan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0079-7>
- Portuguez Castro, M., & Gómez Zermeno, M. G. (2021). Identifying entrepreneurial interest and skills among university students. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13136995>
- Purnomo, B. A. (2017). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Pengathuan dan Motivasi Berwirausaha pada Penyandang Tunarungu. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 21–30.
- Rajabi, R. (2018). Entrepreneurial motivation as a key salesperson competence: trait antecedents and performance consequences. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(4), 405–416. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2016-0278>
- Reawaruw, J. M. (2012). PENGARUH FAKTOR – FAKTOR EKONOMI TERHADAP INFLASI DI INDONESIA PASCA-KRISIS KEUANGAN. 73–84.
- Rezaeizadeh, M., Hoga, M., Reilly, J. O., & Cunningham, J. (2016). *Core Entrepreneurial Competencies and their Interdependencies : Insights from a Study of Irish and Iranian Entrepreneurs , University Students and Academics Please cite as RezaeiZadeh , M ., Hogan , M ., O ' Reilly , J ., Cunningham , J ., & Murphy , E . . Im*, 1–38. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0390-y>
- Rika Widianita, D. (2023). PENGARUH COMPETENCE ENTREPRENEURSHIP, MOTIVATION ENTREPRENEURSHIP DAN SELF-EFFICACY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FISIP UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 1–19.
- Rosali, E. S., Pinem, R. J., Sudirman, A., & Widiastuti, I. (2020). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner*.
- Rus-Casas, C. (2020). The impact of the entrepreneurship promotion programs and the social networks on the sustainability entrepreneurial motivation of engineering students. *Sustainability (Switzerland)*, 12(12). <https://doi.org/10.3390/SU12124935>
- Salim, A., & Purnamasari, A. (2021). *Pengaruh Inflasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Anggun Purnamasari*. www.bps.go.id,
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239–254. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0156-x>
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2022-0055>
- Sheu, H.-B., & Phrasavath, L. (2019). Social cognitive career theory. *Contemporary Theories of Career Development*, September, 47–60. <https://doi.org/10.4324/9781315276175-6>
- Simmou, W., Sameer, I., Hussainey, K., & Simmou, S. (2023). Sociocultural factors and social entrepreneurial intention during the COVID-19 pandemic: Preliminary evidence from developing countries. In *International Entrepreneurship and Management Journal* (Issue 0123456789). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00858-1>
- Siregar, Z. A., & Marwan. (2020). *The Influence of Family Environment, Entrepreneurship Knowledge and Entrepreneurship Motivation on Students' Entrepreneurship Interest of Islamic Education Management Program of Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. 124(December 2018), 566–574. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.120>
- Smith, G. L. (2017). The association between social support and physical activity in older adults: A systematic review. In *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.1186/s12966-017-0509-8>
- Solimun, D. I., Fernandes, D. A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. <https://books.google.co.id/books?id=GrRVDwAAQBAJ&lpg=PP1&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Szyf, M., meaney, M. J., & McGowan, P. (2008). The social environment and epigenome. *Environmental and Molecular Mutagenesis*, 49(7), 46–60.
- To, C. K. M., Guaita Martínez, J. M., Orero-Blat, M., & Chau, K. P. (2020). Predicting motivational outcomes in social entrepreneurship: Roles of entrepreneurial self-efficacy and situational fit. *Journal of Business Research*, 121(August), 209–222. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.08.022>

- Wang, J. (2018). Associations between loneliness and perceived social support and outcomes of mental health problems: A systematic review. *BMC Psychiatry*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12888-018-1736-5>
- Widiastuti, I., Wiedy, M., & Ninghardjanti, P. (2019). Pengaruh Lingkungan Masyarakat dan Jenis Pekerjaan Orangtua terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Administrasi Perkantoran UNS. *Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, 3(Februari 2019), 1–14.
- Xiang, X., Wang, J., Long, Z., & Huang, Y. (2023). Improving the Entrepreneurial Competence of College Social Entrepreneurs: Digital Government Building, Entrepreneurship Education, and Entrepreneurial Cognition. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1), 0–16. <https://doi.org/10.3390/su15010069>
- Xiao, H. (2020). The effects of social support on sleep quality of medical staff treating patients with coronavirus disease 2019(COVID-19) in January and February 2020 in China. *Medical Science Monitor*, 26. <https://doi.org/10.12659/MSM.923549>
- Yi, S. (2018). What Drives Engineering Students To Be Entrepreneurs? Evidence of Validity for an Entrepreneurial Motivation Scale. *Journal of Engineering Education*, 107(2), 291–317. <https://doi.org/10.1002/jee.20199>
- Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Doug, W. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*.