

PERAN MOTIVASI DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z: STUDI PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL DI KECAMATAN SUNGAI BAHAR

Indri Hapsari¹, Dahmiri², Sigit Indrawijaya³

^{1, 2, 3}Jambi University, Jalan Lintas Jambi-Muara Bulian Muaro Jambi, Jambi, Indonesia
Email: indrihapsari175012@gmail.com

Article History

Received: 01-06-2026

Revision: 15-06-2026

Accepted: 17-06-2026

Published: 19-06-2026

Abstract. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial knowledge and the social environment on the entrepreneurial interest of Generation Z in Sungai Bahar District and examine the role of motivation as a mediating variable in this relationship. The study used a quantitative approach with a survey method. Data were collected through a Likert-scale questionnaire that measured the variables of entrepreneurial knowledge, social environment, motivation, and entrepreneurial interest. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) to test the direct and indirect effects between variables. The results showed that entrepreneurial knowledge and the social environment had a positive and significant effect on motivation. Motivation also had a positive and significant effect on entrepreneurial interest. In addition, motivation was proven to mediate the relationship between entrepreneurial knowledge and the social environment with entrepreneurial interest. These findings indicate that increasing entrepreneurial knowledge and the support of a conducive social environment can strengthen individual motivation to become an entrepreneur, which ultimately increases the entrepreneurial interest of Generation Z. This study has implications for educational institutions and stakeholders in designing entrepreneurship development programs oriented towards strengthening motivation and social environmental support.

Keywords: Entrepreneurial Knowledge, Social Environment, Motivation, Entrepreneurial Interest.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Sungai Bahar serta menguji peran motivasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert yang mengukur variabel pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, motivasi, dan minat berwirausaha. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Motivasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Selain itu, motivasi terbukti mampu memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial dengan minat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan kewirausahaan dan dukungan lingkungan sosial yang kondusif dapat memperkuat motivasi individu untuk berwirausaha, yang pada akhirnya meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z. Penelitian ini memberikan implikasi bagi lembaga pendidikan dan pemangku kepentingan dalam merancang program pengembangan kewirausahaan yang berorientasi pada penguatan motivasi dan dukungan lingkungan sosial.

Kata Kunci: Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Sosial, Motivasi, Minat Berwirausaha

How to Cite: Hapsari, I., Dahmiri., & Indrawijaya, S. (2026). Peran Motivasi dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Generasi Z: Studi Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial di Kecamatan Sungai Bahar. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 2239-2251. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.6029>

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan teknologi digital telah mengubah lanskap ekonomi dan ketenagakerjaan secara signifikan. Meskipun membuka berbagai peluang usaha baru, perubahan tersebut juga meningkatkan persaingan kerja, terutama bagi generasi muda. Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) menunjukkan bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia masih mencapai 4,76%, dengan kelompok usia muda menjadi salah satu kontributor utama. Dalam kondisi tersebut, kewirausahaan dipandang sebagai alternatif strategis untuk menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kemandirian ekonomi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Peran ini menjadi semakin penting bagi Generasi Z yang tumbuh di era digital dan memiliki akses luas terhadap teknologi, informasi, serta berbagai peluang inovasi usaha.

Namun demikian, tingginya potensi Generasi Z belum sepenuhnya diikuti oleh tingginya minat berwirausaha. Data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) tahun 2024 menunjukkan bahwa hanya sekitar 20–25% generasi muda usia 15–24 tahun yang memiliki ketertarikan untuk berwirausaha. Kondisi tersebut lebih terlihat di wilayah pedesaan yang masih didominasi oleh orientasi pekerjaan formal dan sektor perkebunan. Fenomena serupa terjadi di Kecamatan Sungai Bahar yang memiliki potensi ekonomi berbasis perkebunan kelapa sawit, tetapi sebagian besar generasi mudanya lebih memilih bekerja sebagai karyawan daripada mengembangkan usaha mandiri. Akibatnya, potensi sumber daya lokal yang tersedia belum dimanfaatkan secara optimal sebagai peluang kewirausahaan.

Secara teoritis, minat berwirausaha merupakan kecenderungan individu untuk memilih dan terlibat dalam aktivitas kewirausahaan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal (Krueger, 2007). *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks kewirausahaan, pengetahuan kewirausahaan menjadi faktor penting karena membantu individu memahami peluang usaha, manajemen bisnis, dan pengambilan keputusan usaha (Puspitaningsih, 2014). Selain itu, lingkungan sosial yang meliputi keluarga, teman sebaya, dan masyarakat juga berperan dalam membentuk persepsi serta dukungan terhadap aktivitas kewirausahaan (Slameto, 2010; Husain, 2022). Di sisi lain, motivasi menjadi faktor psikologis yang mendorong individu untuk mewujudkan keinginan berwirausaha menjadi tindakan nyata (McClelland, 1961).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial memiliki hubungan dengan minat berwirausaha, namun hasil yang diperoleh masih belum konsisten. Hasan et al. (2021) menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan

berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan Usman dan Suciviana (2021) melaporkan hasil yang tidak signifikan. Demikian pula, penelitian Jamil dan Khaeruddin (2021) menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sementara Brahmatyo et al. (2023) menemukan hasil yang berbeda. Ketidakkonsistenan temuan tersebut menunjukkan adanya research gap yang mengindikasikan bahwa hubungan antara pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, dan minat berwirausaha belum sepenuhnya dapat dijelaskan secara langsung.

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini mengajukan motivasi sebagai variabel intervening yang berpotensi menjelaskan mekanisme hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial dengan minat berwirausaha. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada pengembangan model yang mengintegrasikan pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, dan motivasi dalam menjelaskan minat berwirausaha Generasi Z pada konteks wilayah pedesaan berbasis perkebunan, khususnya di Kecamatan Sungai Bahar. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menguji pengaruh langsung antarvariabel, penelitian ini menganalisis peran motivasi sebagai mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha Generasi Z serta menguji peran motivasi sebagai variabel intervening dalam hubungan tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian kewirausahaan generasi muda serta menjadi dasar bagi penyusunan program pendidikan dan pemberdayaan kewirausahaan yang lebih efektif, khususnya di wilayah pedesaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian meliputi pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, motivasi, dan minat berwirausaha. Subjek penelitian adalah Generasi Z di Kecamatan Sungai Bahar. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner terstruktur untuk memperoleh data primer dari responden. Populasi penelitian berjumlah 6.638 Generasi Z usia 17–29 tahun berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS). Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 99 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden merupakan Generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Sungai Bahar dan memenuhi persyaratan penelitian.

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Sebelum analisis data dilakukan, instrumen diuji melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0. Metode PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan antarvariabel laten secara simultan, baik hubungan langsung maupun tidak langsung melalui variabel mediasi.

Tahapan analisis meliputi dua model pengujian, yaitu outer model dan inner model. Evaluasi outer model dilakukan untuk menguji validitas konvergen melalui nilai *outer loading* ($>0,70$) dan *Average Variance Extracted* ($AVE >0,50$), validitas diskriminan melalui kriteria Fornell-Larcker dan *cross loading*, serta reliabilitas konstruk menggunakan nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* ($>0,70$). Selanjutnya, evaluasi inner model dilakukan dengan menganalisis nilai koefisien determinasi (R^2), *predictive relevance* (Q^2), dan *effect size* (f^2) untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik bootstrapping dengan melihat nilai *t-statistics* ($>1,96$) dan *p-value* ($<0,05$). Selain itu, pengaruh mediasi motivasi dianalisis melalui pengujian *indirect effect* untuk mengetahui peran motivasi dalam memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha Generasi Z.

HASIL

Karakteristik Responden

Tabel. 1 Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	43,81
	Perempuan	59	56,19
Total		105	100,00
Usia	17-20 tahun	27	25,71
	21-24 tahun	43	40,95
	25-29 tahun	35	33,34
Total		105	100,00

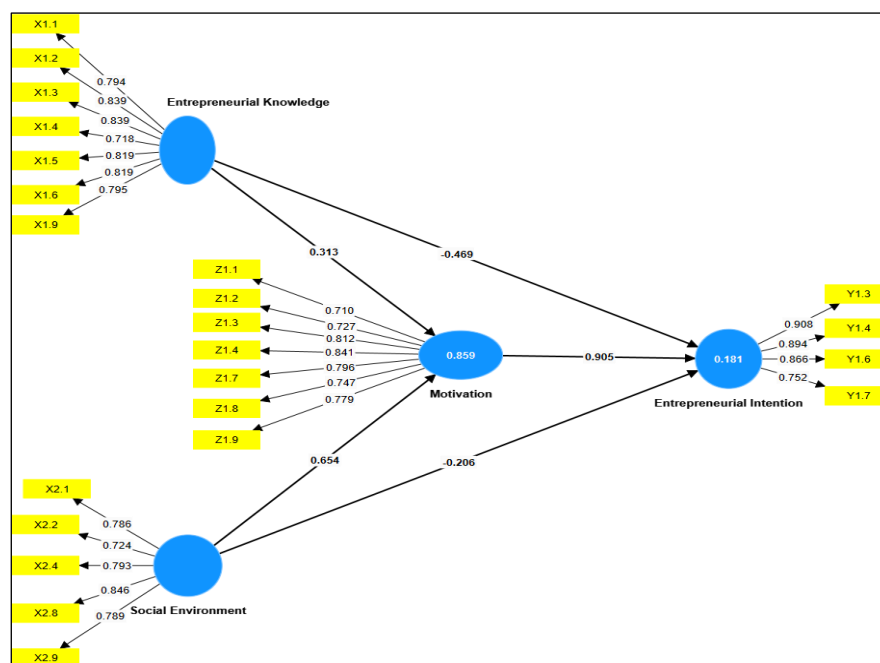
Berdasarkan Tabel 1, responden penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 59 orang, sedangkan berdasarkan usia mayoritas berada pada rentang 21–24 tahun. Karakteristik ini menunjukkan bahwa responden termasuk dalam kelompok Generasi Z yang berada pada fase produktif awal dan sedang mempersiapkan pilihan karier maupun sumber pendapatan di masa depan. Pada rentang usia tersebut, individu umumnya mulai memiliki kemampuan untuk mengeksplorasi peluang usaha, membangun kemandirian ekonomi, serta memanfaatkan

teknologi digital sebagai sarana pengembangan bisnis. Oleh karena itu, karakteristik responden dinilai relevan dengan tujuan penelitian yang mengkaji minat berwirausaha Generasi Z, karena kelompok usia ini memiliki potensi besar untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan sekaligus menjadi target penting dalam pengembangan program kewirausahaan berbasis generasi muda.

Evaluasi Outer Model

Loading Factor

Evaluasi outer model dilakukan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, pengujian validitas konvergen dilakukan melalui nilai loading factor. Indikator dinyatakan memenuhi kriteria apabila memiliki nilai loading factor $> 0,70$. Pada tahap awal terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai di bawah batas ketentuan sehingga dilakukan eliminasi indikator, setelah proses leiminasi, model akhir telah memenuhi kriteria validitas konvergen.



Gambar 1. Model Akhir Loading Factor

Berdasarkan Gambar 1, seluruh indikator pada model akhir memiliki nilai loading factor di atas 0,70 sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan dapat digunakan pada tahap pengujian berikutnya.

Average Variance Extracted (AVE)

Validitas konvergen dalam model pengukuran dapat dilihat melalui nilai *Average Variance Extracted (AVE)*. nilai AVE digunakan untuk mengetahui kemampuan konstruk dalam menjelaskan varians indikator yang dimilikinya. Menurut Hair et al. (2017), suatu konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen apabila memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,50.

Tabel. 2 Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.647
Lingkungan Sosial (X2)	0.622
Motivasi (Z)	0.600
Minat Berwirausaha (Y)	0.735

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel penelitian memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* di atas 0,50. Variabel Pengetahuan Kewirausahaan memiliki nilai AVE sebesar 0,647, Lingkungan Sosial sebesar 0,622, Motivasi sebesar 0,600, dan Minat Berwirausaha sebesar 0,735. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen. Sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Hair et al. (2017), hasil ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas konvergen yang baik. Dengan demikian, setiap variabel penelitian dinyatakan mampu menjelaskan varians indikator yang digunakan dan layak untuk digunakan pada tahap pengujian selanjutnya.

Uji *Reliability*

Uji *reliability* dapat dilihat melalui nilai *composite reliability* dan *cronbach'a alpha* yang dilakukan untuk mengetahui nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya untuk digunakan. (Wiyono, 2011) Seluruh variabel dinyatakan *reliable* apabila nilai loading-nya di atas 0.70.

Tabel. 3 *Composite Reliability dan Cronbach'a Alpha*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach'a Alpha</i>
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.917	0.882
Lingkungan Sosial (X2)	0.927	0.909
Motivasi (Z)	0.913	0.888
Minat Berwirausaha (Y)	0.891	0.848

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 3 di atas, terlihat hasil pengujian reliabilitas untuk seluruh variabel dalam penelitian ini. pengujian ini dilakukan dengan meninjau nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*, merujuk pada kriteria yang ditetapkan, sebuah variabel dinyatakan reliabel dan andal apabila memiliki nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* di atas 0,70. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* untuk variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) adalah sebesar 0.917, Lingkungan Sosial (X2) sebesar 0,927, Motivasi (Z) sebesar 0.913, dan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,891. Seluruh nilai ini berada jauh di atas batas minimal yaitu 0,70, dimana hal itu membuktikan bahwa seluruh indikator yang membentuk variabel-variabel itu memiliki tingkat keandalan yang sangat baik.

Hal yang sama juga terlihat pada perolehan nilai *Cronbach's Alpha*, di mana variabel Pengetahuan Kewirausahaan (X1) memiliki nilai sebesar 0,882, Lingkungan Sosial (X2) dengan nilai 0,909, Motivasi (Z) dengan nilai 0,888, dan Minat Berwirausaha (Y) dengan nilai 0,848. Terlihat bahwasanya seluruh nilai tersebut melebihi batas ambang 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini stabil dan konsisten.

Evaluasi Inner Model

Koefisien Determinasi R-Square

Adapun hasil dari nilai *R-Square* dalam penelitian ini disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel. 4 Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Minat Berwirausaha (Y)	0.181	0.157
Motivasi (Z)	0.859	0.857

Nilai *R-Square* digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *R-Square* variabel motivasi sebesar 0,859 yang berarti pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial mampu menjelaskan motivasi sebesar 85,9%, sedangkan sisanya 14,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Nilai tersebut menunjukkan kategori kuat. Sementara itu, nilai *R-Square* variabel minat berwirausaha sebesar 0,181 yang menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, dan motivasi mampu menjelaskan minat berwirausaha sebesar 18,1%, sedangkan 81,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan minat berwirausaha masih tergolong lemah.

F-Square

F-square (f^2) dalam *Partial Least Squares* (PLS) merupakan ukuran *effect size* yang digunakan untuk mengetahui besar kecilnya pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. Untuk mengetahui hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel. 5 Nilai F-Square

	Motivasi (Z)	Minat Berwirausaha (Y)
Pengetahuan Kewirausahaan (X1)	0.231	0.073
Lingkungan Sosial (X2)	1.011	0.009
Motivasi (Z)		0.141
Minat Berwirausaha (Y)		

Nilai *F-Square* digunakan untuk melihat besarnya pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh sedang terhadap motivasi dengan nilai f^2 sebesar 0,231, sedangkan lingkungan sosial memiliki pengaruh sangat besar terhadap motivasi yaitu sebesar 1,011. Sementara itu, pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial memiliki pengaruh kecil terhadap minat berwirausaha, masing-masing sebesar 0,073 dan 0,009. Di sisi lain, motivasi memiliki pengaruh sebesar 0,141 yang mendekati kategori sedang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa motivasi memiliki kontribusi yang cukup penting dalam membentuk minat berwirausaha Generasi Z.

Q-Square

Wiyono (2011), Suatu model dianggap mempunyai nilai predictive yang relevan jika nilai *Q square* lebih besar dari 0 (> 0). Nilai predictive-relevance diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,859^2)(1 - 0,181^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,737)(1 - 0,032)$$

$$Q^2 = 1 - (0,263)(0,968)$$

$$Q^2 = 1 - 0,254$$

$$Q^2 = 0,746$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas didapatkan nilai *Q-Square* sebesar 0,746 atau 74,6%. Hal ini menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan variabel endogen.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk membuktikan apakah dugaan awal atau hipotesis yang telah disusun sebelumnya benar-benar terbukti secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak, secara jelas dapat dilihat pada tabel yang disajikan di bawah ini:

Tabel. 6 Uji Hipotesis Bootstraping

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Pengetahuan Kewirausahaan (X1) -> Minat Berwirausaha (Y)	-0.469	-0.477	0.178	2.633	0.008
Lingkungan Sosial (X2) -> Minat Berwirausaha (Y)	-0.206	-0.213	0.246	0.838	0.402
Pengetahuan Kewirausahaan (X1) -> motivasi (Z)	0.313	0.313	0.072	4.371	0.000
Lingkungan Sosial (X2) -> Motivasi (Z)	0.654	0.654	0.066	9.913	0.000
Motivasi (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.905	0.920	0.240	3.773	0.000
Pengetahuan Kewirausahaan (X1) -> Motivasi (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.283	0.287	0.098	2.892	0.004
Lingkungan Sosial (X2) -> Motivasi (Z) -> Minat Berwirausaha (Y)	0.592	0.603	0.175	3.382	0.001

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan prosedur bootstrapping pada metode Partial Least Squares (PLS), suatu hipotesis dinyatakan signifikan apabila memiliki nilai P Values < 0,05. Hasil pengujian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ($\beta=-0,469$; $P=0,008$). Sementara itu, lingkungan sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha ($\beta=-0,206$; $P=0,402$)

Selanjutnya, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi ($\beta=0,313$; $P=0,000$), serta lingkungan sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi ($\beta=0,654$; $P=0,000$). Motivasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha ($\beta=0,905$; $P=0,000$). Pada pengaruh tidak langsung, motivasi terbukti mampu memediasi hubungan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha ($\beta=0,283$; $P=0,004$) dan hubungan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha ($\beta=0,592$; $P=0,001$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa motivasi memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Sungai Bahar.

DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan, lingkungan sosial, motivasi, dan minat berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Sungai Bahar berada pada kategori baik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pemahaman dasar mengenai kewirausahaan, memperoleh dukungan sosial yang relatif memadai, serta memiliki dorongan untuk terlibat dalam aktivitas usaha. Namun demikian, keberadaan faktor-faktor tersebut tidak selalu menghasilkan hubungan yang linear terhadap minat berwirausaha, karena keputusan untuk berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan psikologis, sosial, dan ekonomi yang kompleks.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil ini menarik karena berbeda dengan sebagian besar penelitian yang menemukan pengaruh positif pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha (Hasan et al., 2021; Puspitaningsih, 2014). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki Generasi Z mengenai dunia usaha, semakin besar pula pemahaman mereka terhadap risiko kegagalan, ketidakpastian pendapatan, persaingan pasar, serta tantangan pengelolaan usaha. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), pengetahuan yang lebih mendalam dapat membentuk evaluasi yang lebih realistis terhadap perilaku berwirausaha sehingga tidak selalu meningkatkan niat untuk memulai usaha. Pada konteks Kecamatan Sungai Bahar, kondisi ini dapat dipengaruhi oleh dominasi sektor perkebunan dan terbatasnya contoh keberhasilan usaha yang berkelanjutan, sehingga pengetahuan kewirausahaan justru membuat individu lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan berwirausaha.

Lingkungan sosial terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa dukungan keluarga, teman sebaya, maupun masyarakat belum menjadi faktor yang secara langsung menentukan munculnya minat berwirausaha pada Generasi Z. Hasil ini sejalan dengan penelitian Brahmatyio et al. (2023) yang menemukan bahwa lingkungan sosial tidak selalu mampu mendorong minat berwirausaha secara signifikan. Kondisi tersebut dapat terjadi karena Generasi Z cenderung memiliki karakteristik yang lebih mandiri dalam mengambil keputusan karier serta lebih banyak memperoleh informasi dan inspirasi melalui media digital dibandingkan lingkungan sosial terdekat. Dengan demikian, pengaruh lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha menjadi tidak langsung dan membutuhkan faktor lain yang mampu mengubah dukungan sosial menjadi dorongan perilaku yang nyata.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pengetahuan mengenai peluang usaha, manajemen bisnis, dan potensi kewirausahaan mampu meningkatkan dorongan internal untuk berprestasi dan mencapai kemandirian ekonomi. Di sisi lain, lingkungan sosial yang suportif dapat memberikan dukungan emosional, informasi, dan penguatan psikologis yang mendorong individu untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai pilihan karier. Hasil ini sejalan dengan teori kebutuhan berprestasi McClelland (1961) yang menjelaskan bahwa motivasi tumbuh melalui interaksi antara faktor internal dan lingkungan yang mendukung pencapaian tujuan individu.

Motivasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha serta mampu memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa motivasi merupakan mekanisme psikologis yang menjembatani pengaruh faktor internal maupun eksternal terhadap pembentukan minat berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan sosial belum tentu mampu meningkatkan minat berwirausaha secara langsung, tetapi keduanya dapat meningkatkan motivasi yang pada akhirnya mendorong munculnya minat berwirausaha. Hasil ini mendukung Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) yang menempatkan niat sebagai hasil dari proses kognitif dan psikologis individu, serta sejalan dengan penelitian Revia et al. (2019), Alifia dan Dwiridotjahjono (2019), dan Natsir et al. (2025) yang menunjukkan bahwa motivasi merupakan faktor kunci dalam pembentukan minat berwirausaha. Dengan demikian, upaya peningkatan minat berwirausaha Generasi Z tidak cukup hanya melalui peningkatan pengetahuan atau dukungan lingkungan, tetapi juga perlu diarahkan pada penguatan motivasi berwirausaha melalui pelatihan, pendampingan, mentoring, serta pemberian pengalaman kewirausahaan yang nyata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Pengetahuan Kewirausahaan diketahui berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, sedangkan Lingkungan Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Berwirausaha Generasi Z di Kecamatan Sungai Bahar. Di sisi lain, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi. Motivasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Selain itu, motivasi terbukti mampu memediasi hubungan antara Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa Motivasi memiliki peran penting dalam memperkuat Minat Berwirausaha Generasi Z, meskipun Pengetahuan Kewirausahaan secara langsung menunjukkan pengaruh negatif terhadap minat, adanya Motivasi mampu mengubah pengaruh tersebut menjadi positif. Dengan demikian, peningkatan Minat Berwirausaha tidak hanya memerlukan Pengetahuan dan dukungan Lingkungan, tetapi juga penguatan Motivasi sebagai faktor psikologis yang mendorong individu untuk berwirausaha.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan Minat Berwirausaha pada Generasi Z perlu difokuskan pada penguatan Motivasi sebagai faktor yang berperan penting dalam mendorong Minat Berwirausaha. Institusi pendidikan disarankan tidak hanya memberikan Pengetahuan Kewirausahaan secara teoritis, tetapi juga memperkuat pengalaman praktis melalui program pelatihan, praktik bisnis agar mampu meningkatkan motivasi dan keberanian individu dalam memulai usaha. Selain itu, Lingkungan Sosial seperti keluarga, teman sebaya, dan masyarakat diharapkan dapat memberikan dukungan yang lebih nyata melalui dorongan, inspirasi, serta penciptaan lingkungan yang kondusif bagi pengembangan kewirausahaan.

Bagi pemerintah dan pemangku kebijakan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang program pengembangan kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga pada aspek psikologis, khususnya motivasi berwirausaha generasi Z. penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti self-efficacy, kepribadian, maupun faktor ekonomi serta menggunakan objek penelitian yang lebih luas agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Alifia, F. I., & Dwiridotjahjono, J. (2019). *Pengaruh Motivasi Berwirausaha dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Dusun Beton Desa Tritunggal Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan)*.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Februari 2025*. Badan Pusat Statistik.
- Brahmatiyo, D., Muwarni, F. D., & Kusdiyanti, H. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education, and Social Environment on Entrepreneurial Interest With Self-Efficacy As A Mediating Variable. In *International Journal of Business* (Vol. 4, Issue 2).

- Hartanto, J. C., & Hannes Widjaja, O. (2025). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Gen-Z di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(03), 927–936.
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha Generasi Z melalui efikasi diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300–309. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975>
- Husain, A. (2022). *The Influence of Motivation, Social Media, and the Social Environment on Interest in Entrepreneurship*.
- Jamil, & Khaeruddin. (2021). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Kewirausahaan Remaja di Desa Batulappa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 234–242.
- Krueger, N. F. (2007). *What Lies Beneath? The Experiential Essence of Entrepreneurial Thinking*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 123–138.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Maslow, A. H. (1943). A Theory of Human Motivation. In *Originally Published in Psychological Review* (Vol. 50). www.excelcentre.net
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*.
- Natsir, M. N. S., Maureen, J., Aras, M., & Putra, S. D. (2025). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Gen Z di Kota Makassar). In *Jurnal Keuangan dan Manajemen Terapan* (Vol. 6, Issue 1). <https://ejournals.com/ojs/index.php/jkmt>
- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*.
- Slameto. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- Setiani, R., dahmiri, dahmiri, & Indrawijaya, S. (2019). Pengaruh Motivasi dan Sikap Wirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8(1), 46–58. <https://doi.org/10.22437/jmk.v8i1.6934>
- Usman, O., & Suciviana, D. (2021). *The Effect of Independent Attitude, Mmotivation, And Entrepreneurship Knowledge on Interest in Entrepreneurs (Case Study on Economic Students at Jakarta State University in 2019)*. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3997189>