

PENGARUH SIKAP, MOTIVASI, EFIKASI DIRI TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA GENERASI Z KOTA MEDAN DALAM PANDANGAN ISLAM

Nia Safitri Br Tarigan¹⁾, Muhammad Arif²⁾, Muhammad Lathief Ilhamy
Nasution³⁾

^{1,2,3)}Prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara, Kota Medan

e-mail: brtariganniasafitri@gmail.com¹⁾, muhammadarif@uinsu.ac.id²⁾, mlathiefilhamy@uinsu.ac.id³⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak sikap, motivasi, dan keyakinan diri terhadap minat berwirausaha di kalangan Generasi Z di Kota Medan dengan mempertimbangkan perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan survei untuk mengumpulkan data dari individu Generasi Z di Kota Medan. Data yang sudah di kumpulkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik statistik seperti analisis regresi guna mengevaluasi hubungan antara sikap, motivasi, keyakinan diri, dan minat berwirausaha. Selain itu, akan diperoleh wawasan kualitatif melalui wawancara atau diskusi kelompok fokus untuk mendalami pengaruh prinsip-prinsip Islam terhadap aspirasi berwirausaha di kalangan Generasi Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam diskusi akademis dan implikasi praktis. Memahami peran sikap, motivasi, dan keyakinan diri dalam membentuk minat berwirausaha di kalangan Generasi Z dapat membantu pembuat kebijakan, pendidik, dan pengusaha dalam merancang strategi yang efektif untuk mempromosikan budaya berwirausaha dalam masyarakat. Selain itu, dengan mengintegrasikan perspektif Islam, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana nilai-nilai dan keyakinan agama mempengaruhi perilaku dan aspirasi berwirausaha, yang dapat memperkaya diskusi tentang kewirausahaan di masyarakat mayoritas Muslim seperti Indonesia.

Kata kunci: Efikasi Diri, Minat Berwirausaha, Generasi Z

Abstract

This study aims to investigate the impact of attitude, motivation, and self-belief on entrepreneurial intention among Generation Z in Medan City by considering the Islamic perspective. This study uses a quantitative approach by conducting a survey to collect data from Generation Z individuals in Medan City. The collected data is then analysed using statistical techniques such as regression analysis to evaluate the relationship between attitude, motivation, self-confidence, and entrepreneurial interest. In addition, qualitative insights will be obtained through interviews or focus group discussions to explore the influence of Islamic principles on the entrepreneurial aspirations of Generation Z. The results of this study are expected to contribute significantly to academic discussions and practical implications. Understanding the role of attitude, motivation and self-belief in shaping entrepreneurial interest among Generation Z can help policy makers, educators and entrepreneurs in designing effective strategies to promote a culture of entrepreneurship in society. Moreover, by integrating an Islamic perspective, this study aims to provide insights into how religious values and beliefs influence entrepreneurial behaviour and aspirations, which can enrich discussions on entrepreneurship in Muslim-majority societies such as Indonesia.

Keywords: Self efficacy, Entrepreneurial Interest, Generation Z

1. PENDAHULUAN

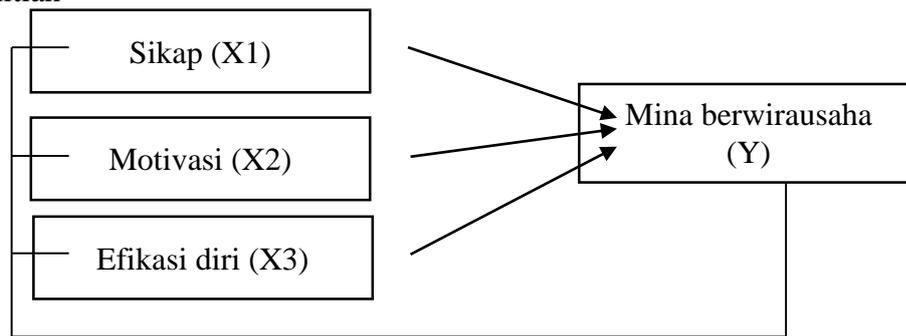
Pendahuluan Kemiskinan merupakan persoalan yang kompleks yang terus menghadang kehidupan masyarakat. Sumatera Utara, sebagai salah satu provinsi di Indonesia, tidak luput dari tantangan yang serupa, termasuk dalam upaya mengatasi kemiskinan, menghadapi tingkat kerentanan yang tinggi terhadap kondisi tersebut, serta menghadapi peningkatan ketimpangan pendapatan di antara penduduknya. Di era globalisasi seperti saat ini, kewirausahaan menjadi salah satu elemen yang sangat penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi suatu negara. Keberhasilan atau kegagalan ekonomi suatu bangsa sering kali sangat dipengaruhi oleh tingkat perkembangan kewirausahaan di dalamnya. Namun di Indonesia, perkembangan kewirausahaan masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan negara-negara Asia lainnya yang telah lebih maju (Zulianti & M. Nawawi, 2022).

Perkembangan ekonomi yang cepat telah mengarahkan perhatian utama pada minat berwirausaha di kalangan generasi muda. Kota Medan, sebagai pusat ekonomi yang sedang berkembang di Indonesia, mengalami pertumbuhan yang signifikan tetapi masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan potensi wirausaha dari Generasi Z. Sikap individu terhadap wirausaha adalah faktor psikologis kunci yang menentukan seberapa besar seseorang terlibat dalam aktivitas bisnis. Sikap yang positif, seperti kesiapan menghadapi risiko dan motivasi untuk berinovasi, telah terbukti berpengaruh pada niat seseorang untuk terlibat dalam wirausaha. Selain itu, motivasi individu untuk berwirausaha, yang mencakup dorongan internal untuk mencari peluang dan menghadapi tantangan bisnis, juga merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan seorang pengusaha.

Efikasi diri atau Keyakinan akan kemampuan diri, yang mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam situasi wirausaha, memainkan peran yang penting dalam memotivasi individu untuk mengambil tindakan nyata dalam memulai dan mengelola bisnis mereka. Dalam konteks pandangan Islam, nilai-nilai agama juga memberikan landasan moral yang kuat dalam menjalankan aktivitas ekonomi, termasuk dalam praktik berwirausaha. Islam mengajarkan pentingnya integritas, keadilan, dan tanggung jawab sosial dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis.

Oleh karena itu, penting untuk menyelidiki lebih dalam bagaimana nilai-nilai ini berinteraksi dengan sikap, motivasi, dan keyakinan diri dalam konteks kewirausahaan di Kota Medan. Penelitian ini akan membantu memahami lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan kesiapan Generasi Z untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha di kota tersebut. Meskipun ada penelitian sebelumnya yang telah mengungkapkan hubungan antara sikap, motivasi, dan efikasi diri dengan minat berwirausaha, namun penelitian yang mengintegrasikan perspektif nilai-nilai Islam dalam konteks ini masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah pengetahuan ini dengan menganalisis secara komprehensif bagaimana sikap, motivasi, dan efikasi diri berkontribusi terhadap minat berwirausaha di kalangan Generasi Z Kota Medan, dengan mempertimbangkan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor psikologis dan nilai-nilai yang mempengaruhi minat berwirausaha, serta memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan kebijakan publik, program pendidikan, dan pelatihan yang dapat mendorong pertumbuhan kewirausahaan yang berkelanjutan di kalangan generasi muda Kota Medan.

Model penelitian



Gambar 1. Model penelitian

Hipotesis

H1: Sikap Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha

H2: Motivasi Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha

H3: Efikasi Diri Secara Parsial Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Berwirausaha

H4: Sikap, Motivasi dan Efikasi Diri secara simultan berpengaruh Terhadap Minat Berwirausaha

2. KAJIAN PUSTAKA

Generasi Z

Generasi Z, juga dikenal sebagai Gen Z, adalah kelompok generasi yang lahir antara tahun 1996 hingga 2010. Saat ini, mereka berusia antara 14 hingga 29 tahun. Generasi Z muncul setelah generasi milenial dan generasi Y. Perkembangan peradaban sering kali diukur dari kemajuan teknologi yang hadir. Teknologi merupakan alat yang mempermudah manusia dalam melakukan berbagai aktivitas (Bagus Prayugo, 2022). Semua bidang kehidupan manusia kini terhubung dengan teknologi. Era industri 5.0 dimulai sejak tahun 2017, dimulai di Jepang, yang ditandai dengan munculnya teknologi seperti Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI), Internet of Things (IoT), antarmuka manusia-mesin (Human-Machine Interface), teknologi robotik, dan sensor-sensor (Lutfiah Effendi, 2023).

Mayoritas dari Generasi Z telah menunjukkan minat yang besar untuk menjadi wirausaha. Banyak dari mereka tertarik untuk memiliki bisnis mereka sendiri dan bekerja secara mandiri. Generasi Z mempertimbangkan pilihan karier mereka dengan cermat, fokus pada menciptakan jalur yang stabil sambil menghindari risiko utang. Dengan semangat kewirausahaan yang mirip dengan generasi sebelumnya, Generasi Z lebih berhati-hati dan memikirkan masa depan dengan lebih matang. Mereka berencana untuk memulai wirausaha sebanyak 41%, dan 45% percaya bahwa mereka memiliki potensi untuk membuat perubahan yang signifikan dalam dunia (Purnomo et al., n.d.).

Wirausaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), definisi wirausaha sama dengan pengertian wirausaha. Artinya, wirausaha adalah seseorang yang memiliki kebijaksanaan atau bakat dalam mengelola produk baru, menetapkan metode produksi baru, serta mengatur proses pemasaran dan perolehan produk baru. Richard Cantillon mendefinisikan wirausahawan sebagai seorang inovator yang menciptakan sesuatu yang unik dan baru. Schumpeter, seperti yang dikutip oleh Bygrave, menggambarkan wirausaha sebagai individu yang mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang untuk mendirikan organisasi yang memanfaatkan peluang tersebut.

Kewirausahaan Dalam Islam

Menurut Nurfaqih dan Fahmi, dalam nilai-nilai Islam yang terkait dengan konsep kewirausahaan terdapat empat jenis nilai. Pertama, nilai tauhid atau keimanan kepada Allah SWT sebagai Tuhan Yang Maha Esa. Kedua, nilai keadilan, yang menekankan kegiatan harus didasarkan pada prinsip kesetaraan. Ketiga, nilai hasil, yang berkaitan dengan pencapaian hasil dari kegiatan tersebut bagi para pelaku. Keempat, nilai sukarela (ikhlas), yang menunjukkan bahwa dalam berwirausaha, kegiatan yang didasarkan pada keikhlasan dan penyerahan diri kepada Allah SWT akan menghasilkan hasil yang baik. Dalam perspektif Islam, kewirausahaan dan perdagangan merupakan salah satu aspek kehidupan yang tunduk pada persoalan Muammara, yang mengacu pada hubungan horizontal antar manusia dan bertanggung jawab di akhirat. Manusia mempunyai misi untuk melindungi bumi dan mengembangkannya menjadi lebih baik, dan kita juga mempunyai misi untuk berusaha mencari nafkah. Kewirausahaan didukung dalam Al-Quran sebagaimana tercantum dalam QS Hud Ayat 61. Ayat ini menegaskan bahwa manusia telah diberi tanggung jawab untuk menjaga bumi dan memanfaatkannya secara bijaksana. Dalam perspektif Islam, kewirausahaan dan perdagangan merupakan aspek kehidupan yang termasuk dalam permasalahan Mu'amarah, yaitu permasalahan yang berkaitan dengan hubungan horizontal antar manusia dan tetap harus dipertanggungjawabkan di akhirat.

Ekonomi Islam juga melibatkan aspek pembangunan dan pertumbuhan ekonomi yang memerlukan peran wirausaha. Dengan mendorong pertumbuhan ekonomi, wirausaha berkontribusi pada keseluruhan perekonomian, terutama dalam pasar tenaga kerja. Peningkatan pertumbuhan ekonomi dapat membuka lebih banyak peluang usaha, namun di sisi lain, juga bisa menimbulkan tekanan inflasi yang berdampak langsung pada upah tenaga kerja. Meski demikian, kenaikan upah tidak selalu bisa diatasi hanya dengan menyesuaikan ketidakseimbangan di pasar tenaga kerja (Darojah et al., 2018).

Sikap

Sikap dipahami sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk secara konsisten menanggapi atau menerima rangsangan terhadap suatu objek, dalam arti “suka” atau “tidak suka”. Sikap manusia muncul melalui proses sosial seumur hidup dalam mengumpulkan informasi dan pengalaman. Sikap kewirausahaan merupakan pondasi dasar dalam dunia kewirausahaan yang dasarnya merupakan organisasi pendapat, pikiran, dan perasaan untuk membuat respons atau berperilaku dalam berwirausaha yang ditunjukkan melalui pengaruh prestasi praktik 5 sifat, karakter, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif.

Motivasi

Secara umum motivasi adalah suatu proses yang mendorong atau mempengaruhi seseorang untuk mendapatkan atau mencapai apa yang diinginkannya baik itu secara positif maupun negatif. Motivasi akan memberikan perubahan pada seseorang yang muncul akibat dari perasaan, jiwa dan emosi sehingga mendorong untuk melakukan tindakan sesuatu yang disebabkan karena kebutuhan, keinginan dan tujuan tersebut (Zulianti & M. Nawawi, 2022).

Tujuan dorongan motivasi adalah untuk membuat seseorang bertindak. Tanpa dorongan ini, seseorang tidak akan melakukan apa-apa (Widiati, 2021) Ini merujuk pada teori dorongan atau *drive theory* yang dikembangkan oleh seorang psikolog Amerika bernama Clark Hull. Teori dorongan berfokus pada dorongan-dorongan internal yang mendorong individu untuk bertindak untuk memenuhi kebutuhan biologis dan psikologisnya. Teori ini didasarkan pada gagasan bahwa individu memiliki dorongan biologis, seperti kebutuhan akan makanan, air, atau keamanan, yang memotivasi mereka

untuk bertindak. Ketika dorongan ini tidak terpenuhi, individu merasakan ketegangan dan dorongan untuk melakukan tindakan yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Efikasi diri

Efikasi diri berasal dari kata “*self-efficacy*”. Efikasi diri merujuk pada keyakinan seseorang tentang seberapa baik ia dapat melaksanakan tugas atau pekerjaan tertentu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Keyakinan ini mencakup berbagai aspek, seperti percaya diri, kemampuan beradaptasi, kapasitas kognitif, kecerdasan, dan kemampuan untuk bertindak dalam situasi yang penuh tekanan. Ketika seseorang memiliki keyakinan yang positif maka hal ini berhubungan dengan peningkatan motivasi dan ketekunan dan kemungkinan peningkatan menolak pikiran negatif tentang kemampuan sendiri (Utami, 2017).

Efikasi diri adalah konstruksi yang menunjukkan bahwa perilaku, kognisi, dan lingkungan saling mempengaruhi secara dinamis, sehingga memungkinkan individu untuk membentuk efikasi diri tentang kemampuan mereka untuk melakukan tugas-tugas tertentu (Hasan et al., 2021). Teori sosial kognitif Bandura mendefinisikan efikasi diri sebagai penilaian individu atas kemampuan mereka terhadap tindakan untuk mencapai hasil akhir. Dalam teori sosial kognitif Bandura menyebutkan bahwa konsep efikasi diri memainkan peran sentral pada manusia. Bandura mengemukakan bahwa efikasi diri didasarkan pada apa yang orang lain percaya dari pada sesuatu yang sebenarnya ada. Hal ini karena seseorang memiliki motivasi yang sedikit untuk terlibat dalam tugas ataupun bertahan dalam kesulitan.

Minat

Minat dapat diartikan sebagai dorongan internal yang kuat dari seseorang untuk melakukan sesuatu demi mencapai tujuan dan cita-cita mereka, dilakukan dengan kesadaran serta menimbulkan rasa senang dan kegembiraan. Minat mencerminkan ketertarikan (interest) atau kesungguhan dalam berperilaku. Dalam konteks ini, minat berwirausaha merujuk pada keinginan, ketertarikan, dan kesediaan untuk bekerja keras dalam mengembangkan bisnis yang ingin dibangun (Syariful Anam et al., n.d.). Sedangkan minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi (Zulianti & M. Nawawi, 2022).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert. Data kuantitatif memungkinkan analisis statistik untuk menguji hubungan dan pengaruh antar variabel. Fokus utama adalah pada pengukuran yang objektif dan penggunaan analisis statistik untuk menarik kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik sikap, motivasi, dan efikasi diri generasi Z serta minat mereka dalam berwirausaha. Deskripsi ini melibatkan analisis deskriptif dari data yang dikumpulkan untuk memberikan gambaran umum tentang kondisi dan karakteristik responden dalam konteks penelitian. Pendekatan asosiatif diterapkan untuk mengidentifikasi dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu sikap, motivasi, dan efikasi diri, terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen (minat berwirausaha) dan bagaimana hubungan tersebut secara bersamaan mempengaruhi minat berwirausaha.

Dengan kombinasi pendekatan deskriptif dan asosiatif, penelitian ini tidak hanya berfokus pada pemahaman dasar tentang fenomena yang diteliti, tetapi juga mengeksplorasi dan mengukur hubungan antara variabel-variabel kunci yang mempengaruhi minat berwirausaha generasi Z di Kota Medan.

Uji Validitas dan Reliabilitas

- **Uji Validitas:** Validitas kuesioner diuji dengan menggunakan analisis faktor eksploratori (EFA) untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud. Validitas dilakukan dengan melihat nilai Loading Factor yang harus lebih dari 0,5 untuk setiap item.
- **Uji Reliabilitas:** Reliabilitas kuesioner diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,7 menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat diandalkan dan konsisten dalam mengukur variabel-variabel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas:** Menggunakan uji plot Q-Q untuk menilai apakah residual dari model regresi mengikuti distribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi penting dalam analisis regresi. Metode plot Q-Q (Quantile-Quantile Plot) adalah teknik visual yang digunakan untuk memeriksa kesesuaian distribusi residual dengan distribusi normal. atau uji Shapiro-Wilk untuk memeriksa apakah data distribusi variabel mengikuti distribusi normal. Normalitas data penting agar hasil uji statistik yang digunakan valid.
- **Uji Multikolinearitas:** Menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) untuk mengidentifikasi adanya hubungan linear yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Nilai VIF lebih dari 10 menunjukkan adanya multikolinearitas yang perlu ditangani.
- **Uji Heteroskedastisitas:** Menggunakan uji Scatterplot Residual Metode ini melibatkan pembuatan grafik scatterplot residual terhadap nilai prediktor atau nilai prediksi untuk memvisualisasikan pola distribusi residual. Scatterplot ini membantu dalam mendeteksi pola-pola tertentu yang mungkin menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Analisis Data

- **Uji t:** Digunakan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh masing-masing variabel independen (sikap, motivasi, efikasi diri) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Uji ini akan menunjukkan seberapa signifikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat berwirausaha.
- **Uji F:** Digunakan untuk menguji signifikansi model regresi secara keseluruhan. Uji ini akan menilai apakah variabel-variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen (minat berwirausaha) dan apakah model regresi yang dibangun secara keseluruhan adalah signifikan.

Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan diolah menggunakan software SPSS versi terbaru. SPSS digunakan untuk menghitung nilai-nilai statistik yang diperlukan untuk uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, serta uji t dan uji F. Hasil dari uji tersebut akan memberikan informasi mendalam mengenai hubungan antara sikap, motivasi, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha generasi Z di Kota Medan.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berada di Kota Medan. Populasi ini mencakup semua individu dari kelompok usia generasi Z yang terdaftar atau tinggal di wilayah Kota Medan dan memiliki potensi untuk berwirausaha. Generasi Z biasanya

didefinisikan sebagai individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, yang saat ini berada dalam rentang usia remaja hingga dewasa awal.

Sampel

Untuk mendapatkan sampel yang representatif dari populasi, penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel berdasarkan rumus Lemeshow. Sampel terdiri dari 100 orang responden yang diambil dari populasi target. Rumus Lemeshow adalah metode yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang diperlukan untuk mencapai tingkat keakuratan tertentu dalam penelitian. Dalam konteks penelitian ini, rumus Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah responden yang optimal.

$$n = Z^2 \times P \times Q / L^2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

z = Tingkat kepercayaan 95% (z = 1,96)

p = proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu (misalnya, 50%)

l = tingkat ketelitian atau margin of error yang diizinkan (misalnya, 10%)

Dalam hal ini, penulis sendiri ingin menggunakan Tingkat ketelitian (10%) di bawah dan di atas proporsi yang sesungguhnya dengan kepercayaan sebesar 95%. Maka penyelesaiannya sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{l^2} = \frac{1,96^2 (0,5) (1-0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416(0,25)}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah 96 orang yang di genapkan menjadi 100 orang. 100 Generasi Z diasumsikan sudah mewakili keseluruhan generasi Z di kota medan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Sikap

Butir Pernyataan	Korelasi Item Total	R table N = 100	Keterangan
X1.1	0.735	0.196	valid
X1.2	0.818	0.196	Valid
X1.3	0.796	0.196	Valid
X1.4	0.704	0.196	Valid
X1.5	0.803	0.196	valid

Sumber : Data Diolah, 2024

Nilai corrected item-total correlation kelima item pembentuk sikap lebih besar dari nilai r table (0.196), Semua item untuk variabel ‘Sikap’ menunjukkan nilai korelasi item-total yang cukup tinggi, dengan rentang antara 0.704 dan 0.818. Nilai korelasi ini menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner tersebut memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel "Sikap." Item-item tersebut valid dan konsisten dalam mengukur aspek sikap yang dimaksud.

Table 2. Hasil Uji Validitas Variabel motivasi

Butir Pernyataan	Korelasi Item Total	R table N = 100	Keterangan
X2.1	0.786	0.196	Valid
X2.2	0.862	0.196	Valid
X2.3	0.698	0.196	Valid
X2.4	0.769	0.196	Valid
X2.5	0.810	0.196	Valid

Sumber : Data Diolah, 2024

Nilai corrected item-total correlation kelima item pembentuk motivasi lebih besar dari nilai r tabel (0.196), Untuk variabel "Motivasi," sebagian besar item menunjukkan korelasi item-total yang sangat baik, dengan nilai di atas 0.7. Nilai tertinggi adalah 0.862, yang menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara item X2.2 dan skor total motivasi. Item X3.2 memiliki nilai korelasi yang sedikit lebih rendah (0.698) tetapi masih dalam batas yang dapat diterima, menunjukkan bahwa item tersebut tetap valid dalam mengukur motivasi.

Table 3. Hasil Uji Validitas Variabel Efikasi diri

Butir Pernyataan	Korelasi Item Total	R table N = 100	Keterangan
X3.1	0.814	0.196	Valid
X3.2	0.860	0.196	Valid
X3.3	0.842	0.196	Valid
X3.4	0.770	0.196	Valid
X3.5	0.803	0.196	Valid

Sumber : Data Diolah, 2024

Nilai corrected item-total correlation kelima item pembentuk efikasi diri lebih besar dari nilai r tabel (0, 196), Semua item untuk variabel "Efikasi Diri" menunjukkan nilai korelasi item-total yang tinggi, dengan rentang antara 0.770 dan 0.860. Nilai ini menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner memiliki korelasi yang kuat dengan skor total variabel "Efikasi Diri," menandakan validitas yang baik untuk mengukur efikasi diri.

Table 4. Hasil Uji Validitas Variabel minat berwirausaha

Butir Pernyataan	Korelasi Item Total	R table N = 100	Keterangan
Y.1	0.637	0.196	Valid
Y.2	0.625	0.196	Valid
Y.3	0.815	0.196	Valid
Y.4	0.762	0.196	Valid
Y.5	0.585	0.196	Valid

Sumber : Data Diolah, 2024

Untuk variabel "Minat Berwirausaha," sebagian besar item menunjukkan korelasi item-total yang baik, dengan nilai antara 0.585 dan 0.815. Item Y3 dan Y4 memiliki korelasi yang lebih tinggi (0.815 dan 0.762) dan menunjukkan hubungan yang kuat dengan skor total. Namun, item Y1 dan Y2 memiliki nilai korelasi yang sedikit lebih rendah (0.637 dan 0.625). Meskipun nilai-nilai ini masih dalam rentang yang dapat diterima, item-item tersebut mungkin memerlukan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan konsistensi dalam mengukur minat berwirausaha.

Hasil uji validitas korelasi item-total menunjukkan bahwa sebagian besar item dalam kuesioner untuk setiap variabel (Sikap, Motivasi, Efikasi Diri, dan Minat Berwirausaha) memiliki korelasi yang baik dengan skor total variabel yang diukur. Item-item dengan korelasi tinggi menunjukkan bahwa mereka valid dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Meskipun ada beberapa item dengan korelasi yang sedikit lebih rendah, nilai-nilai tersebut tetap menunjukkan bahwa item-item tersebut masih relevan dan memberikan kontribusi pada validitas keseluruhan instrumen. Ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini umumnya valid dalam mengukur variabel-variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas

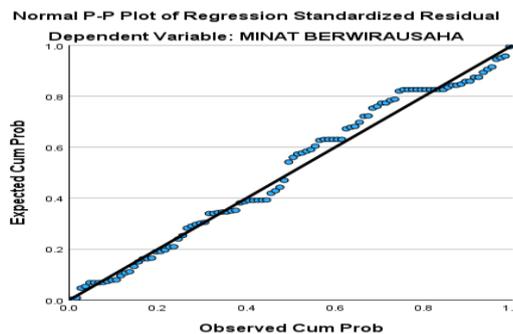
Tabel 5. Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Sikap (X1)	0.825	Reliabel
Motivasi (X2)	0.845	Reliabel
Efikasi diri (X3)	0.870	Reliabel
Minat berwirausaha (Y)	0.718	Reliabel

Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach, instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian menunjukkan tingkat konsistensi internal yang baik untuk sebagian besar variabel. Nilai Alpha Cronbach untuk Sikap, Motivasi, dan Efikasi Diri semuanya menunjukkan reliabilitas yang sangat baik, dengan nilai di atas 0.8, yang menunjukkan bahwa item-item dalam kuesioner secara konsisten mengukur masing-masing konstruk. Sementara itu, nilai untuk "Minat Berwirausaha" yang sebesar 0.718 masih menunjukkan reliabilitas yang baik, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan variabel lainnya. Secara keseluruhan, instrumen kuesioner dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

Uji normalitas



Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan plot Q-Q, titik-titik residual dari model regresi umumnya mengikuti garis diagonal yang menggambarkan distribusi normal. Meskipun terdapat sedikit penyimpangan di rentang 0.6 hingga 0.8, titik-titik residual tetap mengikuti pola garis diagonal dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas residual dalam model regresi umumnya terpenuhi, dan model dapat dianggap valid untuk analisis lebih lanjut. Penyimpangan kecil yang teramati tidak cukup signifikan untuk mempengaruhi keandalan hasil regresi secara substansial.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

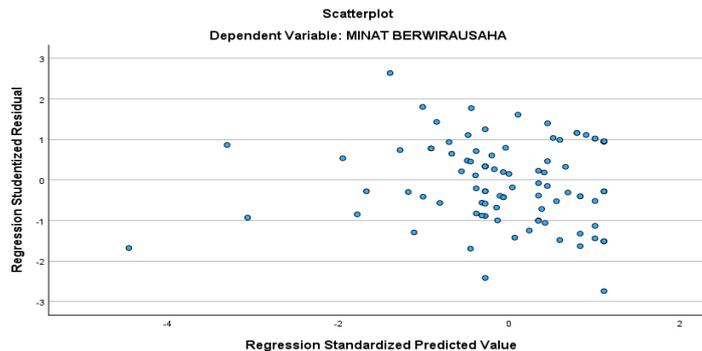
		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.875	1.997		3.443	<.001		
	SIKAP	-.001	.136	-.001	-.006	.995	.376	2.659
	MOTIVASI BERWIRSAUSAHA	.229	.149	.231	1.538	.127	.319	3.137
	EFIKASI DIRI	.373	.131	.364	2.845	.005	.441	2.267

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRSAUSAHA

Sumber : Data Diolah, 2024

Dapat dilihat, nilai tolerance terdapat 0.376 = sikap, 0.319 = motivasi dan 0.441 = efikasi diri. Dimana masing masing nilai > 0.100 dan nilai VIF <10.00. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, nilai-nilai VIF untuk semua variabel independen dalam model regresi (Sikap, Motivasi, dan Efikasi Diri) berada jauh di bawah ambang batas 10. Ini menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas yang signifikan dalam model regresi yang digunakan. Variabel-variabel independen dalam penelitian ini tidak memiliki korelasi yang sangat tinggi satu sama lain, sehingga koefisien regresi dapat diinterpretasikan dengan lebih stabil dan akurat.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, plot residual menunjukkan distribusi titik-titik yang acak dan tidak membentuk pola sistematis, seperti pola bergelombang atau perubahan variansi. Titik-titik residual juga terdistribusi secara merata di atas dan di bawah angka 0, menunjukkan bahwa variansi residual relatif konstan di seluruh rentang nilai prediktor. Dengan demikian, hasil ini mengindikasikan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas signifikan dalam model regresi yang dianalisis, dan asumsi tentang kesamaan variansi residual dapat dianggap terpenuhi.

Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.875	1.997		3.443	<.001		
	SIKAP	-.001	.136	-.001	-.006	.995	.376	2.659
	MOTIVASI	.229	.149	.231	1.538	.127	.319	3.137
	BERWIRAUSAHA							
	EFIKASI DIRI	.373	.131	.364	2.845	.005	.441	2.267

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Sumber : Data Diolah, 2024

Dapat kita lihat bahwa nilai signifikansi (Sig) pada variable sikap adalah 0,995, motivasi = 0,127, efikasi = 0.05 dimana nilai nilai variable sikap dan motivasi lebih besar daripada 0,05. Sebaliknya, nilai variable efikasi diri berpengaruh dikarenakan tidak lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil uji t, variabel Sikap(X1) dan Motivasi (X2) tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen karena nilai signifikansi mereka lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, variabel Efikasi Diri (X3) memiliki nilai signifikansi yang tepat pada batas 0,05, menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, variabel "Efikasi Diri" merupakan

faktor yang signifikan dalam model regresi ini, sementara variabel "Sikap" dan "Motivasi" tidak memberikan kontribusi signifikan pada model.

Uji f

Tabel 7. Hasil Uji f

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	462.071	3	154.024	14.232	<.001 ^b
	Residual	1038.929	96	10.822		
	Total	1501.000	99			

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

b. Predictors: (Constant), EFIKASI DIRI, SIKAP, MOTIVASI BERWIRAUSAHA

Sumber : Data Diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F, dapat disimpulkan bahwa kombinasi variabel "Sikap" (X1), "Motivasi" (X2), dan "Efikasi Diri" (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi yang sangat kecil (0,001) menunjukkan bahwa setidaknya satu dari variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, model regresi yang melibatkan ketiga variabel ini dapat dianggap sesuai dan memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Berdasarkan pengujian variabel secara simultan menunjukkan bahwa sikap, motivasi, dan efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha generasi Z kota medan.
2. Berdasarkan pengujian variabel secara parsial menunjukkan bahwa Sikap, motivasi tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha generasi Z kota medan tetapi efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha generasi Z kota medan.

Saran

Disarankan kepada pemerintah, lembaga pendidikan, dan stakeholder terkait untuk lebih mendukung pengembangan keterampilan berwirausaha di kalangan Generasi Z, dengan memperhatikan pendekatan yang holistik dan berbasis nilai-nilai Islam. Pelatihan kewirausahaan yang mengintegrasikan aspek psikologis dan nilai-nilai agama diharapkan dapat memberikan pondasi yang kokoh bagi generasi muda dalam memulai dan mengelola bisnis mereka. Selain itu, pengembangan jejaring dan fasilitasi akses terhadap sumber daya serta pendampingan dari para pengusaha sukses juga menjadi kunci untuk memperkuat ekosistem wirausaha di Kota Medan. Dengan demikian, upaya bersama dalam menciptakan lingkungan yang mendukung dan memotivasi Generasi Z untuk berwirausaha, sejalan dengan nilai-nilai Islam, akan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal serta pengentasan pengangguran di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

Darojah, Z., Didanul Quro', M., Sunan, U., Surabaya, A., & Dewi, D. K. (2018). Peran Kewirausahaan Dalam Pertumbuhan Ekonomi Islam Di Indonesia. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 8(2).
<https://jurnal.pauddikmasjabar.my.id/index.php/damar/article/view/11>.

Fiqih Hidayat Hasibuan, T., Fanny Meutia, Wirausaha Berbasis Pengetahuan, D., Berwirausaha. Universitas Medan Area.

Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ihsan, M., Ahmad, S., & Tahir, T. (2021). Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? 9(2), 300–313.
<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>

- Mega, N., & Virdianasari, A. (n.d.). Analisis Pengaruh Kreatif Dan Inovatif Di Dunia Bisnis Kewirausahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In Niqosiya: Journal of Economics and Business Research (Vol. 1, Issue 1).
- Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., Firdaus, M., & Generasi, A. (n.d.). Generasi Z Sebagai Generasi Wirausaha. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer->
- Syariful Anam, M., Yulianti, W., Afisa, I., & Ayu Safitri, N. (n.d.). FAKTOR Demografi Terhadap Minat Berwirausaha. In Jurnal Ilmu Manajemen (Vol. 9).
- Utami, C. T. (2017). Self-Efficacy dan Resiliensi: Sebuah Tinjauan Meta-Analisis. *Buletin Psikologi*, 25(1), 54–65. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.18419>
- Widiati, A. (2021). Analisis Motivasi Berwirausaha Pada Generasi Milenial Di Kota Pontianak. 2(1), 71–81. <http://e-journal.iainptk.ac.id/index.php/jiseb>
- Zulianti, D., & M. Nawawi, Z. (2022). Pengaruh motivasi dan mental kewirausahaan terhadap minat mahasiswa manajemen untuk berwirausaha. *Equivalent Jurnal Ilmiah Sosial Teknologi*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.46799/jequi.v4i1.69>