

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL, MOTIVASI, DAN PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ANGKATAN 2021 UNIVERSITAS SARJANAWIYATATAMANSISWA

Elis Daeri Anti¹⁾, Kusuma Chandra Kirana²⁾, Epsilandri Septyarini³⁾

Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawitaya Kota Yogyakarta^{1,2,3)}
e-mail:elisdaerianti@gmail.com¹⁾, kusumack@ustjogja.ac.id²⁾, epsilandriseptyarini@ustjogja.ac.id³⁾

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kecerdasan emosional, motivasi, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa angkatan 2021 Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Minat berwirausaha merupakan indikator penting dalam menciptakan generasi muda yang mandiri dan berorientasi pada penciptaan lapangan kerja. Dalam era digital saat ini, faktor internal seperti kecerdasan emosional dan motivasi, serta faktor eksternal seperti media sosial, diduga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk minat tersebut. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada responden. Metode analisis yang digunakan adalah SPSS, dengan jumlah sampel 81 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Penelitian ini menunjukkan bahwa kecerdasan emosional memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dan penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap variabel minat berwirausaha.

Kata-kata Kunci: Kecerdasan Emosional, Motivasi, Penggunaan Media Sosial, Minat Berwirausaha

Abstrak

The purpose of this research is to determine the influence of emotional intelligence, motivation, and social media usage on the entrepreneurial interest of the 2021 batch students of the Faculty of Economics at Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Entrepreneurial interest is an important indicator in creating a generation of youth that is independent and oriented towards job creation. In today's digital era, internal factors such as emotional intelligence and motivation, as well as external factors such as social media, are suspected to have a significant role in shaping that interest. The data source used is primary data by distributing a questionnaire via Google Form to respondents. The analysis method used is SPSS, with a sample size of 81 respondents. The sampling technique employs the Slovin formula. This research shows that emotional intelligence has a positive effect on entrepreneurial interest, motivation has a positive effect on entrepreneurial interest, and the use of social media has a positive effect on the variable of entrepreneurial interest.

Kata kunci : Emotional Intellegence, Motivation, Use Of Social Media, Entrepreneurial Interest

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global yang dinamis dan semakin kompetitif menuntut adanya inovasi dan kreativitas dalam menciptakan lapangan kerja. Dalam konteks Indonesia, jumlah penduduk usia produktif yang terus meningkat perlu diimbangi dengan ketersediaan peluang kerja yang memadai. Wirausaha menjadi salah satu solusi strategis untuk mengatasi tantangan ini, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Semangat

berwirausaha tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, tetapi juga mendorong inovasi, peningkatan daya saing, dan kemandirian ekonomi. Oleh karena itu, menumbuhkan minat berwirausaha, khususnya di kalangan generasi muda, menjadi sangat penting.

Daya saing suatu bangsa, baik dari segi kualitas maupun kuantitas, dapat ditingkatkan melalui kegiatan kewirausahaan. Peningkatan jumlah wirausahawan yang unggul akan menjadikan perekonomian suatu bangsa lebih makmur dan tangguh. Menurut (Buchari, 2016) menerangkan bahwa semakin maju suatu negara, semakin terdidik penduduknya dan semakin banyak kewirausahaannya. Kewirausahaan itu memungkinkan orang untuk bekerja dan berwiraswasta, menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan pertumbuhan ekonomi. Jika seseorang memiliki keinginan dan motivasi untuk menjadi seorang wirausaha, berarti dia dapat menciptakan pekerjaannya sendiri dan tidak bergantung pada orang lain. Adanya tuntutan globalisasi seperti kemajuan pesat teknologi membawa persaingan besar untuk dalam dunia berwirausaha. Sehingga sangat dibutuhkan SDM yang unggul dalam membentuk generasi milenial. Untuk itu anak muda atau generasi milenial membutuhkan kepercayaan diri, motivasi, serta kreatifitas dalam berwirausaha. Karena akan mempermudah seseorang untuk melakukan aktifitas khususnya dalam berwirausahaan.

Meskipun kewirausahaan menjadi salah satu solusi strategis dalam mengatasi pengangguran dan mendorong pertumbuhan ekonomi, kenyataannya banyak mahasiswa yang masih enggan terjun ke dunia bisnis. Berdasarkan studi survei yang dilakukan oleh beberapa institusi pendidikan tinggi di Indonesia, ditemukan bahwa rendahnya minat berwirausaha di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor penghambat, seperti kurangnya pengetahuan praktis, ketakutan akan kegagalan, dan belum adanya dorongan kuat dari lingkungan sekitar. Salah satu penyebab utama adalah minimnya pengalaman langsung dalam berwirausaha. Banyak mahasiswa belum pernah mencoba menjalankan usaha kecil atau mengikuti program simulasi bisnis, sehingga mereka merasa tidak percaya diri untuk memulai. Selain itu, akses terhadap modal usaha juga menjadi kendala signifikan.

Mahasiswa umumnya belum memiliki sumber pendanaan yang cukup, dan belum mengetahui cara mendapatkan dukungan finansial seperti investor atau pinjaman modal. Faktor lain yang turut memperkuat fenomena ini adalah persepsi negatif terhadap risiko berwirausaha. Banyak mahasiswa yang lebih memilih jalur karier yang dianggap lebih aman dan stabil, seperti menjadi pegawai negeri atau bekerja di perusahaan besar, dibandingkan menghadapi ketidakpastian dalam dunia bisnis. Kurangnya dukungan dari keluarga dan lingkungan kampus yang belum sepenuhnya mendorong budaya kewirausahaan juga memperkuat sikap pasif terhadap peluang usaha. Meski beberapa kampus telah menyediakan mata kuliah kewirausahaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan formal saja belum cukup untuk membangkitkan minat berwirausaha secara signifikan. Diperlukan pendekatan yang lebih praktis dan inspiratif, seperti mentoring dari pelaku usaha sukses, kompetisi bisnis, dan inkubasi startup yang melibatkan mahasiswa secara langsung. Fenomena ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, perlu ada sinergi antara pendidikan, kebijakan pendukung, dan perubahan pola pikir. Mahasiswa perlu diberikan ruang untuk mencoba, gagal, dan belajar dari pengalaman nyata agar mampu melihat kewirausahaan sebagai jalur karier yang menjanjikan dan bermakna.

Kecerdasan emosional merupakan wacana baru dalam bidang psikologi yang setelah bertahun-tahun diyakini banyak orang merupakan faktor penentu keberhasilan dalam hidup

seseorang. Berdasarkan penelitian di bidang psikologi, kemampuan yang dimiliki seseorang tidak hanya diukur berdasarkan kecerdasan logika dan linguistik, tetapi juga kecerdasan lain yang dapat membuka pikiran banyak orang, untuk memberikan pelayanan yang baik, berkenaan dengan faktor keberhasilan dalam hidup seperti kompetensi dan kecerdasan emosional. Maka salah satu prestasi dalam pekerjaan yang dipengaruhi oleh kecerdasan emosional diutamakan. Kecerdasan emosional adalah kemampuan untuk mengenali perasaan, meraih dan membangkitkan perasaan untuk membantu pikiran, memahami perasaan dan maknanya, dan mengendalikan perasaan secara mendalam sehingga membantu perkembangan emosi intelektual (Alkadri et al., 2021). Kecerdasan emosional adalah suatu keadaan pikiran dan hati yang memungkinkan Anda tetap tenang dalam menghadapi masalah apapun, tidak bertindak sembrono, dan tidak langsung marah. Menyesuaikan diri dengan kecerdasan emosional sangatlah penting, seperti mengenali emosi diri sendiri dan orang lain, persepsi diri, serta membangun motivasi di lingkungan kerja. Sementara itu, minat kewirausahaan sangat membutuhkan kecerdasan emosional untuk memahami pemecahan masalah dengan baik; oleh karena itu, kecerdasan sangat penting dalam membentuk minat kewirausahaan dalam memulai dan menjalankan usaha.

Motivasi suatu proses psikologi yang mendasar, dan merupakan salah satu komponen yang dapat memaknai cara berperilaku seseorang. Inspirasi adalah salah satu elemennya dalam pencapaian tujuan. Inspirasi sangat erat kaitanya dengan dorongan atau kekuatan yang ada pada diri seseorang. Inspirasi menggerakkan seseorang untuk menunjukkan perilaku menuju pencapaian suatu tujuan yang spesifik. Menurut Galih Noviantoro (2017), motivasi berwirausaha adalah suatu dorongan yang timbul dari diri seseorang untuk mengambil atau melakukan kegiatan yang berkaitan dengan bidang kewirausahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi untuk bisa berwirausaha faktor dari internal dan faktor eksternal. Menurut Arrifin dan Hamdi (2016), bahwa yang paling berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa dalam berwirausaha yaitu faktor internal (usia, pendidikan, kebutuhan, keperibadian atau karakteristik dan motif pribadi). Sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa adalah faktor keluarga. Faktor lain yang mempengaruhi motivasi berwirausaha mahasiswa yaitu mereka ingin merasakan kebebasan dalam bekerja, merasakan keberhasilan yang telah dicapai dan toleransi terhadap resiko.

Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Media sosial dapat diubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Media sosial menjadi suatu kebutuhan yang sangat membantu semua kalangan tidak terkecuali mahasiswa.

Minat berwirausaha adalah kemauan untuk bekerja keras dan tekun dalam mencapai kemajuan bisnis, kesiapan untuk menanggung berbagai risiko yang terkait dengan tindakan bisnis yang diambil, kemauan untuk menempuh jalur dan metode baru, kesiapan untuk hidup hemat, dan kesiapan untuk belajar dari pengalaman. Dengan demikian, yang dimaksud dengan minat berwirausaha adalah keinginan dan kesiapan seseorang untuk bekerja keras atau keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan menjalankan usaha sendiri dan tidak takut terhadap segala risiko yang mungkin timbul. Berdasarkan latar belakang fenomena ini, penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kecerdasan emosional, motivasi, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2021 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif data yang digunakan dalam penelitian data primer untuk memperoleh data tersebut, penelitian menggunakan kuisioner untuk disebarkan kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi universitas sarjanawiyata tamansiswa angkatan 2021.

2. KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah teori perilaku manusia yang mengembangkan lebih lanjut teori perilaku beralasan yang diperkenalkan pada tahun 1967 oleh Fishbein. Teori ini kemudian didefinisikan, dikembangkan, dan diuji pada tahun 1970-an oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Tujuan dari teori ini adalah untuk memprediksi dan memahami perilaku manusia. Berdasarkan teori ini, perilaku seseorang ditentukan oleh niat perilakunya. Ajzen dan Fishbein (1980) menyatakan bahwa teori-teori sikap tidak dapat memprediksi perilaku, oleh karena itu, teori perilaku beralasan dikembangkan dengan menambahkan kontrol perilaku yang dipersepsikan, yang kemudian dikenal dengan teori perilaku terencana (theory of planned behavior, TPB) (Ajzen, 1991). Berdasarkan teori ini, tiga faktor yang mempengaruhi niat berperilaku adalah valensi negatif dari sikap terhadap perilaku target, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (Ajzen & Fishbein, 1980; Ajzen, 1991).

Theory of Planned Behavior (TPB) didasarkan pada asumsi bahwa manusia adalah makhluk rasional. Orang-orang mempertimbangkan konsekuensi dari apa yang akan mereka lakukan sebelum memutuskan apakah akan mengambil tindakan tertentu atau tidak. Teori Perilaku yang Direncanakan (TPB) juga dapat ditandai dengan munculnya niat perilaku sebagai referensi paling dekat untuk suatu perilaku. Kecenderungan untuk menampilkan perilaku tertentu dapat menghasilkan konsekuensi atau hasil tertentu. Mengingat hal ini, sangat relevan untuk menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam merumuskan pengaruh kecerdasan emosional, motivasi, dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Semua faktor yang diangkat sangat berkaitan erat dengan perilaku yang dilakukan mahasiswa secara rasional, dan perilaku tersebut dapat menghasilkan konsekuensi tertentu.

H1 : Kecerdasan Emosional berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha

Kecerdasan emosional merupakan kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan menghadapi rasa frustrasi dalam mengendalikan dorongan atau keinginan hati dan bisa mengontrol kesenangan mengatur suasana hati agar terbebas dari rasa stres, tidak melumpuhkan kemampuan berpikir, berempati dan berdoa. Sehingga dapat dikatakan kecerdasan emosi memiliki peranan penting dalam meraih kesuksesan secara pribadi dan profesional. Dimana hal ini didukung oleh penelitian (Erpina Agustina, 2024) menyatakan bahwa kecerdasan emosional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Melalui kecerdasan emosional yang dimiliki, mahasiswa mampu mengendalikan diri perasaan atau emosional diri sendiri maupun orang lain. Kemampuan tersebut yang akan membentuk perkataan, perilaku, penyesuaian diri, dan hubungan terhadap orang lain. Sehingga kecerdasan emosional dapat mempengaruhi keberhasilan mahasiswa dalam menjalankan tugas ataupun berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian (Khoiron Nur Ashari, 2024) menyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. kecerdasan emosional sangat perlu untuk dimiliki setiap orang yang akan melakukan wirausaha agar kegiatan wirausaha yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan mampu melewati segala bentuk rintangan untuk mencapai wirausahawan yang sukses.

H2: Motivasi berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi memiliki peran dalam berwirausaha dapat di ibaratkan sebagai bahan bakar dalam penggerak mesin. Motivasi yang baik dan berkualitas akan mendorong untuk berperilaku aktif dalam menjalankan usaha. Motivasi memiliki fungsi untuk mempengaruhi minat berwirausaha, minat seseorang terhadap sebuah obyek di dasari dengan adanya perhatian terhadap obyek tersebut. Minat merupakan penentu di dalam setiap usaha, maka dari itu minat perlu di tumbuhkan dalam diri seorang wirausaha. Dimana hal ini didukung oleh (Ridhia Melani Noor, 2023) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penellitian (Relwandani, 2023) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Motivasi berperan penting dalam membentuk perilaku dan keputusan seseorang. Mahasiswa yang memiliki tingkat motivasi yang tinggi cenderung lebih berani menghadapi tantangan dan risiko yang ada dalam dunia wirausaha, serta lebih proaktif mencari peluang peluang baru.

H3: Penggunaan Media Sosial berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha

Peran media sosial diakui dapat mendongkrak usaha, hal ini dikarenakan kemudahan dalam mempromosikan usaha. Mahasiswa yang bermedia sosial sering dijadikan sasaran pangsa pasar merek-merek local, atau jualan online teman-temannya, bagi yang menyadarinya hal ini tentu bisa memberikan motivasi dan minat untuk mendapatkan keuntungan berwirausaha melalui media sosial bukan hanya sebatas menjadi konsumen semata. Penggunaan media sosial dan lingkungan keluarga yang terjalin dengan baik dapat menumbuhkan minat dan kreativitas dalam berwirausaha (Utomo, 2017). Dimana hal ini didukung oleh (Neni Widyawati, 2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. seseorang menggunakan media sosial untuk hal yang bermanfaat seperti mencari informasi bisnis, inspirasi usaha, dan mempromosikan bisnis sehingga akan menjadi alternatif yang tepat bagi mahasiswa yang tidak memiliki penghasilan. Namun sebaliknya dikatakan tidak baik jika hanya digunakan untuk hal-hal yang yang tidak memiliki manfaatnya seperti bermain game, mengomentari postingan dan lainnya tidak akan menghasilkan kegiatan yang produktif. Oleh sebab itu, maka semakin baik penggunaan media sosial, akan semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa.

H4: Kecerdasan emosional, Motivasi, Dan Penggunaan Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha

Kecerdasan emosional, motivasi, dan penggunaan media sosial sangat mempengaruhi minat berwirausaha. Hal ini berarti semakin tinggi kecerdasan emosional mahasiswa dan semakin tinggi motivasi maka semakin besar pula minat berwirausaha dengan menggunakan media sosial untuk menumbuhkan minat berwirausaha yang tinggi. mahasiswa yang mampu mengelola emosinya, memiliki motivasi tinggi, dan memanfaatkan media sosial secara optimal cenderung akan memiliki minat lebih besar untuk berwirausaha, karena mereka merasa lebih siap, percaya diri, dan terinspirasi oleh peluang yang tersedia.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang dimaksudkan untuk memberikan penjelasan. Penelitian survei merupakan

penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan yang pokok (Halawa & Fensi, 2020).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2021 UST Yogyakarta yang berjumlah 438 orang. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang akurat dan dapat dipercaya kebenarannya, serta dapat memberikan informasi yang tepat bagi peneliti. Teknik pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner, yang mana jawaban dari kuesioner tersebut akan dihitung menggunakan skala likert. Adapun teknik analisis datanya menggunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum dilakukan analisis untuk menguji hipotetis, dilakukan uji kualitas data terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Kemudian dilakukan pengujian hipotesis melalui analisis regresi linier berganda menggunakan koefisien determinasi (R^2), uji t (parsial), dan uji F (simultan). Semua hasil analisis dalam penelitian ini diperoleh menggunakan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS).

Dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel berdasarkan rumus slovin. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sampling acak sederhana (Simple Random Sampling) adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Teknik ini memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar representatif dan bebas dari bias. Menurut Ghozali (2022) dalam penentuan sampel yang populasinya besar dan tak terhingga dapat menggunakan rumus slovin berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Ukuran populasi
- e = Margin of eror

Dengan mengacu pada rumus slovin diatas maka peneliti dapat menghitung besaran sample yang dapat digunakan dalam penelitian peneliti ialah sebagai berikut :

Diketahui :

$N = 438$ orang

$e = 0,01$ (10%)

Rumsu Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{438}{1 + 438 \cdot (0,01)^2} \\ &= \frac{438}{1 + (438 \cdot 4,38)} \\ &= 81 \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan sampel dengan menggunakan rumus slovin maka dari jumlah populasi sebanyak 438 mahasiswa sehingga yang akan diambil untuk menjadi sampel sebanyak 81 mahasiswa.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

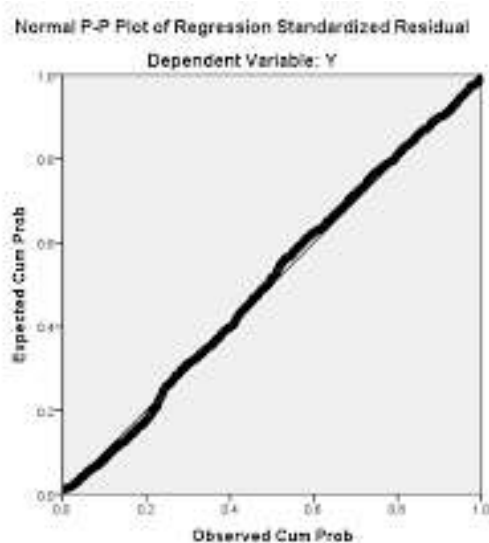
Hasil penelitian pengumpulan data dengan kuesioner terstruktur yang disebar menggunakan google form didapatkan responden sebanyak 81 orang. Data yang diperoleh ini telah diverifikasi sebelumnya untuk membuang data yang tidak valid yang akan mempengaruhi hasil dari analisis data penelitian. Profil responden dalam penelitian ini diamati untuk memberi gambaran seperti apa sampel penelitian ini. Responden yang dikategorikan berdasarkan beberapa kelompok berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan dan domisili responden.

Tabel 1 .Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.725	60

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas diketahui nilai cronbach's alpha adalah 0,725 dimana dikatakan reliabel jika nilai lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas



Hasil uji pada p plots diatas menunjukkan bahwa titik-titik plotting yang terdapat pada gambar p-plots selalu mengikuti garis diagonalnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal

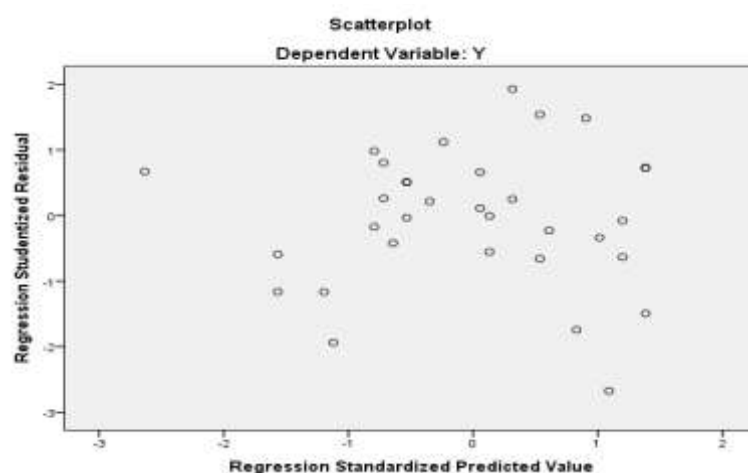
Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF

	(Constant)	.360	2.322		.846	.604					
1	X1	.824	.425	.531	3.875	.002	.646	.733	.635	.583	2.286
	X2	.693	.439	.623	4.759	.003	.527	.648	.538	.583	2.286
	X3	.638	.634	.453	3.624	.000	.612	.648	.648	.583	2.286

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa skor tolerance masing-masing variabel $> 0,1$ dan skor VIF < 10 maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi muktikoloniearitas dalam penelitian ini.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari hasil output gambar scatterplot diatas, terindikasi tidak terjadi heterokedastisitas, hal ini dikarenakan tidak terdapat titik-titik yang membentuk pola tertentu pada grafik scatterplot sehingga model regresi tersebut layak digunakan untuk memperkuat bahwa data tersebut layak digunakan untuk memperkuat data bebas dari gangguan heterokedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	(Constant)	.360	2.322		.846	.604					
1	X1	.824	.425	.531	3.875	.002	.646	.733	.635	.583	2.286
	X2	.693	.439	.623	4.759	.003	.527	.648	.538	.583	2.286
	X3	.638	.634	.453	3.624	.000	.612	.648	.648	.583	2.286

$$Y = 0,360 + 0,824 x_1 + 0.693 x_2 + 0,638 x_3 + e$$

Dari persamaan diatas dapat disimpulkan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 0,360 mempunyai arti jika variabel independen dianggap konstan atau nilainya 0, maka minat berwirausaha mahasiswa semakin baik.
- Nilai koefisien kecerdasan emosional (X1) sebesar 0,824 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa cenderung semakin baik pengaruh kecerdasan emosional maka semakin baik minat berwirausaha mahasiswa.
- Nilai koefisien motivasi (X2) sebesar 0,693 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa cenderung semakin kuat pengaruh motivasi maka semakin baik minat berwirausaha mahasiswa.
- Nilai koefisien media sosial (X3) sebesar 0,638 dengan tanda koefisien positif. Hal ini berarti bahwa cenderung semakin kuat pengaruh media sosial maka semakin baik minat berwirausaha mahasiswa.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat tiga variable bebas yaitu kecerdasan emosional (X1), motivasi (X2) dan *media sosial* (X3) terhadap minat berwirausaha (Y) di Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa dengan hasil sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel kecerdasan emosional terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa dengan tingkat kecerdasan emosional yang tinggi lebih mampu mengelola stres, beradaptasi dengan perubahan, serta mengambil keputusan dengan bijaksana dalam konteks bisnis. Ini menunjukkan bahwa aspek psikologis dan kemampuan sosial memainkan peran penting dalam kesiapan berwirausaha. Hal ini mendukung teori bahwa kecerdasan emosional adalah salah satu kunci kesuksesan dalam wirausaha. Penelitian ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian (Khoiron Nur Ashari 2024) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel motivasi terhadap minat berwirausaha mahasiswa. mahasiswa dengan motivasi yang kuat lebih berani menghadapi risiko dan lebih aktif mencari peluang usaha. Motivasi berperan sebagai pendorong utama dalam keputusan mahasiswa untuk berwirausaha. Motivasi intrinsik, seperti keinginan untuk mandiri dan mengembangkan potensi diri, terbukti memiliki dampak lebih kuat dibandingkan motivasi ekstrinsik seperti dorongan dari lingkungan atau keuntungan finansial. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk berani mengambil risiko dan merintis usaha sendiri. Penelitian ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian (Suhendra Eka Putra et al, 2022).

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif variabel penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. Media sosial memberikan akses informasi yang luas mengenai peluang bisnis, strategi pemasaran, serta tren pasar. Mahasiswa yang aktif memanfaatkan media sosial untuk mencari inspirasi bisnis dan membangun jaringan cenderung memiliki minat lebih besar dalam berwirausaha. Selain itu, platform seperti Instagram, TikTok, Facebook dan Whatsapp menjadi sarana promosi yang efektif dan dapat mempercepat proses pengenalan produk kepada target pasar. Penggunaan Media Sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan Whatsapp menjadi sumber inspirasi dan edukasi bagi mahasiswa yang tertarik berwirausaha. Mereka memperoleh wawasan tentang tren pasar, strategi pemasaran, dan teknik branding, yang akhirnya memperkuat minat mereka untuk mencoba bisnis sendiri. Penelitian ini diperkuat dengan adanya hasil penelitian (Relwandani 2023) menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Kecerdasan emosional berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
2. Motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha
3. Penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Saran

Bagi mahasiswa Mahasiswa disarankan untuk terus mengembangkan kecerdasan emosional melalui pelatihan soft skills, manajemen emosi, dan peningkatan empati sosial. Selain itu, membangun motivasi diri yang kuat dan mengasah kreativitas dalam memanfaatkan media sosial secara produktif dapat menjadi langkah awal yang strategis untuk memulai usaha sejak dini.

Bagi peneliti selanjutnya Kecerdasan emosional mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, motivasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, penggunaan media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Untuk penelitian selanjutnya pada pengambilan sampel disarankan untuk mengambil sampel lebih banyak lagi, ini bertujuan untuk keakuratan data yang lebih baik lagi. Disarankan juga agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti variabel-variabel lain yang belum terdapat dalam penelitian ini sehingga hasil yang ada dapat memperkuat hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, L. S., Jarot Tri, W., & Santoso. (2022). Self Efficacy Memediasi Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Teaching Factory, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Lintang. *Business and Accounting Education Journal*, 3(3), 347–363. <https://doi.org/10.15294/baej.v3i3.57080>
- Alkadri, T., Dahen, L. D., & Vewawati, R. (2021). Pengaruh Kecerdasan Emosional, Kepercayaan diri, Penguatan Positif, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Hasil belajar Siswakesel Xi Ips Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening Di Sman 1 Airpura Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Horizon Pendidikan*, 1(2), 232–249.
- Anora, S. D. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Ekspektasi Pendapatan Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pegawai Negeri Sipil (Pns) Di Kejaksaan Negeri Batanghari). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 12(3), 847–860.
- Ariyanti, W. (2024). Pengaruh Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Penggunaan Teknologi Terhadap Minat Berwirausaha Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Womenpreneur Yang Ada Di Bandar Lampung). *Naskah Publikasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung*, 1–51.
- Author, A., Noor, R. M., & Anwar, S. (2022). Pengaruh Motivasi, Ekspektasi Pendapatan, dan Persepsi Mahasiswa terhadap Minat Berwirausaha dengan Pemahaman Akuntansi sebagai Variabel Moderating. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 227–243. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1165>
- Chong, D. (2022). The Effect of Entrepreneurial Spirit on Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Interest (Literature Review). *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 4(1), 138–147. <https://doi.org/10.31933/dijemss.v4i1.1523>
- Damanik, A. H., & Junaidi, J. (2022). PENGARUH KECERDASAN EMOSI, SIKAP MANDIRI, DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA (Studi Pada Politeknik Bisnis Indonesia). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis (EK&BI)*, 5(2), 265–273. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.560>

- Emosional, P. K., Ashari, K. N., & Kirana, K. C. (2025). *Kepribadian , Pendidikan Wirausaha dan*. 3, 1–8.
- Hidayatullah, M., Hariyono, T., Nurdin, M., Jatmika, D., & Banjarmasin, S. (2025). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIMI Banjarmasin). *Journal*, 6(1), 2024–2036.
- I Putu Yunan Windiawan Pratama, Luluk Fadliyanti, ahMad zaenal wafik. (2025). *Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE) Jurnal Ilmu Ekonomi (JIE)*. 5(2), 247–261.
- Indonesia, S. P. (2022). *Pengaruh Kompetensi Guru Dan Kecerdasan Emosional Terhadap*. 10(3), 224–230.
- Indraswati, D., Hidayati, R. V., Wulandari, P. N., & Mauliyada, M. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pgsd Universitas Mataram. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(1), 17–34. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n1.p17-34>
- Intelligence, E. (2024). *The Effect of Self Efficacy, Emotional Intelligence, and Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurship Interest: Case Study of FEBI UINSU Students*. 8(1), 373–387.
- Journal, I. (2019). *International Journal of Scientific and Research Publications September 2019 Edition*. 9(9). <https://doi.org/10.29322/ijsrp>
- López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., & Díaz-Ramiro, E. M. (2022). The role of individual variables as antecedents of entrepreneurship processes: Emotional intelligence and self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 13(October). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.978313>
- Maharani, A., Corry Yohana, & Aditya Pratama. (2023). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas, dan Kecerdasan Emosional terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 750–768. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0303.11>
- Mahyani Dr. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4, 13–23.
- Nadia Putri, I., & Canda Sakti, N. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha peserta didik. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 162–179. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8799>
- Purnama Sari, P., Hodsay, Z., & Aradea, R. (2024). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Siswa di SMA N 8 Palembang. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 8(1), 74–83. <https://doi.org/10.31851/neraca.v8i1.15690>
- Rahmatullah, R., Hasyim, S. H., & ... (2023). Kepercayaan Diri, Kreativitas dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Milenial. *Indonesian Journal of ...*, 5(2), 157–166. <https://journal.ilinstitute.com/index.php/IJoLEC/article/view/2026%0Ahttps://journal.ilinstitute.com/index.php/IJoLEC/article/download/2026/698>
- Rahmatullah, R., Inanna, I., & Noviani, L. (2026). *Indonesian Journal of Learning Education and Counseling Kepercayaan Diri , Kreativitas dan Motivasi*. March 2023. <https://doi.org/10.31960/ijolec.v5i2.2026>
- Relwandani, Eryanto, H., & Wolor, C. W. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 3(3), 615–625. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i3.446>

- Sari, N., Basalamah, R., & Millanintyas, R. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *Jurnal Riset Manajemen*, 10(9), 105–116. www.fe.unisma.ac.id
- Sari, Y. (2023). PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA, EFIKASI DIRI DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DALAM PERSPEKTIF MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (Studi Pada Generasi Z Di Kabupaten Pesisir Barat) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat G. *Radenintan.Ac.Id*.
- Sawat, N., Pongoh, S., & Tiwow, G. M. (2022). Pengaruh Fasilitas Belajar Mengajar Dan Minat Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Xi Ips Pada Mata Pelajaran Ekonomi Di Sma Negeri 1 Amurang Barat. *Literacy: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 81–95. <https://doi.org/10.53682/jpeunima.v2i1.1733>
- Sosiady, M., & Ermansyah. (2023). The Influence of Entrepreneurial Motivation, Entrepreneurial Learning, and the Use of Social Media on Student Entrepreneurship Interest. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 4(2), 1–13. <https://www.jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/453>
- Sulastri, A. N., & Erry R. Pangestu. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 3(2), 43–50. <https://doi.org/10.23969/brainy.v3i2.66>
- Telaumbanua, R. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Uniraya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1), 143–152.
- Widyawati, N., Widiarti, A., & Fahmi, R. (2022). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha, Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jipis*, 31(2), 107–123. <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3251>