

Pengaruh Dukungan Pemerintah, Pendidikan Kewirausahaan, Akses Teknologi, Faktor Sosial Budaya, dan Peluang Pasar Terhadap Minat Berwirausaha Startup (Studi pada Gen Z di Kota Kabupaten Probolinggo)

Ummi Latifah¹, Wahyu Nofiyani Hadi², Umi Diantika Susilowati³, Anisa Nurul Wilda⁴, Moh. Fadel⁵

¹Prodi Bisnis Digital, Universitas Hafshawaty Zainul Hasan

²Prodi Bisnis Digital, Universitas Hafshawaty Zainul Hasan

³Prodi Bisnis Digital, Universitas Hafshawaty Zainul Hasan

⁴Prodi Bisnis Digital, Universitas Hafshawaty Zainul Hasan

⁵Prodi Bisnis Digital, Universitas Hafshawaty Zainul Hasan

Email: ugtlatifah@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, akses teknologi, faktor sosial budaya, dan peluang pasar terhadap minat berwirausaha startup pada Generasi Z di Kota dan Kabupaten Probolinggo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur kepada 200 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, akses teknologi, faktor sosial budaya, dan peluang pasar secara signifikan memengaruhi minat berwirausaha startup Generasi Z. Temuan utama menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, akses teknologi, dan peluang pasar merupakan faktor yang paling dominan dalam mendorong minat berwirausaha startup. Sementara itu, dukungan pemerintah dan faktor sosial budaya juga memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan minat berwirausaha. Penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi, dan industri dalam membangun ekosistem kewirausahaan digital yang adaptif dan berkelanjutan. Implikasi penelitian menunjukkan bahwa penguatan pendidikan kewirausahaan, perluasan akses teknologi, dan peningkatan peluang pasar menjadi strategi utama dalam mendorong lahirnya wirausaha startup di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Minat Berwirausaha Startup, Generasi Z, Pendidikan Kewirausahaan, Akses Teknologi, Dukungan Pemerintah, Peluang Pasar

Abstract

This study aims to analyze the influence of government support, entrepreneurship education, technology access, socio-cultural factors, and market opportunities on startup entrepreneurial intention among Generation Z in Probolinggo City and Regency. The study employed a quantitative approach with a descriptive and causal research design. Data were collected through structured questionnaires distributed to 200 respondents selected using purposive sampling. The results indicate that government support, entrepreneurship education, technology access, socio-cultural factors, and market opportunities significantly influence Generation Z's startup entrepreneurial intention. The main findings reveal that entrepreneurship education, technology access, and market opportunities are the most influential factors in fostering startup entrepreneurial intention among young people. Meanwhile, government support and socio-cultural factors also contribute positively to strengthening startup entrepreneurial intention. These findings highlight the importance of collaboration among government, higher education institutions, and industry in creating an adaptive and sustainable digital entrepreneurship ecosystem. The study implies that

strengthening entrepreneurship education programs, expanding access to digital technology, and enhancing market opportunities should become strategic priorities to encourage the emergence of new startup entrepreneurs among Generation Z.

Keywords: *Startup Entrepreneurial Intention, Generation Z, Entrepreneurship Education, Technology Access, Government Support, Market Opportunities.*

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan besar dalam tatanan ekonomi global, termasuk di Indonesia. Transformasi menuju ekonomi digital membuka peluang luas bagi munculnya bisnis inovatif yang dikenal sebagai startup. Startup berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing bangsa melalui inovasi berbasis teknologi. Berdasarkan laporan Startup Ranking, Indonesia menempati peringkat keenam dunia dengan lebih dari 2.500 startup aktif, menunjukkan potensi besar dalam sektor kewirausahaan digital.

Namun, pertumbuhan ini belum merata di seluruh daerah. Di wilayah seperti Probolinggo, tingkat kesadaran dan minat generasi muda untuk berwirausaha, khususnya dalam bentuk startup, masih relatif rendah. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar generasi muda lebih memilih pekerjaan yang aman di sektor formal dibanding membangun bisnis sendiri. Padahal, Generasi Z merupakan kelompok dengan potensi luar biasa dalam dunia digital karena karakter mereka yang adaptif, kreatif, dan akrab dengan teknologi informasi.

Kesenjangan antara potensi dan realitas ini menunjukkan adanya permasalahan mendasar terkait faktor-faktor yang mendorong minat berwirausaha. Faktor-faktor seperti dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, akses terhadap teknologi, faktor sosial budaya, dan peluang pasar diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang untuk berwirausaha (Ajzen, 1991; Kuratko et al., 2015). Pemerintah telah menjalankan berbagai program seperti Gerakan Nasional 1000 Startup Digital dan Startup Studio Indonesia untuk mendukung pengembangan ekosistem digital, namun dampaknya di tingkat daerah masih belum optimal.

Pendidikan kewirausahaan memiliki peran strategis dalam menumbuhkan entrepreneurial mindset. Perguruan tinggi yang menerapkan kurikulum berbasis praktik dapat membentuk kepercayaan diri dan kemampuan mahasiswa dalam berinovasi. Selain itu, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan peluang usaha baru di sektor digital, yang jika dimanfaatkan secara optimal, dapat mempercepat pertumbuhan startup di daerah.

Faktor sosial budaya juga memainkan peran penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Dukungan keluarga, komunitas, dan lingkungan sosial dapat meningkatkan kepercayaan diri dan motivasi individu untuk memulai bisnis. Sebaliknya, budaya masyarakat yang cenderung lebih menghargai pekerjaan formal dapat menghambat munculnya wirausahawan muda.

Terakhir, peluang pasar menjadi faktor yang tak kalah penting. Pasar digital yang luas dan terus berkembang membuka kesempatan bagi generasi muda untuk mengembangkan ide bisnis inovatif. Kombinasi antara peluang pasar, dukungan pemerintah, serta pendidikan dan teknologi akan membentuk ekosistem kewirausahaan yang kondusif bagi startup lokal. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh dukungan pemerintah terhadap minat berwirausaha startup pada Generasi Z di Probolinggo;
2. Menilai pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha;

3. Menganalisis pengaruh akses teknologi terhadap minat berwirausaha;
4. Menguji pengaruh faktor sosial budaya terhadap minat berwirausaha; dan
5. Menilai pengaruh peluang pasar terhadap minat berwirausaha startup di kalangan Gen Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan psikologis seseorang untuk berperilaku kreatif, inovatif, dan berani mengambil risiko dalam membangun usaha mandiri. Menurut Ajzen, dalam Theory of Planned Behavior, niat berwirausaha dipengaruhi oleh tiga komponen, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Seseorang akan memiliki minat yang tinggi untuk berwirausaha apabila ia menilai kegiatan tersebut positif, mendapatkan dukungan sosial dari lingkungan, dan merasa memiliki kemampuan untuk melakukannya.

Minat berwirausaha tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang melalui proses pembelajaran, pengalaman, serta faktor psikologis yang membentuk keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menjalankan usaha. Pembelajaran kewirausahaan dan self-efficacy diketahui berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Salsabila et al., 2024). Dalam konteks generasi muda, terutama Generasi Z yang lahir di era digital, minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal seperti motivasi, kepercayaan diri, serta faktor eksternal seperti dukungan pemerintah, pendidikan, akses teknologi, dan lingkungan sosial.

Penelitian terdahulu menemukan bahwa mahasiswa yang terpapar lingkungan kewirausahaan sejak dini cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk membangun startup (E. Winarno & Susanti, 2021).

Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan kewirausahaan, khususnya dalam konteks ekonomi digital. Dukungan tersebut dapat berbentuk regulasi, kebijakan, fasilitas, pelatihan, dan insentif finansial. Pemerintah berperan sebagai fasilitator dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi wirausahawan muda.

Menurut Rachman, program seperti Gerakan Nasional 1000 Startup Digital dan Startup Studio Indonesia merupakan bentuk konkret upaya pemerintah dalam membangun ekosistem digital. Dukungan tersebut memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk memperoleh pendampingan dan akses modal awal. Selain itu, pemerintah daerah juga berperan penting dalam menciptakan regulasi yang mendorong inovasi lokal. (Susilo, 2020).

Penelitian Prasetyo dan Kistanti, menunjukkan bahwa dukungan kebijakan publik memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan minat wirausaha di kalangan mahasiswa. Namun, tantangan utama di tingkat daerah adalah kurangnya akses informasi dan pemerataan program kewirausahaan digital (Prasetyo & Kistanti, 2020). Oleh karena itu, keberhasilan kebijakan pemerintah tidak hanya bergantung pada keberadaannya, tetapi juga pada efektivitas implementasinya di lapangan. Semua variabel dalam penelitian di Kaji secara Teori berisi definisi dari variabel yang digunakan, definisi menurut pendapat para ahli. Referensi yang digunakan adalah 10 tahun terakhir. Referensi dapat berupa jurnal Terindeks nasional dan internasional, buku dan sumber lainnya yang relevan. Sebutkan juga indikator/ proxy/ dimensi dari tiap variabel.

Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan proses pembelajaran yang bertujuan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan pola pikir kewirausahaan sehingga individu mampu mengenali peluang, menciptakan inovasi, dan memiliki kesiapan untuk menjalankan usaha. (Mahmood et al., 2021; Wardana & others, 2020)

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diberikan perguruan tinggi berkontribusi positif terhadap peningkatan niat berwirausaha mahasiswa (Mahmood et al., 2021; Wardana & others, 2020).

Selain itu, metode pembelajaran berbasis praktik, seperti business simulation, entrepreneurship camp, dan startup project, terbukti efektif meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk membangun bisnis. Penelitian Putri dan Suryanto, mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang interaktif dapat meningkatkan intensi berwirausaha sebesar 40% pada mahasiswa bidang ekonomi (Putri & Suryanto, 2021).

Dalam konteks penelitian ini, pendidikan kewirausahaan diharapkan berperan sebagai variabel yang paling dominan karena menjadi sarana utama bagi Gen Z untuk mengonversi kreativitas digital menjadi peluang bisnis nyata.

Akses Teknologi

Akses terhadap teknologi merupakan faktor penentu utama dalam perkembangan bisnis startup. Teknologi informasi memungkinkan wirausahawan muda untuk menjalankan bisnis dengan biaya rendah, jangkauan luas, dan efisiensi tinggi. Perkembangan teknologi digital dan internet telah menciptakan lingkungan yang mendukung aktivitas kewirausahaan melalui peningkatan akses informasi, komunikasi, inovasi, dan perluasan peluang pasar. Oleh karena itu, individu yang memiliki akses dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Kraus et al., 2022; Nambisan et al., 2022).

Generasi Z merupakan generasi yang akrab dengan teknologi (digital natives). Mereka tidak hanya pengguna aktif media sosial, tetapi juga mampu memanfaatkan platform digital sebagai sarana bisnis. Namun, disparitas infrastruktur digital di daerah masih menjadi tantangan utama.

Transformasi digital membuka peluang besar bagi terciptanya inovasi model bisnis baru. Akses terhadap teknologi tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan perangkat dan jaringan internet, tetapi juga kemampuan individu dalam memanfaatkan teknologi digital, mengelola informasi, serta mengembangkan inovasi yang dapat menciptakan nilai tambah bagi usaha (Kraus et al., 2022; Nambisan et al., 2022). Penelitian terdahulu, ditemukan bahwa mahasiswa dengan kemampuan digital tinggi memiliki intensi wirausaha dua kali lebih besar dibandingkan yang literasi teknologinya rendah (Lubis, 2021).

Dengan demikian, akses teknologi menjadi faktor kunci yang tidak hanya mendukung pelaksanaan bisnis, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan berbasis inovasi dan efisiensi.

Faktor Sosial Budaya

Faktor sosial budaya menggambarkan nilai, norma, dan dukungan sosial yang memengaruhi keputusan seseorang dalam berwirausaha. Di Indonesia, budaya kolektif yang masih kuat dapat menjadi penghambat maupun pendorong bagi perilaku kewirausahaan.

Menurut Santoso, masyarakat Indonesia cenderung menghargai stabilitas dan pekerjaan tetap, sehingga minat untuk memulai usaha masih terhambat oleh persepsi risiko. Namun, munculnya komunitas wirausaha muda di era digital mulai mengubah pola pikir masyarakat

terhadap profesi pengusaha (Santoso, 2022). Lingkungan keluarga, teman, dan komunitas juga memiliki peran besar dalam membentuk kepercayaan diri seseorang untuk memulai usaha.

Dukungan sosial yang positif dapat meningkatkan motivasi dan keberanian menghadapi risiko bisnis. Oleh karena itu, dalam konteks penelitian ini, faktor sosial budaya dipandang sebagai variabel eksternal yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh variabel lainnya terhadap minat berwirausaha.

Peluang Pasar

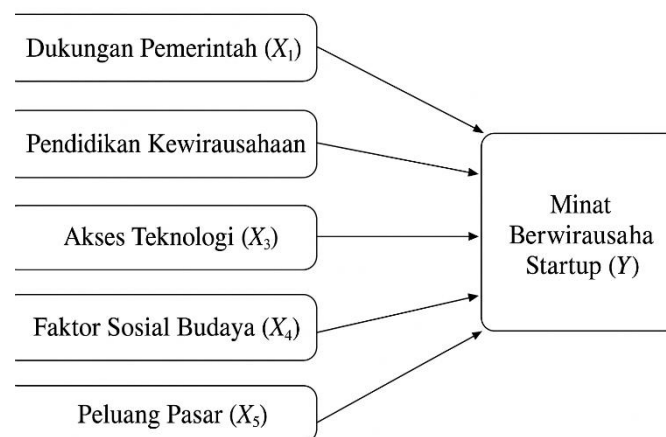
Peluang pasar adalah potensi permintaan terhadap produk atau jasa yang dapat dimanfaatkan oleh wirausahawan. Dalam konteks ekonomi digital, peluang pasar berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan teknologi dan perubahan perilaku konsumen. Menurut Winarno dan Susanti, kemampuan membaca peluang pasar merupakan keterampilan utama yang membedakan wirausahawan sukses dengan yang gagal. Semakin tinggi persepsi terhadap peluang pasar, semakin tinggi pula intensi seseorang untuk berwirausaha (A. Winarno & Susanti, 2021).

Selain itu, penelitian oleh Rahayu, menunjukkan bahwa generasi muda yang mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar digital memiliki kecenderungan lebih besar untuk membangun startup berbasis teknologi (Rahayu 2022). Fenomena ini memperkuat pandangan bahwa peluang pasar menjadi variabel pendorong signifikan terhadap minat berwirausaha.

Hubungan Antar Variabel

Secara konseptual, kelima variabel independen (dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, akses teknologi, faktor sosial budaya, dan peluang pasar) diasumsikan memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha startup. Dukungan pemerintah menyediakan kebijakan dan infrastruktur; pendidikan kewirausahaan membentuk kompetensi; akses teknologi menyediakan sarana; faktor sosial budaya memberi dukungan sosial; dan peluang pasar menjadi motivasi utama untuk memulai usaha..

Hubungan ini dapat digambarkan dalam model kerangka pemikiran penelitian sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Teoritis

METODE

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas, yaitu untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen (dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, akses teknologi, faktor sosial budaya, dan peluang

pasar) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha startup). Desain penelitian ini bersifat deskriptif-verifikatif, yang bertujuan menggambarkan fenomena serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan berdasarkan teori yang ada.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena dapat mengukur kekuatan hubungan antar variabel secara objektif dengan menggunakan data numerik dan uji statistik. Hasil analisis diharapkan memberikan bukti empiris mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha generasi muda, khususnya Generasi Z di Kota dan Kabupaten Probolinggo.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota dan Kabupaten Probolinggo yang berusia antara 18–25 tahun dan memiliki ketertarikan terhadap kewirausahaan berbasis digital (startup). Berdasarkan survei pendahuluan dan data BPS (2024), kelompok usia ini mendominasi populasi produktif daerah tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Penggunaan teknik ini dipilih karena penelitian ini berfokus pada responden yang memiliki karakteristik khusus yang relevan dengan variabel yang diteliti, yaitu minat terhadap kewirausahaan digital. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Responden merupakan generasi muda (Gen Z) yang berdomisili di Kota atau Kabupaten Probolinggo.
2. Memiliki ketertarikan terhadap dunia bisnis digital atau pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan.
3. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur.

Pemilihan responden dengan kriteria tersebut dilakukan karena penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha di bidang digital, sehingga diperlukan sampel yang sudah memiliki paparan, ketertarikan, atau pengalaman awal terhadap kewirausahaan digital agar data yang diperoleh lebih relevan dan akurat.

Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 200 responden, yang dianggap cukup representatif untuk analisis regresi berganda dengan jumlah variabel bebas sebanyak lima (Hair et al. 2014)

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Data primer, diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert 1–5.
2. Data sekunder, berasal dari literatur, jurnal ilmiah, dan laporan instansi pemerintah yang relevan dengan topik penelitian seperti Kemenkominfo, Startup Ranking, dan BPS.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap:

1. Penyusunan instrumen penelitian, berupa kuesioner yang memuat indikator dari masing-masing variabel.
2. Uji coba (try-out) terhadap 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas awal.
3. Penyebaran kuesioner final secara daring dan luring di wilayah Kota dan Kabupaten Probolinggo.
4. Tabulasi data dan pemeriksaan kelengkapan jawaban responden.

Instrumen penelitian diukur menggunakan skala Likert lima poin dengan kategori: 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 26 dengan beberapa tahap pengujian, yaitu:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

- Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana setiap butir pertanyaan mampu menjelaskan variabel yang diteliti dengan uji Pearson Product Moment.
- Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha, dengan nilai minimum 0,70 sebagai batas penerimaan (Nunnally & Bernstein, 1994).

2. Uji Asumsi Klasik

Meliputi:

- Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test) untuk memastikan data berdistribusi normal.
- Uji Multikolinearitas menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10.
- Uji Heteroskedastisitas dengan uji Glejser untuk memastikan tidak terjadi varians residual yang tidak konstan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari lima variabel independen terhadap minat berwirausaha startup. Persamaan regresi yang digunakan adalah: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$

Di mana:

Y = Minat Berwirausaha Startup

X₁ = Dukungan Pemerintah

X₂ = Pendidikan Kewirausahaan

X₃ = Akses Teknologi

X₄ = Faktor Sosial Budaya

X₅ = Peluang Pasar

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien regresi

ε = Error term

Analisis dilakukan dengan memperhatikan nilai koefisien regresi (β) untuk mengetahui arah pengaruh dan koefisien determinasi (R^2) untuk melihat kontribusi keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel Operasional

Definisi operasional variabel digunakan untuk menjelaskan makna dan batasan dari setiap variabel agar dapat diukur secara empiris.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Dukungan Pemerintah (X₁)	Persepsi responden terhadap kebijakan, program, dan fasilitas pemerintah yang mendorong kewirausahaan digital.	Kebijakan publik, pelatihan kewirausahaan, akses pembiayaan, program inkubasi.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Pendidikan Kewirausahaan (X₂)	Proses pembelajaran yang menumbuhkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap wirausaha.	Kurikulum kewirausahaan, metode pembelajaran, kegiatan praktik, pendampingan bisnis.
Akses Teknologi (X₃)	Kemudahan dan kemampuan individu dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan bisnis.	Akses internet, literasi digital, penggunaan media sosial, e-commerce.
Faktor Sosial Budaya (X₄)	Nilai, norma, dan dukungan sosial masyarakat terhadap aktivitas kewirausahaan.	Dukungan keluarga, pandangan masyarakat, lingkungan sosial, budaya kerja.
Peluang Pasar (X₅)	Persepsi individu terhadap potensi pasar dan permintaan terhadap produk digital.	Tren pasar, potensi pelanggan, inovasi produk, kompetisi pasar.
Minat Berwirausaha Startup (Y)	Keinginan dan kesediaan individu untuk memulai bisnis berbasis teknologi.	Motivasi, niat, kesiapan, dan komitmen dalam berwirausaha.

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 200 responden yang merupakan generasi muda (Gen Z) di Kota dan Kabupaten Probolinggo. berusia antara 18 hingga 25 tahun. Karakteristik responden dianalisis untuk memberikan gambaran umum mengenai profil demografis dan sosial yang berkaitan dengan minat berwirausaha startup.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	82	41,0
	Perempuan	118	59,0
Total		200	100
Rentang Usia (tahun)		Jumlah (orang)	Persentase (%)
	18 – 19	44	22,0
	20 – 21	72	36,0
	22 – 23	56	28,0
	24 – 25	28	14,0
Total		200	100
Domisili		Jumlah (orang)	Persentase (%)
	Kota Probolinggo	110	55,0
	Kabupaten Probolinggo	90	45,0
Total		200	100
Tingkat Pendidikan		Jumlah (orang)	Persentase (%)
	SMA/SMK Sederajat	60	30,0
	Diploma (D3)	22	11,0

	Sarjana (S1)	108	54,0
	Pascasarjana (S2)	10	5,0
Total		200	100
Pengalaman Berwirausaha		Jumlah (orang)	Persentase (%)
	Pernah berwirausaha	88	44,0
	Belum pernah berwirausaha	112	56,0
Total		200	100

Sumber: Data primer diolah, 2025

Analisis Umum Karakteristik Responden

Berdasarkan seluruh data di atas, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh:

1. Perempuan muda usia 20–21 tahun,
2. Berdomisili di wilayah perkotaan,
3. Berpendidikan sarjana, dan
4. Memiliki ketertarikan tinggi pada dunia kewirausahaan digital meskipun belum semuanya memiliki pengalaman langsung.

Kondisi ini mencerminkan profil ideal dari calon wirausahawan muda digital di daerah, yang memiliki literasi teknologi cukup baik dan terbuka terhadap inovasi berbasis startup.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif variabel penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap faktor-faktor pendorong kewirausahaan digital.

Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Dukungan Pemerintah	200	13	24	19.35	2.126
Pendidikan Kewirausahaan	200	11	20	15.90	1.987
Akses ke Teknologi	200	14	20	16.79	1.347
Faktor Sosial dan Kultural	200	10	20	16.07	2.011
Peluang pasar	200	13	20	16.85	1.733
Minat wirausahaan	200	12	20	16.93	1.984
Valid N (listwise)	200				

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen memiliki skor rata-rata yang tinggi, menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi positif terhadap faktor-faktor eksternal yang mendorong kewirausahaan. Hal ini didukung oleh tingginya nilai rata-rata variabel dependen (minat berwirausaha), yang menunjukkan bahwa ekosistem startup di kalangan Gen Z cukup potensial untuk

dikembangkan, terutama melalui dukungan kebijakan, pendidikan kewirausahaan, teknologi, dan peluang pasar.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan analisis regresi, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh butir pertanyaan memiliki nilai korelasi ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (0,138), sehingga semua item valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Atribut	Indikator	r_{hitung}	>	R_{tabel}	Keterangan
1	Dukungan Pemerintah	X1.P1	0,592	>	0,138	Valid
2		X1.P2	0,707	>	0,138	Valid
3		X1.P3	0,568	>	0,138	Valid
4		X1.P4	0,627	>	0,138	Valid
5		X1.P5	0,672	>	0,138	Valid
6		X1.P6	0,620	>	0,138	Valid
7	Pendidikan Kewirausahaan	X2.P1	0,674	>	0,138	Valid
8		X2.P2	0,738	>	0,138	Valid
9		X2.P3	0,758	>	0,138	Valid
10		X2.P4	0,708	>	0,138	Valid
11		X2.P5	0,712	>	0,138	Valid
12	Akses Teknologi	X3.P1	0,429	>	0,138	Valid
13		X3.P2	0,532	>	0,138	Valid
14		X3.P3	0,511	>	0,138	Valid
15		X3.P4	0,515	>	0,138	Valid
16		X3.P5	0,616	>	0,138	Valid
17	Faktor Sosial	X4.P1	0,732	>	0,138	Valid
18		X4.P2	0,703	>	0,138	Valid
19		X4.P3	0,754	>	0,138	Valid
20		X4.P4	0,590	>	0,138	Valid

No	Atribut	Indikator	r_{hitung}	>	R_{tabel}	Keterangan
21	Peluang Pasar	X4.P5	0,677	>	0,138	Valid
22		X5.P1	0,404	>	0,138	Valid
23		X5.P2	0,702	>	0,138	Valid
24		X5.P3	0,718	>	0,138	Valid
25		X5.P4	7,06	>	0,138	Valid
26	Minat Wirausahaan	X5.P5	0,730	>	0,138	Valid
27		Y1.P1	0,772	>	0,138	Valid
28		Y1.P2	0,792	>	0,138	Valid
29		Y1.P3	0,663	>	0,138	Valid
30		Y1.P4	0,767	>	0,138	Valid
31		Y1.P5	0,715	>	0,138	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan table di atas diketahui skor r_{hitung} lebih tinggi di dibandingkan r_{tabel} hingga konsep atribut dukungan Pemerinth, Pendidikan Kewirausahaan, Akses teknologi, Faktor sosial, Peluang Pasar hingga Minta Wirasusahaa Valid hingga menampakkan skor berada diatas r_{tabel} 0,138.

Tabel 5 Perolehan Uji Reliabilitas

Atribut	<i>Cronbach's Alpha</i>	>	Ketepatan Reabililitas	Keterangan
Dukungan	0,695	0,60		Reliabel
Pemerintah				
Pendidikan	0,756	0,60		Reliabel
Kewirausahaan				
Akses Teknologi	0,620	0,60		Reliabel
Faktor Sosial	0,719	0,60		Reliabel
Budaya				
Peluang Pasar	0,626	0,60		Reliabel
Minat Wirausahaa	0,797	0,60		Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasar perolehan uji reliabilitas diatas, bisa diketahui jika masing butir pernyataan angket sukses mendapatkan skor Cronbach's Alpha diatas 0.60 hingga bisa dikatakan angket yang dipakai didalam penyelidikan sudah reliabel.

Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dukungan pemerintah (X_1), pendidikan kewirausahaan (X_2), akses teknologi (X_3), faktor sosial budaya (X_4), dan peluang pasar (X_5) terhadap minat berwirausaha (Y).

Tabel 6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig	
1	(Constant)	-2.029	1.110		-1.829	.069	
	Dukungan Pemerintah (X_1)	.046	.048	.050	.969	.334	
	Pendidikan Kewirausahaan (X_2)	.072	.061	.072	1.186	.237	
	Akses ke Teknologi (X_3)	.267	.080	.181	3.316	.001	
	Faktor Sosial dan Kultural (X_4)	.031	.059	.031	.519	.604	
	Peluang pasar (X_5)	.709	.060	.619	11.773	.000	

a. Dependent Variable: Minat wirausahaan (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2025

Persamaan regresi linier berganda yang dipakai didalam penyelidikan ini ialah seperti dibawah ini : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$

Dari perolehan analisis regresi bisa diketahui persamaan regresi linier berganda seperti di bawah ini : $Y = -2.029 + 0,046X_1 + 0,72X_2 + 0,267X_3 + 0,31 X_4 + 0,709X_5 + 1100$

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa dari lima variabel independen yang diuji terhadap Minat Wirausaha Startup (Y), hanya dua variabel yang berpengaruh signifikan.

1. Dukungan Pemerintah (X_1) berpengaruh positif namun tidak signifikan (Sig = 0,334), artinya belum berdampak nyata pada minat wirausaha.
2. Pendidikan Kewirausahaan (X_2) juga berpengaruh positif tetapi tidak signifikan (Sig = 0,237), menunjukkan pendidikan yang diterima belum cukup kuat menumbuhkan minat wirausaha.
3. Akses ke Teknologi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan (Sig = 0,001), menandakan kemudahan akses teknologi mendorong minat berwirausaha digital.

4. Faktor Sosial dan Kultural (X4) memiliki pengaruh tidak signifikan ($\text{Sig} = 0,604$), sehingga norma dan lingkungan sosial belum menjadi faktor utama.
5. Peluang Pasar (X5) menunjukkan pengaruh positif dan sangat signifikan ($\text{Sig} = 0,000$), menjadi faktor paling dominan dalam meningkatkan minat wirausaha startup.

Faktor yang paling berpengaruh terhadap minat wirausaha startup adalah Akses ke Teknologi dan Peluang Pasar, sedangkan Dukungan Pemerintah, Pendidikan Kewirausahaan, serta Faktor Sosial dan Kultural tidak berpengaruh signifikan.

DISKUSI

Penelitian ini menguji pengaruh parsial lima variabel independen terhadap minat berwirausaha siswa, yaitu dukungan pemerintah, pendidikan kewirausahaan, akses ke teknologi, faktor sosial dan kultural, serta peluang pasar. Analisis menggunakan regresi linear berganda dengan dasar pengambilan keputusan pada nilai signifikansi ($p\text{-value}$) $< 0,05$.

Pengaruh Dukungan Pemerintah terhadap Minat Wirausaha ($X1 \rightarrow Y$)

Hasil menunjukkan nilai signifikansi $0,334 > 0,05$, sehingga dukungan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini menunjukkan bahwa program pemerintah seperti pelatihan kewirausahaan, akses pembiayaan, maupun insentif belum sepenuhnya dirasakan atau diakses oleh siswa SMK. Kondisi ini dapat terjadi karena keterbatasan interaksi langsung siswa dengan kebijakan kewirausahaan serta belum optimalnya implementasi program pada level pendidikan menengah.

Temuan ini sejalan dengan studi terbaru yang menunjukkan bahwa efektivitas dukungan institusional sering kali belum optimal pada level sekolah karena keterbatasan akses dan implementasi kebijakan di lapangan (Haryono & others, 2020).

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Wirausaha ($X2 \rightarrow Y$)

Nilai signifikansi $0,237 > 0,05$ menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Secara teoritis, pendidikan kewirausahaan seharusnya mampu meningkatkan minat berwirausaha melalui pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan sikap kewirausahaan. Namun hasil ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pembelajaran teoritis di kelas dengan praktik nyata kewirausahaan.

Hal ini mengindikasikan bahwa pembelajaran kewirausahaan di sekolah masih kurang berbasis pengalaman (*experiential learning*), sehingga belum cukup kuat dalam membentuk minat berwirausaha siswa (Pratiwi & Marlina, 2020; Sutianah, 2020).

Pengaruh Akses ke Teknologi terhadap Minat Wirausaha ($X3 \rightarrow Y$)

Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dengan $t = 3,316$ menunjukkan bahwa akses ke teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini menunjukkan bahwa akses terhadap internet, media sosial, dan platform digital memberikan peluang besar bagi siswa untuk belajar kewirausahaan secara mandiri, mengenali peluang bisnis, serta menjalankan usaha berbasis digital.

Temuan ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan kompetensi dan kesiapan berwirausaha peserta didik (Rusmana, 2020; Sutianah, 2020).

Pengaruh Faktor Sosial dan Kultural terhadap Minat Wirausaha ($X4 \rightarrow Y$)

Nilai signifikansi $0,604 > 0,05$ menunjukkan bahwa faktor sosial dan kultural tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh keluarga, lingkungan sosial, dan budaya belum menjadi faktor utama dalam membentuk minat berwirausaha siswa SMK. Generasi muda cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor individu seperti akses informasi digital dan peluang ekonomi yang terlihat secara langsung.

Temuan ini dapat dijelaskan bahwa pada konteks generasi muda, keputusan berwirausaha lebih dipengaruhi oleh persepsi peluang dan kontrol diri dibandingkan tekanan sosial lingkungan (Wijaya & others, 2020).

Pengaruh Peluang Pasar terhadap Minat Wirausaha ($X_5 \rightarrow Y$)

Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan $t = 11,773$ menunjukkan bahwa peluang pasar berpengaruh positif dan paling dominan terhadap minat berwirausaha siswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi siswa terhadap peluang pasar yang tersedia, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berwirausaha. Faktor rasional ekonomi menjadi pendorong utama dalam membentuk niat kewirausahaan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu, yang menjelaskan bahwa niat perilaku dipengaruhi oleh keyakinan terhadap hasil yang diharapkan (behavioral beliefs), termasuk peluang keuntungan dalam berwirausaha (Ajzen, 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap 200 responden generasi muda di Kota dan Kabupaten Probolinggo, dapat disimpulkan sebagai berikut: Secara umum, minat berwirausaha startup pada generasi muda berada pada kategori tinggi, terutama didukung oleh tingginya persepsi terhadap akses teknologi dan peluang pasar digital.

Hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa akses teknologi (X_3) dan peluang pasar (X_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha startup (Y). Hal ini mengindikasikan bahwa faktor berbasis digital dan peluang ekonomi merupakan pendorong utama minat kewirausahaan generasi muda.

Variabel dukungan pemerintah (X_1), pendidikan kewirausahaan (X_2), dan faktor sosial budaya (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor institusional dan sosial belum menjadi determinan utama dalam pembentukan minat wirausaha digital pada generasi muda.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,674 menunjukkan bahwa 67,4% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variabel penelitian, sedangkan 32,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior yang menegaskan bahwa niat berwirausaha lebih dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku dan keyakinan terhadap hasil (seperti peluang pasar dan kemudahan teknologi), dibandingkan faktor eksternal seperti dukungan sosial dan institusional.

Secara praktis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model minat berwirausaha digital pada generasi muda dengan menegaskan bahwa transformasi digital menjadi faktor kunci dalam pembentukan entrepreneurial intention di era ekonomi digital..

Saran

Bagi Pemerintah Daerah, disarankan untuk memperkuat program pendampingan dan inkubasi bisnis berbasis digital bagi generasi muda, serta memberikan kemudahan akses perizinan dan pembiayaan bagi startup lokal di Probolinggo.

Bagi Institusi Pendidikan, perlu meningkatkan efektivitas pembelajaran kewirausahaan melalui pendekatan praktik, seperti project-based learning, pelatihan digital marketing, dan kolaborasi dengan pelaku industri.

Bagi Pelaku Bisnis dan Komunitas Startup, penting untuk memanfaatkan peluang pasar digital secara maksimal dengan memperluas jaringan bisnis dan mengembangkan inovasi berbasis teknologi.

Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti motivasi intrinsik, pengalaman kewirausahaan, serta pengaruh media sosial dalam membangun

minat wirausaha digital, sehingga dapat memperluas pemahaman terhadap faktor pendorong kewirausahaan di era transformasi digital. Penutup berisi Kesimpulan dan Saran dari hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). *The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions*. University of Massachusetts Amherst.
- Haryono, S., & others. (2020). Institutional Support and Its Effectiveness in Entrepreneurship Development. *Journal of Entrepreneurship Education*.
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Business Models for the Twenty-First Century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(5), 1128–1149. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2021-0482>
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Hayton, J. C. (2015). *Corporate Innovation and Entrepreneurship* (3rd ed.). Cengage Learning.
- Lubis, R. (2021). Literasi Digital dan Minat Wirausaha Mahasiswa di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 3(2), 87–98.
- Mahmood, T. M. A. T., Al Mamun, A., & others. (2021). The Effect of Entrepreneurship Education on Graduate Students' Entrepreneurial Alertness and the Mediating Role of Entrepreneurial Mindset. *Education + Training*, 64(7), 892–909. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2021-0231>
- Nambisan, S., Wright, M., & Feldman, M. (2022). The Digital Transformation of Innovation and Entrepreneurship: Progress, Challenges and Key Themes. *Research Policy*, 51(2), 104553. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2021.104553>
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill.
- Prasetyo, E., & Kistanti, N. (2020). Dampak Kebijakan Publik terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(3), 145–156.
- Pratiwi, R., & Marlana, N. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(2), 101–110.
- Putri, D. A., & Suryanto, E. (2021). Pendidikan Kewirausahaan Interaktif dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Bidang Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 9(1), 33–45.
- Rusmana, A. (2020). Digital Technology and Entrepreneurial Competence Development. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 88–97.
- Salsabila, Sumartini, & Istikomah, N. (2024). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Self-Efficacy terhadap Minat Berwirausaha. *In Search*, 22(2). <https://doi.org/10.37278/insearch.v22i2.842>
- Santoso, M. (2022). *Kewirausahaan di Era Digital: Menumbuhkan Minat Berwirausaha pada Generasi Z*. Yayasan Pendidikan Ekonomi.
- Susilo, R. (2020). Pengaruh Lingkungan Eksternal terhadap Keberhasilan Startup Teknologi di Indonesia. *Indonesian Journal of Business*, 15(4), 150–164. <https://doi.org/10.21632/ijb.v15i4.1032>
- Sutianah, E. (2020). Implementasi Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Pengalaman dan Teknologi Digital. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 10(1), 45–56.
- Wardana, L. W., & others. (2020). Does Entrepreneurship Education Promote Vocational Students' Entrepreneurial Mindset? *Heliyon*, 6(11), e05426. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>

- Wijaya, T., & others. (2020). Social Influence and Entrepreneurial Intention among Youth. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 12(1), 23–34.
- Winarno, A., & Susanti, N. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 9(2), 112–121.
- Winarno, E., & Susanti, P. (2021). Akses Modal Usaha sebagai Faktor Pendorong Pengembangan Startup. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 98–107.
<https://doi.org/10.25190/jim.v11i3.781>