

PENGARUH EFIKASI DIRI, LINGKUNGAN KELUARGA, PENGETAHUAN DIGITAL MARKETING TERHADAP INTENSI MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA PERTANIAN

Gusti Aulia¹, Rahim Darma², Anwar Sulili³

^{1,2,3} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin
Jl. Perintis Kemerdekaan Km.10, Tamalanrea, Makassar
e-mail: ¹gustiaulia001@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel

Diajukan:

Diterima:

Tersedia Online:

Kata Kunci: intensi berwirausaha mahasiswa, pengaruh, pertanian

Sitasi:

Jurnal Agribisnis, 2016, 18(2), 1-8

DOI:

<https://doi.org/10.31849/2503-4375>

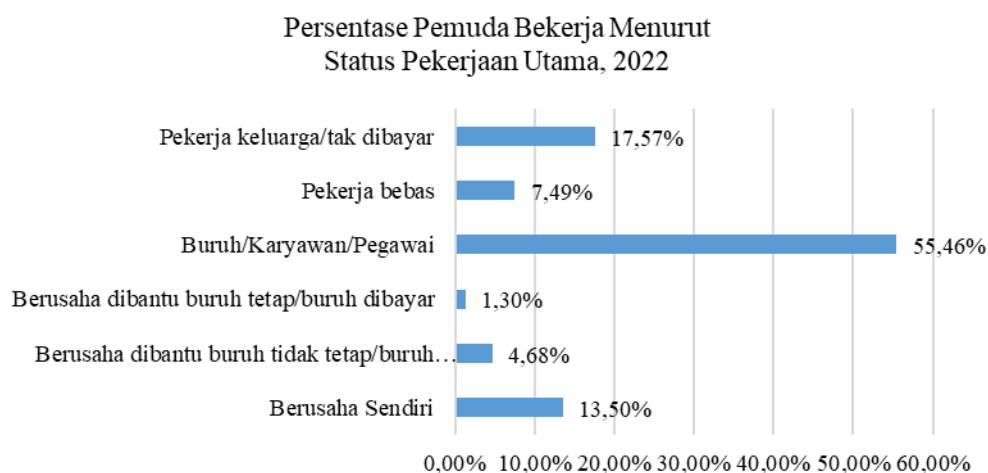
ABSTRAK

Pertanian menjadi sektor lapangan usaha yang masih kurang diminati khususnya oleh generasi muda, hanya 18,01% pemuda bekerja pada sektor pertanian. Hal ini menunjukkan masih rendahnya intensi pemuda untuk berkarir sebagai wirausaha pertanian. Di era kemajuan teknologi informasi ini, ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi intensi pemuda untuk berwirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pengetahuan *digital marketing* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian. Penelitian dilakukan di Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin dengan jumlah sampel 93 mahasiswa menggunakan teknik *purposive random sampling*. Pengumpulan data dengan kuesioner (angket). Analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efikasi diri dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa. Sedangkan variabel pengetahuan *digital marketing* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian. Secara bersama-sama sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian sebesar 32,2%.

I. PENDAHULUAN

Di era kompetitif seperti saat ini setiap negara tidak hanya perlu menciptakan tenaga kerja yang berkualitas tetapi harus juga diimbangi dengan terciptanya wirausahawan yang berkualitas dengan jumlah banyak. Semakin banyak wirausahawan yang berkualitas maka semakin banyak pula lapangan pekerjaan yang tersedia serta akan terjadi peningkatan pada pendapatan ekonomi masyarakat. Inilah yang menyebabkan kewirausahaan menjadi salah satu topik yang sangat diperhatikan karena kewirausahaan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi angka pengangguran hingga mendorong terciptanya inovasi teknologi [1].

Tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia bagi lulusan diploma IV, S1, S2, S3 menempati peringkat keempat yaitu sebesar 4,8% pada Agustus 2022. Padahal terdapat sektor pertanian yang mampu menyerap banyak tenaga kerja, bahkan pada tahun 2022 sektor pertanian menjadi sektor yang paling banyak menyerap tenaga kerja hingga 28,61% [2]. Tetapi faktanya hanya 18,01% pemuda yang bekerja pada sektor pertanian dan diantaranya hanya 3,20% lulusan perguruan tinggi, ini tentu saja sangat disayangkan mengingat Indonesia merupakan negara agraris yang cukup terkenal dengan pertaniannya. Untuk itu pengembangan wirausaha pertanian penting dilakukan karena jumlah rumah tangga petani Indonesia yang terus menurun, namun kebutuhan pangan terus meningkat dan semakin rendahnya minat generasi muda untuk bekerja pada sektor pertanian.



Gambar 1. Persentase Pemuda Bekerja Menurut Status Pekerjaan Utama tahun 2022

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2022

Gambar 1 menunjukkan bahwa pemuda di Indonesia masih cenderung menggantungkan harapan masa depannya sebagai buruh atau bekerja kepada pihak lain. Kecilnya persentase pemuda yang berusaha sendiri maupun yang dibantu buruh memperlihatkan masih minimnya inovasi serta keberanian pemuda untuk mengambil risiko dalam berwirausaha, padahal

kewirausahaan sangatlah penting bagi suatu negara. Bahkan hasil Sakernas Agustus 2022 menunjukkan hanya 19 dari seratus pemuda yang bekerja berstatus wirausaha [3]. Rendahnya jumlah pemuda yang bekerja berstatus wirausaha menunjukkan bahwa masih rendahnya intensi pemuda untuk berkarir sebagai wirausaha terutama pada sektor pertanian. Menurut Alves.,et al, faktor pendorong minat dalam berwirausaha diantaranya adalah pendidikan, lingkungan keluarga, teknologi informasi, ilmu pengetahuan, pengalaman berwirausaha bersama teman atau orang tua, kematangan usia hingga sosial budaya [4]. Lebih spesifik dalam penelitian ini penulis mengambil faktor efikasi diri, lingkungan keluarga dan pengetahuan *digital marketing*.

Pendidikan merupakan salah satu jawaban guna mengurangi angka pengangguran melalui peningkatan jiwa kewirausahaan [5]. Perguruan tinggi menjadi salah satu faktor yang memiliki peran penting guna meningkatkan dan mendorong semangat kewirausahaan bagi mahasiswa melalui pelaksanaan pendidikan [6]. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin menjadi salah satu fakultas di Universitas Hasanuddin yang telah menerapkan pendidikan kewirausahaan, sejalan dengan salah satu tujuan Fakultas Pertanian Unhas yaitu “Menghasilkan lulusan yang adaptif, mandiri, berjiwa entrepreneurship, dan tanggap terhadap perubahan dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi”. Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin memiliki potensi besar untuk menghasilkan wirausaha pada sektor pertanian mengingat Universitas Hasanuddin merupakan salah satu universitas terbaik di Indonesia timur dan telah melaksanakan banyak program guna mendorong mahasiswa berwirausaha.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan bagaimana pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pengetahuan *digital marketing* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan pemikiran kepada seluruh perguruan tinggi dalam memberikan kebijakan terhadap pengembangan mahasiswa wirausaha guna meningkatkan jumlah wirausaha di Indonesia terutama pada sektor pertanian. Penelitian ini juga diharapkan dapat memotivasi generasi muda terutama mahasiswa untuk menjadi wirausaha.

II. METODE

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin. Penentuan lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin memiliki potensi yang besar untuk menghasilkan wirausahawan yang berusaha pada sektor pertanian. Penelitian ini dilaksanakan pada April-Juni 2023.

2.1 Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa(i) aktif S1 Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin angkatan 2019-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive*

random sampling. Adapun kriterianya adalah mahasiswa aktif dan merupakan mahasiswa S1 Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin angkatan 2019 atau 2020. Jenis dan sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana penelitian ini mencari pengaruh variabel independen efikasi diri (X_1), lingkungan keluarga (X_2), dan pengetahuan *digital marketing* (X_3) terhadap variabel dependen intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian (Y).

2.2 Metode Analisis

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan adalah menganalisis data yang diperoleh dari hasil penyebaran angket. Dilakukan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana penelitian ini mencari pengaruh variabel independen/bebas efikasi diri (X_1), lingkungan keluarga (X_2), dan pengetahuan *digital marketing* (X_3) terhadap variabel dependen/tak bebas intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian (Y). Persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut [7]:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad (1)$$

Keterangan:

Y = Intensi berwirausaha

a = Bilangan Konstanta

b_1 = Koefisien regresi efikasi diri

b_2 = Koefisien regresi lingkungan keluarga

b_3 = Koefisien regresi pengetahuan *digital marketing*

X_1 = Efikasi diri

X_2 = Lingkungan keluarga

X_3 = Pengetahuan *digital marketing*

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin dengan jumlah responden 93 mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin angkatan 2019 dan 2020 dengan kriteria sampel adalah mahasiswa aktif dan merupakan mahasiswa S1 Fakultas

Pertanian Universitas Hasanuddin angkatan 2019 atau 2020. Deskripsi data responden berdasarkan angkatan dan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Demografi Responden Berdasarkan Angkatan dan Jenis Kelamin

No.	Angkatan	Frekuensi	Jenis Kelamin	Frekuensi
1	2019	57	Perempuan	69
2	2020	36	Laki-Laki	24
Jumlah		93		93

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 93 responden, mayoritas responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Pertanian UNHAS angkatan 2019 berjumlah 57 mahasiswa. Sedangkan responden angkatan 2020 berjumlah 36 mahasiswa. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin maka mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 69 mahasiswa dan untuk responden laki-laki berjumlah 24 mahasiswa.

3.2 Analisis Deskriptif

Pada analisis deskriptif ini akan dihasilkan distribusi frekuensi yang terdapat informasi data meliputi mean, median, modus dan standar deviasi tiap variabel penelitian. Deskripsi data juga menyajikan frekuensi kategori masing-masing variabel untuk mengetahui deskripsi masing-masing variabel, secara rinci dapat dilihat sebagai berikut:

1 Variabel Efikasi Diri

Variabel Efikasi Diri memiliki jumlah butir instrumen sebanyak 17 butir dengan 4 alternatif jawaban. Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS untuk variabel Efikasi Diri menunjukkan skor total tertinggi yang dicapai adalah 66 dan skor terendah adalah 39. Selain itu juga didapatkan nilai Mean sebesar 51,99, Median sebesar 51, Modus sebesar 49 serta standar deviasi 4,747. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Efikasi Diri dengan menggunakan nilai Mean Ideal dan Standar Deviasi Ideal. Mean ideal variabel Efikasi Diri sebesar 42,5 dan Standar Deviasi 8,5. Untuk mencari kategorinya sebagai berikut:

$$a. \text{Tinggi} = > (Mi + SDi) = > (42,5 + 8,5) = > 51$$

$$b. \text{Sedang} = (Mi - SDi) \text{ s/d } (Mi + SDi) = (42,5 - 8,5) \text{ s/d } (42,5 + 8,5) = 34 \text{ s/d } 51$$

$$c. \text{Rendah} = < (Mi - SDi) = < (42,5 - 8,5) = < 34$$

Mengacu pada perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Efikasi Diri dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Distribusi Kecenderungan Variabel Efikasi Diri

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	> 51	40	43%
Sedang	34 s/d 51	53	57%
Rendah	< 34	0	0%
Jumlah		93	100%

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 2 ditunjukkan bahwa dari 93 responden terdapat 40 responden dengan kategori tinggi (43%), 53 responden kategori sedang (57%) dan tidak ada yang masuk dalam kategori rendah. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki efikasi diri yang sedang.

2 Variabel Lingkungan Keluarga

Variabel Lingkungan Keluarga memiliki jumlah butir instrumen sebanyak 8 butir dengan 4 alternatif jawaban. Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan program SPSS untuk variabel Lingkungan Keluarga menunjukkan skor total tertinggi yang dicapai adalah 31 dan skor terendah adalah 14. Selain itu juga didapatkan nilai Mean sebesar 23,16, Median sebesar 23, Modus sebesar 24 serta standar deviasi 3,337. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel Lingkungan Keluarga dengan menggunakan nilai Mean Ideal sebesar 20 dan Standar Deviasi Ideal sebesar 4. Untuk mencari kategorinya adalah sebagai berikut:

a. Tinggi = $(Mi + SDi) = (20 + 4) = 24$

b. Sedang = $(Mi - SDi) \text{ s/d } (Mi + SDi) = (20 - 4) \text{ s/d } (20 + 4) = 16 \text{ s/d } 24$

c. Rendah = $(Mi - SDi) = (20 - 4) = 16$

Mengacu pada perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Efikasi Diri dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Distribusi Kecenderungan Variabel Lingkungan Keluarga

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	> 24	24	26%
Sedang	16 s/d 24	67	72%
Rendah	< 16	2	2%
Jumlah		93	100%

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 3 ditunjukkan bahwa dari 93 responden terdapat 24 responden dengan kategori tinggi (26%), 67 responden kategori sedang (72%) dan 2 responden kategori rendah.

Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mendapat dukungan dan inspirasi dari lingkungan keluarga yang cukup atau sedang.

3 Variabel Pengetahuan *Digital Marketing*

Variabel Pengetahuan *Digital Marketing* memiliki jumlah butir instrumen sebanyak 10 butir dengan 4 alternatif jawaban. Dari hasil perhitungan statistik variabel Pengetahuan *Digital Marketing* menunjukkan skor total tertinggi yang dicapai adalah 37 dan skor terendah adalah 21. Selain itu juga didapatkan nilai Mean sebesar 28,96, Median sebesar 29, Modus sebesar 30, serta standar deviasi 3,096. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan variabel Pengetahuan *Digital Marketing* dengan menggunakan nilai Mean Ideal sebesar 25 dan Standar Deviasi Ideal sebesar 5. Untuk mencari kategorinya adalah sebagai berikut:

a. Tinggi = $> (Mi + SDi) = > (25 + 5) = > 30$

b. Sedang = $(Mi - SDi) \text{ s/d } (Mi + SDi) = (25 - 5) \text{ s/d } (25 + 5) = 20 \text{ s/d } 30$

c. Rendah = $< (Mi - SDi) = < (25 - 5) = < 20$

Mengacu pada perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Efikasi Diri dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Distribusi Kecenderungan Variabel Pengetahuan Digital Marketing

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	> 30	23	24,7%
Sedang	20 s/d 30	70	75,3%
Rendah	< 20	0	0%
Jumlah		93	100%

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 4 ditunjukkan dari 93 responden terdapat 23 responden dengan kategori tinggi (24,7%), 70 responden kategori sedang (75,3%) dan tidak ada yang masuk dalam kategori rendah. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki minat dan pengetahuan *digital marketing* yang cukup atau sedang.

4 Variabel Intensi Berwirausaha

Variabel Intensi Berwirausaha memiliki jumlah butir instrumen sebanyak 8 butir dengan 4 alternatif jawaban. Dari hasil perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS untuk variabel Intensi Berwirausaha menunjukkan skor total tertinggi yang dicapai adalah 32 dan skor terendah adalah 19. Selain itu juga didapatkan nilai Mean sebesar 24,92, Median sebesar 24, Modus sebesar 24 serta standar deviasi 2,802. Selanjutnya diidentifikasi kecenderungan atau tinggi rendahnya variabel dengan menggunakan nilai Mean Ideal dan Standar Deviasi Ideal.

Mean ideal variabel Intensi Berwirausaha sebesar 20 dan Standar Deviasi 4. Untuk mencari kategorinya sebagai berikut:

a. Tinggi = $> (Mi + SDi) = > (20 + 4) = > 24$

b. Sedang = $(Mi - SDi) \text{ s/d } (Mi + SDi) = (20 - 4) \text{ s/d } (20 + 4) = 16 \text{ s/d } 24$

c. Rendah = $< (Mi - SDi) = < (20 - 4) = < 16$

Mengacu pada perhitungan tersebut, maka distribusi kecenderungan variabel Efikasi Diri dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Distribusi Kecenderungan Variabel Intensi Berwirausaha

Kategori	Interval Skor	Frekuensi	Persentase
Tinggi	> 24	44	47,3%
Sedang	16 s/d 24	49	52,7%
Rendah	< 16	0	0%
Jumlah		93	100%

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan gambar 5 ditunjukkan bahwa dari 93 responden terdapat 44 responden dengan kategori tinggi (47,3%), 49 responden kategori sedang (52,7%) dan tidak ada responden yang termasuk dalam kategori rendah. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki intensi berwirausaha pertanian yang sedang dan tinggi.

3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis regresi berganda yang meliputi empat tahapan yaitu:

3.3.1. Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov* untuk mengetahui apakah data yang diperoleh terdistribusi secara normal atau tidak. Adapun hasil uji normalitas dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 6. Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Test Statistic	,089
Asymp. Sig. (2-tailed)	,063

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 6 hasil uji normalitas sesuai dengan kriteria pengujian pada *Kolmogorof Smirnov* diketahui bahwa nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* yang didapat sebesar 0,063 lebih besar dari 0,05 maka berkesimpulan data berdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

3.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terbentuk adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variabel independen. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Efikasi Diri	0,781	1,281	Tidak terjadi multikolinearitas
Lingkungan Keluarga	0,933	1,071	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengetahuan <i>Digital Marketing</i>	0,773	1,293	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10, yaitu Efikasi Diri 0,781, Lingkungan Keluarga 0,933 dan Pengetahuan *Digital Marketing* 0,773. Selain itu, tiap variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10,00, yaitu Efikasi Diri 1,281, Lingkungan Keluarga 1,071 dan Pengetahuan *Digital Marketing* 1,293. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat menggunakan Uji *Park*. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Efikasi Diri	0,769	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Lingkungan Keluarga	0,247	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pengetahuan <i>Digital Marketing</i>	0,757	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Berdasarkan tabel 8 uji heteroskedastisitas menunjukkan Efikasi Diri memiliki nilai signifikansi sebesar 0,769, Lingkungan Keluarga 0,247 dan Pengetahuan *Digital Marketing* 0,757. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi tiap variabel independen dalam penelitian ini lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas.

3.4 Analisis Regresi Berganda

Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi berganda. Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah dugaan tentang nilai parameter didukung kuat oleh data sampel atau tidak dan untuk menentukan apakah menerima atau menolak hipotesis nol [8].

3.4.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk membedakan variabel yang ada dalam sebuah penelitian dan menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 artinya terdapat pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Perhitungan *t test*

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	
(Constant)	8,525	2,894	,004
Efikasi diri	,325	,063	,000
Lingkungan keluarga	,262	,081	,002
Pengetahuan digital marketing	-,098	,085	,256

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Hasil uji t memperlihatkan bahwa variabel efikasi diri memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) maka berkesimpulan variabel efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa. Untuk variabel lingkungan keluarga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 (<0,05) maka berkesimpulan variabel lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa. Variabel pengetahuan *digital marketing* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,256 (>0,05) maka berkesimpulan variabel pengetahuan *digital marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan tabel 9 hasil perhitungan *t test* diperoleh pula persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 8,525 + 0,325X_1 + 0,262X_2 - 0,098X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa koefisien regresi X1 sebesar 0,325 yang berarti jika variabel Efikasi Diri meningkat 1% maka akan diikuti peningkatan poin variabel Intensi Berwirausaha sebesar 0,325 satuan dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Koefisien regresi X2 sebesar 0,262 yang berarti jika variabel Lingkungan Keluarga meningkat 1% maka akan diikuti peningkatan satu poin variabel Intensi Berwirausaha sebesar 0,262 satuan dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Koefisien regresi X3 bernilai negatif sebesar -0,098 yang berarti

jika variabel Pengetahuan *Digital Marketing* meningkat 1% maka akan menyebabkan penurunan poin pada variabel Intensi Berwirausaha sebesar 0,098 satuan.

3.4.2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen pada penelitian secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka berkesimpulan variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 10. Hasil Perhitungan Uji F

Model	Sum of Squares	Sig.
Regression	544,665	,000 ^b
Residual	1038,428	
Total	1583,094	

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel 10 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka berkesimpulan bahwa variabel Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Pengetahuan *Digital Marketing* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Intensi Berwirausaha.

3.4.3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Nilai R² berkisar antara 0-1.

Tabel 11. Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,587 ^a	,344	,322	3,41581

Sumber: Data primer (diolah), 2023

Tabel 11 menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,322 maka memiliki arti bahwa variabel Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Pengetahuan *Digital Marketing* memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 32,2% terhadap variabel Intensi Berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian dan sisanya 67,8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

3.5 Pembahasan

1. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pada Sektor Pertanian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efikasi diri berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin pada sektor

pertanian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana variabel efikasi diri memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi variabel efikasi diri sebesar 0,325 yang berarti jika variabel Efikasi Diri meningkat 1% maka akan diikuti peningkatan poin variabel Intensi Berwirausaha sebesar 0,325 satuan.

Efikasi diri merupakan salah satu aspek pengetahuan tentang diri yang sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari karena dapat mempengaruhi individu dalam menentukan tindakan yang akan dilakukan. Sebagaimana yang dipaparkan oleh Dale Schunk[9] yakni individu dengan efikasi diri rendah cenderung mudah menghindar dalam melaksanakan tugas-tugas yang sulit dan menantang. Sedangkan individu dengan efikasi diri tinggi akan cenderung untuk pantang menyerah dalam menyelesaikan tugas yang sulit dan menantang. Dapat dikatakan bahwa mahasiswa dengan efikasi diri yang merasa bahwa ia mampu melaksanakan tugas apapun yang berkaitan dengan berwirausaha dan pantang menyerah maka akan menimbulkan intensi dalam berwirausaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhuda Alfina Layalin [10] bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara efikasi diri terhadap intensi berwirausaha dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), artinya semakin tinggi efikasi diri mahasiswa, maka intensi berwirausaha pada mahasiswa juga semakin baik.

2. Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pada Sektor Pertanian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin pada sektor pertanian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana variabel lingkungan keluarga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi variabel Lingkungan Keluarga sebesar 0,262 yang berarti jika variabel Lingkungan Keluarga meningkat 1% maka akan diikuti peningkatan satu poin variabel Intensi Berwirausaha sebesar 0,262 satuan.

Salah satu faktor yang mendorong intensi berwirausaha ialah faktor *sociological* yang menyangkut hubungan dengan keluarga [11]. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan terdekat dan utama bagi individu yang akan memiliki peranan besar dalam membentuk karakter seseorang, termasuk karakter wirausaha seorang individu [12]. Sikap dan aktivitas sesama anggota keluarga secara langsung ataupun tidak langsung dapat saling mempengaruhi, seperti memiliki orang tua yang berwirausaha maka dapat menimbulkan minat pada anak untuk berwirausaha juga [13]. Semakin sering orang tua memberikan dukungan dan pengaruh kepada anaknya untuk berwirausaha pertanian, maka anak akan cenderung berminat dan menentukan pilihan karir sebagai wirausaha pertanian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Achmad Syaifudin [14] bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha dengan nilai t hitung $5,717 > t$ tabel $1,977$ dengan nilai signifikansi $0,000$ yang mengindikasikan bahwa Lingkungan Keluarga berpengaruh positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. Hasil penelitian juga senada dengan penelitian Muhammad Khoirul Yaqin dan Muhammad Ziyad [15] dengan hasil yang menunjukkan bahwa Lingkungan Keluarga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

3. Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pada Sektor Pertanian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan *digital marketing* tidak berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin pada sektor pertanian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t dimana variabel pengetahuan digital marketing memiliki nilai signifikansi sebesar $0,256$ lebih besar dari $0,05$ dan koefisien regresi variabel Pengetahuan Digital Marketing bernilai negatif sebesar $-0,098$ yang berarti jika variabel Pengetahuan Digital Marketing meningkat 1% maka akan menyebabkan penurunan poin variabel Intensi Berwirausaha sebesar $0,098$ satuan.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Istiqomah [16] bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *digital marketing* terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin yang menjadi responden mayoritas telah memiliki minat dan pengetahuan terhadap digital marketing yang sedang namun belum cukup memberikan pengaruh untuk meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian. Hal ini dapat disebabkan karena masih kurangnya implementasi pengetahuan *digital marketing* mahasiswa secara langsung dalam berwirausaha. Contohnya pada salah satu media *digital marketing* yaitu media sosial, penggunaan media sosial masih lebih banyak digunakan sebagai media interaksi pertemanan atau sekedar untuk bersenang-senang. Sesuai dengan hasil penelitian dari Muhammad Hasym [17] bahwa mahasiswa cenderung dalam pemanfaatan media sosial hanya untuk berinteraksi membangun relasi atau bersenang-senang dan pamer.

4. Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Digital Marketing secara simultan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pada Sektor Pertanian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga, dan Pengetahuan Digital Marketing berpengaruh positif secara simultan terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin pada sektor pertanian. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F dimana nilai signifikansi yang didapat sebesar $0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Variabel Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Pengetahuan Digital Marketing

memberikan sumbangan pengaruh secara bersama-sama sebesar 32,2% terhadap variabel Intensi Berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Hasanuddin pada sektor pertanian dan sisanya 67,8% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel efikasi diri terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.
- 2 Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lingkungan keluarga terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05.
- 3 Tidak terdapat pengaruh positif dari variabel pengetahuan *digital marketing* terhadap variabel intensi berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian karena memiliki nilai signifikansi sebesar 0,256 atau lebih besar dari 0,05.
- 4 Variabel Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Pengetahuan *Digital Marketing* berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Intensi Berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian dengan nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sumbangan pengaruh yang diberikan sebesar 32,2% terhadap variabel Intensi Berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] W. Khamimah, "Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia," *J. Disrupsi Bisnis*, vol. 4, no. 3, p. 2017, 2021, doi: 10.32493/dr.b.v4i3.9676.
- [2] BPS, *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022*, vol. 11, no. 82. 2022.
- [3] BPS, "Statistik Pemuda Indonesia 2022," *Badan Pus. Stat.*, p. 420, 2022.
- [4] A. C. Alves, B. Fischer, P. R. Schaeffer, and S. Queiroz, "Determinants of student entrepreneurship: An assessment on higher education institutions in Brazil," *Innov. Manag. Rev.*, vol. 16, no. 2, pp. 96–117, 2019, doi: 10.1108/INMR-02-2018-0002.
- [5] A. Harianti, M. Malinda, N. Nur, H. L. Suwarno, Y. Margaretha, and D. Kambuno, "Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi, Kompetensi Dan Menumbuhkan Minat Mahasiswa," *J. Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 16, no. 3, pp. 214–220, 2020, doi: 10.31940/jbk.v16i3.2194.
- [6] A. P. Pamungkas and M. Indah, "Pengaruh Self Efficacy , Pendidikan Kewirausahaan Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi the Influence of Self Efficacy , Entrepreneurship Education , and Earning Expectation Towards the Studentsinterest of," *J. Fak. Ekon.*, no. 1, pp. 1–13, 2017.
- [7] Suyono, *Analisis Regresi untuk Penelitian*, vol. 1, no. 1. 2015.
- [8] W. Santiyasa, "Pengujian Hipotesis," *Univ. Udayana FMIPA*, p. hal: 2-6, 2016.
- [9] N. Bloom and J. Van Reenen, *Human resource management and productivity*. 2011. doi:

- 10.1016/S0169-7218(11)02417-8.
- [10] N. A. Layalin, "Pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berwirausaha." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.
- [11] A. Buchari, "Kewirausahaan," *Bandung Alf.*, 2013.
- [12] C. K. Marini and S. Hamidah, "Pengaruh self-efficacy, lingkungan keluarga, dan lingkungan sekolah terhadap minat berwirausaha siswa SMK jasa boga," *J. Pendidik. Vokasi*, vol. 4, no. 2, 2014.
- [13] A. Syaifudin, "Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Berwirausaha Mahasiswa Akutansi," *J. Profita Ed.* 8, no. 3, pp. 1–18, 2017, [Online]. Available: <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/9958/9559>
- [14] A. Syaifudin, "Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta," *J. Chem. Inf. Model.*, pp. 1–149, 2016.
- [15] M. K. Yaqin and M. Ziyad, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha," *J. Manaj.*, vol. 2, no. 1, pp. 78–91, 2019, [Online]. Available: <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jim/article/viewFile/1760/1420>
- [16] Istiqomah, "Pengaruh Pengetahuan Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Kesejahteraan Sosial AKK Yogyakarta," *Socia Akad.*, vol. 7, no. 1, pp. 10–16, 2021.
- [17] M. H. Alfaruk, "Pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo," *J. Ekon. Pendidik. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 2, pp. 164–172, 2016.