



The Role of Motivation and Social Support on Entrepreneurial Mindset in Triguna High School Students in Jakarta

Muhamad Rizki Akbar¹, Nandang², Ismail Yusuf³

mhmdrizkiakabar29@upi.edu¹, nandang_nandang@upi.edu², ismail_yusuf@upi.edu³

^{1,2,3} Kewirausahaan, Universitas Pendidikan Indonesia, Tasikmalaya, Indonesia

ABSTRACT

This study examines the effect of motivation and social support on the formation of an entrepreneurial mindset among students of SMA Triguna Jakarta. The research underscores the importance of fostering entrepreneurial thinking from an early age as a means to cultivate creativity, independence, and resilience in addressing future challenges. Employing a quantitative associative approach, this study examines the relationship between internal and external factors contributing to students' entrepreneurial development. Data were collected through questionnaires administered to the respondents. The findings indicate that motivation does not have a significant impact on the development of the entrepreneurial mindset, whereas social support exhibits a positive and substantial influence. Support and encouragement provided by parents, teachers, and peers enhance students' self-confidence, risk-taking ability, and creativity in entrepreneurial endeavors. These results highlight the pivotal role of a supportive social environment in nurturing entrepreneurial attitudes among young individuals. Consequently, collaboration between schools and families is recommended to establish a learning ecosystem that promotes entrepreneurial spirit, competence, and character from an early stage.

Keywords: Motivation, Social Support, Entrepreneurial Mindset

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja (Azzam et al., 2024). Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi yang berkembang dengan pesat, tingkat persaingan di dunia kerja meningkat secara signifikan. Kondisi ini menjadikan kegiatan kewirausahaan sebagai alternatif strategis di luar pekerjaan pada sektor formal. (Sembiring & M Nawawi, 2022) Dalam kerangka ini, kewirausahaan tidak hanya dipahami sebagai pilihan karier, tetapi juga sebagai strategi penting untuk mewujudkan kemandirian ekonomi di tengah keterbatasan lapangan kerja konvensional. Oleh karena itu, upaya menumbuhkan semangat dan pola pikir kewirausahaan sejak usia dini, khususnya di kalangan generasi muda, menjadi langkah esensial dalam membentuk individu yang mandiri, kreatif, serta adaptif terhadap perubahan dan tantangan zaman.

Pendidikan menengah atas (SMA) memiliki peran sentral dalam membentuk karakter, orientasi masa depan, dan kesiapan hidup peserta didik. Kurikulum di tingkat SMA kini tidak hanya menekankan pada penguasaan akademik, tetapi juga pada pengembangan kemampuan berpikir kritis dan keterampilan hidup (Tirtawati, 2024). Dalam konteks ini, pembelajaran kewirausahaan menjadi wadah penting bagi siswa untuk mengenal dunia usaha melalui praktik langsung seperti pembuatan produk, penyusunan laporan keuangan sederhana, dan presentasi karya dalam kegiatan sekolah. Namun, secara empiris, semangat berwirausaha di kalangan siswa masih tergolong rendah.

Hasil pra-survei terhadap 102 siswa SMA Triguna Jakarta menunjukkan bahwa 58,8% siswa berencana melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, 35,3% ingin langsung memulai usaha, dan sisanya memilih bekerja. Data tambahan dari lulusan SMA Triguna Jakarta memperlihatkan bahwa 69,2% melanjutkan kuliah, 21% langsung bekerja, dan hanya 9,8% memilih jalur wirausaha. Fakta ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat minat terhadap kewirausahaan, mindset berwirausaha (*entrepreneurial mindset*) belum menjadi orientasi utama. Kondisi ini menegaskan perlunya pendekatan pendidikan yang dapat menumbuhkan pola pikir wirausaha di kalangan siswa.

Berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti pentingnya faktor psikologis dan sosial dalam membentuk niat berwirausaha. Menurut (Rosmiati et al., 2022) mindset kewirausahaan adalah pola pikir yang mendorong seseorang untuk tangguh, kreatif, terbuka terhadap peluang, dan berani mengambil risiko. Sementara itu, (Tabi'in, 2017) menekankan bahwa motivasi, baik intrinsik maupun ekstrinsik, menjadi pendorong penting bagi seseorang untuk memulai usaha. Selain motivasi, dukungan sosial juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan berwirausaha. (Nurhayati et al., 2019) menunjukkan bahwa dukungan keluarga menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan diri wirausahawan muda, sedangkan penelitian Utama (Jukda Tunisa & Tri Bowo Santoso, 2021) menegaskan pentingnya peran teman sebaya dalam memperkuat semangat dan keberanian untuk berwirausaha. Meski demikian, sebagian besar studi masih berfokus pada niat atau minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*), belum secara mendalam mengkaji *mindset berwirausaha* sebagai fondasi perilaku kewirausahaan itu sendiri.

Dari tinjauan penelitian tersebut, tampak adanya kesenjangan empiris dan teoretis dalam konteks pendidikan menengah. Secara empiris, rendahnya proporsi siswa yang memilih jalur kewirausahaan setelah lulus SMA menunjukkan bahwa pola pikir wirausaha masih belum terbentuk kuat. Secara teoretis, masih sedikit penelitian yang mengintegrasikan faktor motivasi dan dukungan sosial dengan pembentukan *entrepreneurial mindset* pada siswa SMA, khususnya di lingkungan pendidikan formal seperti SMA Triguna Jakarta. Sebagian besar penelitian terdahulu masih terfokus pada tingkat mahasiswa atau pelaku usaha muda, bukan pada tahap pra-perguruan tinggi. Padahal, fase SMA merupakan masa kritis dalam pembentukan orientasi karier dan kepribadian kewirausahaan.

Berdasarkan kesenjangan yang telah diidentifikasi, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan utama mengenai sejauh mana motivasi dan dukungan sosial berperan dalam pembentukan pola pikir kewirausahaan pada siswa SMA Triguna Jakarta. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut terhadap pengembangan *entrepreneurial mindset* pada peserta didik dengan berlandaskan pada pendekatan *Entrepreneurship Theory*. (Shane & Venkataraman, 2000) yang menekankan proses identifikasi peluang, pengambilan risiko, dan penciptaan nilai. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap pembentukan mindset kewirausahaan di tingkat sekolah menengah, dengan mengintegrasikan faktor internal (motivasi) dan eksternal (dukungan sosial) sebagai determinan utama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan model pembelajaran kewirausahaan serta memberikan



rekomendasi praktis bagi pihak sekolah dalam memperkuat implementasi kurikulum yang berorientasi pada pengembangan jiwa kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020) desain penelitian merupakan rancangan atau kerangka kerja sistematis yang digunakan untuk merencanakan dan melaksanakan penelitian agar hasil yang diperoleh dapat menjawab permasalahan secara tepat. Desain penelitian ini mencakup uraian mengenai metode yang digunakan dalam proses pengumpulan serta analisis data, disertai dengan langkah-langkah yang diambil untuk menjamin validitas hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, karena berfokus pada pengukuran hubungan antara variabel motivasi (X_1), dukungan sosial (X_2), dan mindset berwirausaha (Y) pada peserta didik di SMA Triguna Jakarta.

Proses penelitian dilaksanakan melalui serangkaian tahapan sebagaimana tergambar dalam rancangan penelitian, yang meliputi identifikasi fenomena, kegiatan observasi, perumusan masalah, telaah pustaka, penyusunan hipotesis, pengumpulan data, analisis data, serta penarikan kesimpulan. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan dan menguji pengaruh antarvariabel secara objektif berdasarkan data empiris.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh peserta didik SMA Triguna Jakarta yang memiliki ketertarikan terhadap kegiatan kewirausahaan pada tahun ajaran 2024–2025. Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak sekolah, jumlah populasi tercatat sebanyak 148 siswa. Penelitian ini menerapkan teknik *sampling* jenuh, yaitu metode pengambilan sampel yang melibatkan seluruh anggota populasi sebagai responden penelitian. Pemilihan teknik tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa ukuran populasi relatif kecil, sehingga memungkinkan pelaksanaan penelitian secara menyeluruh. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini identik dengan jumlah populasi, yakni 148 siswa. Penerapan teknik sampling jenuh memberikan keunggulan dalam meningkatkan ketepatan representasi data, karena seluruh individu dengan minat kewirausahaan dilibatkan secara langsung, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu merepresentasikan kondisi populasi secara lebih komprehensif dan valid.

Teknik Pengumpulan Data dan Pengembangan Instrumen

Penelitian ini memanfaatkan data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk numerik dan dapat dianalisis secara statistik. Data diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden. Sumber data yang digunakan merupakan data primer, yakni data yang dikumpulkan secara langsung dari peserta didik melalui instrumen kuesioner yang dirancang oleh peneliti. Instrumen tersebut berisi sejumlah pernyataan yang merepresentasikan tiga variabel utama penelitian, yaitu motivasi, dukungan sosial, dan mindset berwirausaha. Responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap setiap butir pernyataan menggunakan skala Likert, yang berfungsi untuk mengukur tingkat persetujuan mereka terhadap item yang disajikan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada siswa SMA Triguna Jakarta sebagai subjek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket tertutup, di mana responden memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan pada setiap pernyataan. Penyusunan kuesioner didasarkan pada indikator yang diadaptasi dari teori-teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan variabel motivasi, dukungan sosial, dan mindset kewirausahaan. Sebelum disebarluaskan secara keseluruhan, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu untuk menilai validitas dan reliabilitasnya, guna memastikan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki tingkat ketepatan, konsistensi, serta kredibilitas ilmiah dalam mengukur variabel penelitian.



Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan utama, yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Tahapan pertama, yaitu uji instrumen, bertujuan untuk menilai tingkat keandalan serta ketepatan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana butir pernyataan dalam kuesioner mampu merepresentasikan dan mengukur variabel penelitian secara akurat. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel (Sugiyono, 2023). Selanjutnya, uji reliabilitas dilaksanakan dengan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* untuk mengukur tingkat konsistensi internal antarbutir pernyataan pada instrumen penelitian. Instrumen dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* melebihi 0,7, yang menunjukkan bahwa alat ukur memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan dalam penelitian (Ghozali, 2018).

Tahapan berikutnya mencakup pelaksanaan uji asumsi klasik sebelum dilakukan analisis regresi. Uji asumsi klasik ini terdiri atas uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk* untuk memastikan bahwa data berdistribusi normal. Uji multikolinearitas dilakukan dengan meninjau nilai *Variance Inflation Factor* (VIF); model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 . Sementara itu, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Breusch-Pagan* atau melalui analisis *scatter plot* guna memastikan bahwa variansi residual bersifat konstan, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Pada tahap pengujian hipotesis, analisis regresi linier berganda diterapkan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel motivasi (X_1) dan dukungan sosial (X_2) terhadap mindset berwirausaha (Y). Selain itu, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi umum masing-masing variabel berdasarkan hasil pengisian kuesioner oleh responden. Analisis deskriptif tersebut disajikan dalam bentuk nilai rata-rata, persentase, serta Tingkat Capaian Responden (TCR) yang bertujuan untuk mengilustrasikan kecenderungan persepsi siswa terhadap setiap variabel penelitian.

Selanjutnya, uji t (parsial) digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik yang relevan, guna memastikan ketepatan, konsistensi, serta validitas hasil analisis secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan tingkat akurasi dan ketepatan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel yang telah ditetapkan. Proses uji validitas dilaksanakan dengan membandingkan nilai r -hitung terhadap r -tabel. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 30 orang, diperoleh nilai r -tabel sebesar 0,361. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r -hitung lebih besar daripada nilai r -tabel. Hasil uji validitas yang diperoleh melalui proses pengolahan data disajikan pada tabel berikut sebagai dasar penentuan kelayakan instrumen penelitian.

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Valid	Tidak Valid	Total
Motivasi (X_1)	15	0	15
Dukungan Sosial (X_2)	15	0	15
Mindset Berwirausaha (Y)	20	0	20

Sumber: Data diolah Excel (2025)



Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel Motivasi (X_1), Dukungan Sosial (X_2), dan Mindset Berwirausaha (Y) disajikan pada tabel berikut sebagai dasar penilaian terhadap tingkat konsistensi internal masing-masing instrumen penelitian.

Tabel 2 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N	Keterangan
Motivasi (X_1)	0,885	15	Reliabel
Dukungan Sosial (X_2)	0,901	15	Reliabel
Mindset Berwirausaha (Y)	0,933	20	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan data pada tabel di atas, hasil uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa variabel Motivasi memiliki nilai sebesar 0,885, variabel Dukungan Sosial sebesar 0,901, dan variabel Mindset Berwirausaha sebesar 0,933. Karena seluruh nilai tersebut melebihi batas minimum 0,60, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan andal serta konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti.

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini berfokus pada seluruh peserta didik SMA Triguna Jakarta dari kelas X hingga XII sebagai populasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis *Google Form*, dengan jumlah responden sebanyak 148 orang. Proses penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui aplikasi WhatsApp, sehingga memudahkan peneliti dalam menjangkau responden secara lebih cepat, efisien, serta tetap sesuai dengan kondisi dan kebutuhan penelitian.

Statistik Deskriptif Variebel Rebranding dan Loyalitas Pelanggan

Pada bagian ini, peneliti menyajikan gambaran umum terkait variabel penelitian untuk memperoleh pemahaman mengenai karakteristik serta kategorisasi masing-masing variabel, sehingga seluruh tanggapan responden dapat diinterpretasikan secara lebih jelas. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner menggunakan platform *Google Form*. Hasil analisis statistik deskriptif terhadap data yang diperoleh disajikan pada tabel berikut untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden serta variabel yang diteliti.

Tabel 4 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi	148	16	48	64	57.93	3.221
Dukungan Sosial	148	38	32	70	60.47	8.419
Mindset Berwirausaha	148	24	56	80	69.84	4.005
Valid N (listwise)	148					

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel Motivasi (X_1) memiliki nilai minimum sebesar 48 dan nilai maksimum sebesar 64, dengan rentang nilai 16, rata-rata (mean) sebesar 57,93, serta standar deviasi sebesar 3,221. Hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat motivasi



responden tergolong cukup tinggi dengan penyebaran data yang homogen dan stabil, karena nilai standar deviasi yang rendah menandakan perbedaan antarresponden relatif kecil.

Selanjutnya, variabel Dukungan Sosial (X_2) memiliki nilai minimum 32 dan maksimum 70, rentang 38, rata-rata 60,47, serta standar deviasi 8,419. Rata-rata ini menunjukkan bahwa dukungan sosial yang diterima responden berada pada kategori tinggi, meskipun terdapat variasi antarresponden yang lebih besar dibandingkan dengan variabel motivasi.

Variabel *Mindset Berwirausaha* (Y) menunjukkan nilai minimum sebesar 56 dan maksimum sebesar 80, dengan rentang skor 24, rata-rata 69,84, serta standar deviasi 4,005. Temuan ini mengindikasikan bahwa para responden memiliki kecenderungan pola pikir kewirausahaan yang positif, yang tercermin melalui kemampuan untuk berinovasi, bersikap proaktif, serta menunjukkan keberanian dalam menghadapi risiko. Secara umum, hasil analisis ini mencerminkan bahwa responden memiliki tingkat motivasi dan dukungan sosial yang baik, sejalan dengan tingginya kecenderungan *entrepreneurial mindset*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi dan dukungan sosial yang dimiliki individu, semakin kuat pula pola pikir kewirausahaan yang terbentuk.

Hasil Uji Normalitas

Untuk memastikan bahwa data penelitian berdistribusi normal, dilakukan uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov, sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34970148
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.059
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.079
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.083
	99% Confidence Interval	Lower Bound .076 Upper Bound .090

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 926214481.

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas Kolmogorov–Smirnov yang disajikan pada Tabel 4, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,830. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa data residual berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.



Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi ada atau tidaknya ketidakkonstanan variansi residual antarobservasi dalam model regresi. Model regresi yang baik dicirikan oleh ketiadaan gejala heteroskedastisitas, yang berarti variansi residual bersifat homogen atau konstan pada seluruh observasi dalam model.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		Beta			
1	(Constant)	-.192	3.513	-.055	.956
	Motivasi	.074	.055	.112	.177
	Dukungan Sosial	-.026	.021	-.100	.225

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi adanya potensi korelasi tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Model regresi yang memenuhi kriteria baik ditandai oleh ketiadaan gejala multikolinearitas, karena hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen dapat menimbulkan distorsi pada estimasi koefisien regresi, sehingga mengurangi ketepatan dalam mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics			
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		Beta					
1	(Constant)	47.382	5.561	8.521	<.001		
	Motivasi	.116	.087	.093	1.337	.183	.993
	Dukungan Sosial	.261	.033	.548	7.858	<.001	.993
							1.007

a. Dependent Variable: Mindset Berwirausaha

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana diterapkan untuk mengukur tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi serta menjelaskan hubungan kausal yang terbentuk antara kedua variabel yang diteliti. Hasil pengujian regresi linier sederhana tersebut disajikan pada tabel berikut sebagai dasar interpretasi hubungan antarvariabel penelitian.



Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	47,382	5,561		8,521	<,001
Motivasi	.116	.087	.093	1,337	.183
Dukungan Sosial	.261	.033	.548	7,858	<,001

a. Dependent Variable: Mindset Berwirausaha

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel di atas, diperoleh nilai konstanta (a) sebesar 47,382. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel Motivasi dan Dukungan Sosial bernilai nol, maka tingkat Mindset Berwirausaha akan berada pada nilai 47,382. Variabel Motivasi memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,116, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada motivasi berpotensi meningkatkan Mindset Berwirausaha sebesar 0,116. Meskipun demikian, nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,183 yang lebih tinggi dari taraf signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh motivasi terhadap Mindset Berwirausaha tidak signifikan secara statistik. Sebaliknya, variabel Dukungan Sosial menunjukkan koefisien regresi positif sebesar 0,261 dengan nilai signifikansi < 0,001, yang menegaskan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Mindset Berwirausaha. Selain itu, nilai Standardized Beta sebesar 0,548 mengindikasikan bahwa Dukungan Sosial merupakan variabel yang memberikan kontribusi paling dominan dalam membentuk Mindset Berwirausaha dibandingkan dengan variabel Motivasi.

Uji T

Dalam penelitian ini, uji t (parsial) digunakan untuk menganalisis pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pelaksanaan uji t bertujuan untuk menilai sejauh mana variabel rebranding berkontribusi secara signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan ketika diuji secara parsial. Hasil pengujian parsial (uji t) tersebut disajikan pada tabel berikut sebagai dasar penentuan signifikansi hubungan antarvariabel yang diteliti.

Tabel 8 Hasil Uji T

Model	T	Sig.
(Constan)	8,521	0,000
Motivasi	1,337	0,183
Dukungan Sosial	7,858	0,000

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2025)

Berdasarkan hasil analisis uji t, diperoleh nilai signifikansi (Sig.) untuk variabel Motivasi sebesar 0,183. Karena nilai tersebut melebihi taraf signifikansi 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang mengindikasikan bahwa variabel motivasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap mindset berwirausaha pada siswa SMA Triguna Jakarta. Sebaliknya, variabel Dukungan Sosial menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap mindset berwirausaha siswa.



Hasil pengujian ini menegaskan bahwa dukungan sosial memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk pola pikir kewirausahaan pada siswa. Dukungan yang diberikan oleh orang tua, guru, maupun teman sebaya terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri, keberanian dalam mengambil risiko, serta kreativitas siswa dalam mengembangkan potensi kewirausahaan. Sebaliknya, motivasi internal siswa belum menunjukkan kekuatan yang cukup untuk memberikan pengaruh signifikan terhadap pembentukan mindset berwirausaha.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh temuan bahwa motivasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap mindset berwirausaha siswa SMA Triguna Jakarta, sedangkan dukungan sosial menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan tingkat dominansi yang lebih tinggi dibandingkan motivasi. Temuan ini konsisten dengan teori kewirausahaan yang dikemukakan oleh Shane dan Venkataraman (2000), yang menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses di mana individu mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang yang ada. Dalam kerangka teori tersebut, peluang kewirausahaan tidak semata-mata dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motivasi personal, tetapi juga oleh faktor eksternal, termasuk dukungan sosial dan lingkungan, yang berperan penting dalam memperkuat kapasitas individu untuk mengenali serta mengoptimalkan peluang secara efektif.

Temuan bahwa motivasi tidak berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa dorongan internal siswa, baik intrinsik maupun ekstrinsik, belum cukup kuat untuk membentuk pola pikir kewirausahaan yang matang. Hal ini dapat dipahami dalam konteks siswa SMA yang masih berada pada tahap perkembangan psikologis dan sosial, di mana faktor eksternal sering kali lebih menentukan arah dan pilihan mereka dibandingkan dorongan internal. Dengan kata lain, walaupun siswa memiliki minat atau keinginan berwirausaha, tanpa adanya dukungan yang nyata dari orang tua, guru, maupun teman sebaya, motivasi tersebut tidak cukup kuat untuk mendorong pembentukan mindset kewirausahaan.

Sebaliknya, dukungan sosial terbukti memiliki pengaruh signifikan dan dominan terhadap mindset berwirausaha siswa. Temuan ini menegaskan peran penting lingkungan sosial dalam membangun pola pikir kewirausahaan. Dukungan dari orang tua berupa dorongan psikologis, dari guru melalui pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif, serta dari teman sebaya melalui interaksi positif dan kerja sama, semuanya menjadi faktor eksternal yang memperkuat kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, serta kreativitas siswa. Hal ini sejalan dengan kerangka Shane & Venkataraman (2000) yang menegaskan bahwa kewirausahaan terjadi ketika individu memiliki akses terhadap informasi, jaringan sosial, serta sumber daya yang memungkinkan mereka mengeksplorasi peluang. Dukungan sosial menyediakan akses tersebut sehingga peluang kewirausahaan dapat dimanfaatkan dengan lebih baik oleh siswa.

Secara kontekstual, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa pembentukan mindset kewirausahaan pada siswa SMA Triguna Jakarta lebih efektif apabila ditopang oleh dukungan lingkungan sosial yang kondusif. Artinya, program kewirausahaan di sekolah sebaiknya tidak hanya berfokus pada peningkatan motivasi individual, tetapi juga memperkuat keterlibatan komunitas, kolaborasi antar siswa, serta peran aktif guru dan orang tua dalam memberikan dukungan nyata. Dengan demikian, mindset kewirausahaan dapat berkembang tidak hanya sebagai dorongan personal, tetapi juga sebagai hasil dari interaksi sosial yang konstruktif.

Implikasi dari temuan ini terhadap bidang yang diteliti adalah perlunya desain pembelajaran kewirausahaan yang lebih menekankan pada pendekatan kolaboratif dan berbasis komunitas. Kegiatan seperti proyek kewirausahaan kelompok, mentoring dari praktisi, maupun dukungan keluarga dalam praktik usaha kecil dapat menjadi strategi yang relevan untuk memperkuat mindset kewirausahaan. Dengan cara ini, siswa tidak hanya memperoleh



pengetahuan kewirausahaan, tetapi juga mengalami langsung dukungan sosial yang dapat menumbuhkan kepercayaan diri, keberanian mengambil risiko, dan kreativitas, sesuai dengan karakteristik mindset berwirausaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Tingkat Capaian Responden (TCR), diperoleh bahwa variabel Motivasi (X_1), Dukungan Sosial (X_2), dan Mindset Berwirausaha (Y) tergolong dalam kategori tinggi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, siswa SMA Triguna Jakarta menunjukkan tingkat motivasi yang kuat, memperoleh dukungan sosial yang signifikan dari lingkungan sekitar, serta memiliki kecenderungan positif dalam membangun dan mengembangkan pola pikir kewirausahaan.

Temuan ini mencerminkan bahwa kondisi internal maupun eksternal siswa telah mendukung secara memadai dalam menumbuhkan semangat dan kesiapan untuk berwirausaha, meskipun terdapat beberapa faktor yang masih memerlukan penguatan agar perkembangan mindset kewirausahaan dapat berlangsung secara lebih optimal.

Selanjutnya, hasil penelitian mengindikasikan bahwa variabel motivasi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan mindset berwirausaha pada siswa SMA Triguna Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan internal, baik yang bersifat intrinsik maupun ekstrinsik, belum cukup kuat untuk membentuk pola pikir kewirausahaan yang matang. Faktor-faktor seperti keinginan untuk berprestasi dan kebutuhan akan kemandirian belum dapat berdiri sendiri tanpa adanya dukungan sosial yang nyata dari lingkungan sekitar. Sebaliknya, hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap mindset berwirausaha. Peran orang tua, guru, serta teman sebaya terbukti berkontribusi secara substansial dalam menumbuhkan kepercayaan diri, keberanian dalam mengambil risiko, serta mengembangkan kreativitas siswa dalam konteks kewirausahaan. Dengan demikian, pembentukan mindset kewirausahaan lebih banyak dipengaruhi oleh interaksi sosial yang konstruktif dibandingkan hanya oleh motivasi pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzam, A., Marliani, A., Trisnawati, C. L., Mugni, H. A., Diansyah, H. N., & Wardiyah, M. L. (2024). Analisis Peran Kewirausahaan dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(6), 656–666.
- Jukda Tunisa, L., & Tri Bowo Santoso, J. (2021). Pengaruh Self Efficacy, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 2(2), 2021. <https://ojs.unm.ac.id/JE3S>
- Nurhayati, R., Farradinna, S., & Nugroho, S. (2019). Efikasi Diri Dan Dukungan Sosial Keluarga Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Proyeksi*, 14(2), 151. <https://doi.org/10.30659/jp.14.2.151-161>
- Rosmiati, R., Siregar, N., & Efni, N. (2022). Pola Pikir Kewirausahaan. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(4), 5668–5673. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i4.3152>
- Sembiring, G., & M Nawawi, Z. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Ekonomi di Era Globalisasi. *Economic Reviews Journal*, 1, 62–83. <https://doi.org/10.56709/mrj.v1i1.13>



Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). *The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research Author (s): Scott Shane and S . Venkataraman Source : The Academy of Management Review , Jan ., 2000 , Vol . 25 , No . 1 (Jan ., 2000), pp . Published by : Academy of Management Stable URL : https. 25(1), 217–226.*

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.*

Tabi'in, A. (2017). Kompetensi Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar pada MTsn Pekan Heran Indragiri Hulu. *Jurnal Pendidikan Agama Islam Al-Thariqah, 1*(2), 156–171. [https://doi.org/10.25299/althariqah.2016.vol1\(2\).629](https://doi.org/10.25299/althariqah.2016.vol1(2).629)

Tirtawati, N. L. R. (2024). Proses Pembelajaran Berdiferensiasi Untuk Meningkatkan Keterampilan Berfikir Kritis Dan Hasil Belajar Siswa SMA. *Journal of Education Action Research, 8*(1), 51–62. <https://doi.org/10.23887/jear.v8i1.73936>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.