

Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Pemahaman Digital Marketing Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Pada Sektor Pertanian

The Influence Of Self-Efficacy, Family Environment And Digital Marketing Understanding On Entrepreneurial Interest Of Students Of The Faculty Of Agriculture, Sam Ratulangi University In The Agricultural Sector

Ananda Sari Rombe Payung^(*), Olly Esry Harryani Laoh, Noortje Marsellanie Benu

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

*Penulis untuk korespondensi: anandapayung034@student.unsrat.ac.id

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id
Disetujui diterbitkan

: Rabu, 27 Agustus 2025
: Jumat, 30 Januari 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of self-efficacy, family environment, and digital marketing understanding on the entrepreneurial interest of students of the Faculty of Agriculture, Sam Ratulangi University in the Agricultural Sector. The data used in this study are primary and secondary data. The sampling method uses a proportional stratified sampling technique consisting of a population of 1,623 people and sample determination using the Slovin formula, so the number of samples is 94 respondents with a division of 8 study program strata. The data analysis method uses multiple regression analysis. The results of the study indicate that simultaneously self-efficacy, family environment, and digital marketing understanding on entrepreneurial interest in the agricultural sector have a significant effect and partially self-efficacy and family environment variables have a significant and positive effect on entrepreneurial interest. while the variable of digital marketing understanding on entrepreneurial interest has a positive but insignificant effect.

Keywords: self-efficacy; family environment; understanding of digital marketing; interest in entrepreneurship; faculty of agriculture

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi di Sektor Pertanian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengambilan sampel dengan teknik *proportional stratified sampling* yang terdiri dari populasi berjumlah 1.623 orang dan penentuan sampel menggunakan rumus *Slovin* maka jumlah sampel 94 responden dengan pembagian 8 strata program studi. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan efikasi diri, lingkungan keluarga dan pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha pada sektor pertanian berpengaruh signifikan dan secara parsial variabel efikasi diri dan lingkungan keluarga berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berwirausaha. sementara variabel pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha berpengaruh positif namun tidak signifikan.

Kata kunci : efikasi diri; lingkungan keluarga; pemahaman pemasaran digital; minat berwirausaha; fakultas pertanian

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, namun dalam beberapa tahun terakhir, sektor ini menghadapi tantangan yang cukup besar, seperti rendahnya minat generasi muda untuk terlibat dalam dunia usaha pertanian. Padahal, dengan semakin berkembangnya teknologi digital, ada banyak peluang untuk berwirausaha di sektor ini dengan dukungan dari pengetahuan *digital marketing* yang semakin berkembang. Kewirausahaan memiliki potensi besar untuk mengurangi pengangguran di Indonesia, terutama melalui inovasi dan penciptaan industri baru. Di Indonesia, wirausaha dapat muncul dari sektor-sektor yang sebelumnya kurang terjamah oleh sektor formal, seperti pertanian. Dengan mendukung kewirausahaan, masyarakat Indonesia dapat menciptakan peluang kerja mandiri yang tidak hanya mengurangi pengangguran, tetapi juga meningkatkan kapasitas ekonomi daerah (Soemartono, 2015).

BPS mencatat bahwa sektor pekerjaan di Indonesia terdiri dari tiga sektor: pertanian, manufaktur, dan jasa. Sektor pertanian kurang diminati oleh generasi muda, dengan hanya 23,03% pemuda yang bekerja di sektor ini, sementara sektor manufaktur mencapai 23,16%, dan sektor jasa 56,82% (BPS, 2022). Hal ini disayangkan mengingat banyak lulusan perguruan tinggi yang masih menganggur, padahal sektor pertanian memiliki potensi besar yang bisa dikembangkan melalui inovasi dan kreativitas. salah satu alasan utama mengapa sektor pertanian kurang menarik bagi generasi muda adalah persepsi bahwa pekerjaan di sektor ini tidak sebanding dengan peluang pengembangan karier dan penghasilan yang lebih baik. Minimnya upah yang diterima oleh para pekerja di sektor pertanian membuat generasi muda enggan memilih sektor ini, lebih memilih pekerjaan di sektor manufaktur yang menawarkan upah lebih tinggi (Project, 2022).

Faktor-faktor yang berpotensi mempengaruhi minat berwirausaha antara lain adalah efikasi diri, lingkungan keluarga, dan pengetahuan tentang *digital marketing*. Efikasi diri berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mencapai tujuan tertentu. Lingkungan

keluarga berperan penting dalam memberikan dukungan atau pengaruh terhadap keputusan karier anak. Sementara itu, pengetahuan *digital marketing* sangat relevan dengan kemajuan teknologi yang memungkinkan pemasaran produk pertanian secara lebih efisien dan luas.

Efikasi diri merupakan kemampuan seseorang untuk memprediksi keberhasilannya dalam menghadapi tantangan, serta keyakinannya dalam melaksanakan tugas atau memecahkan masalah yang ada di hadapannya. Hal ini meliputi bagaimana individu melihat dirinya sendiri dalam menghadapi kesulitan dan tantangan dalam hidupnya, baik di dalam konteks profesional maupun personal. Penelitian oleh Chen *et al.*, (1998) menemukan bahwa efikasi diri yang tinggi berkaitan erat dengan niat untuk memulai usaha, karena individu yang merasa mampu lebih termotivasi untuk berusaha merealisasikan ide-ide bisnis mereka.

Keluarga memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan minat wirausaha pada anak. Keluarga yang mendukung dan memberi motivasi kepada anak untuk berwirausaha cenderung menciptakan individu yang lebih percaya diri dan berani mengambil risiko. Hal ini juga terkait dengan dukungan moral dan materi yang diberikan oleh keluarga. Lingkungan keluarga yang penuh dukungan, baik secara psikologis maupun materil, berkontribusi besar terhadap pembentukan minat berwirausaha. Keluarga yang mengajarkan nilai-nilai kerja keras, kemandirian, serta pemberian contoh langsung dari orang tua yang berwirausaha, dapat menjadi faktor pemicu minat anak untuk mencoba berwirausaha (Azhari, 2018).

Pemasaran Digital atau *Digital Marketing* adalah salah satu faktor penting dalam keberhasilan inovasi bisnis di berbagai sektor, termasuk pertanian. Pengetahuan mengenai *digital marketing* memberikan keuntungan kompetitif bagi pelaku usaha karena mereka dapat memanfaatkan data dan teknologi untuk membuat keputusan yang lebih baik dan lebih cepat. Untuk sektor pertanian, hal ini membuka peluang untuk memasarkan produk dengan cara yang lebih efisien dan terukur, mengurangi ketergantungan pada metode pemasaran konvensional (Teece *et al.*, 2016).

Perguruan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai lembaga akademik, tetapi juga sebagai

agen perubahan yang dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan melalui program pembelajaran berbasis praktik, mentoring, serta akses ke modal usaha (Gede, 2018) Perguruan tinggi menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan pertumbuhan kewirausahaan di suatu negara dan memiliki peran penting dalam mendorong semangat kewirausahaan bagi mahasiswa melalui penyelenggaraan pendidikannya (Indah, 2019). Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi berperan penting dalam pembentukan generasi penerus di sektor pertanian, dalam menghadapi tantangan untuk mengatasi kurangnya kontribusi generasi muda menjadi wirausaha dalam sektor pertanian. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan bagaimana pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada sektor pertanian.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pengetahuan *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada Sektor Pertanian

Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis, penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pengetahuan *digital marketing* terhadap minat berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada sektor Pertanian.
2. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi yang bermanfaat untuk penyusunan program-program pembelajaran guna meningkatkan Minat Berwirausaha Mahasiswa pada Sektor Pertanian khususnya Fakultas Pertanian.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pemerintah dalam mengembangkan dan meningkatkan minat generasi muda melalui kebijakan untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan khususnya di sektor pertanian.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan dari bulan April sampai bulan Juni 2025. Tempat penelitian ini dilakukan di Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado.

Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui wawancara dan secara online melalui *google form*. *Link google form* diberikan kepada responden melalui whatsapp untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data dan disebar kepada mahasiswa yang ada pada 8 (delapan) program studi Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi dengan menggunakan kuesioner yang akan disiapkan sebelumnya. Data sekunder diperoleh dari literatur-literatur dan data pendukung penelitian guna melengkapi data-data primer yang diperoleh dari penelitian ini.

Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini merupakan *proportional stratified sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi yang berjumlah 1.623 orang. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* (Sugiyono, 2017).

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

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat Kesalahan Standar 5%

$$n = \frac{1.623}{1 + 1.623 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.623}{1 + 1.623 (0,01)}$$

$$n = \frac{1.623}{1 + 16,23}$$

$$n = \frac{1.623}{17,23}$$

$$n = 94$$

Jadi, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 94 responden.

Pendekatan ini didukung oleh Kothari (2004) yang menyatakan bahwa *stratified sampling* meningkatkan presisi estimasi parameter populasi. Perhitungan alokasi proporsional menggunakan rumus berikut:

$$ni = \frac{Ni}{N} \cdot n$$

Keterangan:

ni = Jumlah Sampel Strata Program Studi

n = Jumlah Sampel Seluruh Program Studi

Ni = Jumlah Populasi

N = Jumlah Populasi Seluruh Program Studi

Tabel 1. Distribusi Sampel

Stratum Program Studi	Populasi Strata	Perhitungan Sampel	Sampel
Proteksi Tanaman	59	59x94/1.623	3
Agronomi	117	117x94/1.623	7
Ilmu Tanah	111	111x94/1.623	6
Agrabisnis	577	577x94/1.623	33
Teknologi Pangan	148	148x94/1.623	9
Teknik Pertanian	338	338x94/1.623	20
Ilmu Kehutanan	158	158x94/1.623	9
Agroteknologi	115	115x94/1.623	7
Jumlah	1.623		94

Sumber: Data Primer, 2025

Sampel yang dibagi berdasarkan strata jurusan adalah sebanyak 94 sampel dengan pembagian 8 Strata Program Studi.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang akan diukur dalam penelitian ini berikut:

1. Kriteria Sampel

- Mahasiswa Aktif Angkatan 2020 sampai Angkatan 2024 di Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi.
- Jenis Kelamin
- Angkatan
- Program Studi

Untuk mengukur pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga, dan pengetahuan *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa di sektor pertanian, penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rentang 1-3 yaitu:

- 1 = Tidak Setuju (TS)
- 2 = Netral (N)
- 3 = Setuju (S)

- Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel utama yang akan diukur, yaitu Efikasi Diri (X1), Lingkungan Keluarga (X2), Pemahaman *Digital Marketing* (X3), dan Minat Berwirausaha (Y). Setiap variabel memiliki

indikator yang disusun berdasarkan teori dan literatur yang relevan.

a. Efikasi Diri (X1) indikator terdiri dari:

- Keyakinan dalam menghadapi tantangan wirausaha.
- Kepercayaan diri dalam mengambil keputusan.
- Kemampuan menghadapi kegagalan.
- Keterampilan mengelola bisnis pertanian.

b. Lingkungan Keluarga (X2) indikator terdiri dari:

- Dukungan orangtua terhadap usaha pertanian.
- Keluarga memiliki usaha di bidang pertanian.
- Motivasi dari keluarga untuk berwirausaha.
- Diskusi keluarga terkait wirausaha pertanian.

c. Pemahaman *Digital Marketing* (X3) indikator terdiri dari:

- Pemahaman tentang media sosial sebagai alat pemasaran.
- Pemanfaatan *e-commerce* dalam bisnis pertanian.
- Kemampuan membuat konten digital pemasaran.
- Pemahaman strategi iklan digital.

d. Minat Berwirausaha (Y) indikator terdiri dari:

- Perasaan senang terhadap usaha pertanian.
- Ketertarikan terhadap bisnis pertanian.
- Keinginan untuk memiliki usaha pertanian sendiri.
- Motivasi untuk belajar lebih lanjut tentang bisnis pertanian.

Metode Analisa Data

Metode analisis data meliputi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, kemudian Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Multikolinearitasserta metode analisa data yang dipergunakan adalah Analisis Regresi Berganda, sementara Uji Hipotesis terdiri dari Uji Parsial (Uji t), Uji Signifikan Simultan (Uji F) dan mengikuti untuk melihat hasil menggunakan Uji koefisien Determinasi (R^2).

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

variabel independen yaitu pendidikan efikasi diri (X_1), lingkungan keluarga (X_2) dan pengetahuan *digital marketing* (X_3), terhadap variabel dependen, yaitu minat berwirausaha (Y). Persamaan regresi dapat dirumuskan berikut.

$$Y_i = a + b_1 X_{1i} + b_2 X_{2i} + b_3 X_{3i} + e_i$$

Keterangan:

Y_i = Minat Berwirausaha

X_{1i} = Pendidikan Efikasi Diri

X_{2i} = Lingkungan Keluarga

X_{3i} = Pengetahuan *Digital Marketing*

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Masing-Masing Variabel Independen

e_i = Error atau residual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah kerja Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT) yang berlokasi di Kota Manado, Sulawesi Utara. Fakultas Pertanian yang merupakan salah satu fakultas dari 11 yang ada di Universitas Sam Ratulangi. Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi memiliki tugas dan fungsi yaitu memberikan Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat. Terdapat 8 Program Studi yang dimiliki Fakultas Pertanian yaitu Agronomi, Agroteknologi, Agribisnis, Ilmu Tanah, Proteksi Tanaman, Teknik Pertanian, Teknologi Pangan dan Ilmu Kehutanan yang ada di Universitas Sam Ratulangi.

Secara geografis, daerah ini terletak di kawasan agraris dengan topografi bervariasi, mulai dari dataran rendah hingga perbukitan, yang mendukung beragam aktivitas pertanian. Iklim di wilayah ini termasuk tipe tropis basah dengan curah hujan tinggi sepanjang tahun, sangat cocok untuk budidaya tanaman pangan, hortikultura dan perkebunan. Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT) turut serta dalam mengembangkan inovasi pertanian, termasuk penerapan teknologi budidaya, pascapanen, serta sistem agribisnis yang berkelanjutan.

Visi

Fakultas Pertanian bermutu dan berbudaya dalam layanan Tridharma berbasis kawasan wallacea.

Misi

1. Menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam penyelenggaraan:
 - a. Program pembelajaran yang bermutu.
 - b. Pengembangan IPTEK berbasis sumberdaya lokal yang bermutu dan ramah lingkungan.
 - c. Pelayanan kepada masyarakat yang bermutu.
2. Mengembangkan jejaring kerjasama dengan institusi pemerintah dan swasta, baik lokal, nasional maupun internasional.

Sejarah Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi memiliki sejarah panjang yang dimulai sejak tanggal 1 Mei 1960. Pada awal pendiriannya, fakultas ini dikenal dengan nama Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Sulawesi Utara, yang pada saat itu masih berstatus sebagai perguruan tinggi swasta. Perkembangan institusi ini mengalami perubahan signifikan pada tahun 1961, ketika Universitas Sulawesi Utara resmi beralih status menjadi perguruan tinggi negeri. Perubahan status ini menandai tonggak penting dalam pengembangan pendidikan tinggi di wilayah tersebut. Selanjutnya, pada tahun 1963 universitas ini mengalami perubahan nama menjadi Universitas Sulawesi Utara dan Tengah (UNSULUTTENG), yang mencerminkan perluasan cakupan wilayah dan fungsi institusi tersebut. Seiring dengan perubahan tersebut, Fakultas Pertanian dan Peternakan juga mengalami perkembangan dan penyesuaian, yang kemudian berlanjut dengan perubahan nama universitas menjadi Universitas Sam Ratulangi.

Karakteristik Responden

Penelitian pada Mahasiswa Angkatan 2020-2024 Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado. Tabel distribusi program studi, responden penelitian ini berasal dari Fakultas Pertanian.

Tabel 1. Distribusi Program Studi

No.	Program Studi	n	%
1	Proteksi Tanaman	3	3.0
2	Agronomi	7	7.0
3	Ilmu Tanah	6	6.0
4	Agribisnis	34	33.0
5	Teknologi Pangan	9	9.0
6	Teknik Pertanian	20	20.0
7	Ilmu Kehutanan	9	9.0
8	Agroteknologi	7	7.0
Jumlah		94	94.0

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 1 maka responden terdiri dari Prodi Proteksi Tanaman berjumlah 3 orang (3.0%), Agronomi berjumlah 7 orang (7.0%). Ilmu tanah berjumlah 6 orang (6.0%), Agribisnis berjumlah 33 orang (33.0%), Teknologi Pangan berjumlah 9 orang (9.0%), Teknik Pertanian berjumlah 20 orang (20.0%), Ilmu Kehutanan berjumlah 9 orang (9.0%) dan Agroteknologi berjumlah 7 orang (7.0%). Hasil ini menjelaskan bahwa responden terbanyak adalah dari Program Studi Agribisnis dan Teknik Pertanian yang menyumbang lebih dari 20% dari total responden. Program studi lain memiliki representasi yang lebih kecil namun tetap signifikan, sesuai dengan perhitungan jumlah sampel berdasarkan strata terbanyak di Fakultas Pertanian.

Tabel 2. Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	n	%
1	2020	3	3.0
2	2021	43	43.0
3	2022	20	20.0
4	2023	10	10.0
5	2024	18	18.0
Jumlah		94	94.0

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden terdiri dari Angkatan 2020 sebanyak 3 orang (3.0%), Angkatan 2021 sebanyak 43 orang (43.0%), Angkatan 2022 sebanyak 20 orang (20.0%), angkatan 2023 sebanyak 10 orang (10.0%) dan angkatan 2024 sebanyak 18 orang (18.0%). Dapat disimpulkan bahwa hampir setengah responden berasal dari Angkatan 2021, menunjukkan dominasi kelompok tersebut dalam sampel penelitian. Sementara itu, angkatan lain memberikan kontribusi yang bervariasi dengan persentase yang lebih kecil, namun tetap mewakili keberagaman tahun masuk para responden di Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi.

Tabel 3 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	n	%
1	Laki – Laki	44	44.0
2	Perempuan	50	50.0
Jumlah		94	94.0

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 3 menunjukkan mayoritas responden yaitu perempuan sebanyak 50 orang (50.0%) dan jumlah responden laki laki sebanyak 44 orang (44.0%).

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dalam penelitian, seperti kuesioner, dapat mengukur variabel yang dimaksud secara tepat dan akurat. Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap item pertanyaan dengan skor total menggunakan metode korelasi *Person Product Moment*. Suatu item pertanyaan dalam instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi (*r* hitung) yang diperoleh dari analisis antara skor item tersebut dengan skor total seluruh item dalam instrument sama dengan atau lebih besar dari nilai *r* tabel pada tingkat signifikansi 0,05 (*r* hitung > *r* tabel). *R* tabel yang digunakan adalah 0,361, nilai tersebut dilihat dari *r* tabel dan cara penentuan angka menggunakan rumus $df = n-2$ dimana *n* adalah jumlah sampel dengan tingkat signifikansi 5% untuk uji 2 arah.

1. Uji Validitas Efikasi Diri

Tabel 4. Uji Validitas X1

Item Pertanyaan	rhitung	r <table></table>	Keterangan
X1.1	0,760	0,361	Valid
X1.2	0,773	0,361	Valid
X1.3	0,766	0,361	Valid
X1.4	0,617	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 4 menunjukkan seluruh pernyataan untuk variabel efikasi diri dikatakan valid, karena nilai *r* hitung > *r* tabel sebesar 0,361.

2. Uji Validitas Lingkungan Keluarga

Tabel 5. Uji Validitas X2

Item Pertanyaan	rhitung	r <table></table>	Keterangan
X2.1	0,678	0,361	Valid
X2.2	0,514	0,361	Valid
X2.3	0,699	0,361	Valid
X2.4	0,626	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 5 menunjukkan seluruh pernyataan untuk variabel lingkungan keluarga dikatakan valid, karena nilai *r* hitung > *r* tabel sebesar 0,361.

3. Uji Validitas Pemahaman *Digital Marketing*

Tabel 6. Uji Validitas X3

Item Pertanyaan	rhitung	r <table></table>	Keterangan
X3.1	0,579	0,361	Valid
X3.2	0,775	0,361	Valid
X3.3	0,780	0,361	Valid
X3.4	0,613	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 6 menunjukkan seluruh pernyataan untuk variabel pemahaman *digital marketing* dikatakan valid, karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,361.

4. Uji Validitas Minat Berwirausaha Pada Sektor Pertanian

Tabel 7. Uji Validitas Y

Item Pertanyaan	rhitung	rtable	Keterangan
Efikasi Diri	0,678	0,361	Valid
Lingkungan Keluarga	0,643	0,361	Valid
Pemahaman Digital Marketing	0,763	0,361	Valid
Minat Berwirausaha Sektor Pertanian	0,744	0,361	Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 7 menunjukkan seluruh pernyataan untuk variabel minat berwirausaha pada sektor pertanian dikatakan valid, karena nilai r hitung > r tabel sebesar 0,361.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui jawaban responden sesuai dengan data yang digunakan sehingga terdapat konsistensi jawaban dan stabil jika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Uji reliabilitas ini melihat angka *cronbach's Alpha*, yang mengukur konsistensi internal dari suatu instrument berbentuk angket. Nilai *cronbach's Alpha* berkisar antara 0 hingga 1, dimana nilai > 0,60 dianggap menunjukkan reliabilitas yang baik.

Tabel 8. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Efikasi Diri	0,706	Valid
Lingkungan Keluarga	0,646	Valid
Pemahaman Digital Marketing	0,631	Valid
Minat Berwirausaha Sektor Pertanian	0,663	Valid

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 8 menunjukkan hasil uji reliabilitas seluruh variabel yang berasal dari 94 responden menunjukkan hasil bahwa variabel efikasi diri (X1), lingkungan keluarga (X2), pemahaman *digital marketing* (X3) dan minat berwirausaha pada sektor pertanian (Y) memiliki nilai *cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Menggunakan (K-S)

Menurut Ghazali (2018), distribusi normal dari variabel residual dapat menggunakan nilai signifikansi yang diperoleh dari metode monte carlo. Uji normalitas akan dipenuhi atau dianggap lolos apabila *nimai monte carlo sig (2-tailed)*

diatas 0,05. Hasil metode uji *one sample Kolmogorov Smirnov* (K S) disajikan pada tabel berikut.

Tabel 9. Uji Normalitas

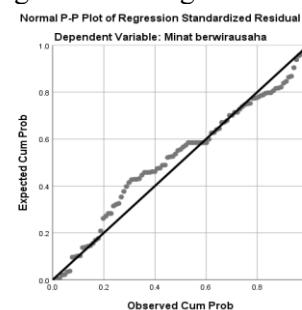
		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Unstandardized Residual	
N			99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1,39985208	
Most Extreme Differences	Absolute	.123	
	Positive	.074	
	Negative	-.123	
Test Statistic		.123	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.090 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound .082 Upper Bound .097	

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 9 menunjukkan hasil nilai statistik sebesar 0.123 dan nilai signifikansi sebesar 0.90 dimana nilai signifikansi tersebut lebih besar dari nilai alpha sebesar 0,05, dapat disimpulkan bahwa data tersebut layak digunakan dalam analisis statistik yang mensyaratkan normalitas data.

Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot

Normal Probability (P-P Plot) adalah grafik visual yang digunakan untuk melihat apakah sekumpulan data atau residual (regresi) mengikuti distribusi normal. Grafik ini membandingkan probabilitas kumulatif empiris dengan probabilitas kumulatif dari distribusi normal. Jika data benar-benar normal, titik-titik pada grafik akan membentuk garis lurus diagonal.



Gambar 1. Grafik P-Plot

Gambar 1 menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal, dimana data tersebar mengikuti arah garis diagonal (membentuk garis melingkar), sehingga dapat diketahui bahwa pada grafik P Plot residual terdistribusi normal (asumsi terpenuhi).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan varians

residual antar pengamatan. Jika varians bersifat konstan, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varians tidak stabil, maka disebut heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, metode *Glejser* digunakan untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas. Jika hasil uji menunjukkan nilai signifikansi diatas 0,05 dapat disimpulkan bahwa data penelitian terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dapat disajikan pada tabel berikut.

Tabel 10. Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig
(Constant)	1,686	,602		2,801	,006
Efikasi Diri	-,039	,065	-,075	-,604	,547
Lingkungan Keluarga	,043	,056	,104	,849	,398
Pemahaman Digital Marketing	-,080	,057	-,160	-,1404	,164

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 10 menunjukkan nilai signifikansi pada setiap variabel menunjukkan angka yang lebih tinggi dari alpha 0,05. Untuk variabel efikasi diri adalah 0,547, variabel lingkungan keluarga sebesar 0,398, variabel pemahaman *digital marketing* sebesar 0,164. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas pada masing-masing variabel.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antar variabel independent dalam sebuah model regresi. Tujuan utama dari uji ini adalah memastikan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan tidak saling berkaitan, sehingga tidak menimbulkan masalah multikolinearitas. Metode pengujian yang dipakai dalam pengujian ini adalah melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang diperoleh. Jika VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas.

Tabel 11. Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity statistic	
	Tolerance	VIF
Constant		
Efikasi Diri	,666	1,502
Lingkungan Keluarga	,679	1,472
Pemahaman Digital Marketing	,786	1,272

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 11 menunjukkan bahwa untuk variabel independen tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan dari nilai VIF (*Variance Inflation*

Factor) dari semua variabel bebas, yaitu variabel efikasi diri sebesar 1,502, variabel lingkungan keluarga sebesar 1,472 dan variabel pemahaman *digital marketing* sebesar 1,272. Dimana nilai VIF ketiga variabel tersebut dibawah 10. Selain itu, juga ditunjukkan nilai tolerance dari semua variabel bebas nilainya > 0,1 dengan demikian, model regresi ini memenuhi asumsi bebas multikolinearitas, sehingga hasil analisis dapat diandalkan.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara residual pada satu observasi dengan residual pada observasi lainnya dalam model regresi. Salah satu metode yang paling umum digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan melihat nilai Durbin-Watson (DW).

Tabel 12. Uji Autokorelasi

Adjusted R	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
,395	1,42178	1,964

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 12 menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,964 berada di antara 1,5 hingga 2,5. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi yang digunakan, sehingga model regresi dapat dikatakan memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam regresi linear berganda, hal yang perlu dianalisis adalah persamaan regresi, koefisien, determinasi, kesalahan baku estimasi, kesalahan baku koefisien regresi, nilai f hitung dan nilai t hitung.

Tabel 13. Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	B		
(Constant)	3,059	,911		3,359	,001
Efikasi Diri	,328	,098	,321	3,336	,001
Lingkungan Keluarga	,339	,085	,381	3,997	,000
Pemahaman Digital Marketing	,053	,086	,055	,621	,536

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 13 menunjukkan bahwa nilai konstanta a sebesar 3,059, koefisien regresi b1 sebesar 0,328, koefisien regresi b2 sebesar 0,339,

koefisien regresi b3 0,053 dan koefisien regresi (a,b1,b2,b3) dimasukkan dalam persamaan regresi linear berganda berikut :

$$Y_i = 3,059 + 0,328X_{1i} + 0,339X_{2i} + 0,053X_{3i}$$

Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independent yaitu efikasi diri, pemahaman *digital marketing* dan minat berwirausaha terhadap variabel dependen yaitu minat berwirausaha pada sektor pertanian, Uji t digunakan untuk membuat keputusan hipotesis terbukti atau tidak, dimana signifikansi yang digunakan adalah 0,05.

Tabel 14. Hasil Uji t

Model	t	Sig
Constant	3,359	,001
Efikasi Diri	3,336	,001
Lingkungan Keluarga	3,997	,000
Pemahaman Digital Marketing	,621	,536

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 14 dapat dijelaskan bahwa uji hipotesis pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai signifikansinya untuk pengaruh variabel efikasi diri (X1) terhadap minat berwirausaha adalah $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima yang berarti variabel efikasi diri berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel minat berwirausaha (Y). dengan demikian, Penelitian ini menolak pernyataan 1 dan menerima pernyataan 2.

Uji F (Simultan)

Hipotesis simultan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa pada sektor pertanian.

Tabel 15. Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean square	F	Sig
Regression	135,314	3	45,105	22,313	,000 ^b
Residual	192,039	95	2,021		
Total	327,354	98			

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 15 menunjukkan pengaruh efikasi diri X1), lingkungan keluarga (X2) dan pemahaman *digital marketing* (X3) dengan nilai fhitung sebesar 22,313 adalah jumlah variabel dalam

penelitian dengan nilai probabilitas Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,5.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Pertanian UNSRAT, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis menolak pernyataan 1 dan menerima pernyataan 2. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh efikasi diri, lingkungan keluarga dan pemahaman *digital marketing* yang signifikan secara Bersama sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada sektor Pertanian. Dari persamaan regresi berganda dapat dilihat berikut:

1. Nilai Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 0,359 berarti jika Efikasi diri (X1), Lingkungan keluarga (X2), dan pemahaman *digital marketing* (X3) nilainya 0 atau konstan, maka minat berwirausaha pada sektor pertanian (Y) nilainya sebesar 3,059. Konstanta ini menjadi nilai dasar dari minat berwirausaha sebelum dipengaruhi oleh ketiga variabel independent tersebut.

2. Efikasi Diri

Koefisien regresi untuk efikasi diri sebesar 0,328 dengan nilai signifikansi 0,001 ($\text{sig} < 0,05$), artinya efikasi diri berpengaruh positif (+) dan sangat nyata terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Peningkatan efikasi diri mahasiswa dapat dilakukan melalui berbagai strategi, seperti pemberian pelatihan kewirausahaan, simulasi bisnis, mentoring, dan penyediaan ruang bagi mahasiswa untuk bereksperimen dan belajar dari pengalaman nyata. Selain itu, lingkungan kampus dapat menciptakan atmosfer yang mendukung mahasiswa untuk berani mencoba, tidak takut gagal, dan terus belajar dari kesalahan. Dengan demikian, mahasiswa akan memiliki mentalitas yang tangguh dan siap menghadapi dinamika dunia usaha yang penuh ketidakpastian.

Lebih jauh, penguatan efikasi diri juga dapat dilakukan melalui pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), di mana mahasiswa dapat untuk terlibat langsung dalam kegiatan

wirausaha, baik melalui program magang, proyek bisnis, maupun kompetisi kewirausahaan. Melalui pengalaman tersebut, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri serta kemampuan mengelola risiko dan mengambil keputusan secara mandiri.

Temuan ini juga mengisyaratkan bahwa dalam upaya menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa, faktor internal seperti efikasi diri tidak dapat diabaikan. Mahasiswa yang memiliki efikasi diri tinggi akan lebih mudah termotivasi untuk berwirausaha, meskipun menghadapi berbagai tantangan dan risiko yang melekat dalam dunia usaha. Oleh karena itu, program pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi hendaknya tidak hanya berfokus pada aspek pengetahuan teknis, tetapi juga pada penguatan aspek psikologis, khususnya efikasi diri mahasiswa.

3. Lingkungan Keluarga

Koefisien regresi lingkungan keluarga sebesar 0,339 dengan nilai signifikansi 0,000 ($Sig < 0,05$) menunjukkan bahwa lingkungan keluarga juga berpengaruh positif (+) dan sangat nyata terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Secara teoritis, lingkungan keluarga merupakan salah satu faktor eksternal yang sangat penting dalam membentuk karakter, nilai, dan motivasi individu, termasuk dalam hal minat berwirausaha. Lingkungan keluarga yang kondusif, penuh dukungan, dan memberikan teladan wirausaha akan menumbuhkan kepercayaan diri serta keberanian mahasiswa untuk mencoba dan menekuni dunia usaha. Keluarga dapat menjadi sumber inspirasi, motivasi, bahkan modal awal dalam proses pembentukan minat dan sikap kewirausahaan. Dukungan yang diberikan bisa berupa dorongan moral, bimbingan, pengalaman, hingga fasilitas yang memadai untuk memulai usaha.

Selain itu, lingkungan keluarga juga dapat memfasilitasi mahasiswa dalam menghadapi tantangan dan risiko yang mungkin muncul dalam proses berwirausaha. Keluarga yang terbuka terhadap diskusi, mampu memberikan solusi atas permasalahan, serta mendorong

mahasiswa untuk tetap berusaha meski menghadapi kegagalan, akan membentuk mentalitas. Hal ini sangat penting, mengingat dunia usaha penuh dengan ketidakpastian dan membutuhkan keberanian serta ketekunan yang tinggi.

4. Pemahaman *Digital Marketing*

Koefisien regresi pemahaman *digital marketing* sebesar 0,053 dengan nilai signifikansi 0,536 ($Sig > 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa pemahaman *digital marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya, meskipun terdapat kecenderungan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman *digital marketing* yang dimiliki mahasiswa, minat mereka untuk berwirausaha juga meningkat, namun secara statistik pengaruh tersebut belum cukup kuat untuk dinyatakan signifikan dalam model penelitian ini.

Digital marketing merupakan salah satu kompetensi penting di era ekonomi digital saat ini. Pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital, media sosial, serta strategi pemasaran berbasis teknologi informasi diyakini dapat membuka peluang baru dan memperluas jangkauan pasar bagi pelaku usaha, termasuk mahasiswa yang ingin memulai bisnis. Namun, dalam penelitian ini, hasil analisis menunjukkan bahwa pemahaman *digital marketing* belum menjadi faktor penentu utama yang mendorong minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Beberapa faktor dapat menjadi alasan mengapa pengaruh pemahaman *digital marketing* terhadap minat berwirausaha mahasiswa tidak signifikan. Pertama, meskipun mahasiswa telah memiliki pengetahuan dasar tentang *digital marketing*, mereka mungkin belum memiliki pengalaman praktis yang cukup untuk merasakan manfaat nyata dari penerapan strategi digital dalam membangun usaha terlihat dari beberapa alasan responden yang menyatakan mengetahui manfaat langsung namun. Kedua, motivasi utama mahasiswa untuk berwirausaha kemungkinan masih lebih dipengaruhi oleh faktor internal, seperti efikasi diri, atau faktor eksternal, seperti dukungan keluarga, dibandingkan dengan faktor pengetahuan teknis seperti *digital marketing*. Ketiga, bisa

jadi mahasiswa masih memandang *digital marketing* sebagai pelengkap, bukan sebagai kebutuhan utama dalam memulai usaha, terutama jika mereka belum pernah terlibat langsung dalam kegiatan bisnis. Selain itu, hasil penelitian ini juga menegaskan pentingnya integrasi antara aspek pengetahuan teknis dan aspek psikologis dalam pengembangan minat berwirausaha mahasiswa. Penguasaan *digital marketing* memang penting, selain itu harus diimbangi dengan kepercayaan diri, motivasi, dan dukungan lingkungan, agar mahasiswa benar-benar siap dan termotivasi untuk memulai usaha.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran statistik yang digunakan dalam variabel dependen (terikat) yang dapat dijelaskan oleh variabel independent (bebas) dalam model regresi nilai R² berada dalam rentang antara 0 hingga 1.

Tabel 16. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	,663 ^a	,440	,421	1,36598

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 16 menunjukkan diperoleh nilai R Square sebesar 0,440 dan nilai (*Adjusted R Square*) sebesar 0,421. Nilai ini mengindikasi bahwa sebesar 44 % variasi atau perubahan pada minat berwirausaha mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yaitu Efikasi Diri (X₁), Lingkungan Keluarga (X₂), dan Pemahaman *Digital Marketing* (X₃) secara bersama-sama. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 56% Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Pada Sektor Pertanian dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Efikasi Diri berpengaruh positif (+) dan sangat nyata terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada Sektor Pertanian.

2. Lingkungan Keluarga berpengaruh positif (+) dan sangat nyata terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada Sektor Pertanian.
3. Pemahaman *Digital Marketing* berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada Sektor Pertanian.
4. Secara Simultan, Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Pemahaman *Digital Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi pada Sektor Pertanian.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Walaupun *digital marketing* belum berpengaruh signifikan, penting bagi perguruan tinggi untuk tetap meningkatkan literasi digital mahasiswa dengan memberikan ruang praktik nyata, magang, atau kompetisi wirausaha berbasis digital. Dengan pengalaman langsung, diharapkan pemahaman *digital marketing* akan semakin relevan dan berdampak terhadap minat berwirausaha di masa mendatang.
2. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menambah variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berwirausaha, seperti pengalaman organisasi, lingkungan sosial, akses modal, atau faktor psikologis lainnya. Selain itu, memperluas cakupan responden juga memberikan gambaran yang komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.
3. Kekurangan penelitian ini terdapat pada indikator pertanyaan pada variabel pengetahuan *digital marketing* kurang kuat. Disarankan untuk peneliti selanjutnya membuat indikator pertanyaan yang lebih kuat khususnya di variabel pemahaman *digital marketing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhari. 2018. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap

- Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2014. *JOM Fisip* 5(1):1-18
- Badan Pusat Statistik. 2002. *Statistik Pemuda Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. 1998. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers?. *Journal of Business Venturing*. 13(4): 295-316.
- Riana, I. G. 2018. *Entrepreneurship: Konsep dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empa.
- Kothari. 2004. *Research Methodology. Methods and Techniques*. New Delhi: New Age International.
- Project, U. 2022. *Minat Generasi Muda Terhadap Sektor Pertanian Di Indonesia*. Jakarta: Upland Project.
- Soemartono, J. K. 2015. *Kewirausahaan Sektor Informal: Potensi dan Strategi Pengembangan Di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Teece, D., Peteraf, M., & Leih, S. 2016. *Dynamic Capabilities and Organizational Agility: Risk, Uncertainty and Entrepreneurial Management In The Innovation Economy*. Tuck School Of Business At Dartmouth: California Management Review, Forthcoming.