

PENGARUH MOTIVASI EKONOMI DAN MOTIVASI SOSIAL DALAM MENDORONG GENERASI MUDA MEMULAI USAHA

Asyifah Fauzah Delfira¹ Suci Ramadani² Peby Monica³ Dilla Amelia Ramadhani⁴ Putri Yuliarman⁵

¹⁾ Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

Email: asyifafauzahdelfira@gmail.com, sucirama124@gmail.com, pebymonicashmbng@gmail.com,
dillaameliarmd@gmail.com, putriyuliarman83@gmail.com

Abstract

The younger generation starts businesses with a strong drive from economic motivation and social motivation, with this drive making them innovate and contribute through the business they run. This article aims to look at the influence of economic motivation and social motivation on the younger generation in starting a business. This study uses a quantitative approach. The data collection technique was through the distribution of questionnaires through google from 50 respondents. The results of this study can be concluded that the variable of economic motivation is more dominant in influencing the younger generation to start a business.

Keywords: Economic Motivation, Social Motivation, Starting a Business

Article Information:

Received Date: 2 Januari 2025

Revised Date:

Accepted Date: 6 Januari 2025

PENDAHULUAN

Generasi muda merupakan tulang punggung bangsa di masa depan, dan mereka memiliki peranan penting dalam membangun pondasi kokoh bagi kemajuan dan keberlanjutan negara. Generasi muda memiliki kemampuan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi bangsa melalui terobosan bisnis melalui inovasi kreatif yang mereka curahkan dalam bentuk kreativitas dalam berwirausaha (Universitas & Jaya, n.d.). Namun, motivasi yang mendorong mereka untuk memulai usaha tidak hanya berasal dari satu sumber, melainkan dari kombinasi faktor ekonomi dan sosial.

Pada satu sisi, motivasi ekonomi merupakan salah satu faktor utama yang mendorong generasi muda untuk memulai usaha. Faktor-faktor seperti kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja baru, menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi, dan mengurangi tingkat pengangguran, merupakan alasan yang kuat bagi generasi muda untuk terjun ke dunia usaha. Selain itu, adanya peluang bisnis yang beragam dan teknologi yang memudahkan proses bisnis juga dapat meningkatkan motivasi ekonomi mereka (Asmini et al., 2024).

Namun, motivasi sosial juga tidak dapat diabaikan. Faktor-faktor seperti lingkungan sosial, pendidikan, dan inspirasi dari tokoh-tokoh yang sukses, dapat mempengaruhi keputusan generasi muda untuk memulai usaha (Wijaya et al., 2023). Contohnya, inspirasi dari tokoh-tokoh seperti Ciputra dan Susi Pudjiastuti, yang telah mengembangkan berbagai proyek sukses dan mengubah paradigma di industri mereka, dapat menjadi contoh yang menginspirasi bagi generasi muda.

Selain itu, pendidikan juga berperan penting dalam meningkatkan motivasi sosial generasi muda. Pendidikan yang relevan dengan kebutuhan zaman dapat membantu generasi muda memahami peluang bisnis dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk memulai usaha (T. Ritonga, 2022). Program-program kegiatan yang berorientasi pada pembinaan, seperti yang dilakukan oleh Pemprov Sumbar, juga dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam memulai usaha dan mengembangkan usaha yang telah dimulai (Lopentus & Slamet, 2019).

Dengan demikian, studi perbandingan antara motivasi ekonomi dan sosial dalam mendorong generasi muda memulai usaha sangat relevan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan faktor-faktor ekonomi dan sosial yang mempengaruhi keputusan generasi muda untuk memulai usaha, serta menemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan motivasi mereka dalam memulai dan mengembangkan usaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Motivasi sangat mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi wirausaha. Seorang yang memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi, akan melakukan suatu tindakan dalam proses bisnisnya (S. R. W. Ritonga et al., 2022). Jika dalam berusaha tidak memiliki dasar motivasi berwirausaha yang kuat, maka kecil kemungkinan bahwa suatu usaha akan mengalami pertumbuhan.

Setiap usaha yang dijalankan seseorang dilakukan berdasarkan modal dan kemampuan diri sendiri, sanggup mengambil resiko dalam berusaha, dan usaha tersebut dapat menjadi teladan bagi orang lain (Rustini et al., 2019). Kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri merupakan faktor penting dalam meraih keberhasilan suatu usaha dan setiap sukses yang diperoleh akan memperkuat kepercayaan diri seseorang menjadi wirausaha. Sebagai seorang yang melakukan wirausaha, bukanlah sosok manusia yang sepenuhnya rasional, yang hanya terdorong mencari laba dan hanya mengambil keputusan atas dasar perhitungan rasional semata.

Motivasi Ekonomi

Motivasi ekonomi adalah keinginan yang muncul dalam seseorang untuk meningkatkan kemampuan pribadi mereka untuk mencapai keuntungan finansial (Rahayu et al., 2021a). Motivasi ekonomi adalah dorongan yang mempengaruhi individu atau kelompok dalam membuat keputusan terkait alokasi sumber daya yang terbatas. Motivasi ini meliputi keinginan untuk memenuhi kebutuhan dasar, meraih keuntungan, atau mencapai kesejahteraan sosial dan ekonomi. Dalam konteks ekonomi, perilaku individu sering kali didorong oleh prinsip rasionalitas, yaitu melakukan tindakan yang memberikan manfaat maksimal dengan pengorbanan minimal.

Menurut (Rahayu et al., 2021b) motivasi ekonomi utama individu adalah mengejar kepentingan pribadi (self-interest) yang secara tidak langsung juga mendukung kesejahteraan masyarakat melalui "invisible hand" atau mekanisme pasar yang efisien. Di sisi lain, menurut (S. R. W. Ritonga et al., 2022) berpendapat bahwa motivasi ekonomi dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti kecenderungan untuk menabung atau konsumsi yang bervariasi berdasarkan kondisi ekonomi makro. Sementara itu, menurut (Siti Samsiyah et al., 2023) melihat motivasi ekonomi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional, tetapi juga dorongan untuk mendapatkan status sosial, melalui konsumsi yang mencerminkan prestise (conspicuous consumption).

Sumber daya terbatas mendorong individu untuk membuat keputusan ekonomi berdasarkan kalkulasi manfaat dan risiko, namun preferensi sosial dan psikologis juga berperan

penting. Motivasi ekonomi tidak hanya bersifat material, tetapi juga dipengaruhi oleh keinginan untuk diakui atau dihormati dalam masyarakat (Permana & Suartana, 2018). Ini memperlihatkan bahwa perilaku ekonomi manusia lebih kompleks daripada sekadar mengejar keuntungan finansial.

Motivasi ekonomi mendorong minat generasi muda dalam memulai usaha, karena dorongan untuk mencapai kemandirian finansial dan menciptakan peluang baru menjadi faktor utama dalam keputusan mereka untuk berwirausaha (Bayti, 2023). Banyak generasi muda yang terdorong oleh keinginan untuk mengatasi tantangan ekonomi, seperti tingginya angka pengangguran dan ketidakpastian di pasar kerja, sehingga mereka mencari alternatif melalui kewirausahaan (Farwati & Santosa, 2023). Selain itu, perkembangan teknologi dan akses yang lebih mudah terhadap informasi serta sumber daya telah meningkatkan keyakinan mereka untuk berinovasi dan mengejar ide-ide bisnis yang kreatif (Alimuddin & Poddala, 2023). Motivasi ekonomi ini tidak hanya mengarah pada pencapaian keuntungan, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi masyarakat, seperti menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Adapun faktor-faktor motivasi ekonomi dalam penelitian ini adalah status, pencapaian, hormat diri, pengakuan dan perhatian (Rahayu et al., 2021c).

Status, pencapaian, hormat diri, pengakuan, dan perhatian adalah elemen penting yang berkaitan erat dengan motivasi ekonomi dalam mendorong seseorang untuk berusaha lebih keras. Status dalam konteks ekonomi mencerminkan posisi seseorang di masyarakat berdasarkan prestasi finansial yang diperoleh (Ramadhanti et al., 2016). Pencapaian finansial menjadi bukti nyata dari hasil kerja keras, yang pada gilirannya meningkatkan hormat diri, yaitu perasaan bangga terhadap kemampuan untuk mencapai kemandirian ekonomi. Pengakuan dari lingkungan sosial terhadap keberhasilan ekonomi tersebut memberikan dorongan lebih lanjut untuk terus berkembang (Wiani et al., 2018). Selain itu, perhatian yang diberikan oleh orang lain, baik dalam bentuk dukungan maupun apresiasi, memperkuat motivasi ekonomi untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi.

Motivasi Sosial

Woodworth dan Marques mendefinisikan motivasi adalah kumpulan dorongan atau kesiapan yang membuat seseorang lebih cenderung melakukan kegiatan tertentu dan mencapai tujuan tertentu. (Perdana Fani Juliyanto, 2019). Motivasi sosial adalah dorongan yang memengaruhi individu untuk berinteraksi dengan orang lain, mencapai penerimaan sosial, serta memenuhi kebutuhan akan rasa memiliki,

dihargai, dan diakui dalam kelompok sosial. Dalam psikologi sosial, motivasi ini dianggap sebagai salah satu kekuatan dasar yang memandu perilaku manusia karena manusia adalah makhluk sosial yang bergantung pada interaksi dengan sesama untuk bertahan dan berkembang (Perdana, 2019).

Menurut (Yuliana, 2018), motivasi sosial berada pada tingkatan ketiga dalam hierarki kebutuhan setelah kebutuhan fisiologis dan keamanan. Kebutuhan ini mencakup rasa cinta, kasih sayang, dan rasa memiliki yang memotivasi seseorang untuk menjalin hubungan dan menjadi bagian dari kelompok.

Motivasi sosial berakar pada keinginan manusia untuk berhubungan dan berinteraksi dengan individu atau kelompok lain. Dorongan untuk diterima, dihargai, dan diakui berperan besar dalam membentuk perilaku sosial manusia (Mujib & Suyadi, 2020). Selain itu, motivasi ini juga terkait dengan kebutuhan akan dukungan emosional dan perasaan aman dalam komunitas, yang pada akhirnya membantu manusia mencapai kesejahteraan psikologis dan emosional.

Motivasi sosial berperan penting dalam membentuk minat generasi muda untuk memulai usaha, karena dorongan untuk mendapatkan pengakuan dan membangun hubungan dalam komunitas bisnis menjadi faktor kunci (Hantoro et al., 2024). Generasi muda sering terdorong untuk menciptakan usaha yang tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga memungkinkan mereka terhubung dengan jaringan profesional, teman sebaya, dan mentor yang mendukung. Selain itu, keinginan untuk memberikan dampak sosial, diakui sebagai inovator, dan berkontribusi positif bagi masyarakat melalui usaha juga menjadi pendorong. Dengan motivasi sosial, mereka tidak hanya mengejar kesuksesan pribadi, tetapi juga berusaha menciptakan pengaruh yang lebih luas dalam komunitas sosial mereka. Faktor-faktor motivasi sosial dalam penelitian ini adalah fisiologis, rasa aman, rasa sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri (Wahyuni et al., 2023).

Fisiologis merujuk pada kebutuhan dasar manusia, seperti makanan, air, dan tempat tinggal, yang harus terpenuhi untuk dapat menjalani kehidupan dengan baik. Setelah kebutuhan ini tercukupi, muncul kebutuhan akan rasa aman, yaitu keinginan untuk memiliki stabilitas dan perlindungan baik secara fisik maupun emosional (Maryam, 2019). Rasa sosial kemudian menjadi penting, di mana individu merasa terdorong untuk membangun hubungan dengan orang lain, seperti persahabatan dan keterikatan dalam kelompok. Penghargaan berkaitan dengan keinginan untuk mendapatkan pengakuan dan dihargai oleh lingkungan sekitar atas kontribusi atau prestasi yang dicapai. Pada akhirnya, menurut (Tarumasely et al.,

2024)aktualisasi diri adalah puncak dari motivasi sosial, di mana seseorang ingin mencapai potensi tertingginya dan memberikan dampak yang berarti bagi diri sendiri dan orang lain. Semua aspek ini saling terkait dalam memotivasi individu untuk terlibat dan berkontribusi dalam kehidupan sosial.

Memulai Usaha

Memulai usaha pada generasi muda menjadi semakin relevan dalam situasi ekonomi yang penuh tantangan. Banyak anak muda, terutama lulusan sarjana, menghadapi kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan sesuai dengan bidang studi mereka. Kondisi ini mendorong generasi muda untuk berpikir kreatif dan mencari jalan lain, salah satunya melalui wirausaha. Mereka yang bekerja sebagai wirausaha adalah orang-orang yang senang mencoba hal-hal baru dan melakukan kombinasi. (Furqan et al., 2024). Dengan semangat inovasi dan adaptasi, generasi muda dapat menciptakan peluang bisnis yang unik serta mampu mengisi kekosongan di pasar, baik di sektor produk maupun jasa. Oleh karena itu, para lulusan perguruan tinggi/sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (job seeker) namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan (job creator). (Gde et al., 2017)

Teknologi memberikan akses yang lebih luas ke pasar global, memungkinkan anak muda untuk menjual produk dan layanan mereka secara online. Usia muda juga memberikan keunggulan berupa energi dan fleksibilitas, yang sangat berguna dalam mengelola usaha yang sering kali membutuhkan adaptasi cepat dan daya juang tinggi (Riswanto et al., 2024). Selain itu, wirausaha di usia muda memungkinkan mereka untuk belajar dari pengalaman lebih awal, baik dalam hal kesuksesan maupun kegagalan.

Membangun usaha sejak dini juga memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk berkontribusi pada masyarakat. Mereka tidak hanya menciptakan lapangan kerja bagi diri mereka sendiri, tetapi juga berpotensi membuka peluang kerja bagi orang lain (Wigunadika, 2021). Selain itu, generasi muda yang berwirausaha cenderung memiliki pemikiran yang lebih terbuka terhadap perubahan dan inovasi, sehingga mampu membawa ide-ide segar yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi (Riswanto et al., 2024). Keterlibatan mereka dalam usaha-usaha kecil menengah (UKM) juga sering kali menjadi tulang punggung perekonomian lokal.

Dalam jangka panjang, generasi muda yang memulai usaha di usia dini dapat membangun pondasi yang kuat untuk karier dan kehidupan finansial mereka (Susanti, 2024). Dengan bantuan teknologi, pelatihan, serta jaringan profesional yang luas, peluang sukses semakin besar (Yudhanto, 2024). Selain itu,

kemampuan untuk memimpin dan mengelola usaha sendiri memberikan nilai tambah dalam hal pengembangan keterampilan manajemen dan kepemimpinan.

Keinginan untuk memulai usaha adalah dorongan awal yang muncul dari dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan tertentu, sering kali dipicu oleh ketertarikan terhadap bidang atau industri yang diinginkan (Wigunadika, 2021). Ketertarikan ini kemudian memotivasi individu untuk melihat dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar, yang bisa memberikan keuntungan atau ruang untuk inovasi. Dalam proses tersebut, kreativitas menjadi kunci, karena kemampuan untuk berpikir secara orisinal dan menghadirkan solusi baru sangat penting dalam membedakan usaha dari kompetitor (Tarumasely et al., 2024). Selain itu, keberanian mengambil risiko diperlukan karena memulai usaha sering kali melibatkan ketidakpastian dan tantangan, yang hanya bisa dihadapi dengan keyakinan dan kesiapan untuk menerima konsekuensi dari setiap keputusan yang diambil (Wigunadika, 2021). Kombinasi dari elemen-elemen ini menjadi fondasi penting bagi seseorang dalam memulai usaha yang sukses.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui kontribusi antara motivasi ekonomi dan motivasi sosial dalam mendorong generasi muda memulai usaha. Populasi dalam penelitian ini bersifat homogen yaitu generasi muda dari rentang usia 17 sampai 25 tahun, sampel penelitian ini akan melibatkan survey yang dilakukan terhadap generasi muda di sekitaran wilayah kampus Universitas Negeri Medan (UNIMED). Data kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif yaitu regresi linear berganda, untuk mengetahui kontribusi setiap variabelnya yaitu variable motivasi ekonomi dan variable sosial terhadap keputusan memulai usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang faktor-faktor yang paling signifikan dalam mendorong generasi muda memulai usaha.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan kuisioner atau angket yang disebarkan ke generasi muda. Untuk mendeskripsikan semua data yang sudah diperoleh dan juga membuat kesimpulan, maka penelitian menggunakan bantuan program SPSS 22. Skala penilaian yang digunakan untuk setiap responden adalah:

1	Sangat tidak setuju (STS)
2	Tidak setuju (TS)
3	Ragu-ragu (Rr)

4	Setuju (S)
5	Sangat setuju(SS)

diidentifikasi dan mungkin dihilangkan variabel independen yang bermasalah.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas adalah proses pengujian untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran (seperti kuesioner, tes, atau alat pengukuran lainnya) benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Kriteria penerimaan; jika nilai signifikansi $< 0,05$ (atau sesuai standar tertentu), maka instrumen dianggap valid, dan jika $r > r_{table}$: Item dianggap valid.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian tes statistik yang dilakukan untuk memeriksa apakah data yang kita gunakan memenuhi syarat agar model regresi linier berganda dapat digunakan. Pada regresi linier berganda, beberapa uji asumsi klasik yang umum dilakukan adalah; Uji Normalitas, Uji Linearitas, Uji Multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak, karena banyak metode statistik, termasuk regresi, mengasumsikan bahwa residual berdistribusi normal. Kriteria Penerimaan: Jika p-value dari uji Shapiro-Wilk (atau Kolmogorov-Smirnov) $> 0,05$, data dianggap berdistribusi normal, dan jika p-value $\leq 0,05$, data tidak berdistribusi normal, dan perlu pertimbangan untuk transformasi data atau metode non-parametrik.

Uji Linearitas

Uji linearitas mengevaluasi apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear. Hubungan yang tidak linear dapat mengakibatkan model regresi yang tidak akurat. Kriteria Penerimaan: Jika nilai sig untuk $< 0,05$, maka tidak ada hubungan yang linear dan Jika nilai sig $> 0,05$, maka ada hubungan yang linear. Selain itu kriteria penerimaan juga dilihat dari nilai F; Jika F hitung $> F$ tabel, maka tidak ada hubungan yang linear dan Jika F hitung $< F$ tabel, maka ada hubungan yang linear.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah salah satu uji dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi yang tinggi atau hubungan linear yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam sebuah model. Kriteria Penerimaan; Variance Inflation Factor (VIF) < 10 dianggap tidak ada multikolinearitas dan Jika VIF ≥ 10 , perlu

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah salah satu uji dalam analisis regresi yang bertujuan untuk memeriksa apakah variabilitas residual tetap konstan di seluruh rentang nilai prediktor. Heteroskedastisitas dapat menyebabkan estimasi yang tidak efisien. Kriteria Penerimaan: Jika nilai signifikansinya (sig.) Lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dan jika nilai signifikansinya (sig.) Lebih kecil dari 0,05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (variabel terikat) dengan dua atau lebih variabel independen (variabel bebas). Bentuk pengujian regresi berganda meliputi uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji R Square (koefisien determinasi). Adapun persamaan regresinya yaitu:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$$

Uji T (Parsial)

Uji T dalam regresi berganda digunakan untuk menguji signifikansi statistik dari masing-masing koefisien regresi. Dengan kata lain, uji T membantu kita menjawab pertanyaan: "Apakah variabel bebas ini benar-benar memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat?". Kriteria Penerimaan: Jika nilai signifikansi $< 0,05$, koefisien dianggap signifikan secara statistik, menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dan Jika nilai t hitung lebih besar ($>$) dari pada t tabel maka hipotesis diterima, dan terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Uji F (Simultan)

Uji F dalam regresi berganda digunakan untuk menguji apakah semua variabel bebas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Kriteria Penerimaan; Jika $< 0,05$, maka hipotesis diterima, dan terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Dan jika nilai F hitung lebih besar ($>$) dari pada F tabel maka hipotesis diterima, dan terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat

Uji R-Square

Uji R Square dalam regresi berganda merupakan salah satu ukuran yang sangat penting untuk menilai seberapa baik model regresi dalam menjelaskan variasi data. Kriteria Penerimaan: R-Square mendekati 1 menunjukkan model baik dalam menjelaskan variasi data dan apabila R-

Square mendekati 0 menunjukkan model buruk dalam menjelaskan variasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan menunjukkan kecukupan sampel yang baik. Kriteria yang diterima disetiap variabel memiliki signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan item soal angket tersebut dinyatakan valid. Dan Berdasarkan output "Correlations" diketahui Motivasi ekonomi nilai r hitung $0,786 > r$ tabel $0,278$, dari output "Correlations" diketahui motivasi sosial nilai r hitung $0,741 > r$ tabel $0,278$, dan output "Correlations" diketahui memulai usaha nilai r hitung $0,752 > r$ table $0,278$, yang dimana keseluruhan item kuisisioner ini memiliki nilai $r > r$ tabel maka item soal angket tersebut dinyatakan valid, yang artinya, kesseluruhan item ini cukup berkorelasi dengan total skor dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang dimaksud.

Uji Asumsi Klasik

(Uji Normalitas)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

(Uji Linieritas)

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig), diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig. adalah $0,894 > 0,05$. Dan berdasarkan nilai F Dari output di atas, diperoleh nilai F_{hitung} adalah $0,586 < F_{tabel}$ $2,19$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variable Motivasi Ekonomi dengan variabel Memulai Usaha .

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) Dari output di atas, diperoleh nilai Deviation from Linearity Sig. adalah $0,058 > 0,05$. Dan berdasarkan nilai F Dari output di atas, diperoleh nilai F_{hitung} adalah $1,899 < F_{tabel}$ $2,14$, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Motivasi sosial dengan variabel Memulai Usaha.

(Uji Multikolinieritas)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan "Coefficients" pada bagian "Collinearity Statistics" diketahui nilai Tolerance untuk variabel Motivasi Ekonomi dan motivasi sosial adalah $0,913 > 0,10$. Sementara, nilai VIF untuk variabel Motivasi Ekonomi dan motivasi

sosial adalah $1,095 < 10,00$. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

(Uji Heteroskedastisitas)

Berdasarkan tabel output "coefficients" diketahui nilai signifikansinya untuk Motivasi Ekonomi sebesar $0,909 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Selanjutnya untuk variabel Motivasi Sosial nilai signifikansinya sebesar $0,669 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

(Uji Regresi Linear Berganda)

Adapun persamaan regresinya yaitu : $Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$.

Interpretasi Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	31.251	7.430		4.206	.000
Motivasi Ekonomi	.250	.096	.342	2.600	.012
Motivasi Sosial	.230	.105	.288	2.189	.034

a. Dependent Variable: Memulai Usaha

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan Regresi

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 31.251 + 0.250 X_1 + 0.230 X_2$$

Makna persamaan regresi:

Nilai konstanta (B_0) positif menunjukkan pengaruh positif variabel bebas (X_1 dan X_2), $0,250 (X_1)$ adalah nilai koefisien regresi variabel X_1 terhadap Y artinya jika variabel X_1 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar $0,250$ atau $2,5\%$. Dan variabel (X_2) mengalami peningkatan sebesar $0,230$ atau $2,3\%$.

Uji T (Parsial)

Interpretasi Uji T (Parsial)

Untuk Motivasi Ekonomi (X_1), nilai $t_{hitung} = 2,600 >$ nilai $t_{tabel} = 2,011$ dan nilai signifikansi $0,012 < 0,05$, yang berarti ada pengaruh secara parsial variable Motivasi Ekonomi dengan variabel Memulai Usaha. Untuk Motivasi Sosial (X_2), nilai $t_{hitung} = 2,189 >$ nilai $t_{tabel} = 2,011$ dan nilai

signifikansi $0,034 < 0,05$, yang berarti ada pengaruh secara parsial antara variable Motivasi sosial dengan variabel Memulai Usaha

Uji F (Simultan)

ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	356.419	2	178.210	8.159	.001 ^b
Residual	1026.561	47	21.842		
Total	1382.980	49			

- Dependent Variable: Memulai Usaha
- Predictors: (Constan), Motivasi sosial, motivasi Ekonomi

Tabel 8. Uji Data Pengaruh Simultan

Interpretasi Hasil Analisis Data Pengaruh Simultan

Nilai $F_{hitung} = 8,159 > F_{tabel} = 3,19$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara motivasi ekonomi dan Motivasi sosial dengan variabel Memulai Usaha.

(Uji R-Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.258	.226	4.674

- Dependent Variable: Memulai Usaha
- All requested variables entered

Tabel 9. Uji R Square

Interpretasi Hasil Analisis Uji R-Square

Nilai R Square (R²) adalah 0,258. Hasil tersebut memberikan arti bahwa pengaruh ada pengaruh secara simultan antara motivasi ekonomi dan Motivasi sosial dengan variabel Memulai Usaha sebesar 25,8%.

Dalam penelitian ini, kami menganalisis kontribusi antara motivasi ekonomi dan motivasi sosial dalam mendorong generasi muda untuk memulai usaha. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, terlihat bahwa motivasi ekonomi memiliki koefisien signifikansi yang lebih tinggi dibandingkan dengan motivasi sosial. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi ekonomi berkontribusi lebih besar terhadap keputusan generasi muda untuk memulai usaha. Lebih lanjut, nilai $t_{hitung} = 2,600 > nilai t_{tabel} = 2,011$ juga lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{hitung} untuk motivasi sosial sebesar nilai $t_{hitung} = 2,189 > nilai t_{tabel} = 2,011$. Ini mengindikasikan bahwa

pengaruh motivasi ekonomi dalam mendorong generasi muda untuk berwirausaha adalah lebih signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi ekonomi adalah faktor yang paling dominan dalam memotivasi generasi muda untuk memulai usaha.

Salah satu alasan mengapa motivasi ekonomi lebih dominan dibandingkan dengan motivasi sosial adalah karena kebutuhan dasar individu untuk mencapai kemandirian finansial dan meningkatkan kualitas hidup. Menurut Rahayu et al. (2021a), motivasi ekonomi tidak hanya berkaitan dengan pencarian keuntungan, tetapi juga mencakup keinginan untuk memenuhi kebutuhan dasar dan mencapai kesejahteraan sosial. Dalam konteks ini, generasi muda sering kali terdorong untuk mencari peluang bisnis yang dapat memberikan stabilitas finansial, terutama di tengah tantangan ekonomi seperti tingginya angka pengangguran dan ketidakpastian di pasar kerja (Farwati & Santosa, 2023).

Selain itu, perkembangan teknologi dan akses yang lebih mudah terhadap informasi juga berperan dalam meningkatkan motivasi ekonomi. Generasi muda kini memiliki lebih banyak sumber daya untuk mengeksplorasi ide-ide bisnis dan berinovasi, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk memulai usaha (Alimuddin & Poddala, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa motivasi ekonomi tidak hanya berfokus pada keuntungan finansial, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi masyarakat, seperti menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Di sisi lain, meskipun motivasi sosial juga penting, pengaruhnya cenderung lebih bersifat sekunder. Faktor-faktor seperti pengakuan sosial memang dapat memotivasi individu untuk berwirausaha, namun tidak sekuat dorongan untuk mencapai kemandirian finansial. Menurut Wijaya et al. (2023), inspirasi dari tokoh-tokoh sukses dan pendidikan yang relevan dapat meningkatkan motivasi sosial, tetapi tetap saja, motivasi ekonomi menjadi pendorong utama bagi generasi muda untuk terjun ke dunia usaha. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mendorong generasi muda memulai usaha, penting untuk memberikan perhatian lebih pada faktor-faktor yang berkaitan dengan motivasi ekonomi, sambil tetap mempertimbangkan aspek sosial yang dapat mendukung dan memperkuat keputusan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi ekonomi dan motivasi sosial memiliki peran penting dalam mendorong generasi muda untuk memulai usaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi ekonomi, yang mencakup faktor-faktor seperti status, pencapaian, hormat diri, pengakuan dan perhatian, memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan

dengan motivasi sosial. Meskipun motivasi sosial, yang meliputi kebutuhan fisiologis, rasa aman, rasa sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri, juga berkontribusi, namun tidak sekuat motivasi ekonomi dalam konteks memulai usaha.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada generasi muda di sekitar Universitas Negeri Medan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara kedua jenis motivasi tersebut dengan keputusan untuk memulai usaha.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi generasi muda dalam berwirausaha, serta menekankan pentingnya dukungan terhadap motivasi ekonomi untuk mendorong pertumbuhan kewirausahaan di kalangan generasi muda.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti merekomendasikan agar generasi muda lebih aktif mencari peluang kewirausahaan dan memanfaatkan sumber daya yang ada, seperti teknologi dan jaringan sosial. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi motivasi dan keberhasilan generasi muda dalam berwirausaha, serta melakukan studi longitudinal untuk melihat perkembangan kewirausahaan dari waktu ke waktu.

REFERENSI

Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development, 1*(1).

Asmini, A., Fitriyani, I., Sumbawati, N. K., & Rachman, R. (2024). Peran Entrepreneur dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities, 4*(1), 12–24.

Bayti, N. (2023). Faktor Peminatan Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi Dan Manajemen, 7*(2), 135–146.

Farwati, S., & Santosa, S. (2023). Menumbuhkan Jiwa Berwirausaha Melalui Pendidikan Kewirausahaan Bagi Generasi Muda. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia, 6*(2), 61–71.

Furqan, A., Agama, J., Budaya, dan, Rifai, A., Aminie, A., Lestari, D., & Ila Mahasiswa STAI Al-Hamidiah

Jakarta, N. (2024). PERAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MEMBANGUN JIWA WIRAUSAHA PADA GENERASI MUDA. *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya, 3*.
<https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan>

- Gde, A. A., Suarjana, M., Luh, D., Wahyuni, M., Akuntansi, J., Bali, N., Kampus, J., Jimbaran, B., Selatan, K., & -Bali, B. (2017). FAKTOR PENENTU MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA (SUATU EVALUASI PEMBELAJARAN). In *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 13, Issue 1).
- Hantoro, N. R., Hasbiansyah, O., & Wiwitan, T. (2024). Motif Dan Makna Komunikasi Mahasiswa Sebagai Wirausahawan Muda. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 7*(3), 358–378.
- Lopentus, F., & Slamet, F. (2019). Perbandingan Motivasi Kerja, Sosial Dan Ekonomi Antara Wirausaha Pria Dan Wanita Di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 1*(1).
- Maryam, E. W. (2019). Psikologi Sosial Penerapan Dalam Permasalahan Sosial. *Umsida Press, 1*–218.
- Mujib, Z., & Suyadi, S. (2020). Teori Humanistik dan Implikasi dalam Pembelajaran PAI di SMA Sains Alquran Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan Islam, 4*(1), 11–23.
- Perdana, F. J. (2019). Pentingnya kepercayaan diri dan motivasi sosial dalam keaktifan mengikuti proses kegiatan belajar. *Eduksos Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi, 8*(2).
- Perdana Fani Juliyanto. (2019). PENTINGNYA KEPERCAYAAN DIRI DAN MOTIVASI SOSIAL DALAM KEAKTIFAN MENGIKUTI PROSES KEGIATAN BELAJAR. In *Jurnal Eduksos: Vol. VIII* (Issue 2).
- Permana, I., & Suartana, I. W. (2018). Pengaruh Motivasi Kualitas, Motivasi Karir, Motivasi Ekonomi, Motivasi Sosial, Biaya Pendidikan pada Minat Mengikuti PPAk. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 25*(1), 214–240.
- Rahayu, A. A., Erawati, T., & Primastiwi, A. (2021a). Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan DAN MOTIVASI EKONOMI TERHADAP MINAT

- MAHASISWA MENGIKUTI PROGRAM BREVET PAJAK. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, vol.4 No 2, 240–264.
- Rahayu, A. A., Erawati, T., & Primastiwi, A. (2021b). Pengaruh Motivasi Pengetahuan Perpajakan, Motivasi Karir, Motivasi Kualitas, Motivasi Sosial, Dan Motivasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa Mengikuti Program Brevet Pajak. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 240–264.
- Rahayu, A. A., Erawati, T., & Primastiwi, A. (2021c). Pengaruh Motivasi Pengetahuan Perpajakan, Motivasi Karir, Motivasi Kualitas, Motivasi Sosial, Dan Motivasi Ekonomi Terhadap Minat Mahasiswa Mengikuti Program Brevet Pajak. *Amnesty: Jurnal Riset Perpajakan*, 4(2), 240–264.
- Ramadhanti, D., Mulyadi, H., & Razati, G. (2016). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap sikap kewirausahaan. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 16(2), 32–37.
- Riswanto, A., Joko, J., Napisah, S., Boari, Y., Kusumaningrum, D., Nurfaidah, N., & Judijanto, L. (2024). *Ekonomi Bisnis Digital: Dinamika Ekonomi Bisnis di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Ritonga, S. R. W., Anggraini, T., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa dalam bisnis islam melalui motivasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2269–2280.
- Ritonga, T. (2022). Pentingnya Pendidikan Karakter Bagi Generasi Muda. *Jurnal ADAM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–6.
- Rustini, N. M., Pratama, I. G. S., & Mada, I. G. N. C. W. (2019). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Seka Taruna di Kota Denpasar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 18(2), 104–115.
- Siti Samsiyah, S. E., Latif, N., Aprilia, C. D., Auliansyah, A. R., Raditya, G., & Zukar, M. (2023). *Perilaku Konsumen*. MEGA PRESS NUSANTARA.
- Susanti, A. I. (2024). *Dampak Positif dan Negatif Digitalisasi Pendidikan*.
- Tarumasely, Y., Halamury, M., Sipahelut, J., & Labobar, W. (2024). *Perubahan Paradigma Pendidikan Melalui Teknologi AI; Membaca Perubahan Motivasi dan Kemandirian Belajar Siswa di Indonesia*. Academia Publication.
- Universitas, A. R., & Jaya, B. (n.d.). *MENGGERAKAN GENERASI MUDA MENGGAPAI BISNIS YANG INOVATIF DAN KREATIF*.
- Wahyuni, A. D., Bagaskoro, D. S., Ramadhani, N., Pangestu, R. N., Ramadhan, S., & Zen, A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi Kinerja, Pengambilan Keputusan: Kepemimpinan, Komunikasi dan Motivasi (Literature Review Pengambilan Keputusan Manajerial). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(6), 975–989.
- Wiani, A., Ahman, E., & Machmud, A. (2018). Pengaruh lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha peserta didik smk di Kabupaten Subang. *Jurnal Manajerial*, 17(2), 227.
- Wigunadika, I. W. S. (2021). *Menumbuhkan Minat Generasi Muda Menjadi Wirausaha*. Nilacakra.
- Wijaya, N. Q., Ainun, M. B., & Arfiyanto, D. (2023). Peningkatan kesadaran generasi muda akan pentingnya bisnis digital di era digital. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 7(1), 196–207.
- Yudhanto, Y. (2024). *Information Technology Business Startup 2.0: Ilmu Dasar Merintis Startup Berbasis Teknologi Informasi untuk Pemula*. Elex Media komputindo.
- Yuliana, A. (2018). Teori Abraham Maslow dalam analisa kebutuhan pemustaka. *Libraria*, 6(2), 349–376.

