



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 10714-10722

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Motivasi dan Persepsi Peluang terhadap Minat Berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo

Alviyatul Qomariyah, Sri Ayudha, Ahmad Hafas Rasyidi

STKIP PGRI Situbondo

alviyatulqomariyah2@gmail.com, ayudhaxyz@gmail.com, hafaskhuludy@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian berjumlah 203 santri, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen penelitian valid dan reliabel. Hasil uji *t* menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi $< 0,001$, sedangkan persepsi peluang juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai signifikansi 0,008. Hasil uji *F* menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi peluang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dengan nilai *F* hitung sebesar 588,014 dan signifikansi $< 0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,924 menunjukkan bahwa 92,4% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh motivasi dan persepsi peluang, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan motivasi dan kemampuan santri dalam mengenali peluang usaha dapat meningkatkan minat berwirausaha. Oleh karena itu, pondok pesantren perlu memperkuat program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan guna menumbuhkan jiwa entrepreneur di kalangan santri.

Kata kunci: Motivasi, Persepsi Peluang, Minat Berwirausaha, Santri, Kewirausahaan Pesantren.

1. Latar Belakang

Kemiskinan Perkembangan ekonomi dan persaingan kerja menuntut generasi muda tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja. Dalam konteks ini, pondok pesantren memiliki peran penting dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan santri.

Penelitian ini berfokus pada Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Berdasarkan observasi awal, terdapat santri yang memiliki minat berwirausaha, tetapi ada juga yang masih kurang termotivasi. Pesantren sebenarnya telah mendukung kegiatan kewirausahaan melalui sosialisasi dan pembelajaran, sehingga kondisi ini layak diteliti lebih lanjut.

Motivasi dan persepsi peluang diduga menjadi faktor penting dalam membentuk minat berwirausaha. Motivasi mendorong santri untuk berusaha, sedangkan persepsi peluang membantu santri melihat kesempatan usaha yang ada di sekitarnya. Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah kajian teoritis tentang kewirausahaan di lingkungan pesantren dan menjadi masukan praktis bagi pesantren dalam mengembangkan program kewirausahaan santri.

Adapun rumusan masalah penelitian ini diantaranya : Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Apakah persepsi peluang berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Apakah motivasi dan persepsi peluang secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

Pengaruh Motivasi dan Persepsi Peluang terhadap Minat Berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo

Adapun tujuan penelitian: Menganalisis pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Menganalisis pengaruh persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Menganalisis pengaruh motivasi dan persepsi peluang secara simultan terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

Sedangkan kontribusi penelitian ini: Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu kewirausahaan, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo dalam mengembangkan program kewirausahaan santri. Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian mengenai motivasi, persepsi peluang, dan minat berwirausaha dengan objek maupun variabel yang berbeda.

2. Kajian Teori

Motivasi

Motivasi merupakan dorongan yang berasal dari dalam maupun luar diri individu yang menggerakkan seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, motivasi berperan sebagai kekuatan yang mendorong seseorang untuk memulai, mengembangkan, dan mempertahankan kegiatan usaha. Individu yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko, optimis terhadap keberhasilan, dan memiliki semangat yang kuat dalam mencapai tujuan usaha. Motivasi dapat berasal dari faktor intrinsik, seperti keinginan untuk mandiri dan berprestasi, maupun faktor ekstrinsik, seperti dukungan lingkungan dan harapan memperoleh keuntungan.

Menurut Siringoringo dkk. (2023), motivasi berwirausaha dapat diukur melalui tiga indikator, yaitu antusias, optimis, dan aktualisasi diri. Antusias menunjukkan semangat individu dalam menjalankan usaha, optimis menggambarkan keyakinan terhadap keberhasilan usaha, sedangkan aktualisasi diri menunjukkan dorongan untuk mengembangkan potensi diri melalui kegiatan kewirausahaan.

Persepsi Peluang

Persepsi peluang berwirausaha merupakan kemampuan individu dalam mengenali, menilai, dan memanfaatkan peluang usaha yang terdapat di lingkungan sekitarnya. Persepsi peluang menjadi faktor penting dalam proses kewirausahaan karena seseorang yang mampu melihat peluang dengan baik akan lebih mudah mengambil keputusan untuk memulai usaha. Persepsi peluang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal, seperti motivasi, pengetahuan, kreativitas, pengalaman, kondisi pasar, perkembangan teknologi, dan lingkungan sosial.

Indikator persepsi peluang meliputi kemampuan mengenali peluang usaha, kemampuan menganalisis peluang, keyakinan terhadap keberhasilan peluang, kemampuan memanfaatkan peluang, dan kepekaan terhadap perubahan lingkungan. Individu yang memiliki persepsi peluang yang baik cenderung lebih siap dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan kesempatan usaha yang tersedia.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan individu untuk tertarik, memiliki keinginan, dan berkomitmen dalam menjalankan usaha secara mandiri. Minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain motivasi, persepsi peluang, lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, karakter individu, lingkungan sosial, ketersediaan modal, dan perkembangan teknologi. Semakin tinggi motivasi dan semakin baik persepsi seseorang terhadap peluang usaha, maka semakin besar pula minatnya untuk berwirausaha.

Menurut Saputra dkk. (2023), indikator minat berwirausaha terdiri atas perasaan tertarik terhadap kegiatan usaha, keinginan untuk berwirausaha, perhatian terhadap aktivitas kewirausahaan, keterlibatan dalam kegiatan usaha, serta kesediaan untuk menjalankan usaha dan menghadapi risiko yang mungkin muncul.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi peluang merupakan faktor yang memengaruhi minat berwirausaha. Penelitian Oei dkk. (2022) menemukan bahwa motivasi berpengaruh positif

terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Hal serupa juga ditemukan oleh Haliza dan Widjaja (2025) serta Munte (2024), yang menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Penelitian Widiada dan Anggara (2025) menunjukkan bahwa persepsi peluang berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Namun, penelitian Hadi dkk. (2024) menemukan bahwa persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan membuka usaha. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengaruh persepsi peluang terhadap minat berwirausaha masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks yang berbeda.

Sebagian besar penelitian terdahulu dilakukan pada mahasiswa perguruan tinggi, sedangkan penelitian mengenai santri pondok pesantren masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menguji pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha pada santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha dalam lingkungan pesantren.

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen, yaitu motivasi berwirausaha (X_1) dan persepsi peluang berwirausaha (X_2), serta satu variabel dependen, yaitu minat berwirausaha (Y). Motivasi dan persepsi peluang diduga berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap minat berwirausaha santri.

Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

H2 : Persepsi peluang berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

H3 : Motivasi dan persepsi peluang secara simultan berpengaruh terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Penelitian dilaksanakan di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo, Kabupaten Situbondo, Jawa Timur.

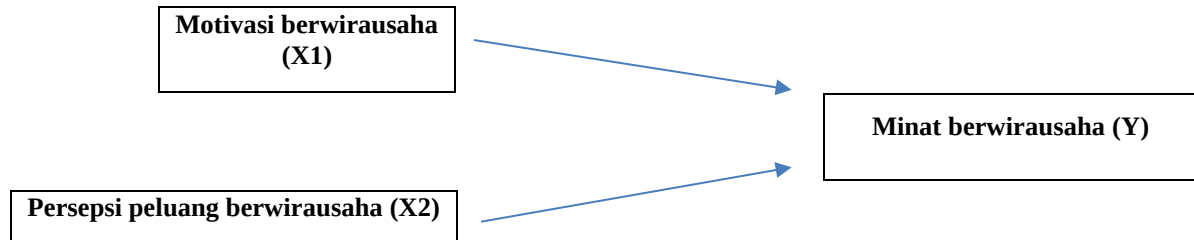
Populasi penelitian berjumlah 203 santri. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria santri yang memiliki pengetahuan atau pengalaman berwirausaha, berusia minimal 13 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner. Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel minimal 67 responden, namun penelitian ini menggunakan 100 responden untuk meningkatkan akurasi data.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin. Variabel motivasi diukur melalui indikator antusias, optimis, dan aktualisasi diri. Variabel persepsi peluang diukur melalui kemampuan mengenali peluang, menganalisis peluang, keyakinan terhadap keberhasilan peluang, kemampuan memanfaatkan peluang, dan kepekaan terhadap perubahan lingkungan. Adapun minat berwirausaha diukur melalui indikator ketertarikan, keinginan, perhatian, keterlibatan, dan kesiediaan untuk berwirausaha.

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan variabel motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri.

Gambar dan Tabel

Penelitian ini menguji pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Hubungan antarvariabel penelitian ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1 : Kerangka berfikir

Gambar 1 menunjukkan bahwa motivasi dan persepsi peluang berwirausaha merupakan variabel independen yang diduga memengaruhi minat berwirausaha santri sebagai variabel dependen.

Tabel 1. Operasional Variabel Penelitian.

Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Sumber Teori
Motivasi	Antusias dalam berwirausaha, optimis terhadap keberhasilan usaha, dan aktualisasi diri melalui kegiatan usaha.	Siringoringo dkk. (2023)
Persepsi Peluang	Kemampuan mengenali peluang usaha, kemampuan menganalisis peluang, keyakinan terhadap keberhasilan peluang, kemampuan memanfaatkan peluang, dan kepekaan terhadap perubahan lingkungan.	Widiada & Anggara (2025)
Minat Berwirausaha	Ketertarikan terhadap kegiatan usaha, keinginan berwirausaha, perhatian terhadap kewirausahaan, keterlibatan dalam kegiatan usaha, dan kesediaan untuk berwirausaha.	Saputra dkk. (2023)

Sumber: Diolah dari berbagai literatur (2026).

Persamaan Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha santri Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e.(1)$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Motivasi

b₂ = Koefisien regresi Persepsi Peluang

X₁ = Motivasi Berwirausaha

X₂ = Persepsi Peluang Berwirausaha

e = Error (tingkat kesalahan)

Persamaan regresi tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel motivasi berwirausaha (X₁) dan persepsi peluang berwirausaha (X₂) terhadap minat berwirausaha (Y), baik secara parsial maupun simultan.

Singkatan dan Akronim

Motivasi Berwirausaha disingkat menjadi X₁, yang merupakan dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi individu untuk melakukan aktivitas kewirausahaan. Persepsi Peluang Berwirausaha disingkat menjadi X₂, yang menunjukkan kemampuan individu dalam mengenali, menilai, dan memanfaatkan peluang usaha yang tersedia. Sementara itu, Minat Berwirausaha disingkat menjadi Y, yang menggambarkan ketertarikan, keinginan, dan kecenderungan individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Dalam penelitian ini, penulisan lengkap masing-masing variabel digunakan pada penyebutan awal, sedangkan simbol X₁, X₂, dan Y digunakan pada bagian selanjutnya untuk memudahkan penulisan tanpa mengubah makna variabel yang dimaksud.

4. Hasil dan Diskusi

Hasil Uji Validitas Data

Perhitungan validitas setiap instruksi peralatan unsur dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS (produk statistik dan solusi layanan). Menggunakan tingkat signifikan 10%, menggunakan r-tabel yang didapat dari df=(N-2). Responden mendapatkan 10% r-tabel, yaitu 0,1966 dengan cara 100 dikurangi 2. Apakah akan menentukan semua instruksi yang valid :

Apabila r hitung > t tabel = valid

Apabila r hitung < t tabel = tidak valid

Tabel 2. Validitas Motivasi

Pernyataan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	P (Sig.)	Keterangan
1	0,791	0,1966	0,001	Valid
2	0,559	0,1966	0,001	Valid
3	0,887	0,1966	0,001	Valid
4	0,828	0,1966	0,001	Valid
5	0,855	0,1966	0,001	Valid
6	0,655	0,1966	0,001	Valid
7	0,806	0,1966	0,001	Valid
8	0,816	0,1966	0,001	Valid

Sumber : data olahan dengan SPSS

Tabel 3. Validitas Persepsi Peluang

Pernyataan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	P (Sig.)	Keterangan
1	0,858	0,1966	0,001	Valid
2	0,868	0,1966	0,001	Valid
3	0,850	0,1966	0,001	Valid
4	0,829	0,1966	0,001	Valid
5	0,883	0,1966	0,001	Valid

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.10380>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

6	0,648	0,1966	0,001	Valid
---	-------	--------	-------	-------

Sumber : data olahan SPSS

Tabel 4. Validitas Minat Berwirausaha

Pernyataan	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	P (Sig.)	Keterangan
1	0,562	0,1966	0,001	Valid
2	0,825	0,1966	0,001	Valid
3	0,864	0,1966	0,001	Valid
4	0,878	0,1966	0,001	Valid
5	0,796	0,1966	0,001	Valid

Sumber : data olahan SPSS

Hasil uji validitas ini dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS untuk menentukan apakah instrumen tersebut valid atau tidak valid. Dengan demikian, dari tabel di atas kami melihat bahwa kesaksian kuesioner penelitian adalah motivasi (X1) dan persepsi peluang (X2) terhadap Minat berwirausaha (Y) dinyatakan Valid, sehingga dapat dipakai untuk pengujian data selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Tes Cronban Alpha-Default adalah cara untuk memastikan tingkat konsistensi hasil tes ketika pengujian dilakukan secara berulang. Apabila nilai Cronch's alpha lebih besar dari 0,6 maka tes tersebut dianggap reliabel dan konsisten.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronch's Alpha	N of Items
Motivasi (X1)	0,908	8
Persepsi Peluang (X2)	0,906	6
Minat Berwirausaha (Y)	0,852	5

Sumber : data olahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai crombach's alpha pada variabel motivasi (X1) sebesar 0,908, sedangkan variabel persepsi peluang (X2) sebesar 0,906, dan variabel minat berwirausaha (Y) sebesar 0,825. Seluruh nilai cronbach's alpha pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai ketetapan yaitu 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel sehingga kuesioner penelitian layak digunakan sebagai alat pengolah data.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji One Sampel Kolmogorov-Smirnov ialah digunakan untuk mengecek apakah distribusi data mengikuti pola normal atau tidak. Jika nilai signifikasinya $> 0,05$ maka data tersebut dianggap memiliki distribusi yang normal.

Tabel 6. Uji Normalitas Kalmogorov-Smirnov

Sig.	Tarif Sig.	Keterangan
0,067	0.05	Berdistribusi Normal

Sumber data : olahan menggunakan SPSS

Dari tabel terlihat bahwa nilai asym. Monte Carlo Sig. (2-taillet) adalah $0.067 > 0,05$. Karena itu, uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov menunjukkan bahwa distribusi data cenderung merata diseluruh sampel untuk semua variabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menentukan pengaruh dari dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y).

Tabel 7. Uji regresi linear berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
1	(constant)	0,373	0,384
	Motivasi	0,507	0,040
	Persepsi peluang	0,135	0,050

Sumber data : olahan menggunakan SPSS

Berdasarkan nilai yang diuji a dan b, persamaan regresi adalah $y = a + bx_1 + bx_2 = 0.373 + 0.507x_1 + 0.135x_2$. Nilai konstan adalah 0,373. Pada nilai koefisien motivasi (X1) adalah 0,507 yang menunjukkan motivasi berdampak positif terhadap minat berwirausaha (Y). Apabila variabel motivasi (X1) meningkat sebesar 1%, dan pada variabel minat berwirausaha (Y) juga akan meningkat. Sedangkan koefisien persepsi peluang (X2) bernilai 0,135 yang menunjukkan bahwa persepsi peluang juga berdampak positif pada variabel minat berwirausaha (Y). Jika variabel persepsi peluang (X2) meningkat sebesar 1% maka variabel minat berwirausaha (Y) juga akan meningkat.

Uji koefisiensi Determinasi R²

Uji koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dengan uji ini kita bisa mengetahui persentase seberapa besar variabel Y dipengaruhi oleh variabel X, sedangkan bagian yang tersisa di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 8. uji koefisiensi determinasi R²

R	R Square	Adjusted R Square
0,961	0,924	0,922

Sumber olahan data SPSS

Seperti yang ditunjukkan pada tabel diatas, menciptakan koefisien penentuan 0,924 atau sekitar 92% oleh karena itu variabel independent (motivasi dan persepsi peluang) dapat diartikan memiliki dampak 92% pada variabel dependen (minat berwirausaha). Sedangkan sisanya yaitu 8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji F (Simultan)

Uji ketetapan model atau simultan dilakukan untuk melihat kalayakan model regresi secara statistik, yaitu apakah variabel independent (motivasi dan perspsi peluang) secara gabungan memiliki pengaruh terhadap variabel dependent (miant berwirausaha). Dengan jumlah sampel 100 dan 2 variabel independent, diperoleh derajat kebebasan (df) 98 dan nilai f hitung > f tabel sebesar

Tabel 9. Uji F (Simultan)

Model		Sum of squares	Df	Mean squares	F	Sig.
	regression	1,229,352	2	614,676	588,014	<,001b
	Residual	101,398	97	1,045		
	Total	1,330,750	99			

Sumber olahan data SPSS

Uji digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independent yang digunakan dalam penelitian yaitu motivasi (X1) dan persepsi peluang (X2), secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependent yaitu minat berwirausaha (Y).

Berdasarkan hasil analisis ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 588,014 dengan nilai signifikansi $<0,001$. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05 ($<0,001 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa motivasi dan persepsi peluang secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa motivasi dan persepsi peluang secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap minat berwirausaha di pondok Pesantren salafiyah Dawuhan Situbondo. Selain itu, hasil uji f juga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha.

Uji t

Uji t adalah tes yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki efek parsial pada variabel dependen.

Tabel 10. uji t

Variabel	Sig.	Keterangan
Motivasi	$<,001b$	Berpengaruh
Persepsi peluang	.008	Berpengaruh

Sumber olahan data SPSS

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel motivasi memiliki nilai signifikansi sebesar $<,001$ dan variabel persepsi peluang sebesar 0,008. Kedua nilai signifikansi lebih kecil dari 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi dan persepsi peluang secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik motivasi dan banyak persepsi peluang yang direncanakan, maka keputusan terhadap minat berwirausaha semakin meningkat.

(H1) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Pondok

Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi variabel motivasi sebesar $<0,001$. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,005 sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

(H2) berdasarkan hasil uji t, variabel persepsi peluang memperoleh nilai sebesar 0,008 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa persepsi peluang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Pondok pesantren. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa persepsi peluang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di pondok pesantren dapat diterima.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Hal ini dibuktikan melalui uji t yang menunjukkan nilai signifikansi $< 0,001$ yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H1 diterima. Motivasi yang berasal dari dalam diri maupun dari lingkungan seperti keluarga, teman, dan sesama santri mampu mendorong seseorang untuk memiliki keinginan berwirausaha. Semakin sering seseorang mendapatkan dorongan atau motivasi terkait kewirausahaan, maka semakin besar pula minatnya untuk memulai usaha.

Selain motivasi, persepsi peluang juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,008 yang juga lebih kecil dari 0,05 sehingga H2 diterima. Persepsi peluang merupakan kemampuan individu dalam melihat dan menilai kesempatan usaha di lingkungan sekitarnya. Santri yang mampu mengenali peluang bisnis dengan baik cenderung lebih percaya diri untuk memulai usaha

karena mereka menilai bahwa usaha tersebut memiliki potensi untuk berhasil. Oleh karena itu, semakin baik persepsi peluang yang dimiliki, semakin tinggi pula minat berwirausaha seseorang.

Secara simultan, motivasi dan persepsi peluang berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha berdasarkan hasil uji F dengan nilai signifikansi $< 0,001$ dan F hitung sebesar 588,014. Kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan minat berwirausaha sebesar 29,4%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil kombinasi antara dorongan internal (motivasi) dan kemampuan dalam melihat peluang usaha (persepsi peluang). Dengan demikian, kedua variabel tersebut memiliki peran penting dalam meningkatkan minat berwirausaha santri di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai motivasi dan persepsi peluang terhadap minat berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo, dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi mampu mendorong dan meningkatkan minat berwirausaha di Pondok Pesantren. Semakin banyak motivasi yang diterima, semakin tinggi pula keinginan untuk berwirausaha. Selain itu, variabel persepsi peluang juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi peluang dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha yang akan dilakukan. Oleh karena itu persepsi peluang menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan minat berwirausaha. Secara simultan, variabel motivasi dan persepsi peluang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha di Pondok Pesantren Salafiyah Dawuhan Situbondo. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu mempengaruhi minat berwirausaha. Dengan demikian, semakin banyak motivasi yang diterima dan persepsi maka minat berwirausaha akan semakin meningkat.

Referensi

1. Aziz, F., & Ninghardjanti, P. (2019). Pengaruh keterampilan kewirausahaan dan persepsi peluang kerja terhadap minat berwirausaha siswa smk negeri 1 banyudono. *pengaruh persepsi peluang terhadap minat berwirausaha*, 3.
2. Ekuitas, S., Bastomi, M., & Sudaryanti, D. (2022). Analisis Faktor Penentu Minat Berwirausaha Pada Santri Pondok Pesantren Anwarul Huda. 3(4), 875–882. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1549>
3. Hadi, W., Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2024). 1,2,3,4. 9(1), 1–10.
4. Haliza, S., & Widjaja, O. H. (2025). SOSIAL MEDIA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA. 07(02), 660–667.
5. Haqiqi, M. A., & Cahya, S. B. (2023a). PENGARUH PERSEPSI WAWASAN WIRAUSAHA DAN MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA S1 JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. 11(2).
6. Haqiqi, M. A., & Cahya, S. B. (2023b). PENGARUH PERSEPSI WAWASAN WIRAUSAHA DAN MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA S1 JURUSAN PENDIDIKAN Minat adalah keadaan yang terjadi ketika seseorang memperhatikan sifat atau implikasi dalam keadaan yang terkait dengan kebutuhan atau keinginan mereka sendiri. Akibatnya, minat seseorang akan dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat sejauh itu relevan dengan minatnya. 11(2).
7. Jurnal, J., Mea, I., Dan, K., & Wirausaha, M. (2025). JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). 9(2), 3125–3144.
8. Kewirausahaan, P., Kewirausahaan, M., Kreativitas, D. A. N., & Memengaruhi, D. (2024). Pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, dan kreativitas dapat memengaruhi minat berwirausaha. 06(02), 284–291.
9. Km, J. Y. S., & Telp, R. (2023). Dampak Kemampuan Melihat Peluang Usaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa: Peran Literasi Media Sosial. 7(3).
10. Made, I. G., Agung, N., & Putra, M. (2025). Ekonomis: Journal of Economics and Business Pengaruh Love of Money , Persepsi Peluang Berwirausaha , dan Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Udayana. 9(1), 477–485. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2095>
11. Marsabila, N., Lonika, T., & Baluari, A. (2022). Motivasi Belajar Siswa Jenis Dan Cara Meningkatkan. <https://jurnal.stkipkieraha.ac.id/index.php/jbes>, 2.
12. Munte, E. D., Mandiri, U., & Prestasi, B. (2024). Pengaruh motivasi dan faktor kepribadian terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa universitas mandiri bina prestasi. 4(2), 108–117.
13. Nasution, A. I., & Mu'minin, A. M. (t.t.). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan, dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha Generasi Muda di Sektor Agrowisata.
14. Oei, A., Sendow, G. M., & Lumantow, R. Y. (2022). MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI & BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI THE INFLUENCE OF MOTIVATION AND SELF-EFFICACY ON ENTREPRENEURIAL INTENTION OF STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS & BUSINESS Jurnal EMBA. 10(4), 1007–1017.
15. Pondok, S., Makassar, P. A., Isma, A., Rakib, M., Andriani, R., & Septiana, I. (2023). Pengaruh Kreativitas dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Berwirausaha Pada Santri dan. 01, 1–11.
16. Putra, O. E., & Sari, R. M. (2020). PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA. 18(2).
17. Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta, 1(1), 42–53. <https://doi.org/10.38035/jkmt.v1i1.10>
18. Siringoringo, M., Okto Posmaida Damanik, E., & Wilfrid Pangihutan Purba, J. (2023). Analisis Motivasi Kerja Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan Pada Fresh Laundry Pematangsiantar. Manajemen: Jurnal Ekonomi, 5(1), 59–64. <https://doi.org/10.36985/trqhy765>