



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

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

Vol. 4 No. 3 (2025) pp: 5942-5947

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

Pengaruh Lingkungan Keluarga, *Openness to Experience* dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Niat Wirausaha

Nur Aziza¹, Ema Nurmaya², Ani Muttaqiyathun³

^{1,2,3} Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan

¹12308051032@webmail.uad.ac.id, ²ema.nuryama@mgm.uad.ac.id, ³ani.muttaqiyathun@mgm.uad.ac.id

Abstrak

Bonus demografi menjadikan Generasi Z aktor penting dalam pembangunan ekonomi, termasuk melalui kewirausahaan digital. Namun, Niat berwirausaha generasi ini di Kota Pekanbaru masih rendah. Penelitian ini menganalisis pengaruh lingkungan keluarga, *openness to experience*, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap Niat berwirausaha Generasi Z. Pendekatan penelitian menggunakan positivistik dengan analisis regresi linier berganda melalui SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat berwirausaha. Temuan ini membuktikan bahwa dukungan keluarga, keterbukaan terhadap pengalaman baru, dan pengetahuan kewirausahaan berperan penting mendorong Niat berwirausaha generasi muda. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian faktor pembentuk Niat kewirausahaan Generasi Z. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi acuan bagi institusi pendidikan dan pemerintah daerah dalam merancang program pembinaan kewirausahaan berbasis keluarga, pengembangan karakter, dan peningkatan literasi bisnis.

Kata kunci: Niat Kewirausahaan, Generasi Z, Lingkungan Keluarga, *Openness to Experience*, Pengetahuan Kewirausahaan

1. Latar Belakang

Indonesia saat ini tengah memasuki fase bonus demografi, yaitu kondisi di mana proporsi penduduk usia produktif jauh lebih tinggi dibandingkan penduduk non-produktif [1]. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menjadi kelompok kunci karena karakteristiknya sebagai digital native, adaptif, kreatif, dan terbuka terhadap pengalaman baru [2]. Karakteristik ini memberikan potensi besar bagi generasi tersebut untuk menjadi penggerak utama dalam kegiatan kewirausahaan, yang diakui sebagai motor pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja [3]. Meskipun memiliki akses teknologi tinggi dan literasi digital yang memadai, Niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pekanbaru masih relatif rendah, sehingga menimbulkan tantangan bagi pengembangan ekonomi berbasis generasi muda [4].

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Niat berwirausaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal [5], [6]. Faktor internal mencakup kepribadian dan pengalaman individu, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan keluarga dan pengetahuan kewirausahaan [7]. Lingkungan keluarga yang mendukung dapat menumbuhkan nilai kemandirian, sikap pantang menyerah, dan motivasi ekonomi, sementara keterbukaan terhadap pengalaman baru (*openness to experience*) memungkinkan individu untuk lebih kreatif, inovatif, dan berani mengambil risiko [8], [9], [10]. Pengetahuan kewirausahaan juga berperan penting dalam membekali generasi muda dengan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai serta mengelola usaha secara mandiri [11], [12], [13].

Secara lokal, Generasi Z di Kota Pekanbaru menunjukkan tingginya literasi digital, semangat eksploratif, dan kemampuan memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan potensi diri. Meski demikian, penelitian empiris yang menelaah faktor-faktor yang membentuk Niat berwirausaha di wilayah ini masih terbatas. Kesenjangan literatur ini menandai perlunya penelitian yang menitikberatkan pada pemahaman mengenai mekanisme pembentukan Niat berwirausaha pada generasi muda, termasuk interaksi antara faktor psikologis, sosial, dan kognitif.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh lingkungan keluarga, *openness to experience*, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap Niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pekanbaru. Fokus pada ketiga faktor ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai

kesiapan generasi muda dalam menghadapi tantangan dunia usaha digital. Dengan menilai peran kombinasi faktor internal dan eksternal, penelitian ini juga berusaha mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat dijadikan dasar perumusan kebijakan atau program pembinaan kewirausahaan yang lebih efektif.

Sejalan dengan tujuan penelitian, pertanyaan penelitian difokuskan pada: (1) pengaruh lingkungan keluarga terhadap Niat kewirausahaan, (2) pengaruh *openness to experience* terhadap Niat kewirausahaan, dan (3) pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap Niat kewirausahaan pada Generasi Z di Kota Pekanbaru. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur kewirausahaan generasi muda, serta manfaat praktis bagi institusi pendidikan, pemerintah daerah, dan komunitas wirausaha dalam merancang program pemberdayaan yang relevan dan berbasis bukti.

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei untuk menguji pengaruh lingkungan keluarga, *openness to experience*, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap Niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pekanbaru. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antar variabel secara objektif, sistematis, dan terukur, serta menghasilkan data yang dapat dianalisis menggunakan metode statistik.

2.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi penelitian mencakup seluruh Generasi Z di Kota Pekanbaru. Sampel diambil menggunakan kombinasi *purposive sampling* dan *snowball sampling* untuk memastikan responden sesuai kriteria penelitian. Teknik *purposive* dipilih agar responden memiliki karakteristik yang relevan, sedangkan *snowball sampling* digunakan untuk memperluas jumlah responden melalui rekomendasi. Berdasarkan pedoman Hair et al. [14], ukuran sampel minimum ditentukan 5 kali jumlah item kuesioner, yaitu 160 responden.

2.3. Metode Pengumpulan Data

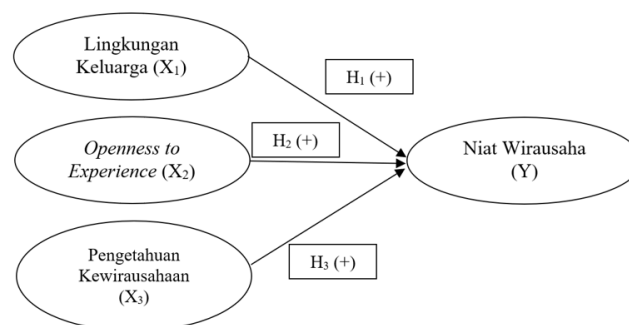
Penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner daring. Data terdiri dari angka diskrit, seperti jumlah responden, dan data kontinu, seperti skala Likert, untuk mengukur tingkat kesetujuan responden terhadap berbagai pernyataan terkait lingkungan keluarga, kepribadian, pengetahuan kewirausahaan, dan Niat berwirausaha.

Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara daring melalui WhatsApp, Instagram, dan jejaring sosial lainnya. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 5 = Sangat Setuju) untuk mengukur persepsi responden. Metode ini dipilih karena efisien untuk mengumpulkan data dalam jumlah besar dan memungkinkan analisis statistik yang sistematis [14].

2.4. Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SEM-PLS untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap Niat berwirausaha. Uji hipotesis dilakukan secara parsial (uji t) dan simultan (uji F), dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi Niat berwirausaha [14].

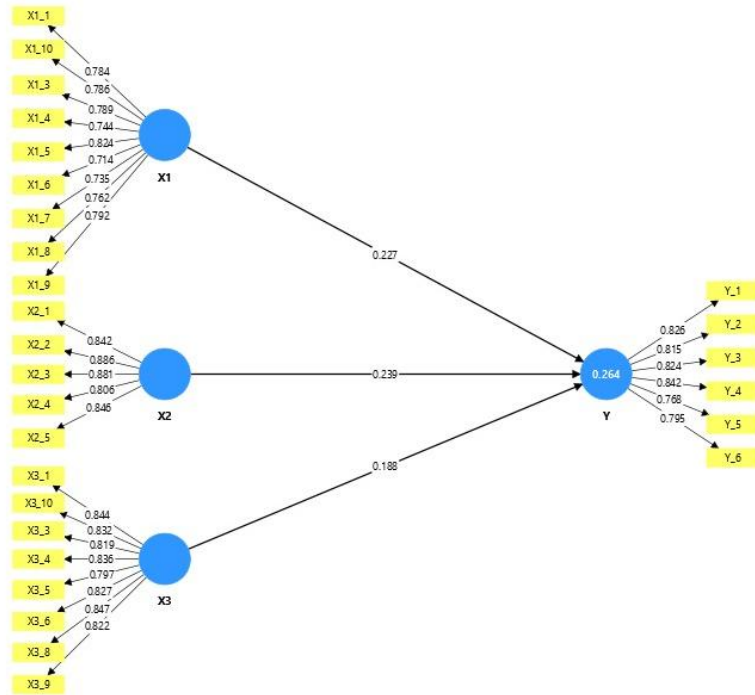
2.5 Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

3. Hasil dan Diskusi

3.1. Uji Outer Model



Gambar 1. Outer Model

3.2. Uji Validitas

Tabel 1.1 Hasil Outer Model

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
Lingkungan Keluarga	LK.1	0.784	0.594	Valid
	LK.2	0.786		Valid
	LK.3	0.789		Valid
	LK.4	0.744		Valid
	LK.5	0.824		Valid
	LK.6	0.714		Valid
	LK.7	0.735		Valid
	LK.8	0.762		Valid
Openness to Experience	OE.1	0.842	0.727	Valid
	OE.2	0.886		Valid
	OE.3	0.881		Valid
	OE.4	0.806		Valid
	OE.5	0.846		Valid
Pengetahuan Kewirausahaan	PK.1	0.844	0.686	Valid
	PK.2	0.832		Valid
	PK.3	0.819		Valid
	PK.4	0.836		Valid
	PK.5	0.797		Valid
	PK.6	0.827		Valid
	PK.7	0.847		Valid
	PK.8	0.822		Valid

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
Niat Wirausaha	MW.1	0.826	0.660	Valid
	MW.2	0.815		Valid
	MW.3	0.824		Valid
	MW.4	0.842		Valid
	MW.5	0.768		Valid
	MW.6	0.795		Valid

Berdasarkan data di atas, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada setiap variabel memiliki nilai di atas 0,70. Hal ini menandakan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan dalam penelitian karena telah memenuhi syarat validitas konvergen, dengan nilai korelasi yang berada di atas batas minimum 0,70.

3.3 Uji Construct Validity and Reliability

Tabel 1.2 Hasil Uji Construct Validity and Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0,915	0,918	0,929	0,594
X2	0,906	0,913	0,930	0,727
X3	0,935	0,944	0,946	0,686
Y	0,897	0,900	0,921	0,660

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki konsistensi internal yang baik. Hal ini terlihat dari nilai Cronbach's Alpha yang tinggi, yaitu 0,915 untuk X1, 0,906 untuk X2, 0,935 untuk X3, dan 0,897 untuk Y, semuanya di atas ambang batas 0,70, yang menandakan bahwa item-item pada setiap variabel memberikan jawaban yang konsisten. Composite Reliability (rho_a dan rho_c) untuk keempat variabel juga berada di atas 0,90, lebih tinggi dari standar minimal 0,70, yang menunjukkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas internal yang sangat baik dan indikator-indikatornya secara konsisten merepresentasikan variabel yang diukur.

Sementara itu, Average Variance Extracted (AVE) digunakan untuk menguji validitas konvergen. Nilai AVE untuk X1 sebesar 0,594, X2 sebesar 0,727, X3 sebesar 0,686, dan Y sebesar 0,660, semuanya di atas 0,50. Hal ini menandakan bahwa lebih dari 50% varians indikator dijelaskan oleh konstruknya masing-masing, sehingga validitas konvergen tercapai. Dengan demikian, indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid dan benar-benar merefleksikan variabel yang ingin diukur.

Secara keseluruhan, hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memenuhi standar kualitas pengukuran dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut, termasuk pengujian hubungan antar variabel dengan SEM-PLS.

3.4 Hasil Uji Hipotesis

Tabel 1.3 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	Ket
lingkungan keluarga -> Niat wirausaha	0.227	0.235	0.073	3.121	0.002	H ₁ Diterima
oppeness to experience -> Niat wirausaha	0.239	0.240	0.084	2.828	0.005	H ₂ Diterima
pengetahuan wirausaha -> Niat wirausaha	0.188	0.193	0.077	2.443	0.015	H ₃ Diterima

Analisis tabel 1.3 menunjukkan bahwa suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai t-statistic > 1,96 atau p-value < 0,05. Berdasarkan kriteria ini, pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen—lingkungan keluarga, openness to experience, dan pengetahuan kewirausahaan—memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pekanbaru.

Variabel lingkungan keluarga (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Niat berwirausaha dengan nilai original sample 0,227, t-statistic 3,121, dan p-value 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan keluarga, keteladanan, pemberian motivasi, serta penyediaan sumber daya secara nyata meningkatkan Niat individu untuk terlibat dalam kewirausahaan. Dukungan keluarga berperan sebagai faktor utama yang membedakan individu dengan kecenderungan kuat berwirausaha dan yang kurang berNiat.

Variabel openness to experience (X2) juga berpengaruh positif signifikan terhadap Niat berwirausaha dengan nilai original sample 0,239, t-statistic 2,828, dan p-value 0,005. Tingkat keterbukaan individu terhadap ide baru, pengalaman berbeda, dan kreativitas terbukti menjadi determinan penting yang mendorong seseorang untuk mengembangkan Niat dalam kewirausahaan. Sifat ini memudahkan individu menghadapi ketidakpastian, menerima tantangan, dan menciptakan solusi inovatif, sehingga meningkatkan kesiapan untuk berwirausaha.

Sementara itu, pengetahuan kewirausahaan (X3) memberikan pengaruh positif signifikan dengan nilai original sample 0,188, t-statistic 2,443, dan p-value 0,015. Pengetahuan ini berfungsi sebagai modal intelektual yang membantu individu memahami konsep, peluang, risiko, dan strategi bisnis. Meski kontribusinya lebih rendah dibandingkan faktor keluarga dan keterbukaan pengalaman, pengetahuan kewirausahaan tetap penting sebagai dasar pemahaman yang optimal bila didukung oleh faktor internal dan eksternal lainnya.

4. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat berwirausaha Generasi Z. Dukungan emosional, motivasi, keteladanan, serta penyediaan sumber daya dari keluarga menjadi faktor penting dalam membentuk rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, dan motivasi individu untuk terjun ke dunia usaha. Selain itu, openness to experience juga berperan signifikan, di mana keterbukaan terhadap pengalaman baru, kreativitas, dan ide inovatif mendorong generasi muda menjadi lebih adaptif, berani mengambil keputusan, serta mampu belajar dari kegagalan. Kedua faktor ini mendukung kesiapan individu dalam menghadapi dinamika dunia usaha yang penuh tantangan. Selain faktor eksternal dan kepribadian, pengetahuan kewirausahaan turut memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat berwirausaha. Pemahaman mengenai peluang bisnis, manajemen usaha, perencanaan, serta pengelolaan risiko memperkuat keyakinan dan kesiapan individu untuk memulai bisnis, meskipun kontribusinya lebih kecil dibandingkan faktor keluarga dan keterbukaan pengalaman. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kombinasi faktor eksternal dan internal secara signifikan membentuk Niat berwirausaha pada Generasi Z, dengan keluarga, keterbukaan pengalaman, dan pengetahuan kewirausahaan saling melengkapi dalam memotivasi dan meningkatkan kesiapan berwirausaha. Penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, *openness to experience*, dan pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat berwirausaha Generasi Z di Kota Pekanbaru, dengan faktor eksternal dan internal tersebut saling melengkapi dalam membentuk motivasi, kesiapan, serta keberanian generasi muda untuk terjun ke dunia usaha.

Referensi

- [1] W. Achmad *et al.*, "Taking Advantage Of Indonesia's Demographic Bonus In 2024: Challenges And Opportunities Memanfaatkan Bonus Demografi Indonesia Di Tahun 2024: Tantangan Dan Peluang," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 5, no. 2, pp. 4425–4434, 2024, [Online]. Available: <http://journal.yrpiipku.com/index.php/msej>
- [2] L. Sekar Arum, Amira Zahrani, and N. A. Duha, "Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," *Account. Student Res. J.*, vol. 2, no. 1, pp. 59–72, 2023, doi: 10.62108/asrj.v2i1.5812.
- [3] O. Ramadhani and Khoirunnisa, "Generasi Z dan Transformasi Gaya Hidup Sehat di Era Digital," *Kumparan.com*, vol. 3, p. 1, 2024, [Online]. Available: <https://kumparan.com/pengetahuan-umum/generasi-z-dan-transformasi-gaya-hidup-sehat-di-era-digital-21yfPMGhwT9/full>
- [4] F. Awalia and Zulkarnaini, "Open Access Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital," pp. 15–25, 2025.
- [5] T. W. H. Lubis, N. Efendi, and S. O. Ginting, "Kewirausahaan Untuk Generasi Z Pada Siswa Methodist Tanjung Morawa," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 6, pp. 1536–1542, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i6.11080.
- [6] S. R. Ningsih, "Pengaruh Teknologi Terhadap Produktivitas Tenaga Kerja di Indonesia," *Benefit J. Bussiness, Econ. Financ.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2024, doi: 10.37985/benefit.v2i1.341.
- [7] W. Khamimah, "Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia," *J. Disrupsi Bisnis*, vol. 4, no. 3, p. 2017, 2021, doi: 10.32493/drj.v4i3.9676.
- [8] A. T. Novitasari, "Lingkungan Keluarga Sebagai Faktor Ekstrinsik Niat Berwirausaha," *JPEKA J. Pendidik. Ekon. Manaj. dan Keuang.*, vol. 3, no. 2, pp. 71–86, 2019, doi: 10.26740/jpeka.v3n2.p71-86.
- [9] R. M. Y. D. Rengganis, L. P. M. Mirayani, and A. . S. I. Pramanaswari, "The Influence of Entrepreneurship Education, Motivation

- and Family Environment on Interest in Entrepreneurship,” *J. Econ.*, vol. 1, no. 4, pp. 975–984, 2022.
- [10] H. Rachmawati, H. Rachmawati, and W. T. Subroto, “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa,” *Edunomic J. Pendidik. Ekon.*, vol. 10, no. 1, p. 56, 2022, doi: 10.33603/ejpe.v10i1.6236.
- [11] H. Harfandi, Z. Zulhelmi, and E. Sonita, “The Effect of Entrepreneurship Attitude and Knowledge on Entrepreneurial Intention of Students,” *Ekon. SYARIAH J. Econ. Stud.*, vol. 6, no. 1, p. 60, 2022, doi: 10.30983/es.v6i1.5562.
- [12] K. A. Artadewi and N. L. G. E. Sulindawati, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Literasi Keuangan, dan Motivasi Terhadap Niat Mahasiswa Membangun Startup Business,” *J. Akunt. Profesi*, vol. 14, no. 03, pp. 469–481, 2023, doi: 10.23887/jap.v14i03.50052.
- [13] Vivi Oktavia, Ganefri, Asmar Yulastri, Nizwardi Jalinus, and Jonni Mardizal, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa,” *Indones. J. Comput. Sci.*, vol. 13, no. 3, 2024, doi: 10.33022/ijcs.v13i3.3969.
- [14] J. Hair, W. Black, B. Barry, and A. Rolph, *Multivariate Data Analysis (Sixth Edition)*, vol. 19, no. 3. 2019. doi: 10.5117/2006.019.003.007.