

Analisis Peran Peer Influence terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Generasi Z

¹Jelita Febrianti Tampubolon, ²Karisa Kusumadewi Saputri, ³Lasria Sitorus, ⁴Sabrina Theresia Sukma, ⁵Yohana Br Sinaga, ⁶Saidun Hutasuhut

¹⁻⁶Prodi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Medan

E-mail: ¹jelitafebriantitampubolon@gmail.com, ²sasakusumadewi@gmail.com,
³lasriasitorus27@gmail.com, ⁴sabrinatheresiasukma@gmail.com,
⁵yohanasinaga53@gmail.com, ⁶saidun@unimedac.id

ABSTRAK

Kewirausahaan merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru, namun minat berwirausaha di kalangan mahasiswa generasi Z masih tergolong rendah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh teman sebaya terhadap minat berwirausaha mahasiswa generasi Z usia 18–22 tahun dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei kuesioner skala Likert. Data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang mengindikasikan bahwa semakin besar dukungan, dorongan, dan teladan dari lingkungan pertemanan, semakin tinggi minat mahasiswa untuk memulai usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa lingkungan sosial yang mendukung memiliki peran penting dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan mahasiswa, sehingga perguruan tinggi perlu membangun ekosistem yang dapat mendorong munculnya ide kreatif serta aktivitas kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

Kata kunci : *peer influence, minat berwirausaha, mahasiswa, generasi Z, social learning theory*

ABSTRACT

Entrepreneurship is a crucial factor in driving economic growth and creating new employment opportunities; however, interest in entrepreneurship among Generation Z university students remains relatively low. This study aims to analyze the influence of peer relationships on the entrepreneurial interest of Generation Z students aged 18–22, using a quantitative approach through a Likert scale survey questionnaire. The data were analyzed using simple linear regression with the assistance of SPSS. The results show that peer influence has a positive and significant effect on students' entrepreneurial interest, indicating that greater support, encouragement, and role modeling from peers lead to stronger interest in starting a business. The study concludes that a supportive social environment plays an essential role in fostering entrepreneurial motivation among students, suggesting that universities should develop social ecosystems that encourage creativity and entrepreneurial activities on campus.

Keyword : *peer influence, entrepreneurial interest, students, Generation Z, social learning theory*

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan saat ini menjadi salah satu cara penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Namun, minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Indonesia masih tergolong rendah. Padahal, mahasiswa termasuk kelompok yang memiliki potensi besar karena umumnya mereka kreatif, berpendidikan, dan terbuka terhadap ide-ide baru (BPS, 2023).

Generasi Z, yaitu mereka yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang melek teknologi, cepat beradaptasi, dan suka dengan kebebasan. Akan tetapi, keputusan untuk berwirausaha pada generasi ini seringkali dipengaruhi oleh lingkungan sosial, terutama teman sebaya. Teman sebaya menjadi kelompok yang sangat berpengaruh karena mereka saling berbagi pandangan, pengalaman, dan dorongan yang bisa menumbuhkan semangat untuk mencoba hal baru, termasuk dalam bidang wirausaha (Laka et al., 2024).

Menurut Telaumbauna (2025), seseorang dapat belajar melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain. Dalam konteks mahasiswa, hal ini berarti bahwa mereka bisa meniru atau termotivasi untuk berwirausaha setelah melihat teman-temannya yang sudah lebih dulu mencoba. Dengan kata lain, pengaruh teman sebaya (*peer influence*) berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha.

Beberapa penelitian sebelumnya juga membuktikan hal tersebut. Tanumihardja and Slamet (2023) menyatakan bahwa dukungan teman sebaya dapat meningkatkan rasa percaya diri dan keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. Sementara itu, Ashur (2016) menjelaskan bahwa interaksi sosial antar teman dapat mendorong munculnya niat untuk mencoba bisnis kecil atau kegiatan usaha. Namun, penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Tri (2022) menunjukkan

hasil berbeda, di mana pengaruh teman sebaya tidak selalu kuat ketika faktor keluarga dan pendidikan kewirausahaan ikut berperan.

Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara pengaruh teman sebaya dan minat berwirausaha masih perlu dipahami secara lebih mendalam, khususnya pada mahasiswa generasi Z yang memiliki karakteristik unik dan berbeda dari generasi sebelumnya. Di sinilah letak kontribusi penelitian ini. Penelitian ini berbeda dari penelitian terdahulu karena secara khusus memfokuskan analisis pada mahasiswa generasi Z usia 18–22 tahun di era pasca-pandemi, sebuah kelompok yang belum banyak dikaji secara spesifik dalam konteks pengaruh sosial terhadap minat berwirausaha. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif terbaru melalui pengukuran berbasis skala Likert dan analisis regresi untuk memberikan bukti empiris yang lebih terukur. Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan pemahaman yang lebih akurat mengenai bagaimana dinamika teman sebaya membentuk minat berwirausaha mahasiswa masa kini, serta dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi dalam merancang program kewirausahaan yang lebih efektif dan relevan..

2. LANDASAN TEORI

2.1. Social Learning Theory (Bandura, 1977)

Teori pembelajaran sosial yang diperkenalkan oleh Bandura (1977) menjelaskan bahwa seseorang dapat belajar melalui proses pengamatan terhadap perilaku orang lain di sekitarnya. Melalui observasi, individu tidak hanya meniru tindakan orang lain, tetapi juga memahami konsekuensi dari tindakan tersebut. Apabila suatu perilaku menghasilkan dampak positif, individu cenderung menirunya karena dianggap bermanfaat atau sesuai dengan nilai yang diyakini. Pandangan ini sejalan dengan

temuan penelitian terbaru yang mengaplikasikan konsep Bandura dalam konteks modern, seperti yang dijelaskan oleh Wibowo, Salfadilah, dan Alfani (2023) bahwa proses pengamatan dapat membentuk kecenderungan seseorang dalam mengambil keputusan, termasuk dalam bidang kewirausahaan.

Dalam konteks kewirausahaan, teori ini menunjukkan bahwa mahasiswa dapat belajar dari teman sebaya yang terlibat dalam aktivitas berwirausaha. Ketika mahasiswa melihat temannya berhasil mengembangkan usaha, muncul dorongan untuk mencoba hal yang sama. Teman sebaya berperan sebagai model atau panutan (*role model*) yang mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha karena perilaku tersebut dinilai memberikan hasil positif.

Selain Social Learning Theory dari Bandura, kajian ini juga relevan dengan *Social Theory of Learning* yang dikembangkan oleh Wenger (1998). Wenger menekankan bahwa pembelajaran terjadi melalui partisipasi dalam komunitas praktik (*communities of practice*), yaitu lingkungan sosial di mana individu berbagi pengalaman, pengetahuan, dan aktivitas bersama. Dalam konteks mahasiswa, kelompok pertemanan dapat berfungsi sebagai komunitas praktik di mana mereka saling bertukar informasi tentang peluang usaha, strategi bisnis, maupun pengalaman sukses dan gagal. Melalui interaksi berulang, mahasiswa membangun identitas, nilai, dan motivasi yang turut memperkuat minat berwirausaha.

Integrasi kedua teori ini menunjukkan bahwa pembelajaran sosial tidak hanya terjadi melalui observasi individu terhadap model perilaku (Bandura, 1977), tetapi juga melalui partisipasi aktif dalam komunitas sosial yang membentuk cara berpikir dan bertindak (Wenger, 1998). Dengan demikian, pengaruh teman sebaya terhadap minat berwirausaha mahasiswa dapat dipahami sebagai kombinasi antara proses peniruan perilaku yang dianggap

berhasil dan keterlibatan dalam lingkungan sosial yang menyediakan dukungan serta praktik bersama (Wibowo, Salfadilah, & Alfani, 2023).

2.2. Peer Influence

Peer influence adalah pengaruh yang muncul dari teman sebaya terhadap sikap, perilaku, maupun keputusan seseorang. Dalam masa perkuliahan, mahasiswa sering berinteraksi dengan kelompok teman yang memiliki pandangan dan minat yang hampir sama. Dari interaksi inilah muncul pengaruh yang bisa bersifat positif maupun negatif (Putri et al. 2025).

Menurut (Gultom et al. 2024), teman sebaya berperan penting dalam perkembangan sosial individu karena mereka menjadi sumber dukungan, penerimaan, dan pembelajaran sosial. Ketika seseorang memiliki teman yang berpikiran terbuka, inovatif, dan berani mengambil risiko, nilai-nilai tersebut dapat menular kepada individu lain dalam kelompok yang sama.

Dalam konteks wirausaha, pengaruh teman sebaya dapat mendorong munculnya keberanian untuk memulai bisnis, memberikan motivasi, serta menjadi tempat berbagi pengalaman. (Putri et al. 2025) menyatakan bahwa dukungan teman sebaya mampu meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa untuk mencoba kegiatan usaha kecil atau proyek kewirausahaan.

2.3. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan keinginan, ketertarikan, dan kesiapan seseorang untuk memulai usaha atau bisnis mandiri. Menurut Hermansyah (2025), minat berwirausaha tumbuh dari adanya kepercayaan diri, kemandirian, serta dorongan untuk mencapai keberhasilan. Mahasiswa yang memiliki minat tinggi biasanya tertarik mencari peluang usaha, menyukai tantangan, dan memiliki tujuan untuk mandiri secara finansial.

Selain faktor kepribadian, minat berwirausaha juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti keluarga, pendidikan, dan teman sebaya. Pebrianti, Nurdianti, and Gumilar (2025) menemukan bahwa mahasiswa yang berada di lingkungan sosial yang mendukung, terutama dari teman sebaya, cenderung memiliki minat yang lebih kuat untuk berwirausaha.

2.4 Hail Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Aieny et al. (2020) menemukan bahwa interaksi sosial dengan teman sebaya dapat meningkatkan niat berwirausaha melalui proses imitasi dan motivasi sosial. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Pratiwi (2021), yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang berada dalam lingkungan pertemuan produktif cenderung memiliki dorongan lebih besar untuk mencoba aktivitas bisnis karena adanya pengaruh psikologis berupa rasa percaya diri dan dukungan emosional. Selain itu, Fahmi dan Nurhayati (2018) menyatakan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam komunitas sebaya yang aktif berwirausaha dapat memperkuat persepsi bahwa berbisnis adalah aktivitas yang realistik dan layak dicoba. Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Hernita (2019), yang menyebutkan bahwa dalam beberapa konteks, pengaruh teman sebaya tidak terlalu kuat jika mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor keluarga, pengalaman pribadi, atau pendidikan kewirausahaan yang mereka terima. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya gap penelitian, yaitu masih belum konsisten sejauh mana pengaruh teman sebaya benar-benar berperan dalam menumbuhkan minat berwirausaha, khususnya pada mahasiswa generasi Z yang hidup di era digital dan memiliki pola interaksi sosial yang berbeda dari generasi sebelumnya.

3. METODOLOGI

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (*peer influence*) terhadap variabel terikat (minat berwirausaha) (Wardani and Jelati 2022). Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner berbentuk pernyataan tertutup dengan skala Likert. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti melakukan analisis data secara statistik untuk mengetahui hubungan antar variabel secara objektif (Waruwu et al. 2025).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada beberapa perguruan tinggi di Kota Medan, Sumatera Utara, yang memiliki mahasiswa dari generasi Z (usia 18–22 tahun) (Manalu, Simangunsong, and Siregar 2024). Pengumpulan data dilaksanakan selama bulan Agustus hingga September 2025, baik secara daring (melalui Google Form) maupun secara langsung kepada responden (Dahlan et al. 2025).

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa generasi Z yang berusia antara 18 sampai 22 tahun dan sedang menempuh pendidikan tinggi di Kota Medan (Harahap 2023). Karena jumlah populasi sangat besar dan tersebar di berbagai kampus, maka digunakan teknik sampling non-probabilitas dengan metode purposive sampling (Septiani, Aribbe, and Diansyah 2020).

Kriteria responden yang dipilih yaitu:

- Mahasiswa aktif berusia 18–22 tahun.
- Pernah mengikuti kegiatan kewirausahaan di kampus atau lingkungan sekitarnya.
- Bersedia mengisi kuesioner dengan lengkap.

Jumlah sampel yang terkumpul sebanyak 100 responden, jumlah ini dianggap cukup mewakili karena memenuhi syarat minimal dalam analisis regresi sederhana (lebih dari 30 responden).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disusun dalam bentuk pernyataan dengan skala Likert 1–5, di mana:

- 1 = Sangat Tidak Setuju,
- 2 = Tidak Setuju,
- 3 = Netral,
- 4 = Setuju, dan
- 5 = Sangat Setuju.

Kuesioner dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- Bagian pertama: identitas responden (usia, jenis kelamin, dan perguruan tinggi).
- Bagian kedua: pernyataan yang mengukur variabel peer influence dan minat berwirausaha.
- Kuesioner disebarluaskan secara daring dan langsung menggunakan media Google Form serta distribusi kertas di beberapa kampus.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket tertutup dengan indikator-indikator sebagai berikut:

Variabel – Indikator

X – Peer Influence

Dorongan teman untuk mencoba kegiatan usaha

Dukungan dan motivasi dari teman sebaya

Ketertarikan karena melihat teman berwirausaha

Keterlibatan teman dalam kegiatan kewirausahaan

Y – Minat Berwirausaha

Keinginan untuk membuka usaha sendiri

Rasa percaya diri dalam berbisnis

Ketertarikan terhadap kegiatan wirausaha

Keberanian dalam mengambil risiko bisnis

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) dengan beberapa tahap analisis, yaitu:

- Uji Reliabilitas dan Validitas
- Untuk memastikan bahwa item kuesioner layak digunakan.
- Uji Deskriptif Statistik
- Untuk menggambarkan rata-rata dan sebaran data dari masing-masing variabel.
- Uji Regresi Linier Sederhana
- Digunakan untuk mengetahui pengaruh peer influence (X) terhadap minat berwirausaha (Y). Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + bX$$

di mana:

Y = Minat berwirausaha

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Peer influence

- Uji Signifikansi (Uji t dan Uji F)

Untuk melihat apakah pengaruh variabel X terhadap Y signifikan secara statistik pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan program SPSS 25 dan menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,967 untuk variabel X dan 0,952 untuk variabel Y, yang berarti instrumen memiliki reliabilitas sangat tinggi.

Tabel berikut menunjukkan hasil uji reliabilitas instrumen untuk masing-masing variabel.

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Peer Influence (X)	0,967	8	Reliabel sangat tinggi
Minat Berwirausaha (Y)	0,952	8	Reliabel sangat tinggi

Interpretasi:

Nilai Cronbach's Alpha pada kedua variabel lebih besar dari 0,9, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Artinya, instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

2. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan untuk melihat gambaran umum tingkat pengaruh teman sebaya dan minat berwirausaha mahasiswa.

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Peer Influence (X)	100	2.00	5.00	3.67	0.71
Minat Berwirausaha (Y)	100	2.25	5.00	3.98	0.64

Interpretasi:

Nilai rata-rata (*mean*) variabel *peer influence* sebesar **3,67** menunjukkan bahwa secara umum mahasiswa cukup setuju bahwa teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku mereka.

Sedangkan nilai rata-rata *minat*

berwirausaha sebesar **3,98** menunjukkan bahwa mahasiswa generasi Z memiliki minat tinggi untuk berwirausaha.

Hasil ini memperlihatkan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan positif terhadap kegiatan wirausaha dan merasa terdorong oleh pengaruh teman sebayanya.

3. Uji Regresi Linier Sederhana

a. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.722	0.522	0.517	0.448

Interpretasi:

Nilai **R Square** sebesar **0,522** menunjukkan bahwa variabel peer influence mampu menjelaskan **52,2%** variasi pada minat berwirausaha mahasiswa. Sisanya sebesar 47,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti dukungan keluarga, pengalaman pribadi, dan lingkungan kampus.

b. Uji ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	21.514	1	21.514	107.00	0.000
Residual	19.715	98	0.201		
Total	41.229	98			

c. Uji Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	1.622	0.218		7.44	0.000
Peer Influence (X)	0.642	0.062	0.722	10.34	0.000

Persamaan Regresi:

$$Y = 1.622 + 0.642X$$

Makna persamaan:

Setiap peningkatan satu poin pada variabel *peer influence* akan meningkatkan *minat berwirausaha* mahasiswa sebesar **0.642 poin**. Koefisien positif ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh teman sebaya, semakin tinggi tinggi pula minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *peer influence* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa generasi Z. Temuan ini diperkuat oleh nilai R Square sebesar 0,522, yang berarti bahwa pengaruh teman sebaya mampu menjelaskan 52,2% variasi pada minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan 47,8% sisanya berasal dari faktor lain di luar model, seperti dukungan keluarga, pengalaman pribadi, serta lingkungan kampus. Secara statistik, hasil ini menggambarkan bahwa dorongan, ajakan, dan keterlibatan teman sebaya memiliki peranan substansial dalam membentuk keinginan mahasiswa untuk memulai usaha. Mahasiswa yang sering berinteraksi dengan teman yang kreatif, aktif mengeksplorasi peluang usaha, atau bahkan telah menjalankan bisnis kecil, cenderung memiliki minat yang lebih kuat untuk melakukan hal yang sama.

Temuan ini selaras dengan *Social Learning Theory* yang dikemukakan oleh Bandura (1977), di mana perilaku

seseorang dapat terbentuk melalui pengamatan dan peniruan terhadap orang lain yang dianggap berhasil. Dalam penelitian ini, mahasiswa belajar bukan hanya melalui penjelasan verbal, tetapi dari contoh konkret pada teman sebaya, baik yang mereka lihat secara langsung maupun melalui media digital, misalnya ketika seorang teman berhasil mempromosikan produk di media sosial, memperoleh keuntungan dari bisnis online, atau rutin mengikuti kegiatan bazar kampus. Jalur pembelajaran sosial ini juga diperkuat oleh konsep *Social Theory of Learning* dari Wenger (1998), yang menyatakan bahwa pembelajaran terjadi melalui partisipasi dalam komunitas praktik. Dalam konteks mahasiswa, kelompok pertemuan berfungsi sebagai komunitas praktik di mana mereka bertukar pengalaman, ide usaha, serta strategi bisnis yang kemudian membentuk identitas dan motivasi kewirausahaan.

Keterkaitan antara hasil penelitian ini dan penelitian terdahulu juga tampak kuat. Studi Hidayat (2018) menunjukkan bahwa mahasiswa yang berada dalam lingkungan sosial produktif lebih terdorong untuk mencoba bisnis karena adanya proses imitasi dan dukungan psikologis. Sutangsa (n.d.) menegaskan bahwa lingkungan pertemuan yang positif menciptakan suasana kompetitif yang sehat dan meningkatkan rasa percaya diri untuk memulai usaha. Penelitian Winarsih dan Yono (2021) serta Blebur (2020) juga mendukung temuan ini dengan menjelaskan bahwa keberhasilan teman sebaya menjadi pemicu yang mendorong keinginan mahasiswa untuk membuktikan diri mampu meraih prestasi serupa. Meski demikian, hasil ini tidak sepenuhnya sejalan dengan Fadhilah dan Mukhlis (2021) yang menyatakan bahwa faktor keluarga dan pendidikan kewirausahaan lebih dominan dibandingkan pengaruh teman sebaya. Perbedaan hasil ini dapat dipahami karena generasi Z memiliki karakteristik sosial yang unik lebih

terhubung melalui teknologi digital dan lebih responsif terhadap pengaruh teman dari *online community* maupun lingkungan fisik (Arta, Faizal, & Asiyah, 2023; Prameswari et al., 2024).

Pengaruh kuat teman sebaya pada mahasiswa generasi Z dapat dijelaskan melalui karakter sosial mereka yang terbuka, kolaboratif, dan sangat terhubung secara digital. Ganesha (n.d.) menyatakan bahwa budaya kewirausahaan mudah terbentuk ketika kelompok pertemanan aktif terlibat dalam bisnis online, menjadi reseller, atau mengikuti kegiatan kewirausahaan kampus. Dalam situasi demikian, teman sebaya tidak hanya berfungsi sebagai rekan sosial, tetapi juga sebagai sumber inspirasi, motivasi, dan bahkan kolaborator bisnis. Selain itu, penelitian Devi (2017) serta Wahyuni dan Costadinov (2020) menunjukkan bahwa kehadiran teman dengan orientasi wirausaha meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa untuk memulai usaha kecil karena mereka merasa memiliki dukungan sosial yang kuat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa *peer influence* merupakan salah satu faktor kunci yang tidak dapat diabaikan dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa generasi Z (Niken Putri, Komala Dewi, & Wijaya, 2025). Mahasiswa yang dikelilingi oleh teman-teman dengan orientasi bisnis terbukti lebih kreatif dalam mencari ide usaha, lebih berani mengambil risiko, dan lebih termotivasi untuk mandiri secara finansial (Zarkasyi, 2021). Oleh karena itu, lingkungan kampus memiliki peluang besar untuk memperkuat minat berwirausaha dengan membangun komunitas bisnis mahasiswa, mengadakan kegiatan kolaboratif, serta menciptakan ekosistem yang mendorong interaksi positif antar mahasiswa yang memiliki ketertarikan pada kewirausahaan (Pratiwi & Dasmadi, 2024; Tahir et al., 2025).

Temuan ini menegaskan bahwa strategi pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi perlu mempertimbangkan dinamika sosial mahasiswa, terutama pengaruh kuat dari teman sebaya, agar upaya peningkatan minat berwirausaha dapat lebih efektif.

5. KESIMPULAN

Penelitian mengenai pengaruh teman sebaya terhadap minat berwirausaha mahasiswa Generasi Z menunjukkan bahwa *peer influence* memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat dorongan, dukungan, maupun keteladanan yang ditunjukkan oleh teman sebaya, semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk mencoba dan terlibat dalam kegiatan wirausaha. Nilai R Square sebesar 0,522 juga memperlihatkan bahwa 52,2% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh pengaruh teman sebaya, sementara 47,8% sisanya berasal dari faktor lain seperti keluarga, pengalaman, kurikulum kampus, atau paparan digital.

Hasil penelitian ini konsisten dengan Social Learning Theory yang menegaskan bahwa individu belajar melalui pengamatan dan peniruan terhadap model sosial yang dianggap relevan. Pada Generasi Z, proses ini semakin kuat karena tingginya intensitas interaksi sosial, baik secara langsung maupun melalui media digital. Temuan ini juga sejalan dengan sebagian penelitian terdahulu yang menekankan bahwa dukungan dan contoh nyata dari teman sebaya dapat meningkatkan rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, serta minat untuk memulai usaha.

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya bukan satu-satunya faktor yang menentukan minat berwirausaha. Masih terdapat variabel lain yang berpotensi

memberikan kontribusi signifikan tetapi belum dianalisis dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aieny, Fauzia, Eeng Ahman, Amir Machmud, and Kurjono Kurjono. 2020. "Pengaruh Self Efficacy, Interaksi Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Dimoderasi Karakteristik Kewirausahaan Peserta Didik." *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 12(2):251–62.
- Arta, Antri, Muhazzab Alief Faizal, and Binti Nur Asiyah. 2023. "The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation." *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 6(2):231–41.
- Ashur, Muhammad. 2016. "Pengaruh Dukungan Sosial, Persepsi Risiko Dan Interaksi Sosialterhadap Kepercayaan Dan Niat Pembelian Konsumen Pada Media S-Commerce (Studi Pada Konsumen S-Commerce Di Indonesia)." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen* 3(1).
- Blegur, Jusuf. 2020. *Soft Skills Untuk Prestasi Belajar: Disiplin Percaya Diri Konsep Diri Akademik Penetapan Tujuan Tanggung Jawab Komitmen Kontrol Diri*. Scopindo Media Pustaka.
- Dahlan, Jarnawi Afgani, Yaya Sukjaya Kusumah, Erma Monariska, Ariyanti Jalal, Fadhil Zil Ikram, M. Azhari Panjaitan, Pieter Z. Tupamahu, and R. H. Yanti Silitonga. 2025. "Pendampingan Guru Sekolah Menengah Dalam Penerapan ICT Untuk Asesmen Pembelajaran." *Sipakaraya: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4(1):32–41.
- Devi, Abrista. 2017. "Peran Orientasi Kewirausahaan Sebagai Mediasi Antara Pendidikan Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa." *Li Falah: Journal of Islamic Economics and Business* 2(2):108–30.
- Fadhilah, Nurul, and Andi Muhammad Akram Mukhlis. 2021. "Hubungan Lingkungan Keluarga, Interaksi Teman Sebaya Dan Kecerdasan Emosional Dengan Hasil Belajar Siswa." *Jurnal Pendidikan* 22(1):15–31.
- Ganesha, Ramadhanna Ramadhanna STIE. n.d. "PENGARUH LINGKUNGAN PENDIDIKAN DALAM MENGEJEMBANGKAN WIRAUSAHA MUDA DI STIE GANESHA."
- Gultom, Rida, Daniel F. N. Hutabarat, Tiurma Septiani, Tabita Tambunan, and Irfan Martin Pasaribu. 2024. "Persahabatan Positif: Peran Teman Dalam Membangun Karakter." *Jurnal Trust Pentakosta* 1(1).
- Harahap, Dinda Permatasari. 2023. "Hubungan Antara Pola Asuh Otoriter Dengan Kepercayaan Diri Remaja Generasi Z Di Kelurahan Kota Matsum I Medan."
- Hermansyah, Claritha Febrillia. 2025. "PERAN SELF-EFFICACY DALAM MEMBENTUK MINAT ENTREPRENEURSHIP MAHASISWA INTREPRETATIF PADA MAHASISWA FEBI UIN PALOPO."
- Hernita, Nita. 2019. "Pengaruh Teman Sebaya Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Jurusan:(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Majalengka)." *Eco-Iqtishodi: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Keuangan Syariah* 1(1):35–44.
- Hidayat, Akhmad Syarif. 2018. "Mahasiswa Berwirausaha: Latar Belakang, Karakter Dan Proses Menciptakan Usaha."
- Manalu, Darma, Ridhon M. B. Simangunsong, and Dian Nara Septiana Isabel Siregar. 2024. "Analisis Faktor-Faktor Pendorong

- Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Generasi Z Dikalangan Mahasiswa Di Medan.” *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 7(3):3120–26.
- Niken Putri, Endang, Ratih Komala Dewi, and Ranas Wijaya. 2025. “Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Ekonomi Syariah Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening.”
- Pebranti, Novia, Raden Roro Suci Nurdianti, and Rendra Gumilar. 2025. “PENGARUH MENTALITAS KWIRUSAHAAN, LINGKUNGAN KELUARGA DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA DIKALANGAN MAHASISWA PENDIDIKAN UNIVERSITAS SILIWANGI (Survei Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi Angkatan 2021-2022).” *JOURNAL SAINS STUDENT RESEARCH* 3(5):952–65.
- Prameswari, Dita, Indah Rahayu, Fariha Azzahra, and Sri Martono. 2024. *Generasi Z: Kooperatif, Kompetitif, Dan Inovatif Dalam Dunia Kerja*. Penerbit NEM.
- Pratiwi, Yunita Niqrisah Dwi, and Dasmadi Dasmadi. 2024. “Meningkatkan Entrepreneurship Meraih Peluang Bisnis Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Kalangan Mahasiswa.” *Jurnal Abdimas Adpi Sosial Dan Humaniora* 5(2):33–38.
- Putri, Jihan, Adhwaa Afrilya, Halimatussa Ramba, Fitriani Dari, and Dhiya Suharyo. 2025. “Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa BPI.” *Jurnal Psikologi* 2(4):10.
- Septiani, Yuni, Edo Aribbe, and Risnal Diansyah. 2020. “Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrahman Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrahman Pekanbaru).” *Jurnal Teknologi Dan Open Source* 3(1):131–43.
- Sutangsa, S. Pd. n.d. *Membentuk Jiwa Wirausaha Yang Kompetitif, Kreatif, Dan Inovatif Bagi Mahasiswa Di Era Milenial*. Penerbit Adab.
- Tahir, Arifin, Azis Rachman, Feri Hulukati, Arlan Igirisa, Ariyanti Wange, Fadlun Utama Yunus, Ferdinand Limonu, Istin Kopiti, Jein A. Bioto, and Junita Djojonikrat. 2025. *Kepemimpinan Transformasional “Membangun Masa Depan Perguruan Tinggi Di Indonesia.”* TOHAR MEDIA.
- Tanumihardja, Jason, and Frangky Slamet. 2023. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Dukungan Sosial, Dan Efisiensi Diri Terhadap Intensitas Berwirausaha Mahasiswa Di Jakarta.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5(2):419–28.
- Tri, Inayah. 2022. “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga Dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH Saifuddin Zuhri.”
- Wahyuni, Citra, and Emiel Yusuf Costadinov. 2020. “Hubungan Antara Dukungan Teman Sebaya Dengan Kepercayaan Diri Berbicara Di Depan Umum Pada Mahasiswa.” *Jurnal Psikologi Malahayati* 2(1):50–59.
- Wardani, Dewi Kusuma, and Rupertud Wilian Brodus Jelati. 2022. “Pengaruh Lingkungan Keluarga Dan Teman Sebaya Terhadap Minat Berwirausaha.” *Jurnal Ekonomi Sakti* 11(2):108–16.
- Warini, Sisin, Yasnitia Nurul Hidayat, and Darul Ilmi. 2023. “Teori Belajar

Sosial Dalam Pembelajaran.”
ANTHOR: Education and Learning Journal 2(4):566–76.

- Waruwu, Marinu, Siti Natijatul Puat, Patrisia Rahayu Utami, Elli Yanti, and Marwah Rusydiana. 2025. “Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan.” *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan* 10(1):917–32.
- Wibowo, Yusuf Rendi, Fatonah Salfadilah, and Moch Farich Alfani. 2023. “Studi Komparasi Teori Keteladanan Nashih Ulwan Dan Teori Kognitif Sosial Albert Bandura.” *Mentari: Journal of Islamic Primary School* 1(1):43–59.
- Winarsih, Tri Winarsih, and Yono Dwi Widodo Yono. 2021. “Melatih Karakter Kewirausahaan Siswa Smk Melalui Pemasaran Online.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)* 1(1):14–23.
- Zarkasyi, Muhammad Ridlo. 2021. *Entrepreneurship-Intrapreneurship: Untuk Kemandirian Dan Kelestarian Bisnis*. UNIDA Gontor Press.

