

PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA ONLINE IBU RUMAH TANGGA DI KOTA PEKANBARU

Oleh

Nurul Sukriani¹, Dian Febrina²

¹Universitas Persada Bunda Indonesia

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau

Email: nurisyukria@gmail.com (Korespondensi)

Abstract: *This study aims to examine the influence of motivation and family environment on the online entrepreneurial interest of housewives in Pekanbaru City. The rapid development of the digital economy has created opportunities for housewives to engage in online businesses as an alternative source of household income. However, the level of entrepreneurial interest varies among individuals and is influenced by several factors, particularly motivation and family environment. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of housewives residing in Pekanbaru City who were interested in or actively engaged in online businesses. The sample was selected using a purposive sampling technique, involving 97 respondents. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results indicate that motivation has a positive and significant effect on online entrepreneurial interest, with a t-value of 7.717 and a significance level of 0.000 ($p < 0.05$). In contrast, the family environment does not have a significant effect on online entrepreneurial interest, as indicated by a t-value of -0.115 and a significance level of 0.909 ($p > 0.05$). Simultaneously, motivation and family environment have a significant effect on online entrepreneurial interest, as evidenced by an F-value of 51.796 and a significance level of 0.000 ($p < 0.05$). The Adjusted R^2 value of 0.514 indicates that 51.4% of the variance in online entrepreneurial interest can be explained by the two independent variables, while the remaining 48.6% is influenced by other factors not included in this study. Therefore, motivation is identified as the dominant factor influencing the online entrepreneurial interest of housewives in Pekanbaru City.*

Keywords: *Motivation, Family Environment, Online Entrepreneurial Interest, Housewives, Digital Entrepreneurship.*

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Pemanfaatan internet yang semakin luas, meningkatnya penggunaan telepon pintar, serta berkembangnya berbagai platform digital seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop, Instagram, Facebook Marketplace, dan WhatsApp Business telah mempermudah masyarakat dalam memasarkan produk maupun jasa. Transformasi digital tersebut tidak hanya dimanfaatkan oleh pelaku usaha

besar, tetapi juga oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), termasuk usaha yang dijalankan dari rumah oleh ibu rumah tangga.

Ibu rumah tangga merupakan salah satu kelompok masyarakat yang memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan. Selain berperan dalam mengelola rumah tangga, banyak ibu rumah tangga yang mulai memanfaatkan waktu luang untuk menjalankan usaha secara online sebagai sumber pendapatan tambahan. Usaha yang dijalankan umumnya berupa penjualan makanan dan minuman, produk fesyen,

kosmetik, perlengkapan rumah tangga, kerajinan, hingga menjadi *reseller* atau *affiliate marketer*. Model usaha ini relatif mudah dijalankan karena tidak memerlukan modal yang besar, dapat dilakukan dari rumah, serta didukung oleh kemudahan akses teknologi digital.

Meskipun peluang usaha online semakin terbuka, tidak semua ibu rumah tangga memiliki minat untuk memulai atau mengembangkan usaha. Minat berwirausaha merupakan kecenderungan seseorang untuk memilih kegiatan kewirausahaan sebagai pilihan karier atau sumber pendapatan. Minat tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri individu maupun dari lingkungan sekitar. Salah satu faktor yang diduga berpengaruh kuat terhadap minat berwirausaha adalah motivasi. Motivasi merupakan dorongan internal maupun eksternal yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan guna mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, motivasi dapat berupa keinginan untuk meningkatkan pendapatan keluarga, memperoleh kemandirian ekonomi, mengembangkan potensi diri, memanfaatkan waktu secara produktif, maupun mencapai aktualisasi diri. Penelitian terdahulu oleh Lestari dan Nurhadi (2023) mengonfirmasi bahwa motivasi yang kuat, baik dari sisi kebutuhan finansial maupun aktualisasi diri, menjadi pendorong utama seseorang untuk terjun ke dunia usaha online. Semakin tinggi motivasi yang dimiliki seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk memulai dan mengembangkan usaha.

Selain motivasi, lingkungan keluarga juga memiliki peranan penting dalam membentuk minat berwirausaha. Keluarga merupakan lingkungan sosial pertama yang memberikan dukungan, nilai, pengalaman, serta dorongan kepada individu. Bagi ibu rumah tangga, dukungan suami dan anggota keluarga menjadi faktor yang sangat krusial karena kegiatan usaha sering kali harus dijalankan secara bersamaan dengan aktivitas domestik rumah tangga. Menurut hasil studi Ramadani et al. (2021), dukungan keluarga yang berbentuk modal moral maupun finansial

sangat memengaruhi kesiapan emosional perempuan dalam menghadapi risiko bisnis digital. Kondisi keluarga yang mendukung diyakini mampu meningkatkan rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, dan komitmen dalam menjalankan usaha. Hal ini diperkuat oleh temuan Handayani (2018) yang menyatakan bahwa lingkungan keluarga yang kondusif memberikan dampak signifikan secara parsial terhadap pembentukan intensi berwirausaha.

Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau memiliki perkembangan ekonomi yang cukup pesat dan menjadi salah satu pusat perdagangan serta jasa di wilayah Sumatera. Pertumbuhan penggunaan internet, meningkatnya aktivitas perdagangan digital, serta berkembangnya UMKM berbasis digital memberikan peluang yang besar bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha secara online. Berbagai program pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM juga semakin memperkuat peluang bagi ibu rumah tangga untuk memanfaatkan teknologi sebagai media berwirausaha. Namun demikian, masih terdapat perbedaan tingkat minat ibu rumah tangga dalam memulai usaha online, sehingga diperlukan kajian yang mampu menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi kondisi tersebut.

Berbagai penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh motivasi maupun lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha. Akan tetapi, sebagian besar literatur terdahulu, seperti penelitian yang dilakukan oleh Wardana et al. (2020), masih sangat berfokus pada subjek mahasiswa, pelajar, atau generasi muda yang secara struktural belum memiliki tanggung jawab domestik keluarga. Terdapat keterbatasan studi yang secara spesifik meneliti kelompok ibu rumah tangga sebagai pelaku utama bisnis *e-commerce*. Selain itu, terdapat celah inkonsistensi hasil (*empirical gap*) di mana beberapa studi konvensional menunjukkan bahwa faktor lingkungan luar lebih dominan, sementara dalam era pasca-pandemi dan adaptasi digital modern saat ini, interaksi antara motivasi internal individu dan ekosistem digital keluarga justru menjadi

penentu utama. Studi terbaru dari Suryani dan Wijaya (2025) menunjukkan bahwa dinamika hambatan waktu bagi ibu rumah tangga di era digital memerlukan bentuk dukungan keluarga yang lebih kompleks (bukan sekadar modal keuangan, melainkan pembagian peran domestik).

Oleh karena itu, penelitian yang secara khusus mengkaji minat berwirausaha online pada ibu rumah tangga, terutama di Kota Pekanbaru, masih relatif terbatas. Perkembangan tren *social commerce* (seperti TikTok Shop dan Live Selling) setelah tahun 2020 telah mengubah fenomena dan kemudahan kewirausahaan masyarakat, sehingga diperlukan penelitian yang lebih kontekstual dengan kondisi saat ini. Dengan demikian, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) pada objek penelitian, yaitu ibu rumah tangga dengan segala kompleksitas peran gandanya yang menjalankan atau berminat menjalankan usaha secara online di Kota Pekanbaru. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru".

Motivasi

Motivasi merupakan salah satu faktor psikologis yang berperan penting dalam mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan guna mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, motivasi menjadi kekuatan pendorong (*driving force*) internal yang menggerakkan individu untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Menurut Robbins dan Judge (2018), motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu menuju pencapaian tujuannya. Intensitas berkaitan dengan seberapa keras seseorang berusaha; arah merupakan orientasi yang menguntungkan organisasi/tujuan; dan ketekunan adalah ukuran berapa lama seseorang dapat mempertahankan usahanya. Dalam perspektif kewirausahaan, salah satu teori yang paling relevan adalah Teori Kebutuhan McClelland

(*McClelland's Need Theory*). Menurut McClelland (dalam Robbins & Judge, 2018), terdapat tiga kebutuhan dasar yang mendorong motivasi manusia, salah satunya adalah *need for achievement* (kebutuhan akan prestasi). Wirausahawan umumnya memiliki *need for achievement* yang tinggi, yang mendorong mereka untuk memanfaatkan peluang, mengambil risiko terukur, dan menciptakan nilai tambah.

Bagi ibu rumah tangga, motivasi berwirausaha tidak hanya bersumber dari motif ekonomi semata (*push factors* seperti keterbatasan finansial), melainkan juga dari motif penarikan (*pull factors*) seperti keinginan memperoleh kemandirian finansial, fleksibilitas waktu untuk tetap menjaga anak, serta aktualisasi diri melalui pemanfaatan teknologi digital (Segal et al., 2005).

Berdasarkan sintesis teori motivasi kerja dan karakteristik wirausaha perempuan, indikator motivasi berwirausaha dalam penelitian ini diadaptasi dari McClelland dan Robbins & Judge (2018), yang disesuaikan dengan konteks ibu rumah tangga:

1. Kebutuhan akan Ekonomi/Pendapatan: Keinginan untuk meningkatkan pendapatan dan membantu stabilitas finansial keluarga.
2. Kemandirian Finansial: Keinginan untuk memiliki sumber keuangan sendiri tanpa bergantung sepenuhnya pada suami.
3. Aktualisasi Diri: Keinginan untuk mengembangkan potensi, keahlian, dan kapasitas diri di luar peran domestik.
4. Fleksibilitas Waktu: Kebutuhan untuk mengatur waktu kerja secara mandiri agar peran sebagai ibu rumah tangga tetap berjalan seimbang.
5. Pencapaian Masa Depan: Keinginan untuk mencapai taraf kehidupan dan kesejahteraan keluarga yang lebih baik.

Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga merupakan lingkungan sosial primer dan pertama yang dialami oleh individu, yang berfungsi membentuk nilai, sikap, kepribadian, dan pola pikir. Menurut Slameto (2015), lingkungan keluarga adalah lembaga pendidikan pertama

dan utama yang memengaruhi perkembangan anak maupun anggota keluarga di dalamnya secara signifikan.

Dalam ranah kewirausahaan, lingkungan keluarga dikaji melalui lensa dukungan sosial (*social support theory*). Keluarga dapat bertindak sebagai sistem pendukung utama (*core support system*) yang menyediakan modal emosional (semangat, saran, penerimaan) dan modal instrumen/finansial (pinjaman dana, bantuan tenaga kerja) (Chang et al., 2012).

Bagi seorang ibu rumah tangga, lingkungan keluarga memegang peranan yang bersifat krusial. Ketika seorang ibu memutuskan untuk berwirausaha, terjadi pembagian fokus antara peran domestik (mengurus rumah tangga) dan peran publik (mengelola bisnis). Oleh karena itu, dukungan dari ekosistem internal keluarga—terutama suami dan anak—menjadi determinan utama yang menentukan apakah ibu rumah tangga tersebut memiliki ruang dan kepercayaan diri untuk memulai usaha online tanpa merasa bersalah (*work-family conflict*).

Indikator lingkungan keluarga dalam penelitian ini diukur berdasarkan dimensi dukungan sosial keluarga menurut Sarafino dan Smith (2014) yang disesuaikan dengan konteks wirausaha:

1. Dukungan Instrumental/Finansial: Bantuan berupa modal finansial, penyediaan alat, atau bantuan fisik dalam operasional usaha.
2. Dukungan Emosional Suami dan Anak: Kehadiran rasa aman, perhatian, pengertian, dan kasih sayang dari pasangan serta anak saat menjalankan usaha.
3. Dukungan Penghargaan/Moral: Pengakuan, pujian, dan umpan balik positif dari keluarga terhadap aktivitas bisnis yang dirintis.
4. Dukungan Informatif: Pemberian saran, informasi, atau diskusi solutif dari anggota keluarga saat menghadapi kendala usaha.
5. Suasana Kondusif Rumah Tangga: Tingkat keharmonisan dan minimnya konflik internal di dalam rumah yang mendukung fokus berwirausaha.

Minat Berwirausaha Online

Minat berwirausaha merupakan kecenderungan, ketertarikan, dan kesiapan mental individu untuk memilih jalur kewirausahaan sebagai pilihan karier atau sumber pendapatan. Teori utama yang mendasari pembentukan minat ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Menurut Ajzen, niat atau minat (*intention*) adalah prediktor terbaik dari perilaku (*behavior*). Minat ini dibentuk oleh tiga hal: sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm* — pengaruh lingkungan), dan persepsi kendali perilaku (*perceived behavioral control* — keyakinan akan kemampuan diri).

Menurut Kasmir (2017), minat berwirausaha merupakan keinginan dan kemauan seseorang untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan suatu usaha secara mandiri dengan berani mengambil risiko untuk memperoleh keuntungan dan mencapai tujuan tertentu. Minat tersebut tercermin dari adanya ketertarikan, kemauan, kesungguhan, dan komitmen seseorang untuk menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan.

Minat berwirausaha bertransformasi ke arah *digital entrepreneurship*. Menurut Kraus et al. (2019), *digital entrepreneurship* adalah praktik kewirausahaan di mana beberapa atau seluruh kegiatan bisnis (produksi, pemasaran, distribusi, transaksi) dilakukan dengan memanfaatkan platform digital. Bagi ibu rumah tangga, minat berwirausaha online mencerminkan ketertarikan khusus untuk membuka usaha dengan memanfaatkan *marketplace*, media sosial, maupun *e-commerce*, karena model bisnis ini menawarkan efisiensi modal dan tidak mengharuskan mereka meninggalkan rumah. Dalam penelitian ini, indikator minat berwirausaha online diadaptasi dari *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ) yang dikembangkan oleh Liñán dan Chen (2009) dan disesuaikan dengan konteks kewirausahaan digital pada ibu rumah tangga. Instrumen ini telah banyak digunakan dalam penelitian mengenai *entrepreneurial intention*

dan terbukti memiliki validitas serta reliabilitas yang baik.

Adapun indikator minat berwirausaha online yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Niat memulai usaha online, yaitu keinginan yang kuat dari individu untuk memulai usaha berbasis digital dalam waktu yang direncanakan.
2. Pilihan karier sebagai wirausaha, yaitu kecenderungan individu untuk menjadikan usaha online sebagai pilihan karier atau sumber pendapatan utama maupun tambahan.
3. Keseriusan dalam mempersiapkan usaha, yaitu kesungguhan individu dalam merencanakan, mempelajari, dan mempersiapkan berbagai aspek yang diperlukan untuk memulai usaha online.
4. Komitmen menjalankan usaha, yaitu kesediaan individu untuk mengerahkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam menjalankan serta mengembangkan usaha online.
5. Tekad menjadi wirausaha, yaitu keyakinan dan komitmen individu untuk merealisasikan serta mempertahankan usaha online secara berkelanjutan.
6. Pada intinya usaha untuk meningkatkan motivasi adalah suatu keterampilan dalam memadukan kepentingan karyawan dan kepentingan organisasi, sehingga keinginan-keinginan karyawan di puaskan bersamaan dengan tercapainya sasaran-sasaran organisasi. (Setyawati dalam Iskandar, 2018:99)
7. Berdasarkan indikator tersebut, semakin tinggi keinginan individu untuk memulai usaha, menjadikan usaha sebagai pilihan karier, mempersiapkan usaha secara serius, berkomitmen menjalankan usaha, dan memiliki tekad untuk menjadi wirausaha, maka semakin tinggi pula tingkat minat berwirausaha online yang dimiliki.

8.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Kota Pekanbaru dipilih sebagai lokasi penelitian karena

merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi dan perdagangan di Provinsi Riau yang mengalami perkembangan pesat dalam pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, meningkatnya penggunaan media sosial, marketplace, dan platform digital sebagai sarana pemasaran memberikan peluang bagi ibu rumah tangga untuk menjalankan usaha secara online. Kondisi tersebut menjadikan Kota Pekanbaru sebagai lokasi yang relevan untuk mengkaji pengaruh motivasi dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha online ibu rumah tangga. Penelitian ini direncanakan berlangsung selama kurang lebih lima bulan, mulai dari bulan Agustus hingga Desember 2026. Kegiatan penelitian meliputi penyusunan proposal, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, pengolahan data menggunakan SPSS, analisis hasil penelitian, hingga penyusunan laporan penelitian.

Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga yang berdomisili di Kota Pekanbaru dan memiliki minat atau sedang menjalankan usaha secara online, seperti melalui WhatsApp Business, Facebook Marketplace, Instagram, TikTok Shop, Shopee, Tokopedia, maupun platform digital lainnya. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti (unknown population). Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Wibisono (2003). Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel minimum yang digunakan adalah 97 responden. Untuk meningkatkan representativitas data, peneliti dapat menggunakan 100 responden.

Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

1. Berstatus sebagai ibu rumah tangga.
2. Berdomisili di Kota Pekanbaru.
3. Berusia minimal 18 tahun.
4. Memiliki minat untuk memulai usaha online atau sedang menjalankan usaha online.
5. Bersedia menjadi responden penelitian.

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika r hitung $>$ r tabel maka alat ukur yang digunakan dinyatakan valid dan sebaliknya. Nilai r tabel dapat diperoleh dengan persamaan $N - 2 = 97 - 2 = 95$ sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,199, dan nilai r hitung diperoleh dengan metode *Corrected Item-Total Correlation*, berdasarkan uji validitas yang penulis lakukan dalam penelitian ini maka di peroleh nilai korelasi terendah sebesar 0,303, maka dengan demikian seluruh item yang di uji dalam penelitian ini adalah valid karena memiliki r tabel $>$ 0,199, sehingga dapat digunakan untuk analisis tahapan selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2008:56), uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang digunakan sebagai indikator dari variabel. Jika koefisien alpha yang dihasilkan $\geq 0,60$, maka indikator tersebut dikatakan reliabel atau handal (dapat dipercaya). Dari hasil pengujian reliabelitas, diketahui nilai reliabilitas seluruh variabel dalam penelitian ini adalah $\geq 0,60$. Artinya bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau handal (dapat dipercaya). Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa item-item untuk keenam variabel sudah baik dan layak untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

Dari pengolahan data diketahui kedua variabel bebas dalam penelitian ini memiliki $VIF < 10$, sehingga dapat dikatakan tidak terdapat gejala multikolonieritas antara variabel bebas dalam penelitian ini. Artinya antara kedua variabel bebas yang diteliti tidak saling berhubungan sehingga tepat digunakan sebagai variabel bebas dalam model.

Uji Heteroskedastisitas

Dari pengolahan data diperoleh hasil dari keseluruhan variable X yaitu Kemandirian, Modal, Emosional, dan pendidikan dalam penelitian ini, memiliki nilai koefisien spearman $> 0,6$, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas antara variabel dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Dari pengolahan data diperoleh hasil bahwa nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov dalam penelitian ini di peroleh sebesar 0,075, 0,112 dan 0,062, dengan demikian seluruh nilai signifikansi yang diperoleh $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi syarat uji normalitas.

Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengolahan data variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) yang menggunakan program SPSS (*Statistics Product and Service Solution*), maka diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi linier berganda yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.66	1.318		6.572	0
	MOTIVASI	0.569	0.074	0.731	7.717	0
	LING.KEL	-0.015	0.127	-0.011	-0.115	0.909

Sumber : Data Olahan, 2026

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 8,660 + 0,569X_1 - 0,015X_2$$

Keterangan:

Y = Minat Berwirausaha Online

X₁ = Motivasi

X₂ = Lingkungan Keluarga

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

- Nilai konstanta sebesar 8,660 menunjukkan bahwa apabila variabel Motivasi dan Lingkungan Keluarga dianggap tetap atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Minat Berwirausaha Online ibu rumah tangga di Kota Pekanbaru sebesar 8,660.
- Nilai koefisien regresi variabel Motivasi sebesar 0,569 menunjukkan hubungan

positif. Artinya, setiap peningkatan Motivasi sebesar satu satuan akan meningkatkan Minat Berwirausaha Online sebesar 0,569 satuan, dengan asumsi variabel Lingkungan Keluarga tetap.

- Nilai koefisien regresi variabel Lingkungan Keluarga sebesar -0,015 menunjukkan hubungan negatif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada variabel Lingkungan Keluarga akan bisa menurunkan Minat Berwirausaha Online sebesar **0,015** satuan. Namun demikian, koefisien tersebut tidak signifikan sehingga secara statistik pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Online tidak terbukti.

Tabel 2
Uji Hipotesis Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.66	1.318		6.572	0
	MOTIVASI	0.569	0.074	0.731	7.717	0
	LING.KEL	-0.015	0.127	-0.011	-0.115	0.909

Sumber : Data Olahan, 2026

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Nilai t tabel diperoleh dengan rumus:

$$df = n - k - 1$$

$$= 97 - 2 - 1$$

$$= 94$$

Pada taraf signifikansi 5% diperoleh t tabel sebesar 1,986.

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Online

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai:

- T hitung = 7,717

- Sig = 0,000

Karena:

$$7,717 > 1,986$$

dan

$$0,000 < 0,05$$

maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Online

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai:

- $t_{hitung} = -0,115$
- $Sig = 0,909$

Karena:

$$|-0,115| < 1,986$$

dan

$$0,909 > 0,05$$

maka dapat disimpulkan bahwa Lingkungan Keluarga tidak berpengaruh signifikan

terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.

Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Motivasi dan Lingkungan Keluarga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Online.

Tabel 3. Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	535.925	2	267.963	51.796	.000 ^b
	Residual	486.301	94	5.173		
	Total	1022.23	96			
a. Dependent Variable: MINAT						
b. Predictors: (Constant), LING.KEL, MOTIVASI						

Sumber : Data Olahan, 2026

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh nilai

Fhitung sebesar 51,796 dengan nilai signifikansi 0,000.

Nilai Ftabel pada taraf signifikansi 5% dengan derajat kebebasan ($df1 = 2$ dan $df2 = 94$) adalah sekitar 3,09.

Karena:

$$F_{hitung} = 51,796 > F_{tabel} = 3,09$$

dan

$$Sig = 0,000 < 0,05$$

maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.

Tabel 4

Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.724 ^a	.524	.514	2.275	.796
a. Predictors: (Constant), LING.KEL, MOTIVASI					
b. Dependent Variable: MINAT					

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,514. Hal ini menunjukkan bahwa 51,4% variasi Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru dapat dijelaskan oleh variabel Motivasi dan Lingkungan Keluarga, sedangkan 48,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian, seperti literasi digital, modal usaha, pengalaman berwirausaha, dukungan pemerintah, akses terhadap teknologi, maupun faktor-faktor lain yang relevan.

Pembahasan

Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 7,717 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada ttabel ($7,717 > 1,986$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima, yang berarti bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

minat berwirausaha online ibu rumah tangga di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki oleh ibu rumah tangga, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk memulai maupun mengembangkan usaha secara online. Motivasi menjadi faktor internal yang mendorong seseorang untuk bertindak, berusaha mencapai tujuan, dan memanfaatkan peluang ekonomi yang tersedia. Dalam konteks penelitian ini, motivasi dapat berupa keinginan untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga, memperoleh kemandirian ekonomi, memanfaatkan waktu luang secara produktif, serta mengembangkan potensi diri melalui kegiatan berwirausaha berbasis digital.

Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan media sosial serta marketplace memberikan peluang yang lebih besar bagi ibu rumah tangga untuk menjalankan usaha tanpa harus meninggalkan peran utamanya dalam keluarga. Kondisi tersebut menyebabkan ibu rumah tangga yang memiliki motivasi tinggi cenderung memiliki minat yang lebih besar untuk memanfaatkan platform digital sebagai sarana berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farrukh et al. (2019) yang menyatakan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Selain itu, penelitian Mahfud, Triyono, Sudira, dan Mulyani (2020) juga menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha, karena individu yang memiliki dorongan untuk berkembang akan lebih terdorong untuk menciptakan usaha secara mandiri.

Temuan penelitian ini juga mendukung teori yang dikemukakan oleh Liñán dan Chen (2009) yang menjelaskan bahwa niat berwirausaha dipengaruhi oleh dorongan internal individu untuk mewujudkan suatu usaha. Semakin kuat motivasi seseorang, maka semakin besar pula keinginannya untuk memulai kegiatan usaha.

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Keluarga memperoleh nilai thitung sebesar -0,115 dengan nilai signifikansi 0,909. Nilai tersebut menunjukkan bahwa t hitung lebih kecil daripada t tabel ($|-0,115| < 1,986$) dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,909 > 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) ditolak, yang berarti bahwa lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha online ibu rumah tangga di Kota Pekanbaru.

Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan ibu rumah tangga untuk berwirausaha secara online tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh dukungan atau kondisi lingkungan keluarga. Dalam era digital, akses terhadap informasi, media sosial, pelatihan kewirausahaan, komunitas bisnis, serta berbagai platform e-commerce memberikan peluang yang luas bagi ibu rumah tangga untuk memperoleh pengetahuan dan membangun usaha secara mandiri. Dengan demikian, meskipun dukungan keluarga tetap penting, faktor tersebut bukan menjadi penentu utama dalam membentuk minat berwirausaha online.

Selain itu, karakteristik responden yang telah terbiasa menggunakan media digital juga memungkinkan mereka memperoleh motivasi dan inspirasi dari luar lingkungan keluarga, seperti komunitas wirausaha, konten edukasi digital, maupun pengalaman pelaku usaha lainnya. Hal tersebut dapat menyebabkan pengaruh lingkungan keluarga menjadi tidak signifikan. Hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian yang menemukan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Perbedaan tersebut diduga disebabkan oleh karakteristik responden, kondisi sosial ekonomi, tingkat literasi digital, serta perkembangan teknologi yang memungkinkan seseorang memperoleh dukungan dari berbagai sumber selain keluarga.

Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai Fhitung sebesar 51,796 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa F hitung lebih besar daripada Ftabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) diterima, yang berarti bahwa Motivasi dan Lingkungan Keluarga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial lingkungan keluarga tidak berpengaruh signifikan, namun ketika dianalisis secara bersama-sama dengan motivasi, kedua variabel mampu menjelaskan variasi minat berwirausaha online. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi sebagai faktor internal dan lingkungan keluarga sebagai faktor eksternal secara bersama-sama membentuk kondisi yang dapat memengaruhi munculnya minat berwirausaha.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi (Adjusted R Square sebesar 0,514), diketahui bahwa 51,4% variasi minat berwirausaha online dapat dijelaskan oleh variabel motivasi dan lingkungan keluarga, sedangkan 48,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti literasi digital, pengalaman berwirausaha, modal usaha, keterampilan digital, akses terhadap teknologi, maupun dukungan pemerintah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan minat berwirausaha online pada ibu rumah tangga tidak hanya membutuhkan dorongan dari dalam diri individu, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini. Oleh karena itu, program pemberdayaan kewirausahaan bagi ibu rumah tangga perlu difokuskan pada peningkatan motivasi, kompetensi digital, dan akses terhadap peluang usaha berbasis teknologi agar minat berwirausaha dapat terus berkembang.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.
2. Lingkungan Keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.
3. Motivasi dan Lingkungan Keluarga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Online Ibu Rumah Tangga di Kota Pekanbaru.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Ibu rumah tangga diharapkan dapat terus meningkatkan motivasi untuk berwirausaha melalui pengembangan keterampilan, mengikuti pelatihan kewirausahaan digital, serta memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana memulai maupun mengembangkan usaha online. Motivasi yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi persaingan dan peluang bisnis di era digital.
2. Pemerintah Kota Pekanbaru, melalui dinas yang membidangi koperasi, usaha mikro, dan pemberdayaan perempuan, diharapkan dapat meningkatkan program pelatihan kewirausahaan digital, pemasaran online, pengelolaan keuangan usaha, serta pendampingan bagi ibu rumah tangga. Program tersebut diharapkan mampu meningkatkan motivasi dan kompetensi masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis digital.
3. Komunitas wirausaha dan pelaku UMKM diharapkan dapat memberikan ruang kolaborasi, pendampingan, serta berbagi

pengalaman kepada ibu rumah tangga yang baru memulai usaha online. Dukungan dalam bentuk jejaring bisnis, pelatihan, dan mentoring dapat membantu meningkatkan kesiapan dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Chang, E. P., Memili, E., Chrisman, J. J., Welsh, D. H., & Kellermanns, F. W. (2012). *Family Social Capital, Venture Quality, and Start-up Decisions*. *Family Business Review*, 25(2), 144-160.
- Farrukh, M., Lee, J. W. C., Sajid, M., & Waheed, A. (2019). *Entrepreneurial intentions: The role of individualism and collectivism in perspective of theory of planned behaviour*. *Education + Training*, 61(7/8), 984-1000. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2018-0194>
- Handayani, S. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 65-72.
- Hull, C. E., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). *Taking Advantage of Digital Opportunities: A Typology of Digital Entrepreneurship*. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303.
- Iskandar, I., & Risman, R. (2022). *Pengaruh Motivasi Terhadap Disiplin Kerja Karyawan Pada PT. XY Pekanbaru. Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 13(4), 361-372.
- Iskandar, I., Hendrayani, H., Yusriadi, Y., Rahmat, Y., Bishri, H., Putra, E., & Kurniawan, T. R. (2023). *Pelatihan Manajemen dan Motivasi Bagi Aparatur Desa Talang Sungai Limau Kec. Rakit Kulim Kabupaten Indragiri Hulu*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital*, 1-9.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). *Digital Entrepreneurship: A Research Agenda on New Business Models in The Digital Economy*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
- Lestari, A., & Nurhadi, N. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Online di Era Digital. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 45-58.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). *Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). *The influence of social capital and entrepreneurial attitude orientation on entrepreneurial intentions: The mediating role of psychological capital*. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33-39. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.005>
- Ramadani, V., Dana, L. P., Gërguri-Rashiti, S., & Lemazani, P. (2021). Family support and female entrepreneurship in digital economies: A multifaceted perspective. *Journal of Family Business Management*, 11(3), 321-340.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2018). *Organizational Behavior (18th ed.)*. Pearson Education.
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2014). *Health Psychology: Biopsychosocial Interactions (8th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). *The Motivation to Become an Entrepreneur*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11(1), 42-57.

- Slameto. (2015). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Rineka Cipta.
- Suryani, E., & Wijaya, T. (2025). Digital Entrepreneurship Intention Among Homemakers: The Interplay of Internal Motivation and Domestic Support. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 17(2), 112-131.
- Wardana, L. W., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., Wibowo, T. G., & Modgil, S. (2020). *The impact of entrepreneurship education and family background on entrepreneurial intention. Education + Training*, 62(7/8), 811-830.