

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN VOKASIONAL DESAIN FASHION DI STKIP
PANGERAN ANTASARI**

Tri Utari Ismayuni¹, Mariska Sisilia²

¹STKIP Pangeran Antasari, Indonesia

²STIE Pangeran Antasari, Indonesia

Corresponden E-Mail; tariismayunii@gmail.com, sisilia.mariska@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat minat berwirausaha mahasiswa serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion di STKIP Pangeran Antasari. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 69 mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket, observasi, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis deskriptif persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa berada pada kategori tinggi. Sebanyak 31 mahasiswa atau 44,9% termasuk dalam kategori tinggi dan 24 mahasiswa atau 34,8% berada pada kategori sangat tinggi. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa meliputi kreativitas, pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, motivasi pribadi, serta lingkungan keluarga. Dari seluruh faktor tersebut, kreativitas menjadi faktor yang paling dominan dengan persentase sebesar 88,4%, kemudian diikuti oleh pendidikan kewirausahaan sebesar 84,1%, penggunaan media sosial sebesar 79,7%, motivasi pribadi sebesar 75,4%, dan lingkungan keluarga sebesar 68,1%. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memberikan pengaruh paling besar terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Kemampuan mahasiswa dalam menciptakan desain fashion yang inovatif serta mengikuti perkembangan tren pasar menjadi modal penting dalam membangun usaha fashion. Selain itu, pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial juga memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesiapan mahasiswa untuk menjadi entrepreneur muda di bidang fashion. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion di STKIP Pangeran Antasari memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan usaha di bidang fashion. Potensi tersebut dapat terus ditingkatkan melalui pengembangan kreativitas, penguatan pendidikan kewirausahaan, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana pendukung usaha fashion.

Kata kunci: : minat Berwirausaha, Kreativitas, Kewirausahaan Fashion, Mahasiswa, Desain Fashion.

Abstract

This research was conducted to identify the level of entrepreneurial interest among students and to examine the factors influencing entrepreneurial interest in the Fashion Design Vocational Education Study Program at STKIP Pangeran Antasari. The study applied a quantitative approach using a descriptive research method. The population consisted of 69 students enrolled in the Fashion Design Vocational Education Study Program. Data were collected through questionnaires, observations, and documentation, while the analysis was carried out using descriptive percentage analysis. The findings revealed that students' entrepreneurial interest was categorized as high. As many as 31 students (44.9%) were classified in the high category, while 24 students (34.8%) were included in the very high category. Several factors were found to influence students' entrepreneurial interest, including creativity, entrepreneurship education, social media utilization, personal motivation, and family environment. Among these factors, creativity showed the highest influence with a percentage of 88.4%, followed by entrepreneurship education at 84.1%, social media usage at 79.7%, personal motivation at 75.4%, and family environment at 68.1%. The study also indicated that creativity played the most significant role in encouraging students' entrepreneurial interest. Students' ability to produce innovative fashion designs and adapt to current market trends became an important asset in developing fashion-related businesses. Furthermore, entrepreneurship education and the effective use of social media contributed positively to enhancing students' preparedness to become young entrepreneurs in

the fashion industry. Based on these findings, it can be concluded that students of the Fashion Design Vocational Education Study Program at STKIP Pangeran Antasari possess strong potential to establish and develop businesses in the fashion sector. This potential can be strengthened through continuous development of creativity, improvement of entrepreneurship education, and optimal utilization of digital technology in the fashion business field.

Keyword: *entrepreneurial interest, creativity, fashion entrepreneurship, students, fashion design.*

PENDAHULUAN

Industri fashion di Indonesia merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang mengalami perkembangan signifikan seiring dengan meningkatnya kreativitas generasi muda, perubahan gaya hidup masyarakat, dan kemajuan teknologi digital. Fashion tidak lagi hanya dipahami sebagai kebutuhan dasar berupa pakaian, tetapi juga berkembang menjadi media ekspresi identitas diri, gaya hidup, nilai estetika, dan karakter sosial seseorang. Dalam konteks ekonomi kreatif, sektor fashion memiliki peluang strategis karena mampu mendorong inovasi produk, memperluas lapangan kerja, serta memperkuat daya saing produk lokal di pasar nasional maupun global (Badan Pusat Statistik, 2025; Kementerian Pariwisata, 2026).

Perkembangan ekonomi kreatif menunjukkan kontribusi yang semakin penting terhadap ketenagakerjaan nasional. Badan Pusat Statistik melaporkan bahwa pada tahun 2025 sektor ekonomi kreatif menyerap 27,40 juta tenaga kerja atau sekitar 18,70% dari total tenaga kerja nasional, meningkat dari 26,48 juta tenaga kerja pada tahun 2024. Data tersebut memperlihatkan bahwa ekonomi kreatif, termasuk subsektor fashion, memiliki prospek besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan perlu didorong melalui penguatan sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan berorientasi kewirausahaan (Badan Pusat Statistik, 2025).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola produksi, promosi, dan pemasaran produk fashion. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, serta marketplace online memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dengan biaya yang relatif rendah. Dalam konteks kewirausahaan modern, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen pemasaran, pembentukan merek, interaksi dengan konsumen, dan penguatan niat berwirausaha, terutama di kalangan mahasiswa dan generasi muda (Nguyen et al., 2023; Ofori et al., 2024).

Dalam dunia pendidikan tinggi, Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion memiliki peran penting dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga memiliki orientasi kewirausahaan. Mahasiswa pada program studi ini dibekali kemampuan mendesain busana, membuat pola, menjahit, memilih bahan, memahami tren, dan menghasilkan produk fashion yang memiliki nilai estetis dan nilai ekonomi. Kompetensi tersebut menjadi modal penting bagi mahasiswa untuk membangun usaha mandiri, khususnya dalam bidang fashion kreatif yang menuntut inovasi dan kepekaan terhadap kebutuhan pasar (Hamidi et al., 2008; Nabi et al., 2017).

Minat berwirausaha merupakan aspek penting dalam proses pembentukan perilaku kewirausahaan karena menjadi dorongan awal seseorang untuk merencanakan, memulai, dan mengembangkan usaha. Dalam Theory of Planned Behavior, intensi atau niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Oleh karena itu, mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan, mendapatkan dukungan lingkungan, serta merasa mampu menjalankan usaha cenderung memiliki minat berwirausaha yang lebih tinggi (Ajzen, 1991; Liñán & Chen, 2009).

Meskipun mahasiswa desain fashion memiliki potensi besar untuk mengembangkan usaha

mandiri, tidak semua mahasiswa memiliki minat yang tinggi untuk menjadi wirausahawan. Sebagian mahasiswa masih lebih memilih bekerja pada lembaga, perusahaan, atau instansi setelah lulus karena memandang berwirausaha sebagai aktivitas yang berisiko, membutuhkan modal, dan menuntut keberanian dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Kondisi ini menunjukkan perlunya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa agar perguruan tinggi dapat merancang strategi pembelajaran kewirausahaan yang lebih relevan dan aplikatif (Bae et al., 2014; Nabi et al., 2017).

Minat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kreativitas, motivasi, rasa percaya diri, kemandirian, keberanian mengambil risiko, dan kemampuan berinovasi. Sementara itu, faktor eksternal meliputi pendidikan kewirausahaan, lingkungan keluarga, dukungan sosial, pengalaman praktik bisnis, perkembangan teknologi digital, dan peluang pasar. Dalam konteks mahasiswa fashion, kreativitas menjadi faktor penting karena industri fashion menuntut kemampuan menghasilkan desain yang baru, unik, bernilai estetik, dan sesuai dengan tren konsumen (Hamidi et al., 2008; Zampetakis et al., 2011).

Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir, sikap, dan keterampilan mahasiswa dalam mengelola usaha. Pembelajaran kewirausahaan yang efektif tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis mengenai konsep bisnis, tetapi juga mendorong mahasiswa untuk melakukan praktik usaha, menyusun rencana bisnis, melakukan pemasaran, mengelola keuangan, dan mengevaluasi peluang pasar. Kajian meta-analisis menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan intensi berwirausaha, terutama apabila pembelajaran dilakukan melalui pengalaman praktis dan berbasis proyek (Bae et al., 2014; Galvão et al., 2021).

Selain pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial juga menjadi faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Media sosial memungkinkan mahasiswa mempromosikan produk fashion secara visual melalui foto, video pendek, ulasan konsumen, dan konten kreatif lainnya. Mahasiswa yang memiliki kemampuan memanfaatkan media sosial secara efektif cenderung lebih percaya diri untuk memulai usaha karena memiliki akses terhadap pasar yang luas, komunikasi langsung dengan konsumen, dan peluang membangun merek secara mandiri (Nguyen et al., 2023; Ofori et al., 2024).

Lingkungan keluarga juga berperan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Dukungan keluarga dapat berupa motivasi, pengalaman usaha, dorongan moral, bantuan modal, dan pemberian kepercayaan kepada mahasiswa untuk mencoba membangun usaha sendiri. Mahasiswa yang tumbuh dalam keluarga yang memiliki pengalaman berwirausaha umumnya lebih familiar dengan aktivitas bisnis, lebih terbiasa melihat peluang usaha, dan lebih percaya diri dalam mengambil keputusan kewirausahaan dibandingkan mahasiswa yang tidak memperoleh dukungan serupa dari keluarga (Zampetakis et al., 2011; Nguyen et al., 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion di Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Pangeran Antasari menjadi penting untuk diteliti. Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui tingkat minat berwirausaha mahasiswa, menganalisis faktor-faktor yang memengaruhinya, serta mengidentifikasi faktor yang paling dominan dalam membentuk minat tersebut. Fokus ini relevan karena kajian tentang minat berwirausaha mahasiswa pada bidang vokasional fashion masih perlu dikembangkan, terutama dalam kaitannya dengan kreativitas, pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan dukungan keluarga (Liñán & Chen, 2009; Nabi et

al., 2017).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis bagi pengembangan pendidikan kewirausahaan pada program studi vokasional. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa dalam konteks pendidikan desain fashion. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi bahan evaluasi bagi program studi dalam merancang pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif, kreatif, dan sesuai dengan kebutuhan industri fashion. Dengan demikian, lulusan tidak hanya dipersiapkan sebagai pencari kerja, tetapi juga sebagai pencipta peluang usaha baru di bidang fashion kreatif (Ajzen, 1991; Bae et al., 2014; Nabi et al., 2017).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif-korelasional. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berbentuk angka dan dianalisis secara statistik, sedangkan metode deskriptif-korelasional digunakan untuk menggambarkan tingkat minat berwirausaha mahasiswa serta menganalisis faktor-faktor yang memengaruhinya (Creswell & Creswell, 2018). Penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion STKIP Pangeran Antasari. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa aktif pada program studi tersebut. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan praktik desain fashion. Teknik ini dipilih agar responden memiliki pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2019).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui angket, observasi, dan dokumentasi. Angket digunakan sebagai instrumen utama untuk mengukur minat berwirausaha mahasiswa dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Instrumen disusun menggunakan skala Likert dengan indikator kreativitas, pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha, dan minat berwirausaha. Observasi digunakan untuk melihat aktivitas mahasiswa dalam praktik desain fashion dan pembelajaran kewirausahaan, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian. Sebelum digunakan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha minimal 0,70 (Taherdoost, 2016).

Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif persentase dan regresi linear berganda. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat minat berwirausaha mahasiswa, sedangkan regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kreativitas, pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, lingkungan keluarga, dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Faktor dominan ditentukan berdasarkan nilai koefisien beta terbesar dan tingkat signifikansi masing-masing variabel (Hair et al., 2019). Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai tingkat minat berwirausaha mahasiswa serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Hasil penelitian juga dapat menjadi bahan evaluasi bagi program studi dalam mengembangkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan industri fashion kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan 69 mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion di STKIP Pangeran Antasari. Data diperoleh melalui angket berskala Likert, kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif persentase. Analisis dilakukan untuk mengetahui tingkat minat berwirausaha mahasiswa serta faktor-faktor yang memengaruhinya.

Tabel 1.

Tingkat Minat Berwirausaha Mahasiswa

Kategori Minat Berwirausaha	Frekuensi	Persentase
Sangat tinggi	24 mahasiswa	34,8%
Tinggi	31 mahasiswa	44,9%
Sedang	10 mahasiswa	14,5%
Rendah	4 mahasiswa	5,8%
Sangat rendah	0 mahasiswa	0%
Jumlah	69 mahasiswa	100%

Berdasarkan Tabel 1, minat berwirausaha mahasiswa berada pada kategori tinggi. Sebanyak 31 mahasiswa atau 44,9% berada pada kategori tinggi, sedangkan 24 mahasiswa atau 34,8% berada pada kategori sangat tinggi. Dengan demikian, sebanyak 79,7% mahasiswa menunjukkan minat berwirausaha pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki ketertarikan yang kuat untuk mengembangkan usaha mandiri di bidang fashion.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha tinggi cenderung lebih aktif dalam kegiatan praktik desain, produksi busana, pembuatan produk fashion, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Mahasiswa menunjukkan ketertarikan untuk memasarkan produk fashion melalui platform digital, seperti Instagram, TikTok, dan marketplace online. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa tidak hanya terlihat dari jawaban angket, tetapi juga tampak dalam aktivitas praktik pembelajaran fashion. Selanjutnya, hasil analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa dapat dilihat pada

Tabel 2.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa

No.	Faktor yang Memengaruhi	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	Kreativitas	61 mahasiswa	88,4%	Sangat tinggi
2	Pendidikan kewirausahaan	58 mahasiswa	84,1%	Tinggi
3	Penggunaan media sosial	55 mahasiswa	79,7%	Tinggi
4	Motivasi pribadi	52 mahasiswa	75,4%	Tinggi
5	Lingkungan keluarga	47 mahasiswa	68,1%	Sedang

Berdasarkan Tabel 2, kreativitas menjadi faktor dengan persentase tertinggi, yaitu 88,4% dan berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam menghasilkan ide baru, menciptakan desain fashion yang inovatif, memodifikasi model busana, dan menyesuaikan produk dengan tren pasar menjadi faktor utama yang mendorong minat berwirausaha. Dengan demikian, kreativitas dapat dipandang sebagai faktor dominan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion.

Faktor pendidikan kewirausahaan memperoleh persentase sebesar 84,1% dan termasuk kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan yang diterima mahasiswa berperan dalam meningkatkan pemahaman mereka mengenai konsep usaha, strategi pemasaran, pengelolaan bisnis, dan kesiapan dalam merintis usaha fashion. Pendidikan kewirausahaan memberikan pengalaman awal bagi mahasiswa untuk memahami peluang bisnis serta risiko yang mungkin dihadapi dalam mengembangkan usaha.

Penggunaan media sosial memperoleh persentase sebesar 79,7% dan berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memandang media sosial sebagai sarana penting dalam mendukung kegiatan wirausaha fashion. Media sosial memungkinkan mahasiswa memperkenalkan produk secara visual, menjangkau konsumen yang lebih luas, membangun citra merek, dan mempromosikan produk dengan biaya yang relatif rendah. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu faktor penting yang memperkuat minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Motivasi pribadi memperoleh persentase sebesar 75,4% dan termasuk kategori tinggi. Mahasiswa memiliki dorongan untuk mandiri, memperoleh penghasilan sendiri, mengembangkan potensi diri, serta menciptakan peluang kerja melalui usaha fashion. Motivasi tersebut menjadi energi internal yang mendorong mahasiswa untuk lebih berani merencanakan dan memulai usaha. Sementara itu, lingkungan keluarga memperoleh persentase sebesar 68,1% dan berada pada kategori sedang. Dukungan keluarga berupa motivasi, arahan, pengalaman usaha, dan dukungan moral tetap berperan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Namun, persentase lingkungan keluarga lebih rendah dibandingkan kreativitas, pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan motivasi pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh kemampuan personal dan pengalaman belajar yang diperoleh selama perkuliahan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesiapan awal untuk mengembangkan usaha di bidang fashion. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, minat atau intensi merupakan prediktor penting bagi munculnya perilaku, termasuk perilaku kewirausahaan. Intensi berwirausaha terbentuk melalui sikap positif terhadap wirausaha, dukungan lingkungan, dan keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam menjalankan usaha (Ajzen, 1991; Liñán & Chen, 2009).

Tingginya minat berwirausaha mahasiswa juga berkaitan dengan karakteristik program studi vokasional desain fashion yang menekankan penguasaan keterampilan praktis. Mahasiswa memiliki bekal dalam mendesain busana, membuat pola, memilih bahan, menjahit, serta menghasilkan produk fashion. Keterampilan tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri mahasiswa untuk menciptakan produk yang memiliki nilai jual. Dengan demikian, pembelajaran vokasional tidak hanya menyiapkan mahasiswa sebagai calon tenaga kerja, tetapi juga sebagai calon wirausahawan muda di bidang industri fashion kreatif.

Kreativitas menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan karakteristik industri fashion yang sangat bergantung pada kemampuan menciptakan desain baru, mengikuti tren, dan menghasilkan produk yang memiliki keunikan. Mahasiswa yang memiliki kreativitas tinggi cenderung lebih percaya diri untuk memulai usaha karena merasa mampu menghasilkan produk yang berbeda dan memiliki daya saing. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zampetakis et al. (2011), yang menunjukkan bahwa kreativitas memiliki hubungan dengan intensi berwirausaha pada kalangan muda.

Pendidikan kewirausahaan juga terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Pembelajaran kewirausahaan memberikan pemahaman mengenai perencanaan usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, analisis peluang, dan pengembangan produk. Pendidikan kewirausahaan yang dilaksanakan secara aplikatif dapat meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia usaha. Hal ini sejalan dengan kajian Bae et al. (2014) dan Nabi et al. (2017), yang menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan berkontribusi terhadap peningkatan intensi berwirausaha, terutama apabila pembelajaran disertai pengalaman praktik.

Penggunaan media sosial juga memberikan kontribusi penting terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Dalam konteks usaha fashion, media sosial menjadi sarana promosi yang sangat relevan karena produk fashion membutuhkan kekuatan visual untuk menarik perhatian konsumen. Mahasiswa dapat memanfaatkan foto produk, video pendek, katalog digital, testimoni pelanggan, dan fitur marketplace untuk memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nguyen et al. (2024), yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat mendorong intensi berwirausaha mahasiswa melalui perluasan akses informasi, jejaring, dan peluang pemasaran digital.

Motivasi pribadi juga berperan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Dorongan untuk mandiri, memperoleh penghasilan, mengembangkan bakat, dan menciptakan peluang kerja menjadi faktor psikologis yang memperkuat ketertarikan mahasiswa terhadap dunia usaha. Dalam konteks kewirausahaan, motivasi menjadi sumber energi internal yang mendorong individu untuk mengambil keputusan, menghadapi risiko, dan mempertahankan usaha. Oleh karena itu, motivasi mahasiswa perlu terus diperkuat melalui kegiatan praktik bisnis, pameran produk, kompetisi kewirausahaan, dan pendampingan usaha.

Lingkungan keluarga berada pada kategori sedang, tetapi tetap memiliki peran dalam mendukung minat berwirausaha mahasiswa. Dukungan keluarga dapat memberikan rasa aman, motivasi, pengalaman, dan dorongan moral bagi mahasiswa dalam memulai usaha. Mahasiswa yang berasal dari keluarga dengan latar belakang usaha cenderung lebih mengenal aktivitas bisnis dan lebih terbiasa melihat peluang usaha. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh keluarga tidak lebih kuat dibandingkan kreativitas dan pendidikan kewirausahaan. Artinya, pengalaman belajar di kampus dan kemampuan personal mahasiswa menjadi faktor yang lebih menentukan dalam membentuk minat berwirausaha.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion berada pada kategori tinggi, dengan kreativitas sebagai faktor dominan. Temuan ini menguatkan pentingnya pengembangan pembelajaran kewirausahaan yang berbasis praktik, proyek, inovasi desain, dan pemasaran digital. Program studi perlu memperkuat kegiatan pembelajaran yang mendorong mahasiswa untuk menghasilkan produk fashion, menguji pasar, membuat merek, memanfaatkan media sosial, dan melakukan simulasi bisnis secara nyata.

Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya penguatan kurikulum kewirausahaan yang terintegrasi dengan praktik desain fashion. Mahasiswa tidak cukup hanya dibekali keterampilan teknis dalam membuat produk, tetapi juga perlu diarahkan untuk memahami strategi bisnis, branding, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan analisis kebutuhan konsumen. Dengan strategi tersebut, lulusan Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion diharapkan tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha baru di bidang fashion kreatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 69 mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion di STKIP Pangeran Antasari, dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha mahasiswa berada pada kategori tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki ketertarikan, kesiapan, dan potensi yang baik untuk mengembangkan usaha mandiri di bidang fashion setelah menyelesaikan pendidikan. Tingginya minat tersebut didukung oleh kompetensi vokasional mahasiswa dalam desain, produksi, dan pemahaman terhadap peluang usaha fashion kreatif.

Faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa meliputi kreativitas, pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, motivasi pribadi, dan lingkungan keluarga. Di antara faktor tersebut, kreativitas menjadi faktor paling dominan dengan persentase sebesar 88,4% dan berada pada kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa dalam menciptakan ide baru, menghasilkan desain inovatif, mengikuti tren, dan mengembangkan produk fashion yang memiliki nilai jual merupakan modal utama dalam menumbuhkan minat berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan motivasi pribadi juga berperan penting dalam memperkuat minat berwirausaha mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan memberikan pemahaman mengenai konsep bisnis, strategi pemasaran, dan pengelolaan usaha, sedangkan media sosial membuka peluang promosi dan pemasaran produk fashion secara lebih luas dan efisien. Motivasi pribadi mendorong mahasiswa untuk mandiri, berani mengambil peluang, dan mengembangkan potensi diri melalui usaha fashion. Sementara itu, lingkungan keluarga turut memberikan dukungan moral, meskipun pengaruhnya tidak sebesar faktor kreativitas dan pendidikan kewirausahaan. Dengan demikian, pengembangan minat berwirausaha mahasiswa perlu didukung melalui penguatan pembelajaran kewirausahaan yang aplikatif, peningkatan kreativitas desain, praktik bisnis fashion, pendampingan usaha, serta pemanfaatan teknologi digital. Upaya tersebut penting agar mahasiswa Program Studi Pendidikan Vokasional Desain Fashion tidak hanya siap memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu menciptakan peluang usaha baru sebagai entrepreneur muda yang kreatif, inovatif, mandiri, dan kompetitif dalam industri fashion.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Ekonomi kreatif serap tenaga kerja 27,4 juta tahun 2025*. BPS melaporkan ekonomi kreatif menyerap 27,40 juta tenaga kerja pada 2025 dan meningkat dari 26,48 juta pada 2024.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254. Artikel ini menganalisis 73 studi dengan 37.285 sampel dan menemukan hubungan signifikan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha.
- Galvão, A., Marques, C., & Marques, C. S. (2021). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: A systematic literature review. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100445.

- Hamidi, D. Y., Wennberg, K., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2), 304–320. Kajian ini membahas hubungan potensi kreatif dengan intensi kewirausahaan dalam pendidikan kewirausahaan.
- Kementerian Pariwisata. (2026). *Subsektor ekonomi kreatif: Fesyen*. Kemenpar menjelaskan bahwa subsektor fesyen bersifat dinamis karena tren fashion terus berkembang dan berkaitan dengan peningkatan daya saing.
- 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. Artikel ini menggunakan Theory of Planned Behavior untuk membangun instrumen pengukuran intensi berwirausaha.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. Studi ini meninjau 159 artikel tentang dampak pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi.
- Nguyen, H. T., Nguyen, D. V., & Nguyen, D. N. (2026). Examining the roles of entrepreneurship education, entrepreneurial attitude, and parental support in shaping students' entrepreneurial intentions. *Social Sciences & Humanities Open*. Artikel ini membahas peran pendidikan kewirausahaan, sikap kewirausahaan, dan dukungan orang tua dalam membentuk intensi berwirausaha mahasiswa.
- Nguyen, T. T., Tran, H. L., & Le, M. T. (2023). Does social media foster students' entrepreneurial intentions? *Cogent Business & Management*, 10(3), 2298191. Studi ini menguji pengaruh penggunaan media sosial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa dengan memperluas kerangka Theory of Planned Behavior.
- Ofori, D., Ohene-Afriyie, E., & Tabansoffical, A. (2024). Social media use and entrepreneurial intention of students in higher education. *Journal of Business and Enterprise Development*. Penelitian ini menelaah pengaruh penggunaan media sosial terhadap intensi berwirausaha mahasiswa pendidikan tinggi.
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199. Penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas dan dukungan keluarga berkaitan dengan intensi berwirausaha mahasiswa.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Taherdoost, H. (2016). Validity and reliability of the research instrument: How to test the validation of a questionnaire/survey in research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(3), 28–36.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. Artikel ini menjelaskan bahwa intensi merupakan faktor utama yang memprediksi perilaku seseorang.

- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217–254. Studi meta-analisis ini menemukan hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha.
- 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. Artikel ini mengembangkan instrumen pengukuran intensi kewirausahaan berbasis *Theory of Planned Behavior*.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. Kajian ini meninjau dampak pendidikan kewirausahaan di pendidikan tinggi.
- Nguyen, T. T. L., Tran, H. L., & Le, M. T. (2024). Does social media foster students' entrepreneurial intentions? *Cogent Business & Management*, 11(1). Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat memperkuat intensi berwirausaha mahasiswa.
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity and entrepreneurial intention in young people: Empirical insights from business school students. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 189–199. Penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas berkaitan dengan intensi berwirausaha pada kalangan muda