



FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DAN KEBERHASILAN USAHA PADA BISNIS KREATIF LINGKUNGAN LAHAN BASAH DESA TATAH MESJID

Sudirwo^a, Ahmad Rifani^b, Anna Nur Faidah^c, Imam Suharto^d, Muhammad Meidy Nur Hafidz^e, Fina Yulida Safitri^f, Vivi Devarianti Pratiwi Ahmad^g

^{a-g}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Kalimantan Selatan, Indonesia

Email korespondensi: sudirwo@ulm.ac.id

ABSTRAK

Bisnis kreatif berbasis lahan basah berpotensi menjadi produk unggulan daerah di sektor ekonomi kreatif di Desa Tatah Mesjid, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala. Bisnis kreatif ini meliputi jasa menjahit dan menjelujur kain sasirangan, serta pengembangan produksi kain sasirangan dengan bahan pewarna alami dan teknik ecoprint. Meskipun praktik ekonomi kreatif ini menunjukkan kemandirian usaha, sejauh ini produksinya belum meningkat secara signifikan dan belum dipasarkan secara luas. Selain itu, masyarakat ini belum berhasil keluar dari jerat kemiskinan struktural karena terbatasnya lahan pertanian, minimnya akses pasar, serta kurangnya dukungan teknologi dan peningkatan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan menguji faktor internal dan eksternal yang memengaruhi minat berwirausaha dan keberhasilan usaha pada masyarakat Desa Tatah Mesjid. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 50 orang yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil pengujian menunjukkan faktor internal dan eksternal berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha dan keberhasilan usaha, baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun, ada satu hasil uji parsial yang tidak signifikan: motivasi berwirausaha (faktor internal) tidak berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Desa Tatah Mesjid masih belum berhasil menjalankan dan mengembangkan usaha dengan baik akibat motivasi yang kurang, serta faktor lainnya seperti permodalan, kreativitas, inovasi produk, pemasaran digital, dan literasi keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa cara yang paling tepat dan efektif untuk meningkatkan minat berwirausaha dan keberhasilan usaha adalah melalui pemberian motivasi, misalnya lewat pelatihan dan pendampingan usaha, serta dukungan dari berbagai pihak.

Kata kunci: faktor internal, faktor eksternal, minat berwirausaha, keberhasilan usaha, bisnis kreatif.

PENDAHULUAN

Desa Tatah Mesjid merupakan kawasan dengan karakteristik lahan basah yang unik di Kalimantan Selatan. Mayoritas penduduknya bertani di luar daerah, namun bagi ibu-ibu rumah tangga banyak menggantungkan kehidupan ekonomi mereka pada jasa menjahit dan menjelujur kain sasirangan sebuah warisan budaya khas Banjar yang hingga kini masih dilakukan secara konvensional dengan upah rendah (Nur Faidah, Ahmad, Huda, *et al.* 2025). Praktik ekonomi ini, meski menunjukkan adanya kemandirian usaha, belum mampu keluar dari jerat kemiskinan



struktural karena terbatasnya lahan pertanian, minimnya akses terhadap pasar, dan kurangnya dukungan teknologi maupun peningkatan kualitas produk. Potensi bisnis kreatif berbasis lingkungan lahan basah ini bisa menjadi produk unggulan daerah Desa Tatah Mesjid yang masuk dalam bidang ekonomi kreatif (Raysharie, Sudirwo, Judijanto, *et al.* 2025).

Selain telah berjalan lama usaha jasa menjahit dan menjelujur kain sasingan tersebut, para ibu rumah tangga Desa Tatah Mesjid juga telah memiliki kemampuan keterampilan dalam membuat kain sasingan pewarna alam, namun sejauh ini belum terlihat produksi lebih besar dan dipasarkan. Sehingga perlu diteliti faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat berwirausaha dari para ibu-ibu rumah tangga tersebut. Apakah faktor-faktor tersebut juga berpengaruh terhadap keberhasilan usaha mereka yang telah berjalan dengan menerima jasa menjahit dan menjelujur kain sasingan. Keberhasilan usaha bukan berarti mengembangkan usaha menjadi skala yang lebih besar, tetapi yang terpenting bagaimana usaha tersebut dapat dimulai, bertahan dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari (Aisyah & Faidah 2024). Berdasarkan hal tersebut, minat berwirausaha yang berhubungan langsung dengan keberhasilan usahanya merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti.

Terdapat sepuluh ciri-ciri wirausahawan sukses yaitu kreatif dan inovatif, berani mengambil risiko, percaya diri, orientasi pada tujuan, adaptif, pembelajar yang cepat, disiplin, berorientasi pada pelanggan, berjiwa pemimpin, dan pantang menyerah (Kushariyadi, Judijanto, Khotijah, *et al.* 2025). Hal ini juga selaras dengan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa rendahnya kemandirian untuk keberhasilan usaha merupakan salah satu ciri-ciri wirausaha yang sukses (perilaku kewirausahaan) berhubungan positif dengan rendahnya karakteristik responden (karakteristik pribadi) dan faktor pendukung (dukungan lingkungan usaha) pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Keberhasilan seorang wirausahawan sering kali ditentukan oleh kemampuannya untuk melihat peluang di tengah kesulitan dan menumbuhkan semangat berprestasi dalam dirinya maupun timnya (Kushariyadi, Judijanto, Khotijah, *et al.* 2025). Sedangkan Suryana (2017) menyebutkan bahwa keberhasilan usaha adalah peningkatan deskripsi situasi dari waktu ke waktu. Keberhasilan usaha dapat diartikan sebagai tercapainya tujuan yang telah ditetapkan dalam menjalankan usaha. Keberhasilan usaha tidak serupa dengan kemampuan seseorang untuk mengumpulkan uang atau kekayaan serta menjadi berkecukupan, karena bisa dihasilkan dengan beberapa cara yang memberikan nilai tambah. Berusaha diukur dengan kemampuan seseorang untuk mengembangkan, membangun, dan mengoperasikan usaha dari sesuatu yang sebelumnya rusak, tidak berfungsi, atau baru dimulai. Indikatornya dapat diukur melalui keuntungan atau laba, efektivitas dalam produksi produk, daya saing, dan kompetensi untuk terus berkembang.

Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir tetapi tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi. Menurut Zimmerer dan Scarborough (1996) minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari diri pribadi



mencakup karakteristik individu, motivasi, kepribadian, dan keterampilan yang dimiliki, sementara faktor eksternal berkaitan dengan lingkungan keluarga, kondisi sosial, pendidikan, dan peluang yang tersedia di masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan umum bahwa minat kewirausahaan tidak hanya lahir dari dorongan internal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh konteks eksternal tempat individu berada. Indikator minat berwirausaha ini diukur dengan jalur usaha dari pada bekerja pada orang lain, memilih karir berwirausaha, berencana memulai usaha, dan yakin adanya peluang untuk berhasil (Ramayah & Harun 2005)

Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam individu yang mendorong seseorang untuk berwirausaha. Dalam penelitian ini, faktor internal hanya dibatasi menggunakan variabel motivasi berwirausaha. Motivasi berwirausaha adalah dorongan yang timbul dalam diri seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mencapai keberhasilan melalui kegiatan usaha yang mandiri (Suryana 2017). Adanya motivasi sangat diperlukan untuk dapat memahami dunia wirausaha, motivasi diharapkan mampu mendorong minat seseorang untuk berwirausaha. Indikator mengukur motivasi berwirausaha ini yaitu dorongan mencapai tujuan (McClelland 1976), mencari peluang usaha baru (Kirzner 1973), dan keberanian dalam menjalankan usaha (Knight, 1921; Brockhaus, 1980).

Faktor eksternal adalah faktor pendorong minat berwirausaha yang berasal dari luar diri pelaku entrepreneur. Faktor eksternal yang mempengaruhi minat berwirausaha dibatasi pada penelitian ini adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga merupakan faktor sosiologi yang menjadi pendorong untuk berinovasi yang kemudian akan mendorong untuk berwirausaha (Suryana 2017). Lingkungan keluarga dengan segala kondisi yang ada didalamnya yang meliputi latar belakang anggota keluarga, tradisi keluarga dan cara orang tua mendidik akan dapat menunjang, membimbing dan mendorong seseorang untuk kehidupannya mendatang. Indikatornya ada 3 yaitu keberfungsian keluarga, sikap dan perlakuan, serta status ekonomi (Fahrudin 2012).

Hasil temuan penelitian terkait motivasi berwirausaha sebagai faktor internal menjadi salah satu faktor penting dalam memulai dan menjalankan usaha. Menurut Septianti, Putri dan Luky (2023), Nuryanto, Djamil, Sutawidjaya, et al. (2020), dan Pradana dan Safitri (2020) menyebutkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan, penelitian Mahardika, Akbar, Falah, et al. (2023) menyebutkan bahwa lingkungan keluarga sebagai faktor eksternal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Lebih lanjut, hasil penelitian Nagel dan Suhartatik (2018) faktor internal dan faktor eksternal ini berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha yang dimediasi minat berwirausaha.

Kebanyakan penelitian sebelumnya lebih berfokus pada sektor usaha mikro dan kecil secara umum. Penelitian ini memiliki kebaruan dengan fokus khusus pada bisnis kreatif berbasis lingkungan lahan basah, yaitu usaha menjahit dan menjelujur kain sasirangan di Desa Tatah Mesjid. Fokus ini memberikan wawasan baru tentang dinamika kewirausahaan di kawasan dengan karakteristik



lingkungan yang unik dan tantangan tersendiri. Mengingat hal tersebut maka perlu dilakukan peningkatan kesadaran dan dorongan motivasi dari berbagai pihak terkait untuk menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan masyarakat Desa Tatah Mesjid. Untuk itulah peneliti berusaha menggali informasi dan menguji hipotesis terkait dengan faktor internal melalui motivasi berwirausaha dan faktor eksternal dari lingkungan keluarga apakah mampu mempengaruhi minat berwirausaha dan keberhasilan usaha. Dengan hasil penelitian yang didapatkan, diharapkan mampu mendeteksi faktor dominan mana yang harus difokuskan oleh pihak terkait guna meningkatkan minat berwirausaha dan keberhasilan usaha.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha dan keberhasilan usaha masyarakat Desa Tatah Mesjid, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala. Penelitian difokuskan pada usaha kreatif berbasis lingkungan lahan basah, yaitu jasa menjahit, menjelujur kain sasirangan, serta upaya pengembangan produk dengan pewarna alami dan teknik ecoprint.

Penelitian dilaksanakan di Desa Tatah Mesjid sebagai salah satu sentra kegiatan ekonomi rumah tangga berbasis budaya Banjar. Populasi penelitian adalah para ibu rumah tangga dan pelaku usaha kecil yang terlibat dalam kegiatan produksi maupun jasa terkait kain sasirangan yang berjumlah sekitar 150 orang.

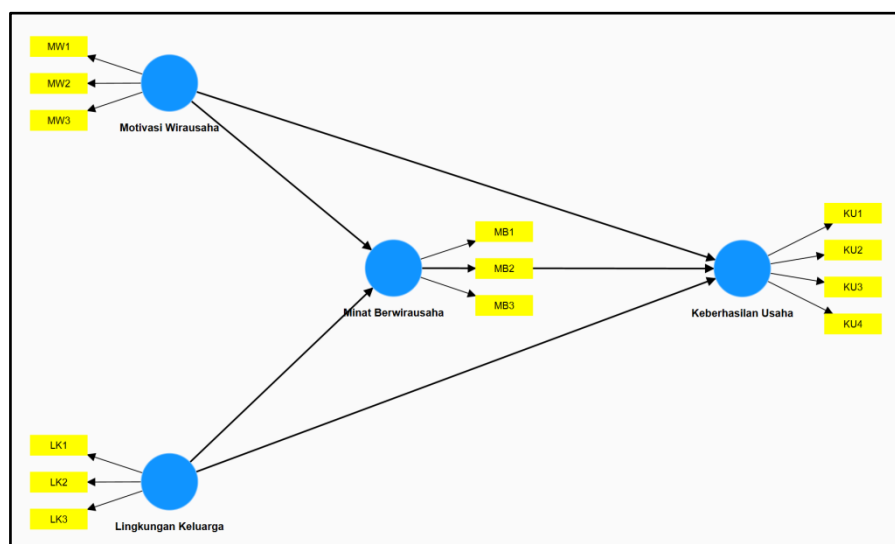
Sampel penelitian ditentukan sebanyak 50 orang responden menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, misalnya telah menjalankan usaha menjahit/menjelujur kain sasirangan minimal satu tahun. Pemilihan ini dimaksudkan agar responden benar-benar merepresentasikan subjek penelitian yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan PLS-SEM (Partial Least Squares-Structural Equation Modeling) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Variabel yang akan diukur menggunakan skala likert dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap item dari kuisioner tingkat konsep diri dan tingkat kecenderungan pengambilan keputusan ini memiliki 5 skala yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RR), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Penelitian ini melibatkan tiga kelompok variabel utama, yaitu variabel eksogen berupa faktor internal melalui motivasi berwirausaha dan faktor eksternal melalui lingkungan keluarga, variabel mediasi berupa minat berwirausaha, dan variabel endogen berupa keberhasilan usaha. Setiap variabel dijabarkan ke dalam beberapa indikator yang diadaptasi dari penelitian terdahulu. Secara rinci variabel dan indikator penelitian dapat dilihat pada **Tabel 1**.

Tabel 1 Variabel dan Indikator Penelitian

Kategori	Variabel & Kode	Indikator
Variabel Eksogen		
Faktor Internal	Motivasi Berwirausaha (MW)	1. Dorongan mencapai tujuan 2. Mencari peluang usaha baru 3. Keberanian dalam menjalankan usaha (McClelland, 1976; Kirzner, 1973; Knight, 1921; Brockhaus, 1980)
Faktor Eksternal	Lingkungan Keluarga (LK)	1. Keberfungsian Keluarga 2. Sikap dan Perlakuan 3. Status Ekonomi (Fahrudin 2012)
Variabel Mediasi	Minat Berwirausaha (MB)	1. Jalur usaha dari pada bekerja pada orang lain 2. Memilih karir berwirausaha 3. Berencana memulai usaha 4. Yakin adanya peluang untuk berhasil (Ramayah & Harun 2005)
Variabel Endogen	Keberlangsungan Usaha (KU)	1. Keuntungan atau laba 2. Efektivitas dalam produksi produk 3. Daya saing 4. Kompetensi untuk terus berkembang (Suryana 2017)

Berdasarkan kajian literatur dan tujuan penelitian, dirumuskan kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat berwirausaha dan keberhasilan usaha seperti yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian

Hubungan Antar Variabel

Hubungan Faktor Internal terhadap Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha

Faktor internal merupakan aspek yang berasal dari individu, seperti motivasi, kepribadian, keberanian mengambil risiko, dan dorongan berprestasi. Nagel dan Suhartatik (2018) menegaskan bahwa faktor internal berpengaruh signifikan terhadap intensi atau minat berwirausaha. Temuan ini



diperkuat oleh Faizah, Suharto dan Wibowo (2025), Septianti, Putri dan Luky (2023), Nuryanto, Djamil, Sutawidjaya, et al. (2020), dan Pradana dan Safitri (2020) yang menyatakan bahwa motivasi berwirausaha berdampak positif terhadap minat dan keberhasilan usaha. Seorang wirausaha biasanya memiliki keinginan berprestasi lebih tinggi dibandingkan individu lain, dorongan untuk unggul, dan keinginan memperbaiki kualitas hidup. Karakter tersebut menjadi pendorong utama yang memengaruhi minat berwirausaha sekaligus pencapaian keberhasilan usaha.

H1: Faktor internal berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

H3: Faktor internal berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Hubungan Faktor Eksternal terhadap Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha

Faktor eksternal mencakup lingkungan keluarga, lingkungan sosial, akses pasar, dan ketersediaan modal. Lingkungan keluarga, khususnya, berperan penting dalam membentuk minat berwirausaha. Penelitian terbaru oleh Mahardika, Akbar, Falah, et al. (2023) menunjukkan bahwa meskipun lingkungan keluarga memiliki pengaruh, hasilnya tidak selalu signifikan terhadap minat berwirausaha, tergantung kondisi sosial-ekonomi yang melingkupinya. Namun, penelitian lain oleh Faizah, Suharto dan Wibowo (2025), dan Ismail, Khalid, Othman, et al. (2019) menemukan bahwa dukungan dari lingkungan keluarga dan lingkungan sekitar dapat meningkatkan minat berwirausaha dengan memberikan teladan, modal sosial, dan motivasi psikologis. Dengan demikian, faktor eksternal dapat menjadi penentu berkembangnya minat dan keberhasilan usaha, meski pengaruhnya berbeda sesuai konteks.

H2: Faktor eksternal berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

H4: Faktor eksternal berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Hubungan Minat Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha

Minat berwirausaha menjadi variabel kunci yang menjembatani berbagai faktor internal maupun eksternal terhadap keberhasilan usaha. Individu dengan minat kuat untuk berwirausaha akan lebih konsisten, inovatif, dan gigih dalam menjalankan usahanya. Nurussakinah, Supriyanto dan Faidah (2018) membuktikan bahwa semakin baik penerapan kualitas dan inovasi produk, semakin besar pula peluang tercapainya keberhasilan usaha. Dengan kata lain, minat berwirausaha tidak hanya memengaruhi niat untuk memulai, tetapi juga berperan dalam keberlangsungan dan kesuksesan usaha.

H5: Minat berwirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Hubungan Faktor Internal dan Faktor Eksternal terhadap Keberhasilan Usaha melalui Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara faktor internal dan eksternal terhadap keberhasilan usaha. Penelitian Faizah, Suharto dan Wibowo (2025) menemukan bahwa faktor internal seperti motivasi dan kepercayaan diri, dan faktor eksternal seperti dukungan dari lingkungan keluarga dan lingkungan lainnya akan lebih efektif mendorong keberhasilan usaha jika dimediasi oleh minat berwirausaha. Artinya, tanpa adanya minat, kedua faktor ini tidak optimal dalam menghasilkan keberhasilan usaha. Dengan demikian, penguatan minat berwirausaha menjadi kunci agar faktor internal dan eksternal benar-benar berdampak positif terhadap keberhasilan usaha. Hasil penelitian dari (Nagel & Suhartatik 2018) menyebutkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal ini berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha melalui minat berwirausaha.

H6: Faktor internal berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui minat berwirausaha.

H7: Faktor eksternal berpengaruh terhadap keberhasilan usaha melalui minat berwirausaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data melalui kuesioner dengan dibagi menjadi dua tahap. Tahap pertama tentang demografi responden dan tahap kedua tentang indikator konstruksi. Terdapat 13 pertanyaan terkait konstruk dan 3 pertanyaan terkait demografi responden. Distribusi frekuensi data demografi responden disajikan pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa responden didominasi sebanyak 64% yang telah berusia di atas 35 tahun dengan status perkawinan menikah terbanyak 86% dan pendidikan terakhirnya SD sederajat 38%.

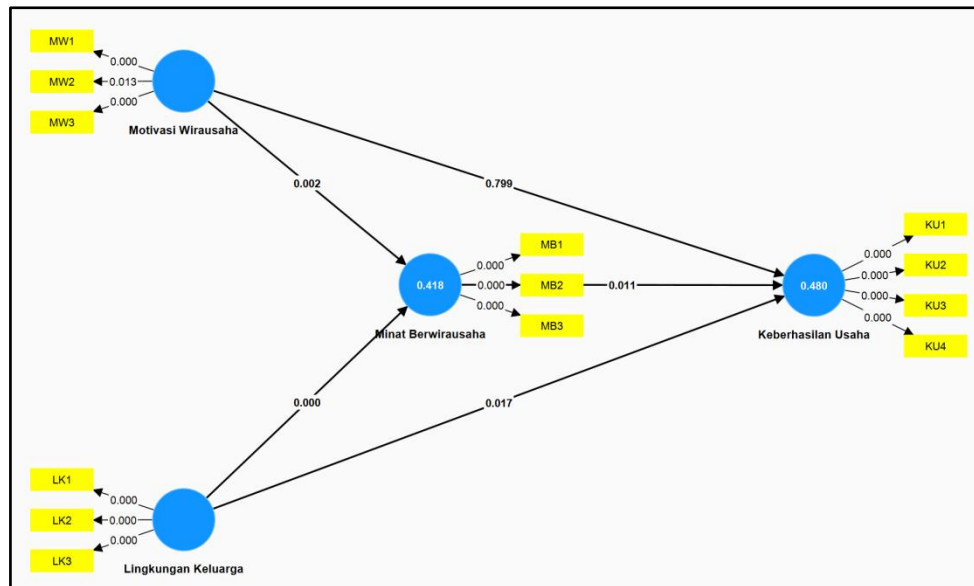
Tabel 2 Distribusi Frekuensi Data Demografi Responden

No.	Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Usia	Di bawah 25 tahun	5	10,00
		25-30 tahun	3	6,00
		31-35 tahun	10	20,00
		Di atas 35 tahun	32	64,00
2.	Status Perkawinan	Belum Menikah	4	8,00
		Menikah	43	86,00
		Pernah Menikah	3	6,00
3.	Pendidikan Terakhir	SD/Sederajat	19	38,00
		SMP/Sederajat	18	36,00
		SMA/Sederajat	7	14,00
		Sarjana	6	12,00
TOTAL			50	100

Sedangkan analisis data telah dilakukan menggunakan SmartPLS 4 dengan melakukan evaluasi outer model dan inner model. Outer model terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan hasil sesuai ketentuan yaitu tervalidasi dan reliabel.

Selanjutnya inner model dengan pengujian koefisien jalur (path coefficient) untuk mengetahui hubungan yang signifikan antarvariabel untuk membuktikan hipotesis apakah variabel tertentu

berpengaruh signifikan terhadap variabel lain atau tidak. Variabel dianggap signifikan jika nilai koefisien jalur $> 0,1$ dan nilai $p < 0,05$. Karena penelitian ini mengadopsi studi satu sisi maka bobot koefisiennya signifikan jika nilai t-statistik lebih besar dari 1,67 (sesuai taraf signifikansi 5%). Hasil pengujian hipotesis melalui bootstrapping pada Gambar 2 dan disajikan pada Tabel 3.



Gambar 2 Hasil bootstrapping

Tabel 3 Hasil uji hipotesis

Hipotesis	Variabel	β	t_{hitung}	t_{tabel}	P values	Hasil
H1	MW $\rightarrow$ MB	0,347	3,104	1,67	0,002	Signifikan
H2	MW $\rightarrow$ KU	0,049	0,254	1,67	0,799	Tidak signifikan
H3	LK $\rightarrow$ MB	0,461	4,101	1,67	0,000	Signifikan
H4	LK $\rightarrow$ KU	0,309	2,389	1,67	0,017	Signifikan
H5	MB $\rightarrow$ KU	0,447	2,552	1,67	0,011	Signifikan
H6	MW $\rightarrow$ MB $\rightarrow$ KU	0,155	1,989	1,67	0,047	Signifikan
H7	LK $\rightarrow$ MB $\rightarrow$ KU	0,206	2,037	1,67	0,042	Signifikan

Hasil analisis uji hipotesis pada Tabel 3 dapat diinterpretasi sebagai berikut:

1. Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha ($\beta = 0,347$, $t_{hitung} = 3,104$ di atas $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,002$), berpengaruh signifikan. Artinya, meskipun motivasi tidak langsung menciptakan keberhasilan usaha, motivasi tetap penting karena meningkatkan minat masyarakat untuk memulai usaha.
2. Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha ($\beta = 0,049$, $t_{hitung} = 0,254$ di bawah $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,799$), tidak berpengaruh signifikan. Ini menunjukkan bahwa motivasi internal saja belum cukup untuk menghasilkan keberhasilan usaha. Faktor pendukung lain seperti keterampilan, modal, dan akses pasar lebih dominan.
3. Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha ($\beta = 0,461$, $t_{hitung} = 4,104$ di atas $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,000$), berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien terbesar di antara jalur lain. Hal ini



menunjukkan bahwa kondisi keluarga yang mendukung (misalnya memberi modal, motivasi, atau teladan) sangat menentukan tumbuhnya minat berwirausaha.

4. Lingkungan Keluarga terhadap Keberhasilan Usaha ($\beta = 0,309$, $t_{hitung} = 2,389$ di atas $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,017$), berpengaruh signifikan. Artinya, dukungan keluarga seperti dorongan moral, jaringan sosial, dan budaya kerja berperan penting dalam meningkatkan daya saing usaha masyarakat Desa Tatah Mesjid.
5. Minat Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha ($\beta = 0,447$; $t_{hitung} = 2,552$ di atas $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,011$), berpengaruh signifikan. Semakin tinggi minat berwirausaha, semakin besar kemungkinan pelaku usaha mampu menciptakan diferensiasi, inovasi, dan strategi yang meningkatkan daya saing.
6. Motivasi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha dimediasi Minat Berwirausaha ($\beta = 0,155$, $t_{hitung} = 1,989$ di atas $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,047$), jalur mediasi signifikan. Motivasi wirausaha memengaruhi keberhasilan usaha secara tidak langsung melalui minat berwirausaha.
7. Lingkungan Keluarga terhadap Keberhasilan Usaha dimediasi Minat Berwirausaha ($\beta = 0,206$, $t_{hitung} = 2,037$ di atas $t_{tabel} = 1,67$, $p = 0,042$), jalur mediasi signifikan. Dukungan keluarga meningkatkan minat berwirausaha, yang pada gilirannya menjadikan keberhasilan usaha. Ini menegaskan peran minat berwirausaha sebagai mediator.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat berwirausaha terbukti menjadi variabel kunci yang menghubungkan faktor internal maupun eksternal dengan keberhasilan usaha. Hal ini konsisten dengan temuan bahwa niat berwirausaha yang kuat mampu mendorong individu lebih berkomitmen, kreatif, dan inovatif dalam mengembangkan produk (Nagel dan Suhartatik, 2018; Faizah, Suharto dan Wibowo, 2025; Septianti, Putri dan Luky, 2023; Nuryanto, Djamil, Sutawidjaya, et al., 2020; Pradana dan Safitri, 2020).

Sedangkan lingkungan keluarga merupakan faktor paling dominan dalam membentuk minat berwirausaha sekaligus dapat memengaruhi keberhasilan usaha. Hal ini sejalan dengan teori sosial-ekologi kewirausahaan, yang menyatakan bahwa dukungan keluarga menjadi modal sosial utama dalam mengembangkan usaha kecil, terutama di wilayah pedesaan (Faizah, Suharto & Wibowo, 2025; Ismail, Khalid, Othman, et al., 2019).

Sebaliknya, motivasi wirausaha tidak berpengaruh langsung terhadap keberhasilan usaha. Artinya, meski motivasi ada, tanpa dukungan sarana seperti modal, keterampilan menjahit dan menjelujur, inovasi desain kain sasirangan, dan strategi pemasaran, motivasi tidak cukup untuk membuat keberhasilan usaha. Namun, motivasi tetap penting karena memperkuat minat berwirausaha, yang akhirnya berdampak pada keberhasilan usaha.

Dengan demikian, strategi pengembangan usaha kreatif berbasis lahan basah di Desa Tatah Mesjid perlu difokuskan pada penguatan dukungan keluarga melalui modal sosial dan finansial,



peningkatan motivasi dan minat berwirausaha lewat pelatihan, pendampingan, dan penguatan komunitas, dan pengembangan faktor pendukung eksternal seperti akses permodalan, teknologi digital marketing, inovasi produk (ecoprint dan pewarna alam), dan literasi keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa lingkungan keluarga dan minat berwirausaha berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha, sementara motivasi wirausaha hanya berpengaruh tidak langsung melalui minat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan dari lingkungan keluarga dan minat yang kuat akan menentukan keberhasilan usaha kreatif masyarakat Desa Tatah Mesjid. Namun perlu diteliti lebih lanjut terkait dan faktor pendukung lain seperti akses permodalan, kreativitas, inovasi, literasi keuangan, dan pemasaran digital apakah akan menjadi faktor penting dalam minat berwirausaha dan juga keberhasilan usaha. Oleh karena itu, disarankan agar masyarakat memperoleh pendampingan dan pelatihan yang berkelanjutan untuk meningkatkan motivasi, keterampilan, serta strategi usaha. Rekomendasi praktis yang dapat diterapkan adalah memperkuat dukungan keluarga sebagai basis sosial, menyediakan program pelatihan desain dan inovasi produk kain sashirangan, membuka akses permodalan mikro, serta mendorong pemanfaatan teknologi digital marketing agar usaha kreatif berbasis lahan basah mampu berkembang, berdaya saing, dan menjadi produk unggulan daerah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Lambung dalam mendukung Program Dosen Wajib Meneliti (PDWM) yang dibiayai dari dana PNBP Universitas Lambung Mangkurat Tahun 2025 dan dukungan dari berbagai pihak dalam kegiatan ini, terutama Pemerintah Desa Tatah Mesjid dan Kelompok Usaha Tatah Mesjid.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah and Faidah, A.N. (2024) Pengaruh Kreativitas, Inovasi Produk dan Kompetensi Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. [Online] 2 (2), 1235–1247. Available at: <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jebd/article/view/1999> (Accessed: 28 September 2025).
- Brockhaus, R.H. (1980) Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *The Academy of Management Journal*. [Online] 23 (3), 509–520. Available at: <https://www.jstor.org/stable/255515>.
- Fahrudin, A. (2012) Keberfungsian Keluarga: Konsep dan Indikator Pengukuran. *Informasi*. [Online] 17 (2), 75–81. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/52848-ID-keberfungsian-keluarga-konsep-dan-indika.pdf> (Accessed: 28 September 2025).
- Faizah, N., Suharto, A. and Wibowo, Y.G. (2025) Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Penggunaan Media Sosial, Kepribadian, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha pada



- Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*. [Online] 6 (3), 1–15. Available at: doi:10.53697/emak.v6i3.2672.
- Ismail, M., Khalid, S.A., Othman, M., Jusoff, H.K., et al. (2019) Entrepreneurial Intention among Malaysian Undergraduates. *International Journal of Business and Management*. [Online] 4 (10), 54–60. Available at: doi:https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n10p54.
- Kirzner, I.M. (1973) *Competition And Entrepreneurship*. Chicago and London, The University of Chicago Press.
- Knight, F.H. (1921) *Risk Uncertainty Profit*. Boston and New York, Houghton Mifflin Company.
- Kushariyadi, K., Judijanto, L., Khotijah, N., Yuliasih, M., et al. (2025) *Kewirausahaan: Kiat Sukses Membangun dan Membesarkan Usaha*. Jambi, PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mahardika, D.B., Akbar, B., Falah, C., Simarmata, D.P., et al. (2023) Pengaruh Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. [Online] 9 (6), 63–73. Available at: doi:10.5281/zenodo.7774764.
- McClelland, D.C. (1976) *The Achieving Society*. New York, Irvington Publisher.
- Nagel, P.J.F. and Suhartatik, A. (2018) Faktor Internal dan Eksternal Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha pada UMKM di Surabaya. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. [Online] 15 (1), 2579–4841. Available at: doi:https://doi.org/10.35384/jkp.v15i1.164.
- Nur Faidah, A., Ahmad, Huda, N., Suyatno, et al. (2025) Kain Sasirangan: Pemanfaatan Potensi Lokal Unggulan Tanaman Lahan Basah Sebagai Pewarna Alami. *PRO SEJAHTERA (Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat)*. [Online] 7 (1). Available at: https://snllb.ulm.ac.id/prosiding/index.php/snllb-abdimas/article/view/1230.
- Nurussakinah, F., Supriyanto, A. and Faidah, A.N. (2018) Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Sasirangan Di Wilayah Kota Banjarmasin). *JTAM Jurusan Manajemen FEB ULM: JIMI*. [Online] 1 (1). Available at: https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/jim/article/view/1706.
- Nuryanto, U.W., Djamil, M., Sutawidjaya, A.H. and Saluy, A.B. (2020) Analisis Pengaruh Efikasi Diri, Motivasi, Pendidikan Wirausaha dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Wirausaha UMKM. *Dynamic Management Journal*. [Online] 4 (2), 27–39. Available at: doi:http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v4i2.2315.
- Pradana, B.I. and Safitri, R. (2020) Pengaruh Motivasi Wirausaha dan Mental Wirausaha terhadap Minat Wirausaha. *IQTISHODUNA*. [Online] 16 (1), 73–82. Available at: doi:10.18860/iq.v16i1.6797.
- Ramayah, T. and Harun, Z. (2005) Entrepreneurial intention among the students of Universiti Sains Malaysia (USM). *International Journal of Management and Entrepreneurship*. 18–20.
- Raysharie, P.I., Sudirwo, Judijanto, L., Rustam, A., et al. (2025) *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Kolaborasi, dan Transformasi*. [Online]. Yogyakarta, PT Green Pustaka Indonesia. Available at: www.greenpustaka.com.
- Septianti, D., Putri, N.K. and Luky (2023) Motivasi Berwirausaha, Self-Confidence dan Kreativitas Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Ilmu Manajemen*. [Online] 13 (1). Available at: doi:10.32502/jimn.v13i1.7057.
- Suryana (2017) *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. 4th edition. Jakarta, Salemba Empat.
- Zimmerer, T.W. and Scarborough, N.M. (1996) *Entrepreneurship and New Venture Formation*. New Jersey, Prentice Hall.