



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

LANDASAN TEORI

1.1 Tinjauan Teori

1.1.1 Kewirausahaan

Menurut Ekawati (2018) Kewirausahaan ialah kemampuan inovatif dan kreatif yang dijadikan fondasi, kiat, serta sumber daya untuk mencari probabilitas yang mengarah pada kesuksesan. Nilai tambah untuk barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan probabilitas adalah sesuatu yang berbeda dan baru. Jadi, kewirausahaan merupakan suatu daya dalam mewujudkan *value* di pasar melalui proses pengendalian sumber daya dengan teknik berbeda dan baru

Dalam mengembangkan pertumbuhan sosio ekonomi di suatu negara, kewirausahaan menjadi faktor yang esensial. Kewirausahaan mampu membantu memberikan banyak peluang kerja, memenuhi kebutuhan jasa pelayanan dan kebutuhan konsumen, serta menumbuhkan tingkat kompetisi dan kesejahteraan suatu negara. Kemudian dengan adanya perkembangan arus globalisasi, kewirausahaan juga semakin menjadi faktor menjanjikan dalam menghadapi berbagai tantangan globalisasi yang meliputi kompetisi di lingkup ekonomi global terutama dalam hal inovasi & kreativitas. Hal ini disebabkan oleh banyaknya organisasi yang berhasil menghasilkan ide-ide baru, kompeten dalam berinovasi, akan memperoleh keunggulan dalam bersaing dengan organisasi lain & tidak akan

tertinggal di pasar dunia yang terus berubah dengan cepat.

Jadi, menurut Sari (2018) kewirausahaan dapat disimpulkan sebagai suatu daya dalam memanifestasikan nilai tambah di pasar melalui proses integrasi sumberdaya dengan teknik berbeda dan baru.

Karakteristik dan Nilai-nilai *Entrepreneurship*

Menurut Buchari (2011), seorang *entrepreneur* harus mempunyai karakteristik seperti dibawah ini:

1) Percaya Diri

Percayaan diri didefinisikan sebagai keyakinan & sikap seseorang dalam menghadapi pekerjaan atau tugas. Individu yang mempunyai percayaan diri ini bersifat sangat dinamis & relatif, internal, & banyak ditentukan oleh dayanya untuk memulai, melakukan, dan menyelesaikan suatu pekerjaan secara efektif, berencana, sistematis, dan efisien. Percayaan diri ditunjukan oleh ketekunan, ketenangan, kemantapan, dan kegairahan dalam melakukan pekerjaan.

2) Berorientasi pada Tugas & Hasil

Individu yang selalu memprioritaskan kewajiban dan hasil, adalah orang yang selalu memprioritaskan nilai-nilai untuk berprestasi, mementingkan laba, ketabahan dan ketekunan, kerja keras dan ambisi, memiliki dorongan yang energik, kuat, & berinisiatif.

3) Keberanian Mengambil Risiko

Keberanian dan daya untuk mengambil risiko adalah salah satu nilai pokok dalam berwirausaha. Wirausaha yang tidak berani mengambil risiko akan sulit berinisiatif. Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai aktivitas menantang guna meraih keberhasilan kesuksesan. Oleh karena itu, wirausaha cenderung kurang menyukai risiko yang terlalu tinggi maupun terlalu rendah. Risiko yang terlalu rendah akan mendapat keberhasilan yang relatif rendah. Sedangkan, risiko yang tinggi berpeluang meraih keberhasilan yang tinggi, walaupun dengan kegagalan yang tinggi pula.

4) Kepemimpinan

Seorang wirausaha yang sukses selalu memiliki karakter kepemimpinan dan keteladanan. Ia selalu berkeinginan untuk tampil beda daripada orang lain. Dengan memanfaatkan daya inovasi dan kreativitas, ia selalu menunjukkan barang dan jasa yang diproduksinya dengan lebih cepat dan segera berada di pasar. Ia selalu menunjukkan produk dan jasa baru yang berbeda sehingga ia menjadi perintis baik dalam proses pemasaran maupun produksi. Ia selalu menganggap perbedaan sebagai *value*. Dengan begitu, bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan, perbedaan dijadikan sebagai sumber pembaharuan untuk menciptakan nilai.

5) Berorientasi terhadap Masa Depan

Orang yang berfokus pada masa depan adalah orang yang memiliki pandangan dan perspektif ke masa depan. Seseorang yang selalu berusaha untuk berkarya disebabkan karena memiliki pandangan yang jauh ke masa depan. Untuk itu diperlukan daya untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan baru dengan apa yang ada di pasaran. Walaupun dengan kemungkinan risiko yang terjadi, wirausaha tetap teguh untuk mencari kemungkinan dan tantangan demi masa depan yang lebih baik. Pandangan ini membuat wirausaha tidak cepat puas dengan usaha yang sudah ada sekarang dan selalu berusaha untuk mencari peluang baru.

6) Keorisinilan: Kreativitas & Inovasi

Sifat orisinil berarti wirausaha tidak hanya meniru orang lain, tetapi

juga memiliki pandangan sendiri dan kemampuan untuk melakukan sesuatu. Orisinil juga bisa berarti bahwa produk atau jasa tersebut adalah hasil reintegrasi atau kombinasi dari materi-materi yang sudah ada, sehingga terciptalah sesuatu yang baru. Kreativitas orisinil suatu produk atau jasa akan terlihat dari sejauh mana produk tersebut berbeda dari apa yang sudah muncul terlebih dahulu.

Menurut Suryana (2009), nilai kewirausahaan terbagi dalam dua dimensi

yaitu:

- 1) Pasangan sistem nilai kewirausahaan yang berorientasi materi ataupun non materi.
- 2) Nilai-nilai yang berorientasi pada nilai kebiasaan & kemajuan.

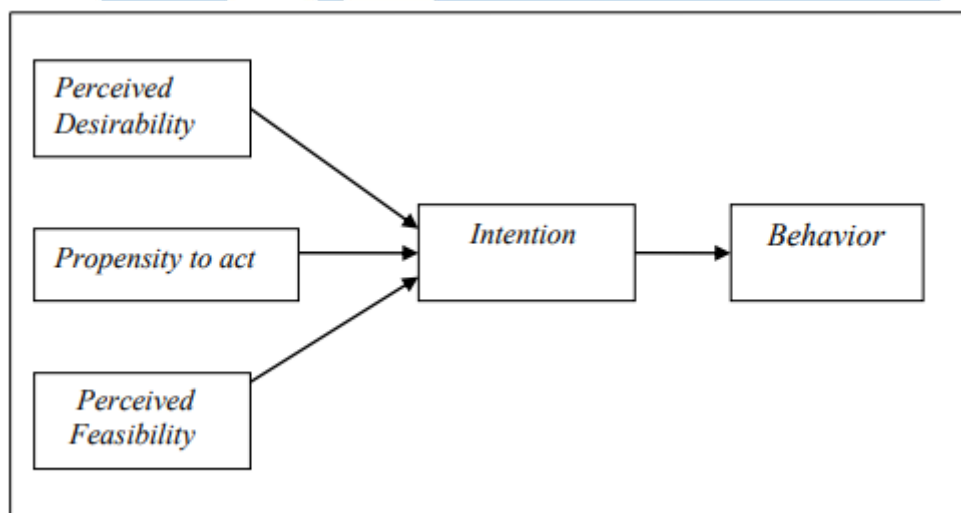
1.1.2 Entrepreneur Event Model

Menurut Gani (2017) *Entrepreneurship* sangatlah esensial bagi pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, dan penciptaan lapangan kerja. Minat entrepreneur individu adalah faktor yang sangat krusial untuk setiap perekonomian di suatu wilayah di dunia. Minat *entrepreneur* didefinisikan sebagai kemauan atau kecenderungan untuk melakukan perilaku *entrepreneur*. Beberapa penelitian mencoba untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang berkontribusi pada minat *entrepreneur*, salah satunya dengan menggunakan teori *Entrepreneurial Event Model* (EEM)

Model minat kewirausahaan dikembangkan pertama kali oleh Shapero dan Sokol tahun (1982) dengan teori yang bernama *Entrepreneurial Event Model*. Teori ini mengadaptasi teori dari Fishbein dan Ajzen (1975) yang bernama *Reasoned Action* yang diaplikasikan secara khusus dalam dunia *entrepreneurship* sehingga menjadi dasar dari Teori *Entrepreneurial Event Model* yang mempengaruhi minat berwirausaha dengan tiga dimensi menurut Kello (2019).

Menurut Krueger (2000) Teori *Entrepreneurial Events Model* mengasumsikan keinginan seseorang untuk menjadi *entrepreneur* dipengaruhi

oleh faktor-faktor fundamental yang ada di sekitarnya seperti pekerjaan, keluarga, status sosial, nilai budaya, kemampuan keuangan, pendidikan. dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut mendorong seseorang ke dalam proses pembentukan perilaku entrepreneur. Menurut teori *Entrepreneurial Events Model*, minat entrepreneur dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu *Perceived Feasibility*, *Perceived Desirability* dan *Self-Efficacy*



Sumber: Sokol. L & Shapero (1982)

Gambar 2.1 Theory Entrepreneurial Event Model

2.1.2.1 Perceived Feasibility (Persepsi Kelayakan)

Sokol. L & Shapero (1982) mengaitkan kelayakan yang dirasakan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa mereka dapat atau layak memulai bisnis mereka dan mempertimbangkan peluang untuk menjadi pengusaha. ..

Parhana (2016) menjelaskan bahwa persepsi kelayakan didefinisikan

sebagai sejauh mana orang secara pribadi berpikir mereka dapat melakukan tindakan tertentu. Kehadiran panutan, mentor, atau mitra merupakan faktor penting dalam membangun kelangsungan hidup wirausaha pribadi.

Menurut Singh (2015), nilai yang dirasakan menjamin tingkat kepercayaan di mana seorang individu merasakan kemampuan untuk mengumpulkan sumber daya (manusia, sosial, ekonomi) untuk membangun bisnis baru. Kello (2019) menyatakan bahwa pengakuan kelayakan menunjukkan pengakuan kemampuan untuk menjadi seorang wirausaha.

Ika Nur Pratiwi (2018) menjelaskan bahwa kelayakan didefinisikan sebagai efikasi diri dan mengarah pada mereka yang percaya bahwa kegiatan wirausaha dapat berhasil. Mereka yang percaya bahwa mereka baik dalam kinerja akan mendapatkan kinerja yang lebih baik. Oleh karena itu, dengan tingkat harga diri yang tinggi, Anda akan merasa bahwa seseorang bisa menjadi pengusaha sukses dengan bertindak dan berpikir secara berbeda dari orang lain.

Menurut Francisco Linan (2011), kelayakan yang dirasakan dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator. Artinya, keyakinan terhadap manajemen perusahaan, pengelolaan sumber daya, dan keyakinan akan keberhasilan perusahaan yang didirikannya.

Menurut Darmanto (2013), persepsi kelayakan dapat diukur dengan 1) keyakinan dalam peningkatan usaha, 2) siap memulai usaha, 3) kemampuan menangkap peluang usaha, dan 4) keyakinan akan keberhasilan meningkat. Anda bisa menjalankan bisnis. Kita dapat menyimpulkan bahwa kelayakan yang

dirasakan adalah persepsi individu tentang kemampuan untuk menyaksikan pekerjaan sebagai wirausahawan atau serangkaian tugas. Hal ini terkait dengan sikap individu untuk dapat melakukan tindakan yang diperlukan dengan baik, keseriusan kemampuannya, dan kecenderungannya untuk bekerja dengan baik karena masalah kewirausahaan.

Perceived feasibility adalah persepsi seseorang berkaitan dengan kemampuan yang dimiliki untuk sebuah pekerjaan atau serangkaian tugas sebagai wirausaha. Hal ini berhubungan dengan pendirian seseorang bahwa individu dapat melakukan perilaku yang diharuskan dengan baik, terkait hal hal yang berkaitan dengan berwirausaha.

2.1.2.2 Perceived Desirability

Menurut Sokol. L & Shapero (1982) *perceived desirability* berkaitan dengan sejauh mana seseorang tertarik untuk menjadi wirausaha dan mencerminkan kecenderungan seseorang terhadap perilaku wirausaha. Hal ini menambahkan bahwa individu yang mempersepsikan keinginannya (keinginan untuk menjadi wirausaha) juga mencerminkan kecenderungan pribadinya terhadap perilaku wirausaha.

Ika Nur Pratiwi (2018) menjelaskan bahwa keinginan yang dirasakan adalah tingkat ketertarikan seseorang untuk memulai usaha baru. Pesona yang dirasakan dalam hal ini berkaitan dengan kesenangan berwirausaha yang membuat orang semakin bersemangat. Oleh karena itu, semakin tinggi keinginan maka semakin tinggi pula minat orang untuk berbisnis.

Temuan yang sama dari studi Linan (2011) menjelaskan bahwa keinginan yang dirasakan terkait dengan sejauh mana individu tertarik pada perilaku tertentu untuk menjadi seorang wirausaha. Daya tarik tumbuh dalam hal pengalaman berwirausaha pribadi dan dukungan dari komunitas seperti komunitas, teman dan keluarga, dan mencerminkan dukungan komunitas untuk berwirausaha.

Linan (2011) menjelaskan keinginan yang dirasakan Ada indikator. Sikap individu (pandangan pribadi tentang kewirausahaan, pandangan positif pribadi tentang kegagalan, pandangan pribadi tentang kewirausahaan) dan norma sosial subjektif (keluarga, teman, guru, orang penting) Keyakinan, pandangan umum tentang kewirausahaan, dan adanya model yang dapat menginspirasi).

Menurut Linan (2011), seorang individu tertarik untuk berwirausaha jika memiliki pendapat positif dan tidak berwirausaha jika memiliki pendapat negatif. Dari sini dapat disimpulkan bahwa keinginan yang dirasakan adalah rasa ketertarikan yang dirasakan seseorang terhadap keinginan untuk memulai usaha baru, dan keinginan untuk memulai usaha baru dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Menurut Darmanto (2013), indikator keinginan yang diakui adalah 1) kewirausahaan yang menarik, 2) wawasan yang serius dalam pengembangan bisnis, 3) sikap positif terhadap pengembangan bisnis, dan 4) peran keluarga dalam kewirausahaan. , 5) disertakan. Memberdayakan upaya mereka yang dianggap penting.

Perceived Desirability adalah seberapa menarik ide untuk memulai bisnis dan aktivitas kewirausahaan yang dirasakan seseorang, dimana seseorang tersebut juga memiliki perasaan senang dan merasa kegiatan tertentu memiliki nilai yang tinggi atau berharga.

1.1.3 Self-Efficacy

Bandura (1997) menjelaskan *Self efficacy* ialah keyakinan seseorang akan kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu tugas tertentu.

Self-efficacy kewirausahaan ialah keyakinan jika seseorang memiliki kemampuan yang cukup dan unggul untuk mencapai apa yang diinginkan. *Self-efficacy* adalah sikap wirausaha yang tidak dapat dipelajari atau dikembangkan melalui pendidikan. Kesiapan diri untuk menjadi wirausaha berhubungan dengan tingkat keyakinan seseorang untuk membangun bisnis baru, Hal ini berhubungan dengan kreativitas dan kemauan seseorang untuk menjadi *entrepreneur* di usia muda. Menurut Rastiti (2021) tingkat *self-efficacy* yang tinggi dikaitkan dengan kemampuan pengambilan risiko strategis. Orang yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung untuk menunjukkan niat intrinsik yang lebih tinggi dalam perilaku dan aktivitas *entrepreneurship*.

Konsep berpikir seorang *entrepreneur* berkaitan erat dengan *self-efficacy* yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. *Self efficacy* adalah situasi ketika seseorang merasa siap dan kuat untuk bisa melakukan kegiatan *entrepreneur* dan siap untuk menjadi *entrepreneur* yang sukses di masa depan. Kesiapan ini

berkaitan dengan kesiapan dalam kemampuan organisasional dan kesiapan seseorang untuk menjalankan bisnis itu sendiri. Nur Afifah (2020) menyatakan untuk memiliki kesiapan tersebut, seseorang harus memiliki kemauan untuk bertindak dan dapat memotivasi diri untuk menjadi *entrepreneur*, sehingga ia bisa percaya diri bahwa ia bisa mengatasi semua rintangan dan menyelesaikan semua tugas yang berkaitan dengan *entrepreneurship*.

Valeska (2020) mengadaptasi pengertian *self efficacy* yang ditunjukkan dengan pernyataan sebagai indikator self-efficacy seperti: 1) Percaya jika memiliki kemampuan adaptif terhadap perubahan, 2) Percaya atas kemampuan merespon peluang yang ada, 3) Percaya atas daya dalam menghasilkan ide, 4) Percaya atas daya menciptakan produk, 5) Percaya atas daya memiliki kapabilitas dan keahlian, 6) Percaya atas daya dalam mengembangkan rencana: menyusun manajemen kinerja dan mencari peluang usaha.

Self Efficacy adalah salah satu persepsi seseorang yang menganggap bahwa orang tersebut bisa melakukan sesuatu yang cukup penting untuk mencapai sebuah tujuan. Hal tersebut mencakup tentang perasaan untuk mengetahui apa yang perlu dilakukan serta secara emosional mereka mampu untuk melakukan hal itu

1.1.4 Minat Entrepreneur

Menurut Retno Endah Supeni (2015), minat merupakan tendensi afektif seseorang untuk menentukan pilihan aktivitas. Minat seseorang dapat diubah

melalui situasi-situasi insidental, sehingga dapat dikatakan jika minat bersifat tidak stabil dan berubah-ubah. Menurut Adhitama (2014), minat menunjukkan arah pandangan individu terhadap sesuatu yang menarik. Jika individu tersebut berminat pada aktivitas tertentu, ia akan condong untuk berhubungan lebih aktif dengan aktivitas tersebut.

Heri Setiawan (2011) Minat dapat terbentuk melalui pengalaman langsung atau pengalaman yang mudah diingat guna memberikan kesempatan individu untuk berlatih, mendapatkan umpan balik dan mengembangkan keterampilan yang mengarah pada efikasi pribadi dan harapan yang memuaskan

Menurut Ananta (2019) minat wirausaha merupakan suatu kemampuan dalam memacu diri sendiri dan berbuat sesuatu guna memecahkan permasalahan hidup dan memenuhi kebutuhan hidup dengan cara menciptakan usaha baru atau memajukan usaha dengan perasaan bahagia karena bisa membawa faedah bagi dirinya untuk tanpa merasa khawatir dan takut akan resiko yang akan dijalani, selalu belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang telah diciptakannya.

Lestari (2020) menyatakan minat adalah faktor krusial dalam proses *entrepreneurship*. Karakteristik kebutuhan, nilai, kebiasaan dan keyakinan dari seorang *entrepreneur* adalah faktor yang harus dibentuk minat *entrepreneurship*. Hal ini berhubungan dengan bentuk mindset, pengalaman, dan perilaku untuk mencapai tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Krueger (2000) Minat *entrepreneurship* adalah proses pembentukan dan pembuatan keputusan untuk membuat ide bisnis baru. Ide dan

sikap entrepreneurship terhadap probabilitas entrepreneurship adalah hasil dari pembentukan minat entrepreneurship yang terjadi sebelum entrepreneur memulai Bisnis.

2.1.4.1 Faktor Yang Mempengaruhi Minat *Entrepreneur*:

Menurut Primandaru (2017) minat berwirausaha pada mahasiswa dipengaruhi oleh dua factor yakni faktor ekstrinsik dan faktor intrinsik. Faktor ekstrinsik terdiri dari dukungan lingkungan masyarakat, lingkungan keluarga, Pendidikan, pengetahuan, dan peluang. Sedangkan faktor intrinsik terdiri dari pendapatan, perasaan dan emosi, harga diri, serta motivasi dan cita-cita.

Kemudian menurut Nur Afifah (2020) faktor-faktor yang berkontribusi terhadap minat *entrepreneur* adalah:

1. Faktor Internal

Faktor internal ialah faktor yang muncul karena adanya kontribusi dalam diri individu itu sendiri. Faktor internal ini terjadi disebabkan oleh adanya rangsangan dari dalam diri yang dapat berpengaruh terhadap individu untuk mempunyai minat terhadap dunia wirausaha. Adapun faktor internal ini dapat diukur menggunakan indikator dengan harga diri, pendapatan, dan perasaan senang.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal muncul disebabkan desakan dari luar yang dapat dipengaruhi individu tersebut untuk mempunyai minat terhadap dunia wirausaha. Faktor eksternal bersemi dari diri seorang individu yang mendapat dorongan dari

keluarga, Pendidikan, dan dukungan masyarakat dan lingkungan yang dapat memunculkan minat terhadap wirausaha.

3. Lingkungan Keluarga

Lingkungan Keluarga merupakan grup masyarakat terkecil yang tersusun atas ayah, ibu, anak, dan kelompok keluarga lain. Keluarga merupakan dasar bagi perkembangan dan pertumbuhan dan anak yang memberikan dominasi awal terhadap terbentuknya karakter.

4. Lingkungan Pendidikan

Lingkungan Pendidikan yang diperoleh selama sekolah atau kuliah merupakan modal dasar yang digunakan untuk berwirausaha. Selain itu selama di perkuliahan khususnya dalam mata kuliah praktek, individu akan mendapat keterampilan berwirausaha.

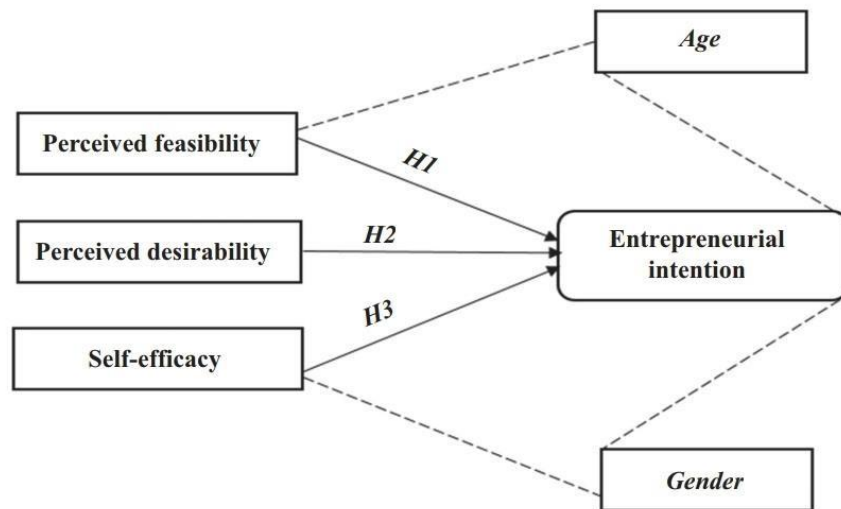
Adapun definisi *intention entrepreneurship* yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada definisi *Theory of Planned Behavior* menurut Ajzen (1991). Dimana minat didefinisikan sebagai sikap berwirausaha, norma subjektif, dan kendali perilaku.

2.2 Model Penelitian

Model penelitian merupakan salah satu bagian dari landasan teori yang berisikan rangkuman dari seluruh tinjauan teori yang ada dalam penelitian ini. Model penelitian ini digambarkan dengan cara membuat skema singkat mengenai proses penelitian yang dilakukan. Penelitian ini

menggambarkan arah penelitian yang akan dilakukan secara jelas, oleh sebab itu perlu dirumuskan suatu model penelitian.

Gambar 2.2 Model Peneliti Sebelumnya



Sumber: Lakhan (2020)

2.3 Hipotesis

1. Pengaruh Positif *Perceived Feasibility* (PF) Terhadap *Entrepreneur Intention* (Minat Berwirausaha)

Survei Lakhan (2020) terhadap siswa Pakistan menunjukkan bahwa kelayakan yang dirasakan berdampak pada Asosiasi Kewirausahaan (EI). Dalam konteks Pakistan, tingginya minat menjadi wirausahawan bermula dari pandangan mahasiswa terhadap banyaknya

peluang bisnis yang tersedia untuk memulai bisnis sendiri di masa depan. Selain itu, tingginya minat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha juga dipicu oleh introspeksi positif terhadap keterampilan dan ide yang mereka butuhkan untuk memulai bisnis yang sukses di masa depan.

Hasilnya sama dengan Ida Asri Prastiwi & Tri Siwi Agustina (2019), latar belakang keluarga wirausaha, niat wirausaha. Tujuannya adalah untuk memahami latar belakang keluarga dalam menjadi seorang wirausahawan dan kemudian untuk mengetahui bagaimana latar belakang keluarga digambarkan sebagai bentuk pengaruh antargenerasi dalam berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan terhadap niat menjadi wirausaha melalui persepsi kelayakan dan keinginan.

Hasil yang sama ditemukan dalam penelitian Krueger (2000), yang menunjukkan bahwa PF mempengaruhi EI. Ketika seorang individu mempertimbangkan berbagai faktor tentang apakah bisnis itu layak, itu adalah kemampuan untuk memimpin.

Kemampuan mengelola bisnis dan sumber daya saat memulai bisnis. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti ingin mengkaji kembali efek kelayakan yang dirasakan terhadap keterlibatan wirausaha,

sehingga hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H1: *Perceived Feasibility* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneur Intention*

2 Pengaruh positif *Perceived Desirability* Terhadap Minat Wirausaha

Sebuah survei Lakhani (2020) terhadap mahasiswa Pakistan menunjukkan bahwa PD mempengaruhi EI. Dalam konteks Pakistan, mereka lebih tertarik dan ingin mengubah sikap mereka terhadap perilaku (bisnis) tertentu. Kemauan yang sangat kuat untuk bertanggung jawab atas keberhasilan usaha.

Hasilnya sama dengan Ida Asri Prastiwi & Tri Siwi Agustina (2019), latar belakang keluarga wirausaha, niat wirausaha. Tujuannya adalah untuk memahami latar belakang keluarga dalam menjadi seorang wirausahawan dan kemudian untuk mengetahui bagaimana latar belakang keluarga digambarkan sebagai bentuk pengaruh antargenerasi dalam berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan terhadap niat menjadi wirausaha melalui persepsi kelayakan dan persepsi keinginan.

Hasil yang sama terlihat pada penelitian Kelo (2019). *Perceived desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Artinya, mahasiswa yang hendak memasuki dunia bisnis juga memiliki keinginan yang menurut mereka baik.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa mahasiswa yang menganut pandangan kewirausahaan juga tertarik untuk menjalankan bisnis. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti ingin mengkajikembali pengaruh *perceived desirability* terhadap keterlibatan mereka dalam berwirausaha, sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

H2: *Perceived Desirability* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneur Intention*

3 Pengaruh Positif *Self Efficacy* Terhadap Minat Wirausaha

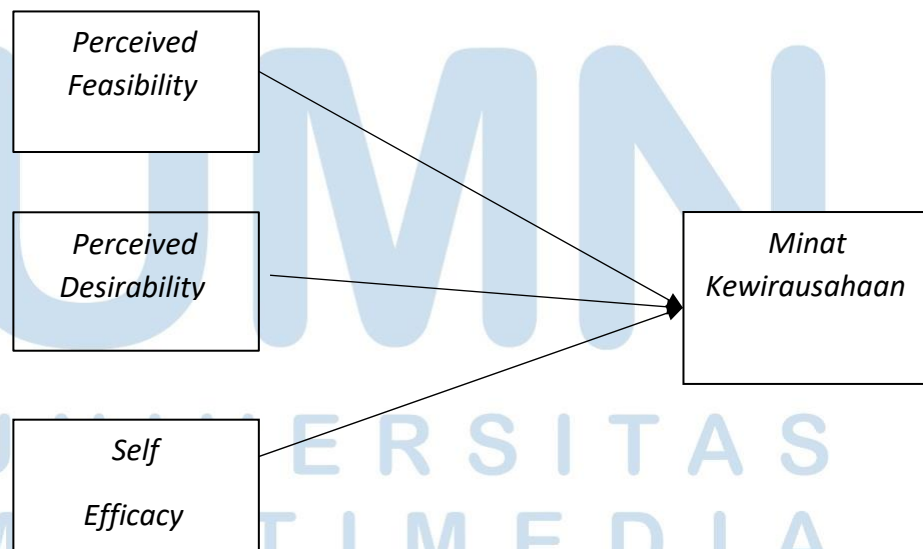
Sebuah survei Lakhan (2020) terhadap siswa Pakistan menunjukkan bahwa SE mempengaruhi EI. Namun, hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa wirausaha memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku dan niat mereka untuk memulai bisnis baru.

Berkaitan dengan hal tersebut, menurut Elissa Lestari & Geofanny Teo Setiawan (2021), pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kewirausahaan mahasiswa dengan efikasi diri sebagai parameternya. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan dan niat berwirausaha. Selain itu, efikasi diri wirausaha berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Studi ini juga menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan secara parsial memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha siswa.

Hasil yang sama ditemukan dalam survei Nurkhin (2016). Menunjukkan pada bahwa ada pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha. Semakin tinggi efikasi diri maka semakin besar keberhasilan perusahaan untuk berwirausaha. Diharapkan 4.444 mahasiswa ini dapat meningkatkan minat berwirausaha dengan motivasi untuk meningkatkan self efficacy. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, peneliti ingin mengkaji kembali pengaruh efikasi diri terhadap niat berwirausaha, sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

H3: *Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneur Intention*

Adapun model penelitian berdasarkan hubungan variabel di atas adalah:



Hipotesis Penelitian:

Gambar 2.3 Model Penelitian

Sumber: Lakhani (2020)

1. Hipotesis 1 (H1) Pengaruh positif *perceived feasibility* terhadap minat kewirausahaan.
2. Hipotesis 2 (H2) Pengaruh positif *perceived desirability* terhadap minat kewirausahaan
3. Hipotesis 3 (H3) Pengaruh positif *Self Efficacy* terhadap minat kewirausahaan

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan dapat disajikan sebagai dasar pertimbangan pemikiran bagi peneliti. Terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan topik mengenai faktor apa saja yang bisa digunakan untuk memprediksi minat berwirausaha mahasiswa. Berikut ini penelitian terdahulu yang sejenis:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Metode	Hasil
1	Shapero & Sokol (1982)	The Sosial Dimention of Entrepreneurship	1.Intensi Berwirausaha		1. Definisi variabel intensi berwirausaha ialah sikap berwirausaha, norma subyektif, dan kendali prilaku

2	Hendrawan dan Sirine (2017)	Pengaruh Sikap Mandiri, Motivasi, Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha	1. Sikap Mandiri 2. Motivasi 3. Pengetahuan Kewirausahaan 4. Minat Berwirausaha	Regresi Linier Berganda	1. Sikap mandiri & motivasi tidak terpengaruh pada minat berwirausaha mahasiswa Pengetahuan kewirausahaan dipengaruhi minat berwirausaha mahasiswa
3	Setiawan dan Lestari (2021)	The Effect Of Entrepreneurship Education To Studens Entrepreneurial Intention With Self-Efficacy As Mediating Variable	1. Pendidikan Kewirausahaan 2. Efikasi diri kewirausahaan 3. Minat kewirausahaan	SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	1. Pendidikan Kewirausahaan dipengaruhi signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan & minat berwirausaha 2. Efikasi diri kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha 3. Efikasi diri kewirausahaan secara parsial memediasi hubungan antar pendidikan kewirausahaan dengan minat Berwirausaha Siswa.

4	Prastiwi dan Agustina (2019)	Latar Belakang Keluarga Wirausaha dan Niat untuk Berwirausaha	1. Latar belakang keluarga wirausaha 2. <i>Perceived feasibility</i> 3. <i>Perceived desirability</i> 4. Niat untuk berwirausaha	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	Pengaruhi langsung & tidak langsung yang signifikan dari latar belakang keluarga terhadap niat untuk berwirausaha, melalui <i>perceived feasibility</i> dan <i>perceived desirability</i> .
5	Darmanto (2013)	Pengaruh <i>Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity To Act</i> Terhadap Intensi Berwirausaha	1. Intensi Berwirausaha 2. <i>Perceived Desirability</i> 3. <i>Perceived Feasibility Propensity to Act</i>	Regresi Linier berganda	<i>Perceived Desirability, Perceived Feasibility & Propensity to act</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

6	Kello (2019)	Niat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa : Pendekatan <i>Shapero Entrepreneurial Event Model</i>	1. Keinginan Yang Dirasakan 2. Kelayakan Yang Dirasaka 3. Niat kewirausaha 4. Sikap	SEM (Structural Equation Modeling)	1. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan yang dirasakan. 2. Keinginan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha 3. Kelayakan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha
7	Bahadur Ali Somro & Ghulam Rasool Lakhan	<i>Predicting entrepreneurial intention among business students of public sector universities of Pakistan: an application of the entrepreneurial event model</i>	1. Entrepreneurial intention 2. Perceived feasibility 3. Perceived desirability 4. Self efficacy 5. Entrepreneur event model	AMOS (Analysis of Moment Structure)	<i>The overall findings show a positive and significant impact of perceived feasibility (PF), perceived desirability (PD), self efficacy (SE), on entrepreneurial Ination</i>

1. Josia Sanchaya Hendrawan & Hani Sirine (2017), Sikap Mandiri, Motif, dan Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh.

2. Dalam konteks ini, menurut Elissa Lestari & Geofanny Teo Setiawan (2021),

pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap kewirausahaan siswa dengan efikasi diri sebagai parameter. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel tidak terduga dan evaluasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan teknologi SEM. Penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efikasi diri kewirausahaan dan niat berwirausaha. Selain itu, efikasi diri wirausaha berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Studi ini juga menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan secara parsial memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat berwirausaha siswa.

3. Hasil yang sama terlihat dalam survei Ida Asri Prastiwi & Tri Siwi Agustina (2019), latar belakang keluarga wirausaha dan niat jiwa wirausaha. Survei dilakukan dengan metode survei eksplanatori dengan menggunakan kuesioner sebagai metode survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan terhadap niat menjadi wirausahawan melalui persepsi kelayakan dan persepsi keinginan.

4. Berdasarkan hal tersebut, Susetyo Darmawanto (2013) menjelaskan dampak dari persepsi kelayakan, persepsi keinginan, dan kecenderungan untuk bertindak terhadap niat berwirausaha. Pengambilan sampel secara acak digunakan sebagai prosedur pengambilan sampel. Untuk analisis data, kami menggunakan analisis regresi berganda menggunakan alat SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kelayakan, keinginan yang dirasakan, dan kecenderungan untuk bertindak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat bisnis.

5. Kello (2019) menggambarkan jiwa wirausaha mahasiswa sebagai berikut:

Pendekatan model acara kewirausahaan Shapero. Analisis dalam penelitian ini menggunakan teknologi SEM. Menurut survei sikap memiliki pengaruh positif dan penting terhadap keinginan yang dirasakan. Keinginan yang dirasakan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap niat Kewiraswastaan. Kelayakan yang diakui memiliki efek positif dan penting Untuk niat pengusaha.

6. Bahadur Ali Soomro & Ghulam Rasool Lkhan (2020) menyelidiki prediksi kewirausahaan mahasiswa bisnis di universitas sektor publik di Pakistan. Penerapan model acara kewirausahaan. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kelayakan, keinginan yang dirasakan, dan efikasi diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat berwirausaha



