

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Entrepreneurship*

Entrepreneurship berasal dari Bahasa Perancis yaitu *entreprendre* yang berarti melakukan “*to undertake*”, dalam arti melakukan kegiatan mengorganisir dan mengatur. Kata *entrepreneurship* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon melalui tulisannya yang berjudul *Essai Sur la Nature du Commerce en General* pada tahun 1755. Pada awalnya, istilah *entrepreneur* merupakan sebutan untuk para pedagang yang membeli barang di daerah lain kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

Menurut Suryana (2013), *entrepreneurship* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Danang Suyonto (2013), *entrepreneurship* merupakan suatu sikap untuk menciptakan sesuatu yang baru serta bernilai bagi diri sendiri dan orang lain. Abu Marlo (2013) juga menjelaskan bahwa *entrepreneurship* merupakan sebuah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk peka terhadap peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan perubahan dari sistem yang ada. Berdasarkan definisi ini, dapat kita simpulkan bahwa terdapat unsur-unsur dalam *entrepreneurship* yaitu: kreativitas dan inovasi, menciptakan sesuatu yang baru serta bernilai, pemanfaatan peluang dan melakukan perubahan terhadap sistem yang sudah ada.

Seorang individu yang memiliki bisnis dan menjalankan kegiatan wirausaha disebut juga dengan *entrepreneur*. Konsep *entrepreneur* mulai diperkenalkan pada abad ke-18 di Perancis oleh seorang ahli ekonomi yaitu Richard Cantillon. Dimana Richard Cantillon mengaitkan antara beban resiko yang harus ditanggung oleh pemerintah dengan para pengusaha di dalam menjalankan roda ekonomi. Di Indonesia, *entrepreneur* dikenal dengan istilah wiraswasta yang dipopulerkan oleh Suparman Sumahamidjaya. Secara etimologis, wiraswasta berasal dari kata wira dan swasta. Wira memiliki arti berani, utama, gagah, luhur, teladan, perkasa atau pejuang. Swasta merupakan perpaduan dari kata swa dan sta. Swa berarti sendiri dan sta artinya berdiri. Menurut Wasty Soemarno dalam buku Darajat & Sumiyati (2015) wiraswasta adalah keberanian, keutamaan, serta keperkasaan dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

2.1.1 Proses *Entrepreneurship*

Proses *entrepreneurship* diawali dengan suatu aksioma, yaitu adanya tantangan yang menimbulkan sebuah gagasan, kemauan dan dorongan untuk berfikir kreatif dan bertindak inovatif sehingga tantangan yang dihadapi bisa teratasi dan terpecahkan. Menurut Suryana (2006) dalam Riadi (2020), terdapat 4 langkah seorang individu menjadi seorang *entrepreneur*, yaitu:

1. Tahap Memulai

Ini merupakan tahap dimana seseorang yang berniat melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, mulai dari melihat tantangan yang akan dihadapi serta mencari peluang usaha yang dapat

dijadikan sebagai sebuah ide bisnis. Pada tahap ini juga, seseorang akan memilih jenis usaha yang akan mereka jalankan.

2. Tahap Melaksanakan Usaha

Setelah mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, pada tahap ini seorang *entrepreneur* akan mengelola seluruh aspek yang berkaitan dengan usahanya seperti: menjalankan usaha, mengelola sumber daya yang dimiliki, mengambil resiko, mengambil keputusan, melakukan pemasaran, melakukan evaluasi kinerja dan sebagainya.

3. Tahap Mempertahankan Usaha

Pada tahap ini, seorang *entrepreneur* akan melakukan evaluasi serta penilaian terhadap usahanya. Seorang *entrepreneur* yang sukses adalah yang mampu mempertahankan bisnisnya dari segala tantangan, rintangan, hambatan dan masalah yang ada sehingga bisnisnya dapat berjalan dengan lancar.

4. Tahap Mengembangkan Usaha.

Pada tahap ini, seorang *entrepreneur* melakukan analisis berdasarkan hasil yang telah dicapai untuk melakukan perkembangan dan berinovasi pada bisnisnya sesuai dengan kondisi yang dihadapi saat ini.

2.1.2 Sifat Seorang *Entrepreneur*

Menurut Alma (2008) dalam Riadi (2020), seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneurship* memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

1. Percaya diri

Seorang individu yang memiliki jiwa *entrepreneurship* dalam dirinya tidak akan mudah untuk terombang ambing oleh pendapat dan saran yang diberikan oleh orang lain. Mereka akan menggunakan pendapat dan saran yang diberikan oleh orang lain sebagai masukan untuk memperbaiki diri mereka sendiri.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Seorang *entrepreneur* akan fokus untuk mengerjakan tugas yang ada dan lebih mengutamakan hasil yang maksimal dibandingkan pengerjaan tugas yang mengutamakan *prestige*.

3. Pengambilan resiko

Dalam dunia wirausaha tentu banyak tantangan dan resiko yang akan dihadapi oleh seorang *entrepreneur*, seorang *entrepreneur* tidak akan ragu untuk mengambil resiko yang ada. Tetapi seorang *entrepreneur* tentu akan mengambil resiko yang ada dengan perhitungan yang matang.

4. Kepemimpinan

Seorang *entrepreneur* yang sejati memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat. Dimana seorang *entrepreneur* mampu memberikan arahan kepada bawahannya dan juga mampu untuk menerima saran dan kritik dari bawahannya juga agar dapat memajukan kinerja perusahaan.

5. Keorisinilan

Seorang *entrepreneur* tidak akan ikut-ikutan dalam mengembangkan bisnis mereka. Mereka memiliki ide yang mereka dapat melihat peluang pasar dan memiliki kemampuan untuk merealisasikan ide yang mereka buat.

6. Berorientasi pada masa depan

Bisnis yang dibangun tentu harus memiliki strategi, visi dan misi untuk masa depan karena bisnis dibangun bukan untuk bertahan sementara tetapi untuk bertahan di masa yang akan datang. Oleh karena itu, seorang *entrepreneur* memiliki perspektif yang luas untuk bisa membuat strategi, visi dan misi perusahaan.

7. Kreatif dan Inovatif

Seorang *entrepreneur* memiliki kreativitas untuk melihat peluang yang ada dalam pasar, mampu mengembangkan ide dengan kreatif dan dapat menghadapi masalah yang akan datang. Mereka juga memiliki solusi yang inovatif untuk mengisi peluang yang ada di dalam pasar sehingga bisa memberikan manfaat kepada banyak orang.

2.2 Theory of Reasoned Action

Theory of Planned Behavior (TRA) pertama kali dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. Dimana TRA merupakan salah satu *framework* untuk meneliti perilaku manusia. TRA menunjukkan bahwa keyakinan yang dimiliki oleh seorang individu merupakan faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan norma mereka dalam suatu lingkungan yang kemudian membuat seorang

individu berperilaku sesuai dengan keyakinan yang mereka miliki (Mahyarni, 2013). Dalam TRA terdapat 2 teori utama, yaitu:

1. *Attitude toward behavior*

Teori ini menjelaskan bahwa seorang individu akan berperilaku sesuai dengan keyakinan mereka terhadap hasil yang ditimbulkan oleh perilaku yang mereka lakukan. Jika seorang individu melakukan suatu perilaku yang positif, maka hasil yang ditimbulkan dari perilaku juga akan positif. Jika perilaku seorang individu negatif, maka hasil yang ditimbulkan juga negatif.

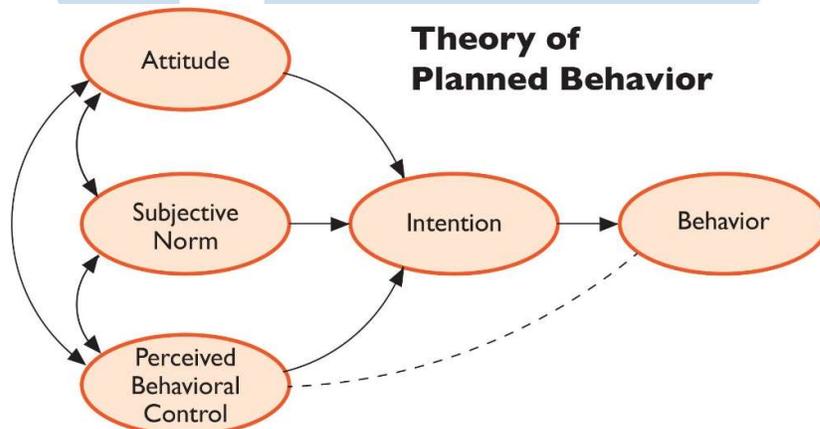
2. *Subjective norm*

Teori ini menjelaskan bahwa seorang individu akan mengambil keputusan untuk berperilaku sesuai dengan tekanan sosial yang mereka rasakan. Seorang individu akan melakukan suatu perilaku jika perilakunya dapat diterima oleh orang disekitarnya.



2.3 Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang pada awalnya dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Awalnya TRA menjelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* Fishbein dan Ajzen (1975). Dan dalam TPB ditambah satu faktor lagi yaitu *perceived behavioral control* Ajzen (1991). TPB sering digunakan sebagai *framework* untuk menjelaskan tentang niat seseorang terhadap suatu perilaku tertentu (Rahmawati, 2020).



Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior

Sumber: Ajzen, 1991

Menurut Ajzen (1991), TPB dapat menjelaskan niat individu untuk berperilaku dengan melihat tiga faktor yaitu *attitude toward the behavior*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Attitude toward the behavior*

Ajzen dan Fishbein (1975) menjelaskan *attitude toward the behavior* sebagai keyakinan paling kuat yang menghubungkan suatu perilaku yang kuat untuk mencapai hasil yang berharga baik positif maupun negatif. Seseorang akan melakukan suatu perilaku tertentu jika diyakini dapat memberikan hasil positif atau menguntungkan dibandingkan melakukan suatu perilaku yang memberikan hasil yang negatif. Menurut Sulistimo (2012), *attitude toward the behavior* merupakan suatu penilaian dari diri seorang individu ketika melihat atau mengetahui suatu tindakan atau perilaku yang dilakukan.

Dalam konteks kewirausahaan, menurut Ajzen dan Kolvareid dalam Linan and Chen (2006), seorang individu akan melakukan penilaian apakah dengan menjadi seorang *entrepreneur* dapat memberikan efek positif bagi kehidupannya atau malah sebaliknya. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian terhadap sikap mahasiswa apakah mereka siap menjadi seorang *entrepreneur* atau tidak. Dengan meneliti kesiapan seorang individu, kita bisa mengetahui apakah sikap dan kesiapan seorang individu dalam berwirausaha dapat menumbuhkan niat mereka untuk menjadikan *entrepreneur* sebagai pilihan karir mereka.

2. *Subjective norm*

Ajzen (1991) mengartikan *subjective norm* sebagai keadaan lingkungan individu yang menerima atau tidak menerima suatu perilaku yang ditunjukkan. Seorang individu akan menunjukkan suatu perilaku yang dapat diterima oleh orang-orang dan lingkungan yang berada disekitar individu. Dan seorang

individu akan menghindari dirinya untuk menunjukkan suatu perilaku yang tidak didukung oleh lingkungan tersebut. Secara normal, menurut Ajzen pada tahun 2005 dalam Seni & Ratnadi (2017) ketika seorang individu melakukan suatu perilaku, maka tekanan sosial yang dirasakan oleh individu tersebut akan semakin besar, begitupun sebaliknya ketika seorang individu tidak melakukan suatu perilaku, maka tekanan sosial yang dirasakan cenderung berkurang. Menurut Sulistimo (2012), *subjective norm* adalah perilaku yang akan dilakukan oleh seorang individu jika perilaku yang dilakukannya dapat diterima oleh orang-orang yang dianggapnya penting dalam kehidupannya. Dalam konteks kewirausahaan, seorang individu akan melihat respon lingkungan sekitar individu apakah menerima individu tersebut menjadi seorang *entrepreneur* atau menolak tindakan individu untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Dalam penelitian ini, penulis meneliti apakah dukungan keluarga, sahabat dan lingkungan dapat mendorong serta memotivasi seorang individu untuk memulai bisnis mereka sendiri.

3. *Perceived behavioral control*

Menurut Ajzen (1991), *perceived behavioral control* adalah bagaimana seseorang mengerti bahwa perilaku yang ditunjukkannya merupakan hasil pengendalian yang dilakukan oleh dirinya. *Perceived behavioral control* ditunjukkan kepada persepsi seorang individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam menunjukkan sikap yang diminatinya. Dalam arti, seseorang akan memiliki niat dalam melakukan suatu perilaku jika mereka memiliki persepsi bahwa perilaku tersebut mudah untuk ditunjukkan dan dilakukan.

Menurut Hogg dan Vaughan dalam Seni & Ratnadi (2017) *perceived behavioral control* merupakan suatu ukuran kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang mengenai seberapa sederhana atau kompleks ketika melaksanakan suatu perbuatan tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, menurut Kruger et al (2006) dalam Isabella (2010) *perceived behavioral control* berkaitan dengan efikasi diri (*self-efficacy*) dan tingkat keterampilan seorang individu dalam menentukan kesuksesan mereka dan kemampuan melihat peluang tergantung pada persepsi seorang individu tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan yang dimiliki oleh seorang individu berpengaruh penting untuk mengenali peluang yang kemudian mempengaruhi minat wirausaha seorang individu. Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian tentang kemampuan seorang individu dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis mereka. Apakah dengan kemampuan yang mereka miliki mampu menumbuhkan niat seorang individu untuk membuka serta menjalankan bisnis mereka sendiri.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori dari Liñán et al (2013) untuk mengukur variabel TPB yang dapat menumbuhkan niat seorang individu untuk berwirausaha. Faktor yang diukur antara lain *attitudes toward entrepreneurship*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* untuk mengetahui pengaruh faktor tersebut terhadap pembentukan niat berwirausaha seorang mahasiswa.

2.4 Entrepreneurial Passion

Menurut Vallerand dan Houliard, *passion* merupakan kecenderungan yang kuat terhadap suatu aktivitas yang digemari oleh seseorang. Menurut Pertula, *passion* merupakan kondisi psikologis yang dapat dicirikan sebagai rasa emosi yang positif dan kuat sehingga dapat mendorong seorang individu untuk melakukan suatu aktivitas yang dianggap oleh individu tersebut bermakna (Nandy, 2021). Bisa dikatakan bahwa *passion* merupakan keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang digemari tanpa adanya paksaan dan dorongan dari orang lain kepada individu tersebut. Menurut Thesman dan Ardianti dalam Nandy (2021), ada 3 hal yang membedakan orang yang memiliki *passion* dan tidak, yaitu:

1. Orang yang memiliki *passion* akan berambisi untuk menciptakan sesuatu yang berarti dalam hidup mereka dan orang lain.
2. Orang yang memiliki *passion* memiliki kecintaan terhadap bidang usaha yang sedang mereka tekuni saat ini.
3. Orang yang memiliki *passion* memiliki energi yang dapat mendorongnya untuk mewujudkan ide yang dimilikinya.

Dalam ilmu psikologi, Professor J. Vallerand menjelaskan bahwa *passion* terbagi ke dalam dua tipe yang berbeda dari segi efek yang dihasilkan oleh individu yang bersangkutan, yaitu (Harismi, 2020):

1. *Passion* Harmoni

Seorang individu yang memiliki *passion* harmoni merupakan orang yang positif, dimana individu ini melakukan aktivitasnya berlandaskan kecintaan, kesukaan, kesenangan dan seirama dengan nilai-nilai kepribadiannya.

Individu ini memiliki tujuan yang jelas dan bisa menyelesaikan segala masalah dan tantangan dalam hidupnya dengan kepala dingin. Seorang individu yang memiliki *passion* ini akan menjadikan aktivitas yang mereka suka, cinta dan senang sebagai sumber pendapatan bagi diri mereka.

2. *Passion* Obsesi

Seorang individu yang memiliki *passion* ini melakukan aktivitas karena adanya dorongan dari faktor eksternal, misalnya kewajiban untuk mendapatkan gaji yang besar untuk menafkahi keluarga. Dalam *passion* ini, individu tersebut akan dipaksa menjalankan sebuah aktivitas walaupun tidak sesuai dengan nilai-nilai kepribadiannya. Seorang individu yang memiliki *passion* ini jarang memiliki respon yang lembut jika berhadapan dengan masalah atau tantangan dalam hidupnya.

Menurut Cardon MS (2005) dalam Santosa (2017) mendefinisikan *entrepreneurial passion* sebagai suatu kesadaran yang dapat diakses, perasaan positif yang dialami pada keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan terkait dengan peran yang berarti dan penting untuk identitas diri dari kewirausahaan. Dalam konsep ini, terdapat dua elemen penting yaitu: *entrepreneurial passion* melibatkan perasaan yang kuat serta positif, dan hasil perasaan tersebut timbul dari keterlibatan dalam kegiatan yang berkaitan dengan identitas peran kewirausahaan. Menurut Cardon et.al (2009) dalam Merieska & Meiyanto (2019) mengatakan bahwa seseorang yang memiliki *entrepreneurial passion* adalah seorang pengusaha yang senang terhadap identitasnya sebagai pendiri usaha dan menganggap bahwa menjadi pendiri usaha merupakan bagian yang penting bagi diri mereka.

Menurut Hartmann dan Herb (2015), *entrepreneurial passion* memiliki pengaruh yang besar dan menjadi salah satu faktor yang krusial dalam membentuk motivasi dan kesuksesan dalam berwirausaha. *Entrepreneurial passion* dapat membantu para wirausaha untuk mengetahui peluang yang ada saat ini dan membantu wirausaha untuk membuat bisnis baru dari peluang yang ada di pasar. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Cardon et.al (2013), menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* benar-benar dapat meningkatkan kreativitas dan ketekunan pengusaha. Cardon et al (2013) menyebutkan setidaknya ada 3 identitas yang dimiliki oleh pengusaha yang memiliki *entrepreneurial passion* yang berkaitan dengan aspek proses kewirausahaan, yaitu:

1. *An Inventor.*

Seseorang yang bersemangat dengan kegiatan yang berkaitan dengan proses mengidentifikasi, menemukan dan mengeksploitasi peluang baru yang ada di pasar.

2. *A Founder.*

Seseorang yang bersemangat dengan kegiatan yang berkaitan dengan proses membangun usaha dan memanfaatkan peluang yang ada di pasar.

3. *A Developer.*

Seseorang yang bersemangat dengan kegiatan yang berkaitan dengan kegiatan pembinaan, menumbuhkan dan memperluas bisnis setelah bisnis telah didirikan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori dari Cardon et al (2013) untuk mengukur variabel *Entrepreneurial Passion* yang mempengaruhi niat seorang mahasiswa untuk menciptakan, mendirikan dan mengembangkan bisnis.

2.5 Entrepreneurial Intention

Menurut Lee & Wong (2004) dalam Rahmah (2017), niat atau *intention* kewirausahaan merupakan sebuah langkah awal dari proses pendirian bisnis yang bersifat jangka panjang. Menurut Parker (2004), niat adalah keinginan tertentu yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan suatu tindakan, dimana suatu tindakan tersebut adalah hasil dari pikiran yang secara sadar mengarah kepada tingkah laku seseorang. Menurut Sulistani (2012), niat merupakan suatu dorongan yang timbul pada diri seorang individu baik secara sadar maupun tidak sadar untuk melakukan suatu perilaku dengan tujuan tertentu. Menurut *Theory of Planned Behavior* niat bisa timbul pada diri seorang individu jika adanya dorongan kepercayaan-kepercayaan yang dimiliki oleh individu tersebut. Semakin besar kepercayaan perilaku (*behavioral belief*), kepercayaan normatif (*normative belief*), dan kepercayaan kontrol (*control belief*) maka semakin besar pula niat seorang individu dalam melakukan suatu perilaku tersebut (Suciati, 2017).

Menurut Adhitama (2014) dalam Lestari & Setiawan (2021).niat seorang individu dapat dibentuk melalui pengalaman yang dialami atau pengalaman yang berkesan yang memberikan kesempatan bagi individu tersebut untuk berlatih, mendapatkan *feedback* dan mengembangkan *skill* yang dimilikinya yang mengarah pada efikasi pribadi dengan harapan akan mendapatkan hasil yang memuaskan bagi individu tersebut. Kemudian dari niat akan memunculkan sebuah proses

pembentukan dan pengambilan keputusan seorang individu untuk menciptakan ide bisnis baru yang kemudian dikenal dengan niat kewirausahaan.

Menurut Krueger (1993) dalam Rahmah (2017), niat kewirausahaan merupakan cerminan komitmen seorang individu saat memulai usaha barunya dan merupakan suatu isu sentral yang perlu diperhatikan untuk memahami proses kewirausahaan melakukan pendirian usaha baru. Menurut Krithika & Venkatachalam (2014), niat kewirausahaan merupakan suatu keinginan yang dimiliki seorang individu untuk melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang pasar yang ditemukan dan berani mengambil segala resiko yang ada. Menurut Dioneo (2012), niat kewirausahaan diartikan sebagai proses pencarian informasi yang digunakan seorang individu untuk membuka suatu usaha. Dan menurut Hattab (2014), niat kewirausahaan merupakan sebuah pikiran yang mengarahkan serta membimbing seorang individu untuk mengembangkan dan mengimplementasikan konsep bisnis baru. Dari berbagai definisi diatas, dapat kita simpulkan bahwa niat kewirausahaan merupakan suatu kesadaran yang dimiliki oleh seorang individu untuk mencari peluang pasar dan menciptakan suatu bisnis sesuai dengan peluang pasar yang ditemukan oleh individu tersebut.

2.5.1 Faktor yang Mempengaruhi *Entrepreneurial Intention*

Menurut Nurul & Sokhima (2008) dalam Triharto (2015), *entrepreneurial intention* dipengaruhi oleh 3 faktor utama, yaitu:

1. Faktor Kepribadian

Faktor kepribadian meliputi kebutuhan akan prestasi, efikasi diri, *internal locus of control* dan pengambilan resiko.

2. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan meliputi akses terhadap modal yang tersedia, ketersediaan informasi, jaringan sosial dan faktor budaya yang dimiliki seorang individu,

3. Faktor Demografi

Faktor demografi meliputi jenis kelamin, umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan orang tua dan pengalaman kerja yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention* seorang individu.

2.5.2 Faktor Psikologis yang Membentuk *Entrepreneurial Intention*

Faktor yang dapat membentuk *entrepreneurial intention* pada seorang individu adalah faktor psikologis. Faktor psikologis dapat menjelaskan pola tindakan seorang individu melalui niat untuk memilih wirausaha sebagai pilihan karir mereka. Menurut Awilson (2009) dalam Triharto (2015), terdapat 3 faktor psikologis yang dapat membentuk *entrepreneurial intention* seorang individu, yaitu:

1. *Self-determination*

Menurut Spreitzer (1997) dalam Triharto (2015), *self-determination* merupakan sebuah keyakinan yang dimiliki oleh seorang individu bahwa mereka memiliki kebebasan serta kendali atas pekerjaan yang dikerjakannya.

2. *Risk bearing ability*

Risk bearing ability merupakan sebuah kemampuan yang dimiliki oleh seorang pengusaha untuk menghadapi dan mencari solusi atas setiap resiko yang dihadapinya untuk meraih kesuksesan bisnis. Dimana seorang pengusaha tentu akan berhadapan dengan berbagai resiko yang ada, mulai dari resiko kegagalan, resiko secara finansial dan resiko secara sosial.

3. *Belief and attitude*

Belief dan *attitude* merupakan satu faktor yang memiliki pengaruh penting dalam penentuan suatu tindakan seseorang. Dalam arti kewirausahaan, *belief* dan *attitude* menjadi faktor penting yang dapat mendorong seorang individu untuk memilih menjadi seorang wirausaha sebagai karir yang akan mereka tekuni.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori dari Liñán et al (2013) untuk menjelaskan variabel *entrepreneurial intention* yaitu kesadaran dan keyakinan seorang individu untuk mendirikan usaha baru mereka. Dimana dalam teori ini, niat menjadi prediktor kuat perilaku kewirausahaan.

2.6 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengembangkan hipotesis penelitian dengan variabel-variabel yang ditetapkan, yaitu *attitude towards entrepreneurship*, *subjective norms*, *perceived behavioral control* dan *entrepreneurial passion* terhadap pembentukan *entrepreneurial intention* mahasiswa.

2.6.1 *Attitude towards entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Salaouatchi & Etudes (2020) juga menunjukkan bahwa *attitude towards entrepreneurship*, memiliki pengaruh yang positif terhadap pembentukan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa. Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa *attitudes towards entrepreneurship* memiliki pengaruh paling signifikan dibandingkan faktor TPB yang lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Aloulou (2016) juga menunjukkan bahwa *attitude towards entrepreneurship* memiliki pengaruh yang positif terhadap pembentukan niat wirausaha dikalangan mahasiswa.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Munir et al (2019) terhadap 2 negara yaitu China dan Pakistan menunjukkan *attitude towards entrepreneurship* memiliki hubungan yang positif terhadap pembentukan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa. Berdasarkan penelitian ini, menunjukkan bahwa *attitude towards entrepreneurship* lebih memiliki pengaruh yang signifikan terhadap mahasiswa yang ada di negara China dibandingkan negara Pakistan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang berada di negara maju memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan mahasiswa yang berada di negara berkembang dalam hal menjadi seorang pengusaha.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H1: *Attitudes towards entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

2.6.2 Subjective norms berpengaruh positif terhadap entrepreneurial intention

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saraih et al (2017) menunjukkan bahwa *subjective norms* secara signifikan berpengaruh positif yang terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor dalam *subjective norms* yaitu motivasi dapat membentuk niat berwirausaha. Dapat dikatakan juga bahwa orang-orang di lingkungan sekitar individu dapat mempengaruhi niat seorang individu untuk berwirausaha. Selain itu, karir orang tua serta dorongan teman terdekat seorang individu juga dapat mempengaruhi niat seorang individu untuk membuka usaha mereka sendiri.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shah & Soomro (2017), menunjukkan bahwa *subjective norms* memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa *subjective norms* merupakan faktor yang dapat membentuk niat wirausaha mahasiswa yang ada di Pakistan. Dorongan dari keluarga, teman, guru dan para ahli pada akhirnya membuat mereka memulai bisnis mereka sendiri.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aragon-Sanchez et al (2017), menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif antara *subjective norms* dan *entrepreneurial intention*. *Subjective norms* seperti tekanan sosial, dorongan dari keluarga, teman dan lingkungan sekitar individu kemudian mendorong mereka untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H2: *Subjective norms* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.6.3 *Perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Handayani & Yuniawan (2021), menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* memiliki pengaruh yang positif terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*. Penelitian yang dilakukan juga didukung oleh penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Eyel & Vatansever Durmaz (2019) yang menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* dan *personal attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*. Oleh karena itu, *perceived behavioral control* dan *personal attitude* merupakan variabel yang mempengaruhi pembentukan *entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Al-shammari (2018) juga menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa semakin positif perasaan seorang individu terhadap kemampuan mereka, maka semakin besar pula keinginan mereka untuk berwirausaha. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Uygun & Kasimoglu (2013) yang mengatakan bahwa semakin besar kemampuan seorang individu terhadap satu bidang tertentu, maka secara positif akan mempengaruhi niat kewirausahaan seorang individu.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H3: *Perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.6.4 *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Li et al (2020) menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial intention*. Dalam penelitian ini menyebutkan bahwa *entrepreneurial passion* dapat memberikan energi positif kepada seorang individu untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Seorang individu yang memiliki *entrepreneurial passion* memiliki keinginan yang kuat untuk melakukan suatu hal yang spesifik sehingga mereka akan memberikan kontribusi yang signifikan pada hal tersebut.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Neneh (2020) menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* memiliki pengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Dalam penelitian ini, *entrepreneurial passion* bersama *entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pembentukan *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Biraglia & Kadile (2017) yang menemukan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* dapat mendorong seorang individu untuk bersemangat dalam memulai

suatu bisnis baru. Semangat inilah yang kemudian membuat seorang individu menjadikan *entrepreneur* sebagai pilihan karir mereka.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H4: *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.6.5 *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *attitudes toward entrepreneurship* dan *perceived behavioral control*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Karimi (2020) menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *entrepreneurial passion* terhadap *attitudes* dan *perceived behavioral control*. Penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernández-Pérez et al (2019) yang menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* memiliki pengaruh yang positif terhadap *attitudes* dan *perceived behavioral control*, semakin tinggi *entrepreneurial passion* seorang individu, maka semakin tinggi pula niat seorang individu menjadi *entrepreneur*.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Syed et al (2020) *entrepreneurial passion* memiliki pengaruh positif terhadap *curiosity* dan *innovativeness*. Dalam penelitian ini, menyebutkan seorang individu yang memiliki *entrepreneurial passion* memiliki rasa ingin tahu yang tinggi untuk mencari informasi yang menarik bagi mereka. Rasa ingin tahu kemudian membentuk sikap mereka untuk menjadi seorang *entrepreneur* berdasarkan informasi yang mereka temukan. Dari informasi yang ditemukan, mereka membuka bisnis baru dari informasi yang mereka

dapatkan dengan membuat produk atau jasa yang inovatif dan belum pernah ada sebelumnya.

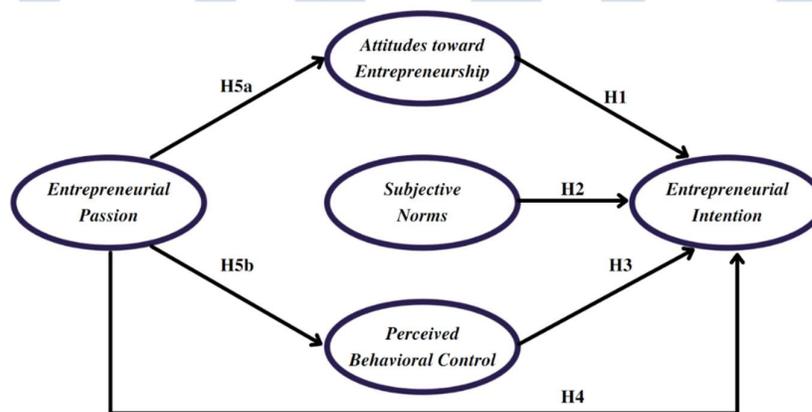
Berdasarkan hasil penelitian diatas, hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H5a: *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *attitudes toward entrepreneurship*.

H5b: *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control*.

2.7 Model Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis melakukan analisis dan menguraikan hipotesis diatas. Berikut adalah Gambar model penelitian yang diadopsi dari jurnal acuan dari Saeid Karimi dalam jurnalnya yang berjudul “*The Role of Entrepreneurial Passion in the Formation of Students’ Entrepreneurial Intentions*” sebagai berikut:



Gambar 2.2 Model Penelitian
Sumber: Saeid Karimi (2020)

Peneliti mengadopsi model penelitian ini dan menggunakannya dalam penelitian penulis yang berjudul “Pengaruh *Entrepreneurial Passion, Attitudes Toward Entrepreneurship, Subjective Norms* dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap Pembentukan *Entrepreneurial Intention* Mahasiswa di Tangerang Selatan” dimana hipotesis yang penulis uji yaitu:

1. *Attitudes toward entrepreneurship* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.
2. *Subjective norms* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.
3. *Perceived behavioral control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.
4. *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.
5. *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *attitudes toward entrepreneurship*.
6. *Entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap *perceived behavioral control*.

2.8 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian sebelumnya diatas, penulis menggunakan variabel yang berhubungan dengan *entrepreneurial intention*. Berikut daftar penelitian terdahulu yang berhubungan dengan hipotesis dari variabel-variabel dalam penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Manfaat Penelitian
1.	Karimi (2020)	Taylor & Francis	<i>The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions</i>	Jurnal digunakan sebagai acuan pengembangan model penelitian dan pengembangan hipotesis.
2.	Salaouatchi & Etudes (2020)	Research Gate	<i>DETERMINANTS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS: THE CASE OF BUSINESS SCHOOLS IN ALGERIA</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>attitudes towards entrepreneurship</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
3.	Wassim J. Aloulou (2016)	Emerald Insight	<i>Predicting Entrepreneurial Intentions of Final Year Saudi University Business Students by applying the Theory of Planned Behavior</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>attitudes towards entrepreneurship</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
4.	Hina Munir, Cai Jianfeng dan Sidra Ramzan (2019)	Emerald Insight	<i>Personality traits and theory of planned behavior comparison of entrepreneurial intentions between an emerging economy and a developing country</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>attitudes towards entrepreneurship</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
5.	Saraih, Amlus, Irza Hanie Abu Samah, Abdul Mutalib, Ain Zuraini Aris dan Sharmini (2017)	Research Gate	<i>Relationships between Attitude Towards Behavior, Subjective Norm, Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention among the Technical Secondary Students in Malaysia</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .

6.	Shah & Soomro (2017)	Emerald Insight	<i>Investigating entrepreneurial intention among public sector university students of Pakistan</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
7.	Aragon-Sanchez et al (2017)	Emerald Insight	<i>A missing link: the behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
8.	Handayani & Yuniawan (2021)		<i>Examining Entrepreneurial Intention among Business School</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
9.	Eyel & Vatansever Durmaz (2019)	Research Gate	<i>Entrepreneurial Intentions of Generation-Z: Compare of Social Sciences and Natural Sciences Undergraduate Students at Bahçeşehir University</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
10.	Al-shammari (2018)	Emerald Insight	<i>Entrepreneurial Intentions of Private University Students in the Kingdom of Bahrain</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
11.	Uygun & Kasimoglu (2013)	Research Gate	<i>The Emergence of Entrepreneurial Intentions in Indigenous Entrepreneurs: The Role of Personal Background on the Antecedents of Intentions</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>perceived behavioral control</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .

				<i>control terhadap entrepreneurial intention.</i>
12.	Lie at al (2020)	Frontiers	<i>Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior: Role of Entrepreneurial Alertness, Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>entrepreneurial passion</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
13.	Neneh (2020)	Research Gate	<i>Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>entrepreneurial passion</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
14.	Biraglia & Kadile (2017)	John Wiley & Sons	<i>The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>entrepreneurial passion</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .

15.	Karimi (2020)	Taylor & Francis	<i>The role of entrepreneurial passion in the formation of students' entrepreneurial intentions</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>entrepreneurial passion</i> terhadap <i>attitudes toward entrepreneurship</i> dan <i>perceived behavioral control</i> .
16.	Fernández-Pérez et al (2019)	Research Gate	<i>Emotional competencies and cognitive antecedents in shaping student's entrepreneurial intention: the moderating role of entrepreneurship education</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>entrepreneurial passion</i> terhadap <i>attitudes toward entrepreneurship</i> dan <i>perceived behavioral control</i> .

17.	Syed et al (2020)	Elsevier	<i>From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: The role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions</i>	Sebagai jurnal pendukung yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara <i>entrepreneurial passion</i> terhadap <i>attitudes toward entrepreneurship</i> dan <i>perceived behavioral control</i> .
-----	-------------------	----------	---	--

UMMN

MULTIMEDIA
NUSANTARA