

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Peneliti telah melakukan pengolahan data, analisis dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan pada total 186 responden dengan menggunakan *software SmartPLS*. Hal ini bertujuan untuk melihat pengaruh dari variabel *Family Economic Education*, *Economic Literacy*, dan *Peer Group* terhadap *Entrepreneurial Intention* pada mahasiswa/i aktif di daerah Serpong - Tangerang dan sekitarnya.

Temuan dari hasil pengolahan data berdasarkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Family Economic Education* **memiliki dampak positif yang signifikan** pada *Entrepreneurial Intention*, dengan nilai p sebesar 0.016 ($p < 0.050$).
2. *Family Economic Education* **tidak memiliki pengaruh signifikan** pada *Economic Literacy*, dengan nilai p sebesar 0.118 ($p > 0.050$).
3. *Peer Groups* **memiliki dampak positif yang signifikan** pada *Entrepreneurial Intention*, dengan nilai p sebesar 0.000 ($p < 0.050$).
4. *Peer Groups* **memiliki dampak positif yang signifikan** pada *Economic Literacy*, dengan nilai p sebesar 0.001 ($p < 0.050$).
5. *Economic Literacy* **tidak memiliki pengaruh signifikan** pada *Entrepreneurial Intention*, dengan nilai p sebesar 0.665 ($p > 0.050$).
6. **Tidak ada hubungan mediasi yang signifikan** dari *Economic Literacy* terhadap *Family Economic Education* dan *Entrepreneurial Intention*, dengan nilai p sebesar 0.731 ($p > 0.050$).

7. **Tidak ada hubungan mediasi yang signifikan** dari *Economic Literacy* terhadap *Peer Groups* dan *Entrepreneurial Intention*, dengan nilai p sebesar 0.694 ($p > 0.050$).

Hal menarik yang membedakan penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu adalah bahwa Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) tidak berpengaruh signifikan pada Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) dan Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) tidak berpengaruh signifikan pada Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Pengaruh mediasi Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) terhadap hubungan Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) maupun Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) pada Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) juga tidak terbukti signifikan secara statistik; yang mana hal ini berbeda dengan penelitian terdahulu, terutama penelitian oleh Suratno et al. (2021).

Sebagaimana diuraikan di bab sebelumnya, perbedaan hasil penelitian ini diduga terjadi akibat bias yang disebabkan oleh perbedaan jumlah dan proporsi responden, yang mana pada penelitian sebelumnya oleh Suratno et al. (2021), dilakukan survei terhadap setidaknya 1000 responden pada universitas negeri yang sama (Universitas Jambi), sedangkan pada penelitian ini, dikarenakan terbatasnya waktu dan biaya, hanya dilakukan survei pada 200 responden (dengan hanya 186 respons yang valid) dan pada sampel yang diambil dari 3 (tiga) universitas swasta yang berbeda, yaitu Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pelita Harapan, dan Universitas Atma Jaya di wilayah Serpong dan Tangerang Selatan.

Tidak signifikannya pengaruh *Literasi Ekonomi* terhadap *Niat Berwirausaha* pada penelitian ini juga diduga penulis akibat segmen demografi yang berbeda, dimana responden penelitian ini yang berasal dari universitas-universitas swasta di wilayah penyangga ibukota biasanya memiliki akses informasi, kondisi sosio ekonomi yang lebih baik dibandingkan dengan lokasi penelitian jurnal sumber yang melakukan survei di wilayah Jambi, yang notabene tidak semaju wilayah Tangerang (daerah metropolitan penyangga ibukota). Segmen demografi yang berbeda, yang mana bagi responden pada penelitian ini, akses pada pendidikan

menjadi sesuatu yang lumrah didapat, menyebabkan pendidikan dan literasi ekonomi bukanlah menjadi hal pendorong / pembeda yang dapat menyebabkan seseorang berminat menjalankan kewirausahaan.

Selain itu, penulis juga berpendapat bahwa berdasarkan hasil pengolahan data, ada faktor bias dalam pengukuran *family economic education* dan *economic literacy* pada instrumen yang digunakan, yang mana instrumen berbentuk pernyataan *self-evaluation* berbasis skala likert, dengan item kuesioner seperti “*Saya yakin bahwa saya memiliki pengetahuan terkait dengan usaha bisnis*”, “*Saya diberikan pengetahuan oleh orang tua dan/atau saudara kandung terkait kewirausahaan*” dan “*Dalam membeli barang, saya akan menawar atau membandingkan harga sebelum memutuskan untuk membayar*” tidak dapat secara empiris dan objektif mengukur kedua variabel tersebut karena dapat dipengaruhi oleh bias individu akibat mengikuti ekspektasi norma yang berlaku di masyarakat, rasa rendah diri, atau bahkan kesombongan. Sedangkan pengukuran untuk *economic literacy* sendiri dapat menyebabkan *overestimating* / *underestimating* kemampuan diri, serta adanya efek Dunning–Kruger akibat item kuesioner berbasis skala likert seperti “*Saya akan memilih barang terbaik dengan harga terendah sebanyak yang saya bisa*”.

Oleh karena itu, **kesimpulan penelitian** yang dilakukan pada mahasiswa universitas swasta di wilayah Tangerang dan sekitarnya ini secara umum dan ringkas adalah sbb.:

1. Bahwa terdapat **pengaruh langsung yang positif dan signifikan** antara Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) dan Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*);
2. Bahwa terdapat **pengaruh langsung yang positif dan signifikan** antara Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) dan Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*); serta Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) dan Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*).

3. Bahwa **tidak terdapat pengaruh yang signifikan** antara Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) dan Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*), begitu pula **tidak ada hubungan signifikan secara statistik** antara Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) dan Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*).
4. Bahwa secara simultan, variabel Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) dan Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) **berpengaruh 13.3% pada Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*)**.
5. Bahwa variabel **Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) dapat dijelaskan sebesar 49.3%** oleh variabel-variabel Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*), Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*), dan Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*), serta untuk 50.7% sisanya berasal dari variabel-variabel dan faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan dan tidak diuji dalam penelitian ini.

5.2 Saran bagi Orang Tua dan Mahasiswa

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran yang mungkin bisa menjadi masukan untuk orang tua dan mahasiswa di wilayah Tangerang dalam meningkatkan *Entrepreneurial Intention*. Berikut adalah saran yang dimiliki peneliti:

1. Orang tua berperan penting dalam menanamkan dan mengampanyekan nilai-nilai kewirausahaan bagi anak-anaknya dan menanamkan sisi positif kewirausahaan sebagai pilihan karier masa depan. Hal ini berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bukti bahwa Pendidikan Ekonomi / Kewirausahaan di Keluarga berdampak positif pada Niat Berwirausaha.
2. Sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan hubungan erat antara *Peer Groups* dan *Economic Literacy* maupun *Entrepreneurial Intention*, maka Mahasiswa harus lebih proaktif dalam mengikuti komunitas-komunitas bisnis inkubator *start-up* agar dapat meningkatkan literasi mengenai kewirausahaan dan memunculkan niat berwirausaha

5.3 Saran bagi Universitas / Dosen, Pemerintah, dan Pemangku Kebijakan terkait UMKM dan Kewirausahaan

Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran bagi sivitas akademika, universitas, dan pemerintah (pengambil kebijakan) untuk meningkatkan *Entrepreneurial Intention*, sehingga meningkatkan jumlah alumni yang menjadi seorang wirausahawan muda, antara lain:

1. Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan yang bersifat teoritis harus ditinjau ulang dikarenakan berdasarkan hasil penelitian ini tidak menunjang Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Oleh karena itu, pemerintah melalui kementerian pendidikan, dan universitas perlu mengembangkan program-program dan kurikulum yang lebih bersifat praktis seperti seminar, *workshop* untuk mendorong niat berwirausaha. Lebih baik lagi jika pemerintah dan universitas dapat mendorong terbentuknya komunitas '*entrepreneur*' atau inkubator bisnis yang berisi mahasiswa dan juga melibatkan alumni universitas yang sukses berwirausaha, yang mana mereka dapat saling bertukar ide bisnis dan lebih memperluas koneksi profesional.
2. Peran kelompok teman sebaya dan komunitas bisnis harus lebih dipertajam dan ditingkatkan karena menurut hasil penelitian ini merupakan faktor terpenting yang mendorong literasi ekonomi maupun niat berwirausaha. Universitas dapat mengakomodasi hal ini dengan menyediakan inkubator bisnis, yang mana mahasiswa secara berkelompok bersama teman-temannya dapat mengerjakan proyek akhir yang bertujuan membuat dan menjalankan ide bisnis baru sebagai pengganti skripsi penelitian akademik.

Selain itu, bagi mahasiswa yang memiliki usaha keluarga, Universitas dapat meningkatkan niat wirausaha dengan membiarkan siswa berkonsultasi dan mendapatkan pendapat kedua dari spesialis bisnis / dosen universitas sehubungan dengan masalah bisnis yang dihadapi keluarga mereka dan memungkinkan mereka untuk terlibat memecah bisnis sebagai salah satu

tugas akhir mereka baik memecahkan masalah meningkatkan atau memperluas bisnis keluarga mereka.

3. Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UMKM juga dapat mendorong tumbuhnya kewirausahaan dengan memberikan pelatihan dan pendanaan (dalam bentuk *seed funding* / pinjaman lunak) kepada calon wirausahawan yang bermaksud mendirikan UMKM inovatif di wilayahnya, sehingga membuka akses bagi calon wirausahawan yang sebelumnya sulit mengeksekusi ide bisnisnya karena terkendala hal finansial maupun keahlian bisnis.
4. Pemerintah juga dapat mengadopsi kebijakan sejenis yang diterapkan di Swedia yaitu (*SFS 1997:1293*) *Right to Leave to Conduct a Business Operation Act* (Savage, 2019), yang mana setiap pekerja / karyawan tetap (berstatus PKWTT) dapat mengambil cuti tanpa dibayar selama maksimal 6 (enam) bulan untuk membuka usahanya sendiri (menjadi wirausaha), termasuk mengikuti pelatihan dan program pendanaan kewirausahaan yang dilaksanakan Pemerintah Swedia. Apabila proyek kewirausahaannya berhasil, individu tersebut boleh berhenti bekerja secara permanen untuk menjadi wirausahawan. Namun, jika dalam 6 (enam) bulan proyek tersebut gagal, maka individu tersebut dapat kembali menjadi pegawai tetap di perusahaan lama dengan gaji dan posisi yang sama seperti sebelumnya. Hal ini sangat mendorong kewirausahaan di Swedia karena menurunkan risiko dan ketidakpastian bagi calon wirausahawan secara drastis.

5.4 Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti juga mempunyai beberapa saran yang mungkin bisa menjadi sebuah masukan untuk para peneliti yang mempunyai topik terkait *Entrepreneurial Intention*. Berikut adalah saran yang dimiliki peneliti:

1. Penelitian selanjutnya harus bisa mengumpulkan lebih banyak responden yang mungkin berasal dari berbagai Universitas dan area yang lebih luas dari Tangerang Selatan, dengan itu hasil data survei yang diolah dan diteliti bisa lebih mewakili pandangan masyarakat luas (tidak bias).
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengkaji kembali instrumen untuk mengukur literasi ekonomi. Hal ini dikarenakan pengukuran literasi ekonomi menggunakan *self-evaluation* psikologis dengan pernyataan berskala *Likert* cenderung menghasilkan bias dan tidak akurat. Sangatlah perlu untuk mempertimbangkan penggunaan instrumen akademis / empiris untuk mengukur literasi ekonomi, atau sebaiknya dilakukan percobaan dengan variabel lain, seperti kemampuan menjalankan bisnis. Oleh karena itu, dapat dipertimbangkan untuk menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh OECD untuk melakukan pengukuran *Financial Literacy* (Atkinson & Messy, 2012), dengan menggunakan dimensi *Financial Knowledge*, *Financial Behavior*, dan *Financial Attitude* sebagaimana yang digunakan oleh Douissa (2020).
3. Penelitian selanjutnya harus mengkaji kembali perlunya menggunakan variabel literasi ekonomi, terutama jika responden adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. Hal ini karena responden dijamin memiliki pengetahuan dasar ekonomi karena berada di jurusan ekonomi sehingga akan menghasilkan *confirmation bias*.
4. Variabel Pendidikan Ekonomi Keluarga perlu dikaji ulang karena jika survei dengan responden berpendidikan di bidang ekonomi dan bisnis, akan sulit memastikan apakah pengetahuan ekonomi yang dimiliki berasal dari keluarga atau pendidikan formal.
5. Untuk menjelaskan variabel yang mempengaruhi *Economic Literacy*, seyogianya perlu memperluas studi dengan menambahkan variabel independen seperti *Economic / Financial Knowledge*, *Economic / Financial Behavior*, *Economic / Financial Attitude* (Douissa, 2020).

6. Dalam hal tidak signifikannya dampak *Economic Literacy* pada *Entrepreneurial Intention*, penulis berpendapat bahwa hal ini dapat disebabkan oleh bias kognitif yang disebut ‘*efek Dunning–Kruger*’ / superioritas ilusif, yang mana orang-orang yang kurang mengetahui sesuatu hal biasanya cenderung lebih berani /nekat melakukan suatu hal karena mereka cenderung menaksir terlalu tinggi kemampuan mereka saat ini (Kruger & Dunning, 1999). Ada kemungkinan bahwa justru individu dengan tingkat Literasi Ekonomi rendah akan lebih berminat melakukan wirausaha, dikarenakan pengetahuan mereka mengenai keuntungan vs. risiko berwirausaha masih rendah. Sedangkan, individu dengan tingkat Literasi Ekonomi tinggi akan jauh lebih berhati-hati dalam memutuskan untuk mulai berwirausaha. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya perlu menganalisis pengaruh bias *Dunning–Kruger* terhadap hubungan antara kedua variabel tersebut.
7. Lalu, terkait dengan variabel-variabel yang mempengaruhi *Entrepreneurial Intention*, kiranya penelitian selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk memasukkan unsur variabel *Educational Support*, *Subjective Norms*, *Entrepreneurial Attitude*, dan *Perceived Control* (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020; dan Miranda, et al., 2017); maupun variabel yang lebih luas seperti motivasi diri, efikasi diri (*self-efficacy*), sikap terkait kewirausahaan, dll. sesuai studi literatur yang ada (Amaliah, et al., 2021; Koe, et al., 2012; Wardana, et al., 2020; Fragoso, et al., 2019) untuk bisa mendapatkan gambaran yang lebih jelas terkait faktor yang mempengaruhi Niat Berwirausaha. Hal ini karena penelitian ini hanya dapat menjelaskan 49.3% penyebab Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*), yang mana sisanya diduga berasal dari variabel lainnya yang tidak diukur dan diteliti dalam studi ini.