

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Istilah 'kewirausahaan' dalam bahasa Inggris, yaitu '*entrepreneurship*' berasal dari kata Prancis *entreprendre* yang berarti 'melakukan' atau 'mengambil dengan tangan sendiri'. Sejak Revolusi Industri, istilah wirausahawan (pelaku aktivitas kewirausahaan) digunakan untuk menggambarkan fenomena baru bagi individu yang telah merumuskan ide usaha, mengembangkannya, mengumpulkan sumber daya dan menciptakan usaha bisnis baru. Wirausahawan adalah pengambil risiko yang bereaksi terhadap peluang, menanggung ketidakpastian dan berfungsi untuk membawa keseimbangan antara penawaran dan permintaan di pasar tertentu (Schaper, *et al.*, 2014).

Kewirausahaan sendiri dapat didefinisikan sebagai proses yang dilakukan oleh individu, untuk mengidentifikasi peluang (kewirausahaan) baru dan mengubahnya menjadi produk atau jasa yang dapat dipasarkan. Oleh karena itu, menurut Shane & Venkataraman dalam artikel berjudul "*The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research*" sebagaimana dikutip oleh Schaper, *et al.* (2014), bidang kewirausahaan melibatkan studi sumber peluang; proses penemuan, evaluasi dan eksploitasi peluang; dan kumpulan individu yang menemukan, mengevaluasi, dan memanfaatkan peluang tersebut.

Philip A. Wickham (2006) menyatakan bahwa terdapat lima elemen utama dari kewirausahaan, yaitu:

- Wirausahawan / Pengusaha, yang aktif mencari peluang, memiliki ketajaman dan kewaspadaan bisnis, pengetahuan terdahulu, dan jejaring sosial.

- Peluang pasar, yaitu suatu situasi di mana sebuah produk, jasa, atau proses dapat diperkenalkan dan dijual dengan nilai yang lebih tinggi daripada biaya produksinya.
- Sumber daya yang memadai, yaitu segala jenis benda atau kualitas yang berguna, terdiri atas sumber daya keuangan, fisik / kebendaan, manusia, teknologi, sosial, dan organisasi.
- Organisasi bisnis, yaitu bentuk dan model kegiatan usaha yang akan dilakukan untuk mengeksploitasi peluang kewirausahaan yang ada.
- Lingkungan yang mendukung, yaitu lingkungan dengan tingkat persaingan, hubungan antar komunitas pengusaha, kondisi ekonomi, budaya dan norma, situasi politik, kebijakan pemerintah, dan keamanan yang memadai.

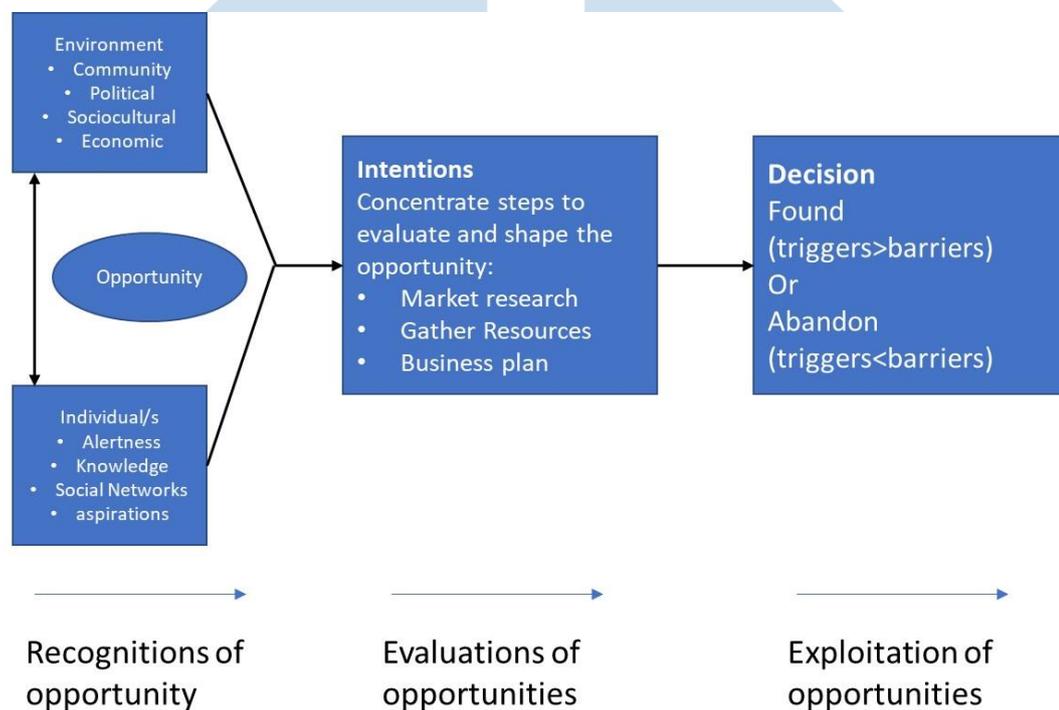
Lebih lanjut, kewirausahaan merupakan penggerak ekonomi yang vital dalam perkembangan suatu negara. Kewirausahaan dapat mendorong agenda suatu negara secara signifikan, terutama dalam hal kesejahteraan ekonomi (Mack, White, & Senghor, 2021). Peran sektor pendidikan tinggi untuk merangsang kewirausahaan pada mahasiswa sangat penting untuk membentuk *mindset* kewirausahaan di kalangan mahasiswa, sehingga mereka akan tertarik menjadi wirausahawan, yang mana akan membantu mengentaskan masalah pengangguran pada generasi muda.

Chikasha *et al.* (2021) berpendapat bahwa kebijakan intervensi dari pemerintah dalam bentuk pembentukan kurikulum pendidikan kewirausahaan maupun pemberian dukungan dana untuk program pelatihan kewirausahaan sangat penting untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

2.1.2 Proses *New Venture Creation* (NVC) dalam Kewirausahaan

Proses *New Venture Creation* (NVC) atau penciptaan usaha (ventura) baru merupakan proses yang dijalani para wirausahawan untuk mentransformasikan ide dan peluang yang ada menjadi kegiatan bisnis yang mengeksploitasi peluang tersebut.

Model penciptaan usaha baru yang terdapat pada gambar 2.1 di bawah ini bertujuan menjelaskan proses NVC.



Gambar 2.1 Model *New Venture Formation*

Sumber: (Schaper, *et al.*, 2014)

Menurut Schaper *et al.* (2014), wirausahawan, baik secara individu maupun kelompok, adalah tokoh sentral dalam pembentukan usaha baru (*new venture formation*). Mereka pada umumnya dianggap berbeda dengan individu non-wirausahawan, yang mana mereka dianggap lebih berani mengambil risiko, keras kepala, ataupun visioner. Hasil berbagai penelitian terdahulu menduga bahwa perbedaan ini terletak pada sifat / profil psikologis (kebutuhan akan pencapaian, tingkat kepercayaan diri dan kecenderungan mengambil risiko) serta latar belakang, pengalaman, dan aspirasi para wirausahawan. Wirausahawan senantiasa menanggapi perubahan lingkungan dengan memahami kebutuhan pasar, peluang sumber daya tertentu, dan mencari kecocokan antara keduanya. Lingkungan politik, sosial ekonomi dan infrastruktur yang menguntungkan memfasilitasi munculnya bisnis baru.

Tahapan selanjutnya terjadi saat wirausahawan mengevaluasi dan mewujudkan niat berwirausaha. Niat inilah yang mengubah ide yang muncul dari peluang usaha yang ada menjadi proses evaluasi peluang bisnis dan mengumpulkan sumber daya untuk meluncurkan ventura/ usaha baru, termasuk di dalamnya proses pembentukan strategi bisnis, pembuatan konsep dan prototipe produk / layanan, riset pasar, identifikasi sumber daya, dan persiapan rencana bisnis. Setelah melakukan evaluasi, wirausahawan harus memutuskan apakah akan mewujudkan rencana usahanya menjadi kegiatan bisnis yang nyata jika pemicu dan potensi keuntungan yang ada lebih besar dari kesulitan dan hambatan yang ada, ataupun meninggalkan rencana tersebut jika terjadi hal sebaliknya (Schaper, *et al.*, 2014).

2.1.3 Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) merupakan langkah awal dalam proses berwirausaha. Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa minat (*intention*) adalah salah satu variabel yang dapat memprediksi sikap individu, terutama bagi sikap-sikap yang sulit diobservasi. Niat berwirausaha memberikan petunjuk tentang bagaimana tingkat persiapan individu dan seberapa besar usaha yang akan dilakukannya untuk memulai suatu kegiatan kewirausahaan (Miranda, Antonio, & Rubio, 2017).

Niat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai komitmen yang dimiliki seseorang dalam hal memulai suatu kegiatan usaha yang baru. Niat berwirausaha adalah anteseden (sesuatu yang mendahului) perilaku kewirausahaan. Niat berwirausaha adalah determinan utama dari tindakan wirausaha dan memediasi dampak variabel demografi, karakteristik pribadi, kepribadian, dan nilai sosiokultural / lingkungan terhadap sikap dan tindakan kewirausahaan (Fragoso, Rocha-Jr., & Xavier, 2019).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lingkungan kampus adalah hal yang paling mempengaruhi niat berwirausaha, walaupun penelitian lainnya tidak menemukan hubungan langsung antara dukungan pendidikan dan niat berwirausaha (Kusumawardhany & Dwiarta, 2020)

Menurut Koe *et al.* (2012) dan Miranda *et al.* (2017), berdasarkan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, niat berwirausaha ditopang oleh beberapa elemen utama, antara lain: sikap wirausaha (*entrepreneurial attitudes*), terdiri atas: *creativity, perceived utility*, dan *self-confidence* ; norma subjektif (*subjective norms*) individu terhadap kewirausahaan; dan *perceived control*, terdiri atas: *business experience, training*, dan *business environment*.

Namun demikian, Ali & Bhasin (2019) menemukan dalam penelitian yang dilakukan di India bahwa integrasi antara *Theory of Planned Behavior (TPB)* dan *Entrepreneurial Event Model (EEM)* akan lebih akurat dalam memprediksi *Entrepreneurial Intention (EI)*, yaitu dengan menggunakan konstruksi *Subjective Norms, Attitude, Perceived Behavioural Control* dari TPB, ditambahkan dengan konstruksi variabel *Desirability* dan *Feasibility* untuk memprediksi tingkatan niat berwirausaha (EI).

2.1.4 Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*)

Penelitian awal telah mengindikasikan bahwa pendidikan ekonomi keluarga yang telah dilakukan oleh orang tua atau anggota keluarga dalam bentuk pembiasaan, teladan dan penjelasan akan berperan dalam pembentukan kebiasaan dan karakter yang ditanamkan kepada anak ketika mereka tumbuh dan berkembang (Suratno, et al., 2021). Nilai-nilai yang ditanamkan ini dapat menumbuhkan nilai-nilai kepercayaan diri, komitmen, optimisme, inisiatif dan kreativitas sehingga pendidikan ekonomi penting dalam memastikan pemahaman akan kegiatan dan perilaku ekonomi.

Hal ini dikarenakan lingkungan keluarga merupakan tempat anak-anak mengenyam pendidikan untuk pertama kali sebelum mengenal lingkungan yang lain. Keluarga merupakan institusi pertama dan utama dalam pembangunan sumber daya manusia (Susanto, 2017). Pendidikan ekonomi di keluarga pertama kali dapat berbentuk kegiatan-kegiatan konsumsi yang dilakukan anak-anak di lingkungan keluarga. Pendidikan yang diterima oleh anak-anak karena ditanamkan oleh orang tuanya juga akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi dan ekonomi anak-

anaknya, termasuk dalam pembentukan gaya hidup dan tindakan ekonomi (Aprilia, Mintarti, & Utomo, 2015).

Studi awal juga membuktikan bahwa pendidikan ekonomi keluarga juga menyebabkan adanya pengalihan pengetahuan, yang menyebabkan adanya perbedaan signifikan terhadap sikap dan niat berwirausaha, terutama dalam proses pewarisan dan regenerasi yang terjadi pada pewaris usaha UMKM (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Pendidikan ekonomi dapat dianggap saling terkait dengan literasi ekonomi dan sikap ekonomi dikarenakan pendidikan ekonomi merupakan kekuatan pendorong dalam menumbuhkan literasi dan sikap ekonomi yang memuaskan (Aprilia, Mintarti, & Utomo, 2015). Studi empiris sebelumnya telah mendokumentasikan bahwa anak cenderung belajar dengan melihat dan meniru lingkungan sekitar dalam memicu kesadaran mereka, sehingga peran keluarga dalam pengembangan anak-anak sangat penting, karena akan menentukan perkembangan moral mereka dan kompetensi anak-anak dan literasi ekonomi mereka. Individu yang belajar manajemen keuangan dan ekonomi, serta memahami isu-isu ekonomi dari orang tua mereka akan memiliki pengetahuan ekonomi lebih tinggi, yang akan mengarah pada literasi ekonomi (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

2.1.5 Peran Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*)

Kelompok Sebaya (*peer*) atau teman dapat dianggap sebagai lingkungan sosial yang memengaruhi perilaku individu, dan juga mempengaruhi aspek lain seperti pengalaman, perilaku dan kegiatan mereka. Studi pendahuluan disertai dengan bukti empiris telah membuktikan hubungan positif antara kelompok sebaya dan niat individual (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Kelompok sebaya dapat diklasifikasikan sebagai lingkungan kedua setelah keluarga. Pada umumnya, kelompok ini berisi orang-orang yang memiliki minat dan tujuan yang sejenis. Interaksi interpersonal, termasuk dalam hal dukungan material dan emosional pada kelompok ini biasanya lebih tinggi dan lebih dekat. Hal ini

menyebabkan individu-individu di dalamnya merasa lebih dihargai dan diperhatikan.

Kelompok sebaya yang terlibat dalam aktivitas maupun diskusi mengenai kewirausahaan memiliki kemungkinan lebih tinggi mempengaruhi para anggotanya untuk melakukan hal serupa. Kelompok sebaya dapat berdampak pada tendensi seseorang untuk mempelajari dan memahami kemampuan ekonomi, misalnya dalam hal pembuatan keputusan dan manajemen keuangan (Thomas & Subhashree, 2020). Tentunya, melalui kelompok sebaya tersebut dapat menumbuhkan literasi ekonomi, termasuk dalam hal bagaimana memperoleh sumber daya ekonomi, memperoleh sumber pendapatan, dan menggunakan sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien; serta memahami tindakan ekonomi apa saja yang perlu dilakukan.

Studi-studi sebelumnya, termasuk oleh Nabi *et al.* (2018) juga mendokumentasikan pentingnya dukungan kelompok sebaya dan peran mentor dalam membentuk niat berwirausaha di kalangan mahasiswa, sehingga kelompok sebaya yang sesuai dapat meningkatkan minat seseorang untuk berwirausaha.

2.1.6 Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*)

Literasi Ekonomi sangat krusial dalam menentukan sikap ekonomi individu. Literasi dalam hal ini dapat dilihat dari perspektif keyakinan / nilai-nilai subyektif mengenai seberapa jauh seseorang memahami fakta-fakta ekonomi. Literasi ekonomi diyakini berperan dalam proses penentuan sumber pendapatan dan opsi-opsi pengeluaran bagi konsumen (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021). Literasi Ekonomi sangat krusial dalam menentukan sikap ekonomi individu. Literasi dalam hal ini dapat dilihat dari perspektif keyakinan / nilai-nilai subyektif mengenai seberapa jauh seseorang memahami fakta-fakta ekonomi. Literasi ekonomi diyakini berperan dalam proses penentuan sumber pendapatan dan opsi-opsi pengeluaran bagi konsumen (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Menurut Fayolle & Liñán (2014) pada Kusumawardhany & Dwiarta (2020), pengetahuan dan pemahaman dalam bidang ekonomi, termasuk yang didapatkan oleh mahasiswa / pelajar dalam pendidikan kewirausahaan berdampak positif pada niat berwirausaha. Pendidikan dan literasi ekonomi akan berpengaruh pada perkembangan karakteristik sikap-sikap tertentu yang dapat meningkatkan niat berwirausaha.

Literasi ekonomi berkaitan dengan pemahaman konsep-konsep dasar ekonomi dan penerapannya dalam tindakan yang dilakukan dan keputusan-keputusan ekonomi yang dibuat. Literasi ekonomi juga merupakan salah satu indikator kompetensi dan pengetahuan ekonomi seseorang (Nurjanah, Ilma, & Suparno, 2018).

Untuk mengukur literasi ekonomi seseorang, ada lima indikator yang dapat digunakan menurut Nurjanah *et al.* (2018), yaitu:

- *scarcity literacy*, mengukur pemahaman individu mengenai konsep kelangkaan sumber daya dalam ekonomi.
- *economic principles literacy*, mengukur pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip dan konsep-konsep ekonomi, yang menjelaskan bagaimana ekonomi digunakan untuk berusaha memenuhi permintaan yang tidak terbatas dengan sumber daya yang terbatas.
- *economic motives literacy*, mengukur pemahaman individu akan tendensi manusia untuk mengambil tindakan yang akan memberikan keuntungan terbesar dibandingkan dengan pengeluaran.
- *economic actions literacy*, mengukur pemahaman individu akan tindakan-tindakan yang dapat diambil individu untuk mencapai *economic motives*.
- *money literacy*, mengukur pemahaman individu mengenai fungsi, nilai, manajemen dari uang dan alat tukar sejenis.

Selain indikator di atas, penelitian Bruckner *et al.* (2015) menganjurkan penggunaan tes akademik yang telah dilakukan standarisasi seperti TUCE (*Test of Understanding in College Economics*) yang dirilis oleh *National Council of Economic Education* – Amerika Serikat, yang mengukur kemampuan individu mengenai mikroekonomi dan makroekonomi dengan set pertanyaan pilihan ganda.

2.2 Pengembangan Hipotesis Penelitian

2.2.1 Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) terhadap Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Pendidikan ekonomi keluarga juga menyebabkan adanya pengalihan pengetahuan dari orang tua kepada anak, yang menyebabkan adanya perbedaan signifikan terhadap sikap dan niat berwirausaha, terutama dalam proses pewarisan dan regenerasi yang terjadi pada pewaris usaha UMKM (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Lingkungan keluarga, terutama yang bersifat suportif terhadap ide-ide dan pengembangan karakter wirausaha juga sangat berpengaruh terhadap minat anak untuk berwirausaha nantinya (Amaliah, Kardoyo, & Rusdarti, 2021).

Menurut Marques *et al.* (2018) pula, niat berwirausaha yang kuat dapat dicapai jika terdapat lingkungan keluarga yang kondusif yang diperkokoh dengan adanya pembelajaran ekonomi dan kewirausahaan di lingkungan keluarga.

H1: Pendidikan ekonomi keluarga (FFE) memiliki dampak positif pada niat berwirausaha (EI).

2.2.2 Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) terhadap Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*)

Penelitian terdahulu oleh Suratno *et al.* (2021) juga menemukan bahwa pendidikan dalam keluarga juga berperan dalam pengembangan kompetensi dan literasi ekonomi pada anak-anak. Anak-anak yang belajar mengenai manajemen

keuangan dan isu-isu ekonomi lebih dini dari orang tuanya memiliki pengetahuan ekonomi yang lebih tinggi, dan dari karenanya memiliki literasi ekonomi yang lebih baik.

Selain itu, lingkungan keluarga dan pendidikan non-formal yang terjadi di dalam keluarga juga berperan dalam transmisi *soft skills*, sikap, dan preferensi pada anak-anaknya. Kondisi ini menyebabkan anak-anak mungkin nantinya mendapatkan hasil yang serupa dengan orang tuanya dikarenakan mereka mewarisi sikap yang mirip sehingga memilih pilihan yang serupa dalam beberapa hal di hidupnya .

Selain itu, terutama pada keluarga yang memiliki bisnis keluarga, orang tua sering juga berperan sebagai *role model* yang mendidik anak-anak mereka di dalam keluarga, ataupun sebagai sumber *vicarious learning* bagi anak-anaknya, terutama dalam hal ekonomi dan bisnis, menurut Newman et al. (2019). Eksposur anak terhadap keluarga khususnya yang merupakan wirausahawan, akan membuat anak-anak tersebut lebih percaya diri dan tertantang untuk menjadi wirausahawan.

H2: Pendidikan ekonomi keluarga (FEE) memiliki dampak positif pada literasi ekonomi (EL).

2.2.3 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) terhadap Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Hubungan teman sebaya merupakan hubungan persahabatan di mana individu remaja menghabiskan waktunya di luar lingkungan keluarga / rumah, yang mana dapat sangat berpengaruh pada perkembangan pola pikir dan kepribadian individu. Hal ini dikarenakan sering terjadinya pertukaran pikiran antara teman sebaya yang terkadang dapat menyebabkan munculnya ide-ide kewirausahaan (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *peer groups* dan *individual intentions*. *Peer groups* juga mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi wirausahawan. Pengaruh ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah motivasi dari teman sebaya, terutama jika ada

teman yang menonjol dan menjadi semacam *role model* atau panutan (Handayati, Wulandari, Soetjipto, & Wibowo, 2020).

Berdasarkan hasil studi literatur yang dilakukan oleh Koe et al. (2012) seseorang yang hidup di lingkungan teman maupun keluarga yang menjalankan wirausaha memiliki pandangan yang positif tentang kewirausahaan dan akan lebih berniat berwirausaha.

H3: Kelompok teman sebaya (PG) memiliki dampak positif pada niat berwirausaha (EI)

2.2.4 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) terhadap Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*)

Kelompok teman sebaya, terutama di kalangan remaja dapat mempengaruhi terjadinya perubahan perilaku seseorang, terutama dalam hal gaya hidup, dan arah hidup; hal ini dikarenakan kelompok teman sebaya sering dijadikan acuan referensi kegiatan seseorang (Wulandari & Narmaditya, 2018; Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Penelitian Newman *et al.* (2019) juga menunjukkan jaringan pertemanan dan kelompok teman sebaya juga berpengaruh pada kemampuan ekonomi dan *self-efficacy* individu, terutama jika kelompok tersebut mayoritas diisi oleh wirausahawan. Hal ini karena keberadaan wirausahawan dalam kelompok teman sebaya dapat berperan sebagai mentor terhadap individu-individu dalam kelompok tersebut.

H4: Kelompok teman sebaya (PG) memiliki dampak positif pada literasi ekonomi (EL)

2.2.5 Pengaruh Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) terhadap Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Literasi ekonomi berpengaruh pada niat berwirausaha, terutama bagi siswa jurusan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi yang tinggi

membuat seseorang berpikir lebih kritis, terutama dalam hal memutuskan untuk menjalankan suatu ide bisnis (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Menurut studi yang dilakukan oleh Setiawan *et al.* (2020), terdapat hubungan positif yang signifikan antara literasi ekonomi dan niat berwirausaha. Pengetahuan tentang ilmu ekonomi dapat membangkitkan minat seseorang untuk berwirausaha, karena literasi ekonomi sangatlah berperan dalam menentukan sikap ekonomi seseorang.

Seseorang dengan literasi ekonomi yang baik dapat mengatur sumber daya ekonomi yang terbatas menggunakan konsep ekonomi untuk memperoleh kesejahteraan dan untuk bertahan hidup. Literasi ekonomi juga dapat membuat seseorang lebih kreatif dalam memanfaatkan situasi yang ada, terutama dalam kondisi ekonomi yang menantang, sehingga menumbuhkan semangat dan niat berwirausaha (Alisyahbana, Hasan, Dinar, Tahir, & Ahmad, 2020).

H5: Literasi ekonomi (EL) memiliki dampak positif pada niat berwirausaha (EI)

2.2.6 Pengaruh mediasi Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) terhadap hubungan antara Pendidikan Ekonomi Keluarga (*Family Economic Education*) dan Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Penelitian Suratno, Narmaditya, dan Wibowo (2021) juga menunjukkan bahwa literasi ekonomi berperan penting dalam memediasi hubungan antara tingkat pendidikan ekonomi keluarga dan niat berwirausaha, juga memediasi hubungan antara kelompok teman sebaya dan niat berwirausaha.

Hal senada juga ditunjukkan oleh penelitian Wulandari & Narmaditya (2018) bahwa keluarga berperan besar dalam pendidikan ekonomi anak-anak, yang mana pendidikan ekonomi keluarga berperan dalam meningkatkan literasi ekonomi anak-anak, yang mana variabel tersebut menjadi mediator dalam meningkatkan niat berwirausaha. Peran pendidikan ekonomi dalam keluarga sangat signifikan dikarenakan di masa muda, keluarga berperan penting karena individu cenderung mengikuti apa yang mereka lihat, dengar, dan pahami dari lingkungan terdekatnya.

H6: Pendidikan Ekonomi Keluarga (FFE) berdampak positif pada Niat Berwirausaha (EI) melalui mediasi dari Literasi Ekonomi (EL)

2.2.7 Pengaruh mediasi Literasi Ekonomi (*Economic Literacy*) terhadap hubungan antara Kelompok Teman Sebaya (*Peer Groups*) dan Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

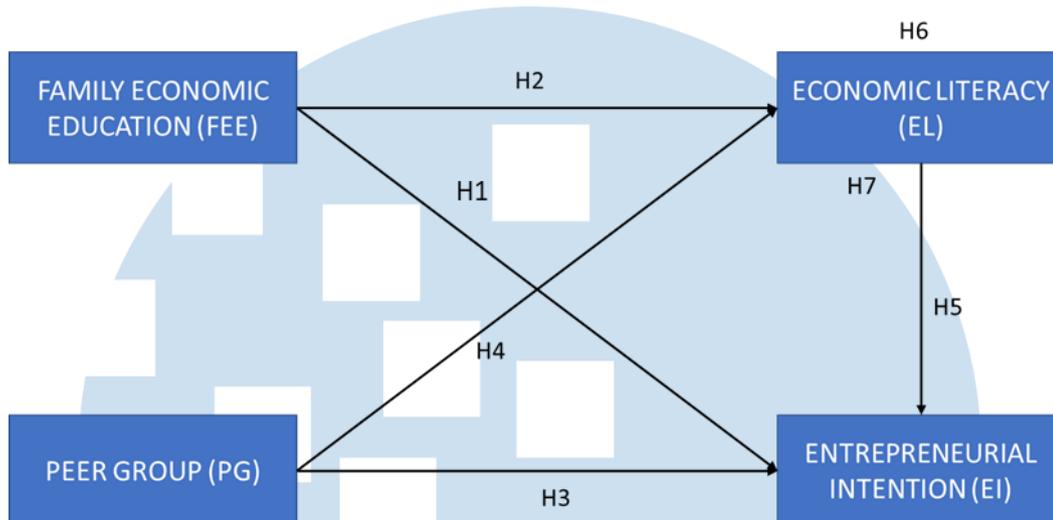
Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kelompok teman sebaya berperan besar pada arah hidup dan aktivitas sehari-hari individu, dan kelompok teman sebaya yang sudah berteman lama biasanya akan saling mempengaruhi, termasuk dalam hal keputusan ekonomi (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021).

Oleh karena itu, literasi ekonomi berperan penting dalam memediasi hubungan antara kelompok teman sebaya dan niat berwirausaha. Hal ini berdasarkan penelitian sebelumnya, terutama dalam lingkungan sekolah dan universitas, semakin banyak waktu yang dihabiskan pelajar dengan teman sebayanya, akan muncul tekanan kelompok sebaya (*peer group pressure*) yang dapat menimbulkan lingkungan yang kondusif untuk meningkatkan literasi ekonomi (Thomas & Subhashree, 2020).

H7: Kelompok Teman Sebaya (PG) berdampak positif pada Niat Berwirausaha (EI) melalui mediasi dari Literasi Ekonomi (EL)

2.3 Model Penelitian

Pada Penelitian ini, peneliti menggunakan kerangka penelitian yang mengacu pada model yang dikembangkan oleh Suratno *et al.* (2021) dalam penelitian berjudul “*Family economic education, peer groups and students’ entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy*” yang diterbitkan dalam Jurnal Heliyon VII (4) tahun 2021.



Gambar 2.2 Model Penelitian

Sumber: (Suratno, Narmaditya, & Wibowo, 2021)

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Jurnal	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alisyahbana et al.	<i>International Journal of Scientific & Technology Research</i> Vol. 9(5), Hal. 15-17	2020	<i>The Effect Of Economic Literacy And Parents Socio Economic Status On Entrepreneurial Intention In Economic Education Student Universitas Negeri Makassar</i>	<i>Economic Literacy</i> berdampak positif dan signifikan pada <i>Entrepreneurial Intention</i> . Status sosioekonomi orang tua berdampak positif dan signifikan pada <i>Entrepreneurial Intention</i>

No	Peneliti	Jurnal	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
2	Amaliah, Kardoyo & Rusdarti	<i>Journal of Economic Education</i> Vol. 10(2), Hal. 149-157	2021	<i>The Impact of Entrepreneurial Knowledge, Personality, Motivation and Family Environment on Entrepreneurial Intention Through Self Efficacy</i>	<i>Entrepreneurial Knowledge</i> dan <i>Entrepreneurial Personality</i> berdampak positif pada <i>Entrepreneurial Intention</i> . Motivasi dan Lingkungan Keluarga berdampak positif pada <i>Entrepreneurial Intention</i> . <i>Self-efficacy</i> memediasi dampak terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> .
3	Handayati et al.	Heliyon Vol. 6, Hal. 1-7	2015	<i>Does entrepreneurship education promote vocational students' entrepreneurial mindset?</i>	Pendidikan kewirausahaan berdampak positif <i>Entrepreneurial Intention</i> dan <i>Entrepreneurial Mindset</i> . Lalu, <i>Entrepreneurial Mindset</i> berkorelasi kuat dengan <i>Entrepreneurial Intention</i> mahasiswa.

No	Peneliti	Jurnal	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
4	Kusuma-wardhany & Dwiarta	<i>Advances in Economics, Business and Management Research</i> Vol. 115, Hal. 63-68	2020	<i>Entrepreneurial Intention Among Millennial Generation: Personal Attitude, Educational Support, and Social Media</i>	Kepribadian / sikap pribadi, dukungan pendidikan, dan sosial media berdampak positif pada <i>Entrepreneurial Intention</i> .
5	Saragih & Kurniawan	Jurnal Simki Economic Vol. 5(1), Hal. 7-19	2022	<i>The Influence of Self-Efficacy and Motivation on Entrepreneurial Intentions Among Millennial Business Students</i>	<i>Self-Efficacy</i> dan <i>Motivation</i> berpengaruh pada <i>Entrepreneurial Intention</i>
6	Setiawan, Soetjipto & Rudijanto	<i>Management and Economics Journal</i> Vol. 4(3) Hal. 215-222	2020	<i>The Impact of Understanding Economic Literacy and Lifestyle on Entrepreneurial Intention of Students in Higher Education</i>	Literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh positif pada <i>Entrepreneurial Intention</i>
7	Sugianingrat, Wilyadewi, & Sarmawa	<i>Jurnal Economia</i> Vol. 16(1), Hal. 33-43	2020	<i>Determination of Entrepreneurship Education, Family Environment, and Self-Efficacy on Entrepreneurship Interest</i>	Pendidikan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Efikasi diri berdampak positif namun tidak signifikan pada niat berwirausaha.

No	Peneliti	Jurnal	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
8	Suratno, Narmaditya & Wibowo	Heliyon - ScienceDirect t Vol. 7	2021	<i>Family economic education, peer groups and students' entrepreneurial intention: the mediating role of economic literacy</i>	<i>Family economic education dan peer groups berpengaruh positif pada economic literacy dan entrepreneurial intention.</i>
9	Susanto	Performa; Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis Vol. 2(3)	2017	<i>Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pendidikan Kewirausahaan, dan Efikasi Diri terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa</i>	Lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan efikasi diri berperan signifikan pada niat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan adalah variabel yang sangat berperan pada niat berwirausaha.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA