BAB V
KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Pengolahan data penelitian ini menggunakan *software Smart*PLS 3 untuk menguji hubungan *Entrepreneurial Education* Memoderasi Pengaruh *Attitude*, *Self-Efficacy* dan *Subjective Norms* terhadap *Entrepreneurial Intention*. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan, maka diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan penyebaran kuesioner *main-test* menggunakan *google form*, pada kategori demografi, mayoritas responden yang mengisi adalah sebagai berikut:
    a. Berjenis kelamin laki-laki sejumlah 80 orang atau sebesar 50.6%
    b. Angkatan kuliah tahun 2018 sejumlah 56 orang atau sebesar 35.4%
    c. Responden berasal dari Universitas Bunda Mulia, sejumlah 46 orang atau 29.1%
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian, dapat disimpulkan ke dalam beberapa poin sebagai berikut:
    a. H1: *Attitude* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hipotesis ini dibuktikan dengan nilai *T Statistics* sebesar 5.281 (> 1.96), yang artinya t hitung lebih besar daripada t tabel. Hubungan ini juga berpengaruh signifikan dengan melihat nilai *P-Value* sebesar 0.000 (< 0.05). Berdasarkan hasil tersebut, maka disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.
    b. H2: *Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hipotesis ini dibuktikan berdasarkan *T-Statistics* sebesar 6.104 (> 1.96), yaitu nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Pada signifikansi dapat dinilai dengan *P-Value* sebesar 0.000 (< 0.05). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima.

c. H3: *Subjective Norms* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hipotesis tersebut dibuktikan berdasarkan nilai *T Statistics* sebesar 0.529 (>1.96), yang artinya t hitung lebih kecil dari t tabel. Dengan begitu tidak ada hubungan positif diantara keduanya. Kemudian signifikansi sebesar 0.597 (< 0.05) menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan karena nilai *P Value* yang diperoleh diatas 0.05. Maka dari itu, berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H0 diterima.
d. H4: *Entrepreneurial Education* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan sebagai pemoderasi hubungan *Attitude* dengan *Entrepreneurial Intention*. Hal tersebut dibuktikan melalui *T Statistics* sebesar 1.344 (> 1.96), artinya nilai t hitung masih dibawah t tabel yaitu 1.96. Sedangkan nilai *P Value* sebesar 0.180 (< 0.05) juga belum memenuhi syarat hubungan dinyatakan berpengaruh secara signifikan, karena nilai *P Value* melebihi 0.05.
e. H5: *Entrepreneurial Education* memiliki pengaruh positif dan signifikan sebagai pemoderasi hubungan *Self-Efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hipotesis tersebut dibuktikan melalui nilai *T-Statistics* sebesar 2.829 (> 1.96), menandakan adanya pengaruh positif karena t hitung lebih besar dari t tabel (1.96). Sedangkan pengaruh signifikan dapat dijelaskan melalui nilai *P Value* sebesar 0.005 (< 0.05), nilai tersebut masih dibawah 0.05 yang artinya hubungan berpengaruh signifikan.
f. H6: *Entrepreneurial Education* tidak berpengaruh positif dan signifikan sebagai pemoderasi hubungan *Subjective Norms* terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hipotesis tersebut dibuktikan berdasarkan nilai *T Statistics* sebesar 0.804 (> 1.96), nilai tersebut mengindikasikan tidak ada pengaruh positif karena nilai t hitung masih dibawah t tabel. Hipotesis tersebut juga tidak berpengaruh signifikan karena *P Value* sebesar 0.422 lebih besar dari 0.05,

sehingga hubungan dinyatakan tidak berpengaruh signifikan (H0 diterima).

5.2. Saran

5.2.1 Saran Untuk Universitas Berdasarkan Hasil Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran kepada universitas sebagai berikut:

1. Indikator pada variabel *Attitude* yang berbunyi "Diantara berbagai pilihan karir, saya akan memilih menjadi wirausaha" memiliki nilai *mean* yang paling rendah dibanding indikator lainnya. Sehingga upaya yang dapat dilakukan universitas adalah mengadakan beberapa program yang bisa meningkatkan *attitude* atau ketertarikan mahasiswa terhadap kewirausahaan, seperti mengundang para pembicara yang berprofesi sebagai wirausaha dalam suatu acara berkonsep *talkshow* atau seminar, mengadakan *company visit* atau kunjungan ke perusahaan agar mahasiswa dapat memahami secara langsung proses bisnis secara nyata, dan yang terakhir menggelar perlombaan/kompetisi kewirausahaan (Sanchez, 2021).
2. Indikator pada variabel *Self-efficacy* yang berbunyi "Mudah bagi saya untuk memulai bisnis dan membuatnya tetap berjalan" memiliki angka *mean* yang paling rendah dibandingkan indikator lainnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa mahasiswa perhotelan kurang memiliki kepercayaan diri untuk memulai dan mempertahankan jalan bisnis. Oleh karena Hassan et al (2020) berpendapat bahwa meningkatkan efikasi diri bisa melalui pemberian pendidikan kewirausahaan yang memadai, sehingga upaya yang dapat dilakukan berdasarkan penelitian Santos & Ligouri (2019) adalah mengadakan pelatihan pembuatan prototipe (rancangan awal produk bisnis), kemudian wawancara dengan para wirausahawan yang berasal dari bisnis UMKM bidang *hospitality* agar lebih mudah dijangkau, tujuannya adalah menggali informasi dan pengetahuan mengenai proses bisnis dan bagaimana mempertahankan bisnis. Terakhir adalah mempraktikkan

pitching/presentasi tentang ide bisnis dan prototipe yang sudah dirancang diawal.

3. Indikator pada variabel *Subjective Norms* yang berbunyi "Teman-teman dekat saya berpikir bahwa saya sebaiknya mengejar karir sebagai wirausaha" memiliki nilai *mean* yang paling rendah dibandingkan indikator lainnya. Hasil tersebut mengindikasikan kurangnya dukungan dari orang-orang terdekat, khususnya dari teman. Padahal Kurniawan et al. (2016) menyatakan minat berwirausaha seseorang dapat berkembang baik apabila lingkungan disekitarnya mendukung, karena pada dasarnya keinginan seseorang melakukan sesuatu dipengaruhi oleh orang-orang disekitarnya. Maka dari itu upaya yang dapat dilakukan universitas adalah membentuk suatu komunitas atau mengadakan kegiatan berbasis tim/kelompok untuk membangun jaringan sosial (*networking*) yang positif, agar para mahasiswa merasa didukung dalam usaha mereka (Fenech, Baguant & Inov, 2019). Dengan terbentuknya komunitas, forum atau kegiatan tim tersebut mahasiswa dapat melakukan diskusi serta sharing bersama teman-teman nya secara rutin untuk menumbuhkan rasa percaya diri (Utami, 2017).
4. Indikator pada variabel *Entrepreneurial Education* yang berbunyi "Pendidikan di universitas saya membuat saya tertarik untuk menjadi seorang wirausaha" memiliki nilai *mean* paling rendah dibandingkan indikator pertanyaan yang lain. Upaya yang dapat dilakukan universitas untuk meningkatkan ketertarikan mahasiswa terhadap pendidikan kewirausahaan adalah mengadakan pembelajaran yang berbasis *experiental* untuk mengasah kemampuan *soft skill* dan pemecahan masalah (Bauman & Lucy, 2019). Selain itu memperkenalkan *success story* dari tamu yang memiliki latar belakang *entrepreneur* dapat diimplementasikan untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa (Maydiantoro et al., 2021). Pendekatan mempraktikkan teori juga diyakini dapat meningkatkan minat dan perilaku kewirausahaan seperti *focused group discussion*, simulasi pengembangan bisnis (*business development*), dan simulasi *business game* (permainan tentang membangun bisnis).

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk penelitian berikutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat melakukan komparasi hasil kuesioner antara kelompok yang sudah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dengan kelompok yang belum mendapatkan pendidikan kewirausahaan. Harapannya efek *entrepreneurial education* sebagai pemoderasi lebih bisa digambarkan melalui perbandingan hasil tersebut.
2. Responden yang diteliti bisa dari bidang program studi lain agar memperluas perspektif dari bidang-bidang lain.
3. Sample penelitian yang diambil bisa lebih luas lagi, tidak terbatas hanya di daerah Tangerang saja.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA