

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Entreprende merupakan Bahasa Perancis yang menjadi asal mula adanya kata *entrepreneurship* yang sekarang ini kita kenal, yang memiliki arti berusaha atau memulai suatu tindakan. Sedangkan untuk Bahasa Indonesianya, *entrepreneurship* diterjemahkan menjadi kewirausahaan. Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha atau wiraswasta yang terdiri dari beberapa suku kata, yaitu wira dan usaha. Wira memiliki arti sebagai manusia yang unggul, pahlawan, pejuang, bermartabat, berani, berjiwa besar dan berwatak agung. Sedangkan usaha di dalam kata wirausaha memiliki arti sebagai permulaan, bekerja dan bertindak akan suatu hal pada bidang perekonomian (Astamoen, 2005). Wirausaha sendiri merujuk kepada individu yang menjalankan kegiatan kewirausahaan.

Berdasarkan pernyataan Fahmi (2013), *entrepreneurship* atau kewirausahaan adalah suatu ilmu yang membahas pengembangan dan pembangunan dalam kreativitas yang disertai dengan tindakan berani menanggulangi risiko – risiko yang ada pada pekerjaan tersebut sebagai upaya untuk mencapai hasil akhir yang diinginkan. Menurut pandangan Suryana (2013), *entrepreneurship* adalah proses pengaplikasian inovasi dan kreativitas secara bersamaan untuk dapat memecahkan dan memperoleh peluang dari adanya permasalahan yang dihadapi orang – orang dalam kesehariannya.

Sedangkan Wiratmo (1996) mengartikan *entrepreneurship* sebagai suatu proses dalam menghasilkan suatu hal yang berbeda dengan yang lain, yang di dalamnya diperlukan usaha dan waktu disertai dengan adanya risiko seperti, keuangan, psikologi dan sosial yang pada akhirnya dapat memberikan moneter (uang) dan kepuasan diri terhadap individu.

Dengan demikian dapat disimpulkan berdasarkan definisi yang diuraikan diatas bahwa *entrepreneurship* adalah suatu ilmu yang memproses individu untuk menerapkan kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan suatu karya yang berbeda dengan yang lain serta menanggulangi risiko yang ada untuk mencapai kepuasan diri dan keuntungan.

2.1.2 Kewirausahaan Perempuan

2.1.2.1 Pengertian Gender

Gender atau dalam Bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai jenis kelamin, merupakan istilah yang menjadi perbedaan deskripsi secara sosial antara laki – laki dan perempuan. Kedudukan, fungsi dan peran laki – laki maupun perempuan dibedakan oleh suatu konsep hubungan sosial, tidak hanya perbedaan biologis atau kodrat semata. Terdapat 3 aspek yang membentuk ciri khas dalam berperilaku antara laki – laki dan perempuan, yaitu kognitif, konatif dan afektif yang berdasarkan struktur pembentuk niat berperilaku yang dikutip oleh Sumarwan (2003) adalah sebagai berikut :

1. Kognitif

Suatu hal yang berhubungan dengan pengetahuan dan persepsi individu yang diperoleh dari adanya pengalaman, baik secara langsung atau memperoleh informasi dari segala sumber yang dimiliki.

2. Konatif

Suatu hal yang berhubungan dengan keputusan individu dalam kecenderungan melakukan suatu tindakan yang dipengaruhi dari dirinya sendiri dalam bersikap.

3. Afektif

Suatu hal yang berhubungan dengan kondisi emosi atau perasaan yang dimiliki oleh seorang individu

2.1.2.2 Karakteristik Wirusahawan Perempuan

Berdasarkan pemaparan Alma (2013), antara wirausahawan laki – laki dan perempuan terdapat perbedaan pada tingkat motivasinya, antara lain :

1. Faktor Pencapaian Diri

Keinginan dalam berprestasi dengan bakat yang dimiliki dalam dirinya dan adanya tingkat stress yang tinggi pada pekerjaan yang dilakukan karena merasa terkekang untuk melakukan yang diinginkan menjadi alasan bagi perempuan untuk memulai berwirausaha.

2. Faktor Permodalan

Sumber modal untuk perempuan memulai berwirausaha umumnya didapatkan dari tabungan, aset pribadi dan pinjaman pribadi dikarenakan sulitnya perempuan untuk melakukan akses peminjaman perbankan.

3. Faktor Kepribadian dan Kepercayaan Diri

Dalam unsur kepribadian perempuan yang berwirausaha memiliki tingkat kepercayaan diri menengah serta sifat yang toleransi, kreatif, antusias, energik, fleksibel dan dapat membina hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar.

4. Faktor Usia

Seorang perempuan rata – rata memiliki usahanya sendiri ketika berada pada usia 35 – 45 tahun.

5. Faktor Pendukung

Dalam membangun suatu usaha, maka umumnya yang memberikan dukungan kepada perempuan yang berwirausaha dari kerabat yang ada adalah keluarga, suami, organisasi wanita serta kelompok atau *circle* lingkungan individu tersebut.

6. Faktor Bentuk Usaha

Jika dibandingkan dengan pria yang memiliki keragaman berwirausaha, justru perempuan lebih umum berwirausaha di bidang jasa, pendidikan, konsultasi dan hubungan masyarakat.

2.1.2.3 Hambatan Perempuan Dalam Berwirausaha

Sudah cukup banyak perempuan yang menggeluti bidang kewirausahaan. Namun berdasarkan pernyataan dari (2009), perempuan yang menekuni bidang wirausaha memiliki beberapa faktor yang dianggap menjadi hambatan bagi mereka, yaitu:

1. Faktor kewanitaan

Dari segi fisik dan biologis antara laki – laki dan perempuan tentu memiliki sejumlah perbedaan, seperti dari permasalahan datang bulan, kehamilan dan mengurus kehidupan rumah tangga. Datang bulan yang kerap kali dialami tiap perempuan bisa menjadi penghambat baginya untuk beraktivitas. Perempuan yang hamil dan menyusui memerlukan perhatian yang lebih semisal tidak bekerja terlalu berat sehingga untuk bekerja akan lebih dibatasi. Sejalan dengan itu, peran perempuan terutama yang telah menikah juga perlu untuk membagi perhatian mereka untuk mengurus anak dan juga suami.

2. Faktor Sosial dan budaya

Terdapat sosial dan budaya yang mengikat bagi peran seorang perempuan di dalam masyarakat. Adanya aturan – aturan yang tidak secara tertulis bagi perempuan di masyarakat membatasi aktivitas mereka untuk berbisnis sebab kebebasan untuk beraktivitas pada jam larut maupun berpergian keluar kota tidak dipandang terkadang memiliki kesan negatif. Begitupun untuk

yang sudah berkeluarga, perempuan lebih berperan untuk mengurus rumah tangga saja dan suaminya yang harus mencari nafkah bagi keluarga.

3. Faktor Emosional

Antara perempuan dan laki – laki juga memiliki perbedaan yang signifikan dari segi psikologinya. Oleh sebab itu, umumnya ketika dihadapkan dengan suatu permasalahan keduanya memiliki tanggapan yang berbeda karena laki – laki lebih menggunakan logika sedangkan perempuan lebih emosional.

4. Faktor peradministrasian

Adanya kesenjangan gender di masyarakat membuat beberapa akses fasilitas publik yang seharusnya bisa memudahkan perempuan untuk memulai berwirausaha menjadi terhambat yang disebabkan oleh cukup sulitnya meminjam di perbankan dan pemahaman perijinan bisnis yang rumit.

5. Faktor pendidikan

Tiap umat manusia tentunya memerlukan pendidikan untuk dapat mengembangkan wawasannya. Namun, terdapat kesenjangan pendidikan antara laki – laki dan perempuan.

Penilaian umum yang sering kali terjadi di masyarakat merupakan adanya anggapan untuk mengutamakan laki – laki untuk berpendidikan tinggi sedangkan perempuan tidak terlalu

membutuhkan hal tersebut dengan anggapan bahwa kelak akan hanya berfokus untuk mengerjakan pekerjaan rumah saja.

2.1.3 *Triple Bottom Line*

Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) pertama kali diungkapkan pada tahun 1994 oleh John Elkington, seorang wirausahawan dan juga penulis. Dikembangkannya konsep teori ini, didasari oleh adanya kesadaran akan pelaku bisnis yang tidak hanya sekedar memandang bisnis untuk mendapatkan untung semata, tetapi dapat berdampak atau bermanfaat bagi lingkungan, sosial masyarakat dan juga ketahanan keuangan organisasi. Dalam teori *Triple Bottom Line* (TBL), fokus utama yang digunakan sebagai pendekatan adalah dengan pengukuran dampak dan kesuksesan dari sebuah bisnis. *Triple Bottom Line* digambarkan oleh Elkington (1998) sebagai skala metrik pengukuran performa bisnis yang diukur berdasarkan bagaimana kontribusi bisnis terhadap lingkungan hidup, kesejahteraan masyarakat disekitar operasional bisnis, dan juga perolehan profit.



Gambar 2. 1 Kategori *Triple Bottom Line*

Sumber : Waste4Change, 2021

Berdasarkan Gambar 2.1, *Triple Bottom Line* terdiri dari tiga kategori yang membentuknya dan saling berkaitan satu sama lainnya, yaitu 3P yang dapat didefinisikan sebagai berikut :

1. *People*

Berhubungan dengan orang – orang yang berperan dalam proses operasional sebuah bisnis, seperti karyawan, pemasok, distributor hingga masyarakat sekitar. Langkah yang dapat dengan diambil pertamanya melalui pengamatan kondisi masyarakat yang ada berbagai permasalahan, untuk kemudian menentukan strategi yang tepat dalam penyelesaiannya secara bertahap.

2. *Planet*

Berkaitan dengan lingkungan hidup dimana semua makhluk hidup tinggal didalamnya. Untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya sudah pasti setiap orang akan bergantung dengan lingkungan hidup, begitupun halnya dengan bisnis. Hal tersebut berangsur – angsur menimbulkan dampak pada kerusakan lingkungan karena hanya menggunakan tanpa adanya pemeliharaan yang lebih lanjut. Oleh sebab itu, diperlukan strategi yang tepat bagi pelaku bisnis untuk dapat memanfaatkan sumber daya dari lingkungan tanpa merusak serta terbatas.

3. *Profit*

Tujuan mendasar adanya sebuah bisnis adalah untuk memperoleh profit atau keuntungan. Adapun cara pada penerapan teori ini untuk

dapat mempertahankan dan meningkatkan keuntungan diperoleh dengan efektivitas dan efisiensi kinerja maupun biaya

2.1.4 Perceived Green Value

2.1.4.1 Green Value & Product

Green Value dapat diartikan sebagai penilaian keseluruhan suatu *green* produk dan layanan yang digunakan oleh konsumen, yang dapat diukur dari besarnya manfaat yang dirasakan konsumen melalui keuntungan finansial, lingkungan, sosial, informasi dan fungsional dari produk dan layanan hijau. Produk dan layanan hijau atau lebih familiar disebut dengan *Green Product* oleh Kasali (2005) adalah *outcome* yang dihasilkan oleh pelaku usaha berupa barang atau produk yang tidak memberikan dampak kerusakan, baik bagi manusia maupun lingkungan sumber daya alam.

Terdapat empat jenis dari *green product* yang dikategorikan oleh Rahnama dan Rajabpour (2016) di dalam Dianti & Paramita (2021):

1. Barang untuk dikonsumsi yang tidak memiliki kandungan unsur – unsur yang berbahaya didalamnya.
2. Barang yang memiliki pemakaian atau konsumsi daya yang efisien.
3. Barang yang dihasilkan menggunakan bahan dasar yang dapat digunakan kembali atau didaur ulang.
4. Barang yang proses pembuatannya menggunakan teknologi yang ramah lingkungan.

2.1.4.2 Pengertian *Perceived Green Value*

Perceived Green Value menurut Chen & Chang (2012) merupakan suatu penafsiran secara umum yang diharapkan oleh masyarakat terhadap manfaat dari produk atau layanan yang berguna bagi lingkungan hidup. Menurut S. A. Dewi & Rastini (2016) *Perceived Green Value* didefinisikan sebagai tolak ukur keuntungan oleh konsumen dalam penilaian menyeluruh terhadap hasil evaluasinya kepada produk dan layanan. Kirkwood & Walton (2010) mengungkapkan *Perceived Green Value* merupakan suatu bentuk penilaian dan perilaku hijau individu sebagai akibat dari perubahan lingkungan dalam menekuni bidang bisnis yang diciptakannya.

Adapun definisi *Perceived Green Value* yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Kirkwood & Walton (2010) sebagai variabel yang menjadi faktor yang mempengaruhi niat mahasiswi dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis berkelanjutan.

2.1.5 Theory of Planned Behavior

Dalam pengukuran niat perilaku tertentu seseorang, sudah banyak penelitian yang menggunakan model dari Ajzen (1991), yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam hal meneliti *Sustainable Entrepreneurship Intention*, teori ini kembali digunakan sebab memiliki kaitan dengan mencari faktor – faktor yang menyebabkan niat ini terbentuk. Menurut Astri & Latifah (2017), teori ini dinilai sebagai model yang lebih baik dalam memperkirakan niat kewirausahaan seseorang dibandingkan model teori yang lainnya. *Theory*

of *Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) berfungsi sebagai kerangka untuk dapat meneliti hasil evaluasi persepsi individu secara positif ataupun negatif dari adanya sebuah stimulus.

2.1.5.1 Indikator *Theory of Planned Behavior*

Pada teori ini, Ajzen (1991) menyebutkan bahwa sikap seseorang yang dipengaruhi oleh niat yang dapat berkembang menjadi perilaku yang nyata berdasarkan kendali dari dalam diri dalam menentukan melakukan atau tidaknya perilaku tersebut. Niat seseorang dalam TPB dapat terbentuk dari beberapa faktor berikut :

1. *Attitude toward behavior*

Attitude dapat diartikan sebagai sebuah kepercayaan yang dinilai secara positif atau negatif oleh seseorang terhadap suatu hal yang menimbulkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Seseorang akan bersikap apabila dirinya memiliki suatu keyakinan untuk itu

2. *Subjective norm*

Tanggapan yang timbul dari lingkungan sekitar seorang individu ketika berperilaku tertentu, baik menerima atau menolak merupakan pengertian yang diungkapkan oleh Ajzen (1991). Maka ketika seorang melihat kecenderungan adanya penolakan atas perilaku tertentu dari lingkungannya, sikap tersebut akan lebih di redam dan begitupun sebaliknya ketika adanya penerimaan dari lingkungan.

3. *Perceived behavioral control*

Persepsi kontrol perilaku merupakan pandangan seseorang yang menjadi penggerak bagi dirinya untuk berperilaku tertentu (Ajzen, 1991).

Adapun definisi *Theory of Planned Behavior* yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) dalam mengukur indikator penyebab dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis berkelanjutan. Berikut merupakan indikator yang akan digunakan sebagai pengukuran pembentukan niat, yaitu *Attitude*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*.

2.1.6 *Perceived Entrepreneurial Support*

Perceived Entrepreneurial Support memiliki kesamaan dengan *Subjective Norm* yang terdapat pada *Theory of Planned Behaviour*, maka *Subjective Norm* yang diungkapkan oleh Liñán & Chen (2006) merupakan penilaian atau tolak ukur seseorang untuk memutuskan melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan kewirausahaan terutama melalui referensi dari orang disekitarnya. *Subjective Norms* juga turut dikemukakan oleh Ajzen (1991) sebagai dorongan yang menimbulkan tekanan sosial kepada seseorang untuk mengeksekusi atau tidaknya yang berasal dari keluarga, teman dan orang penting lainnya. Bicchieri (2015) berpendapat bahwa *Subjective Norms* merupakan anggapan adanya sebuah aturan dalam berperilaku di suatu komunitas tertentu yang diterapkan tiap individu didalamnya karena adanya kepercayaan yang mengharuskan untuk mengikutinya.

Dengan demikian, *Perceived Entrepreneurial Support* menjadi modal bagi seseorang dalam pengambilan keputusan berdasarkan tekanan sosial atau aturan – aturan berperilaku yang ada pada lingkungan dirinya berada. Terbentuknya *subjective norm* yang dilakukan penelitian oleh Diaz & Juan (2009) mengungkap adanya tiga komponen, yaitu :

1. *Closer circle* yang terdiri dari orang – orang terdekat individu seperti orang tua, sahabat, *role model* dan sebagainya
2. *Environment* merupakan komponen dimana individu biasanya berinteraksi dalam aktivitasnya sehari - hari
3. *Attributes of the successful entrepreneurs* merupakan seperangkat atribut wirausahawan yang mengalami kesuksesan dalam menjalankan bisnisnya.

Sedangkan untuk dapat melakukan pengukuran pada *Subjective Norm* menurut Ramayah dan Harun terdapat beberapa faktornya, yaitu (Andika et al., 2012) :

1. Kepercayaan dan dukungan anggota keluarga untuk seseorang memutuskan berwirausaha
2. Kepercayaan dan dukungan teman untuk seseorang memutuskan berwirausaha
3. Kepercayaan dan dukungan dari dosen untuk seseorang memutuskan berwirausaha
4. Kepercayaan dan dukungan dari wirausahawan yang sukses

5. Kepercayaan dan dukungan untuk seseorang memutuskan berwirausaha dari orang yang dianggap penting di lingkungan sekitarnya

Adapun definisi *Perceived Entrepreneurial Support* yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Liñán & Chen (2006) sebagai variabel yang menjadi faktor yang mempengaruhi niat mahasiswi dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis berkelanjutan.

2.1.7 *Perceived Role Model*

2.1.7.1 Peran dan Model

Dua konsep yang menjadi dasar dalam membentuk istilah *Role Model* adalah peran dan model. Makna dari peran dapat diartikan sebagai pengidentifikasian hak dan kewajiban seseorang dalam kedudukan sosialnya (Soekanto, 2002). Pengertian peran menurut Lantaeda et al. (2017) merupakan suatu tuntutan bagi seseorang yang terstruktur oleh norma, harapan, tabu dan sebagainya. Kozier (1995) menuturkan bahwa peran adalah harapan individu yang satu terhadap individu lainnya terkait perilakunya sesuai dengan kedudukannya pada sistem yang ada.

Sedangkan model dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah suatu pola yang menjadi contoh, acuan dan ragam untuk menghasilkan atau membuat sesuatu hal. Suprijono (2011) menggambarkan bahwa model merupakan acuan dalam proses aktual seseorang ataupun kelompok dalam berperilaku tertentu. Menurut Gibson (2004) model diartikan sebagai pandangan adanya kecocokan pola pikir

dan perilaku antara individu yang satu dengan individu yang lainnya. Dengan demikian *role model* dapat ditentukan berdasarkan proses mengamati, mengadaptasi hingga menolak komponen yang terdapat pada panutan yang ada disesuaikan oleh individu itu sendiri.

2.1.7.2 Dimensi Role Model

Menurut Gibson (2004), untuk bisa mengategorikan berbagai macam jenis *role model* maka di bentuk sebuah kerangka kerja dimensi sebagai tolak ukur pengidentifikasian *role model* sebagai berikut :

1. Cognitive dimensions

- a. *Positive* menandakan bahwa *role model* mempunyai kecenderungan kesamaan atribut dengan individu untuk dapat menjadi inspirasi dan mencari hal yang bisa untuk ditiru.
- b. *Negative* menandakan bahwa *role model* yang telah diamati oleh individu dinilai mempunyai atribut yang dikategorikan tidak sesuai dengan konteks perilaku individu itu sendiri.
- c. *Global* menandakan keseluruhan atribut – atribut yang ditiru oleh individu berdasarkan *role modelnya* dalam hal keterampilan, sifat, hingga perilaku.
- d. *Spesific* menandakan atribut – atribut yang ditiru oleh individu berdasarkan *role modelnya* hanya pada satu ataupun sedikit dari atribut yang ada.

2. *Structural dimensions*

- a. *Close* menandakan bahwa *role model* berada pada jangkauan dimana individu tersebut sering berinteraksi.
- b. *Distant* menandakan bahwa *role model* berada pada jangkauan dimana individu tersebut tidak saling atau jarang untuk berinteraksi.
- c. *Up* menandakan bahwa *role model* memiliki kedudukan yang jauh diatas individu.
- d. *Across/down* menandakan bahwa *role model* memiliki hubungan dengan individu yang kedudukannya setara ataupun dibawahnya.

2.1.7.3 *Pengertian Role Model*

Role Model atau di dalam Bahasa Indonesia merupakan teladan di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki makna, yaitu suatu hal yang dapat dijadikan panutan yang baik untuk dijadikan acuan mengenai perilaku, perbuatan, sifat dan sebagainya. *Role model* pada beberapa penelitian terdahulu terbukti menunjukkan sebagai salah satu variabel yang sangat penting untuk mempengaruhi seseorang dalam keputusannya berwirausaha (Brunel et al., 2017). Lebih lanjut Van Auken et al. (2006) mengungkapkan bahwa secara nyata pada penelitian yang ada menunjukkan adanya pengaruh *role model* terhadap niat berwirausaha, yaitu orang tua, mentor dan juga media.

Menurut Bosma et al. (2012), *Role Model* dapat didefinisikan sebagai individu yang dijadikan salah satu contoh referensi secara umum yang patut dicontoh individu lainnya, sekaligus menjadi inspirasi dan dorongan untuk pengambilan keputusan maupun memperoleh tujuan yang diinginkan. Kennedy et al. (2003) mengungkapkan bahwa *Perceived Role Model* merupakan persepsi dalam pemikiran seseorang yang berdampak pada pemilihan karir yang akan dipilih melalui individu yang kehidupannya dan kegiatannya dianggap sebagai suatu standar atau panutan seperti, orang tua kandung maupun tiri, kerabat dekat, tetangga dan sebagainya. Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Perceived Role Model* didefinisikan sebagai suatu acuan yang menjadi teladan dan inspirasi bagi seseorang untuk mengambil keputusan dalam berperilaku tertentu.

Adapun definisi *Perceived Role Models* yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Kennedy et al. (2003) sebagai variabel yang menjadi faktor yang mempengaruhi niat mahasiswi dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis berkelanjutan.

2.1.8 Entrepreneurship Education

2.1.8.1 Pengertian Pendidikan

Pendidikan adalah keseluruhan hal yang didapatkan dari segala lingkungan seseorang sepanjang hidupnya (Didin & Iman, 2012). Berdasarkan Undang – undang SISDIKNAS No. 20 tahun 2003, disebutkan bahwa Pendidikan merupakan upaya sistematis dan secara

sadar dalam menciptakan suasana dan proses belajar yang menggerakkan peserta didik untuk aktif meningkatkan kompetensi diri dalam hal spiritual, kontrol diri, kepribadian, kecerdasan, pemikiran dan keterampilan yang berguna tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga untuk bangsa dan negara. Menurut Djumali et al. (2014), Pendidikan adalah suatu bentuk persiapan diri seseorang dalam menghadapi segala permasalahan saat ini maupun di masa depan nantinya. Jadi bisa dikatakan selama manusia hidup, akan ada proses pendidikan didalamnya yang dirinya peroleh secara bertahap untuk mempersiapkan dirinya terhadap permasalahan yang ada kelak serta dirinya dapat berguna bagi masyarakat, bangsa, dan negara dengan segala kompetensi yang dimiliki.

Untuk dapat mendukung perkembangan era Industri 4.0 maka disusunlah sebuah Kurikulum dengan Standar Nasional Pendidikan Tinggi, yaitu Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan sejak 2020. Kebijakan ini memberikan penerapan pembelajaran yang lebih beraneka ragam dan memberikan kesempatan terhadap mahasiswa yang tertarik untuk mempelajari selama tiga semester di luar program bidang studinya.

Kurikulum Pendidikan Tinggi untuk program sarjana dan diploma diatur pada UU no.12 tahun 2012: Pasal 35 ayat 5. Berdasarkan dengan pengembangan yang telah dilakukan oleh SN – Dikti maka Kurikulum Pendidikan Tinggi menggunakan pendekatan *Outcome Based Education* (OBE) yang memiliki prinsip siklus kurikulum yang terdiri dari tiga tahapan

saling berhubungan, yaitu *Outcome Based Curriculum (OBC)*, *Outcome Based Learning and Teaching (OBLT)* dan *Outcome Based Assessment and Evaluation (OBAE)*

Berdasarkan ungkapan dari Kemdikbud (2013) dalam Kirana et al. (2018), disebutkan pendidikan kewirausahaan melalui mata kuliah di institusi dapat menumbuhkan karakter wirausaha pada mahasiswa dan juga memperluas wawasan mahasiswa terhadap dunia bisnis sejak dini agar dapat meraih peluang bisnis, baik ketika masih berkuliah maupun setelah lulus. Dengan adanya pendidikan kewirausahaan yang lebih terarah dari sistem yang berlaku akan membuat capaian dari tujuan yang diinginkan dapat terwujud. Menurut Astuti (2015), perkembangan dari kurikulum pembelajaran kewirausahaan yang diperuntukkan bagi universitas kepada peserta didiknya harus beracuan pada kebutuhan dan juga melihat peluang bisnis pada masa tersebut serta mempelajari beberapa keahlian tertentu seperti, menghitung, berkomunikasi, teamwork, pemecahan masalah dan kemahiran dalam bertutur bahasa dengan bahasa asing maupun lokal. Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, Kurikulum Nasional terkait Kewirausahaan didukung dengan adanya penerapan kebijakan Merdeka Belajar - Kampus Merdeka (MBKM) yang tengah bergulir agar dapat membuka kesempatan kepada mahasiswa untuk dapat memecahkan permasalahan secara nyata di masyarakat serta pembentukan karakter sebagai seorang wirausahawan. Adapun yang diterapkan pada tiap institusi pendidikan dari kebijakan tersebut adalah berbagai kegiatan bagi

mahasiswa di luar kampus yang dapat di pilih dan salah satu diantaranya merupakan kegiatan wirausaha.

2.1.8.2 Dimensi *Entrepreneurship Education*

Terdapat lima dimensi yang membagi *entrepreneurship education* berdasarkan pemaparan Johannison (1991) (Tung, 2011) :

1. *Know – what*

Dimensi pada pendidikan kewirausahaan yang membahas segala konsep dasar dan pengetahuan mengenai wirausaha yang bersifat teoritis. Dengan seseorang menetapkan *goals* profesional yang diinginkan dicapainya merupakan wirausahawan maka melalui pendidikan kewirausahaan akan semakin dikembangkan wawasan, cara pandang, hingga pemecahan masalah yang dapat digunakan sebagai kemampuan berwirausahanya kedepan.

2. *Know – why*

Dimensi pendidikan kewirausahaan satu ini lebih menjelaskan motif dalam dari seseorang yang memanfaatkan pengetahuan dan kemampuannya dalam kewirausahaan berdasarkan dari kepercayaan atau persepsi diri seseorang.

3. *Know – who*

Dimensi pendidikan kewirausahaan yang mengacu pada sebuah interaksi sosial yang menjadi salah satu hal penting dalam berwirausaha untuk bisa membangun kerja sama dan menjalin

komunikasi dengan baik pada tiap individu ataupun kelompok yang terlibat dalam kewirausahaan tersebut.

4. *Know – how*

Dimensi pendidikan kewirausahaan yang bersifat praktik. Hal tersebut diperlukan sebagai bentuk kesiapan dari mahasiswa dalam menghadapi dunia kewirausahaan yang nyata dengan memanfaatkan apa yang sebelumnya telah di pelajari secara teoritis dan dapat dilakukan penerapannya dari segi teknik maupun kemampuannya.

5. *Know – when*

Dimensi pendidikan kewirausahaan yang didapatkan ketika seseorang telah mengalami adanya keberhasilan ataupun kegagalan dalam praktik kewirausahaan yang telah dilakukannya untuk kemudian mempergunakannya sebagai pengambilan langkah kedepannya dalam menghadapi hambatan – hambatan yang ada. Lebih lanjut (Tung, 2011) menjelaskan bahwa dimensi ini hanya dapat digunakan apabila seseorang telah menjadi wirausaha.

2.1.8.3 *Pengertian Entrepreneurship Education*

Selama menempuh pendidikan pada institusinya, seseorang umumnya dipengaruhi cukup besar oleh pembelajaran yang dipilih orang tersebut untuk menentukan keputusan karirnya (Gelard & Saleh, 2011). Menurut Autio et al. (1997), peran perguruan tinggi dalam menumbuh kembangkan persepsi mahasiswa terhadap karir kewirausahaan sangat

tinggi pengaruhnya melalui adanya pendidikan kewirausahaan. Kaijun & Sholihah (2015) mendefinisikan *Entrepreneurship Education* sebagai bentuk pengembangan perilaku kewirausahaan melalui pembelajaran dan pelatihan serta menumbuhkan niat seseorang melalui aktivitas wirausaha yang direncanakan. Menurut Bharata (2019) *Entrepreneurship Education* adalah suatu rencana yang dirancang secara sistematis dalam menangkap peluang – peluang pasar yang ada saat ini melalui penyalurkan pengetahuan. Alberti et al. (2004) berpendapat bahwa *Entrepreneurship Education* adalah upaya berkesinambungan secara formal dan terstruktur dalam menyampaikan kompetensi mengenai keterampilan, konsep dan menumbuhkan jiwa kewirausahaan seseorang.

Adapun definisi *Entrepreneurship Education* yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Kaijun & Sholihah (2015) dan (Gelard & Saleh, 2011) sebagai variabel yang menjadi faktor yang mempengaruhi niat mahasiswi dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis berkelanjutan.

2.1.9 Sustainable Entrepreneurial Intention

2.1.9.1 Pengertian Intention (Niat)

Dalam diri setiap orang, terdapat keinginan terdalam dalam hidupnya masing – masing untuk dapat dijalani. Hal tersebut menumbuhkan niat seseorang untuk bisa menggapai tujuannya. Niat menurut Parker (2004) merupakan suatu perilaku yang mengarahkan tindakan seseorang dengan didasari secara sadar oleh keinginan atau berdasarkan pemikirannya. Niat dari pendapat Jogiyanto (2007) adalah hal

yang mendasari seseorang untuk berperilaku atau bertindak. Menurut Ajzen & Fishbein (1975) niat dimaknai sebagai bagian dari diri seseorang yang mengarahkannya untuk melakukan suatu tingkah laku yang didasari oleh keinginan.

Dapat disimpulkan dari beberapa pengertian tersebut bahwa niat terdiri dari keinginan dan juga perilaku atau tingkah laku dari seseorang. Sejalan dengan itu, pada *Theory of Planned Behaviour* yang diungkapkan oleh Ajzen (1991), membahas adanya perencanaan yang ditimbulkan dari keinginan yang kuat sehingga dapat mempengaruhi tingkah laku manusia. Dengan begitu bisa dikatakan bahwa tiap tindakan manusia berperilaku memiliki alasan dibaliknya yang menjadi motifnya dan melalui proses hingga bisa timbul, bukan muncul secara tiba – tiba. Pengaplikasian dari teori TPB pada bidang *entrepreneurship* pertama kali dilakukan oleh Krueger dan Carsrud di tahun 1993. Terdapat beberapa faktor yang diungkapkan oleh Smadi (2012) dalam Ena & Djami (2020) yang mempengaruhi niat, yaitu kebutuhan dalam diri seseorang, baik untuk fisik dan mental; motivasi sosial yang bisa berupa penghargaan dan pengakuan dari lingkungan disekitar individu; dan motif emosional yang timbul dalam pemikiran atau perasaan seseorang.

2.1.9.2 Pengertian *Sustainable Entrepreneurial Intention*

Niat kewirausahaan merupakan arah dasar mental yang dimiliki individu yang membuatnya memiliki konsepsi dan penerapan konsep bisnis yang unik (Bird, 1988). Liñán & Chen (2006) menyatakan bahwa

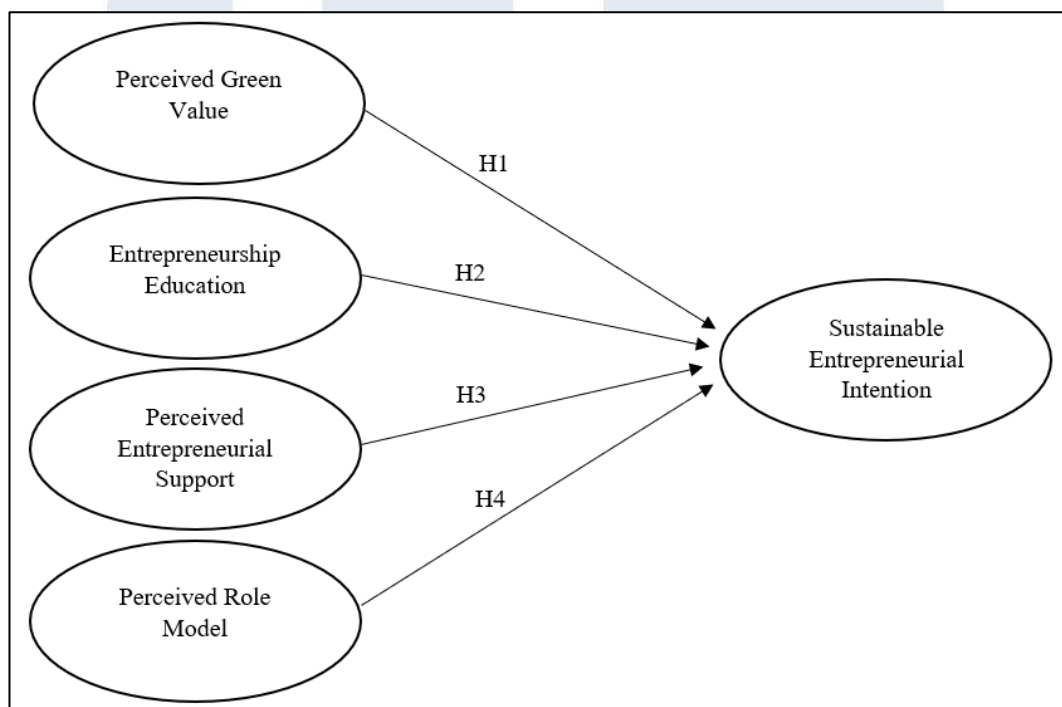
niat kewirausahaan adalah suatu bentuk usaha yang ditunjukkan seseorang untuk berperilaku kewirausahaan yang menjadi unsur dasar bagi orang tersebut bertindak. Menurut Bygrave (1989) niat kewirausahaan diartikan sebagai berkembangnya seseorang yang secara sadar memiliki sebuah pemikiran yang berkeinginan untuk membuka peluang pasar baru dengan usahanya sendiri atau dari organisasi yang sudah ada.

Lebih lanjut menurut Koe et al. (2014), *Sustainable Entrepreneurial Intention* adalah ketertarikan seseorang dalam menangkap peluang secara inovatif dengan mengutamakan ekonomi, sosial, lingkungan dan budaya yang setara. Hassan (2020) mengungkapkan bahwa *Sustainable Entrepreneurial Intention* merupakan bentuk perasaan dan komitmen yang timbul dari seseorang yang memiliki kesiapan dalam melakukan upaya sosial yang inovatif. Menurut Gibbs (2006), *Sustainable Entrepreneurial Intention* dimaknai sebagai peleburan antara konsep berbisnis dan pembangunan berkelanjutan diakibatkan adanya perubahan pada sektor bisnis.

Adapun definisi *Entrepreneurship Intention* yang digunakan dalam penelitian ini dikemukakan oleh Liñán & Chen (2006) dan definisi *Sustainable Entrepreneurial Intention* dikemukakan oleh Koe et al. (2014) sebagai variabel yang menjadi pengukur niat mahasiswi dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis berkelanjutan.

2.2 Model Penelitian

Pada penelitian ini, penulis menerapkan model penelitian yang telah sebelumnya dilaksanakan oleh Nuringsih et al. (2019) dalam jurnalnya yang berjudul “*Sustainable Entrepreneurial Intention: The Perceived of Triple Bottom Line Among Female Students*” sebagai acuan penulis untuk mengadopsi penelitian tersebut. Berikut merupakan model penelitian dari jurnal Nuringsih et al. (2019) :



Gambar 2. 2 Model Penelitian
Sumber : Nuringsih et al. (2019)

Penulis mengadopsi model penelitian Nuringsih et al. (2019) pada Gambar 2.2 untuk digunakan pada penelitian yang penulis buat berjudul : “Analisa *Sustainable Entrepreneurial Intention* Pada Mahasiswa Perempuan di Tangerang”, dengan hipotesis yang akan penulis uji adalah sebagai berikut :

1. H1 : *Perceived green value* memiliki pengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*

2. H2 : *Entrepreneurship education* memiliki pengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*
3. H3 : *Perceived entrepreneurial support* memiliki pengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*
4. H4 : *Perceived role model* memiliki pengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*

2.3 Hipotesis

Penulis mengembangkan hipotesis penelitian berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya dengan menggunakan variabel yang telah di tetapkan, sebagai berikut: *perceived green value*, *perceived entrepreneurial support*, *perceived roles model*, dan *entrepreneurship education* yang berpengaruh terhadap pembentukan dari *sustainable entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswi.

2.3.1 *Perceived green value* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*

Cronin et al. (2011) menyatakan bahwa individu yang menaruh perhatian terhadap lingkungan akan memiliki kecenderungan mengarahkan dirinya untuk menerapkan *sustainable development* dalam aktivitas bisnisnya. Dengan begitu, kemungkinan individu tersebut memiliki *perceived green value* yang lebih tinggi daripada individu umumnya. Sejalan dengan pernyataan tersebut, Hugo & Nuringsih (2020) membuktikan adanya pengaruh *green value* terhadap *ecology entrepreneurship intention*. Dalam penelitian Qazi et al. (2020), peran *environmental value* adalah sebagai variabel moderator dan

temuan yang ada menyatakan bahwa *environmental value* membuat semakin tingginya hubungan antara *green entrepreneurial intention* mahasiswa dengan *personality traits* dan *university green entrepreneurial*. Lebih lanjut pada penelitian Nuringsih & Puspitowati (2017) turut menunjukkan temuan yang sama bahwa *green value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *eco-entrepreneurial intention* yang mengisyaratkan kalau mahasiswa memiliki kesadaran akan peluang bisnis berkelanjutan yang relevan dengan kondisi saat itu.

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

H1: *Perceived green value* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*.

2.3.2 *Entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*

Entrepreneurship education memperkuat kompetensi yang dimiliki oleh individu dapat diterapkan dalam mewujudkan capaian sebagai wirausaha (Rasmussen & Sørheim, 2006). Pada laporan penelitian yang dilakukan oleh Hassan (2020) menunjukkan hasil dimana terbukti adanya pengaruh dari *entrepreneurship education* menjadi indikator yang berkontribusi dalam mengembangkan *intention towards social entrepreneurship* bagi kaum mahasiswa. Oleh sebab itu, dapat dikatakan bahwa salah satu cara yang bisa dilakukan untuk secara positif menumbuhkan pola pikir, semangat dan niat kewirausahaan mahasiswa dalam menciptakan bisnisnya sendiri, maka

entrepreneurship education menjadi salah satu pilihannya. Hal tersebut sejalan dengan hasil yang dikemukakan oleh Shahverdi et al. (2018) bahwa adanya pengaruh *social entrepreneurship education* sebagai mediator dari hubungan *perceived barriers* dengan *social entrepreneurship intention*. Dapat diartikan kalau *social entrepreneurship education* dapat membantu dalam mengurangi *perceived barriers* sehingga meningkatkan *sustainable entrepreneurship intention* seseorang. Hasil serupa juga dikemukakan oleh Puni et al. (2018) yang melakukan penelitian serupa dengan temuannya, yaitu *entrepreneurship education* berpengaruh positif dan signifikan dalam memprediksi *entrepreneurial intention*. Maka dengan hasil ini membuktikan adanya perolehan akan *entrepreneurship education* dapat mengembangkan pengetahuan kewirausahaan, keterampilan, dan juga melihat peluang yang ada pada individu yang berdampak kemudian pada kecenderungan meningkatnya *entrepreneurship intention*.

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

H2: *Entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*.

2.3.3 *Perceived entrepreneurial support* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*

Lacap et al. (2018) mengungkapkan pada penelitian yang dilakukannya terhadap mahasiswa yang ada di Filipina dan Indonesia untuk mengukur niat kewirausahaan sosial. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa terdapat

hubungan positif dan signifikan dari *perceived entrepreneurial support* terhadap *social entrepreneurial intention*. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan adanya *perceived entrepreneurial support* akan semakin meningkatkan niat seseorang dalam berwirausaha sosial. Adapun pada penelitian yang dilakukan Ferri et al. (2018) untuk dapat mengetahui faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* pada perempuan di Italia dengan perolehan hasil yang menyatakan bahwa *subjective norms* yang serupa dengan *perceived entrepreneurial support* berperan kuat. Hal tersebut menampilkan bahwa adanya pengakuan sosial sangat membantu dalam meningkatkan niatnya dalam berkecimpung di dunia bisnis. Pada penelitian yang dilakukan oleh Jadmiko (2020), turut dikemukakan adanya hubungan positif yang signifikan antara *perceived entrepreneurial support* dengan *sustainable entrepreneurial intention* yang dimediasi oleh *attitude*.

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

H3: *Perceived entrepreneurial support* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*.

2.3.4 *Perceived role model* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*

Heinonen & Poikkijoki (2006) berpendapat bahwa salah satu indikator kunci yang dimiliki individu dalam mengembangkan kemampuan kewirausahaan individu merupakan *role model*. Berdasarkan hasil penelitian Sanjaya et al. (2021) diungkapkan bahwa adanya dukungan dan *role model*

pada peran asuhan dari ayah sebagai mediator secara positif dan signifikan dalam meningkatkan *entrepreneurial intention* mahasiswa. Sama halnya dengan temuan dari Kuncoro et al. (2021), yang menyatakan adanya pengaruh *role model* terhadap *entrepreneurial intention* secara parsial sehingga menandakan bahwa adanya individu yang berada di lingkungan dekatnya seperti keluarga, teman hingga seseorang yang dijadikan panutan akan semakin meningkatkan *entrepreneurial intention*. Adapun temuan dari Candra (2020) menyatakan bahwa *family role model* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial career intention* seseorang

Sedangkan, pada hasil temuan Nuringsih et al. (2019) menunjukkan hal sebaliknya dari beberapa penelitian diatas, dimana tidak terdapat pengaruh dari *perceived role model* terhadap *sustainable entrepreneurial intention* dari perempuan yang dijadikan objek pada penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa dari penelitian tersebut *role models* seperti keluarga, dosen maupun tokoh masyarakat memiliki pengaruh yang sedikit untuk dapat meningkatkan niat mahasiwi terhadap wirausaha berkelanjutan.

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

H4: *Perceived role model* berpengaruh positif terhadap *sustainable entrepreneurial intention*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Sehubungan dengan penelitian yang tengah di garap oleh penulis terkait *sustainable entrepreneurial intention*, terdapat beberapa penelitian sebelumnya

yang mendukung penggunaan variabel – variabel diatas dalam meneliti hal yang sama. Berdasarkan hipotesis dari tiap variabel yang digunakan pada penelitian maka berikut merupakan daftar penelitian terdahulunya :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Manfaat Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ajzen (1991)	<i>The Theory of Planned Behavior</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Theory of Planned Behavioral</i>
2.	Kirkwood & Walton (2010)	<i>What motivates ecopreneurs to start businesses?</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Perceived Green Value</i>
3.	Liñán & Chen (2006)	<i>Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Perceived Entrepreneurial Support & Entrepreneurial Intention</i>
4.	Kennedy et al. (2003)	<i>The Influence of Role Models on Entrepreneurial Intentions</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Perceived Role Model</i>
5.	Kaijun & Sholihah (2015)	<i>A comparative study of the Indonesia and Chinese educative systems concerning the dominant incentives to entrepreneurial spirit (desire for a new venturing) of business school students</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Entrepreneurship Education</i>
6.	Gelard & Saleh, 2011	<i>Impact of some contextual factors on entrepreneurial intention of university students</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Entrepreneurship Education</i>
7.	Koe et al. (2014)	<i>Factors Associated with Propensity for Sustainable Entrepreneurship</i>	Jurnal Pendukung	Definisi teori <i>Sustainable Entrepreneurial Intention</i>
8.	Nuringsih et al. (2019)	<i>Sustainable Entrepreneurial Intention: The Perceived of Triple Bottom Line Among Female Students</i>	Jurnal Acuan	Terdapat pengaruh <i>perceived green value</i> yang secara positif dan signifikan terhadap <i>sustainable entrepreneurial intention</i> . Sedangkan <i>perceived role model</i> , <i>entrepreneurship education</i> dan <i>entrepreneurial support</i> tidak menunjukkan pengaruh terhadap <i>sustainable entrepreneurial intention</i> .

9.	Lacap et al. (2018)	<i>The mediating effects of social entrepreneurial antecedents on the relationship between prior experience and social entrepreneurial intent: The case of Filipino and Indonesian university students</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>prior experience</i> yang positif dan signifikan terhadap <i>empathy, moral obligation, social entrepreneurial self-efficacy</i> dan <i>perceived social support</i> . Turut ditemukan adanya pengaruh secara positif dan signifikan <i>social entrepreneurial self-efficacy & perceived social support</i> terhadap <i>social entrepreneurial intention</i> serta keduanya memediasi antara <i>prior experience</i> dengan <i>social entrepreneurial intention</i> .
10.	Hassan (2020)	<i>Intention towards social entrepreneurship of university students in an emerging economy: the influence of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurship education</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>entrepreneurial self-efficacy</i> dan <i>entrepreneurship education</i> yang positif dan signifikan terhadap <i>intention towards social entrepreneurship</i> . Sedangkan <i>perceived network</i> dan <i>perceived university support</i> tidak menunjukkan pengaruh terhadap <i>intention towards social entrepreneurship</i> .
11.	Shahverdi et al. (2018)	<i>The effect of perceived barriers on social entrepreneurship intention in Malaysian universities: The moderating role of education</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>lack of competency, lack of self-confidence</i> dan <i>lack of resources</i> negatif terhadap <i>social entrepreneurial intention</i> . Adapun variabel moderasi, yaitu <i>social entrepreneurship education</i> yang menunjukkan pengaruh dari hubungan antara <i>perceived barriers</i> dan <i>social entrepreneurial intention</i> .
12.	Ferri et al. (2018)	<i>Exploring the Entrepreneurial Intention of Female Students in Italy</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>attitude toward entrepreneurship, subjective norms</i> dan <i>perceived behavioral control</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>women entrepreneurial intention</i> .
13.	Qazi et al. (2020)	<i>Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>personality traits</i> dan <i>university green entrepreneurial</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>green entrepreneurial intention</i> , namun <i>risk-aversion</i> tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap <i>green entrepreneurial intention</i> . Peran <i>environmental values</i> yang memediasi memperkuat hubungan yang ada.

14.	Hugo & Nuringsih (2020)	<i>Entrepreneurial Education, Green Orientation Entrepreneur, dan Green Value terhadap Ecology Entrepreneurial Intention</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>green orientation entrepreneur</i> dan <i>green value</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>ecology entrepreneurial intention</i> . Tidak terdapat pengaruh <i>entrepreneurial education</i> terhadap <i>ecology entrepreneurial intention</i> .
15.	Jadmiko (2020)	<i>Linking Perceived Social Support to Social Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Attitude Becoming Social Entrepreneur</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh penuh mediasi dari <i>attitude towards becoming a social entrepreneur</i> antara <i>perceived social support</i> dengan <i>social entrepreneurial intention</i> . <i>Perceived social support</i> dan <i>attitude towards becoming a social entrepreneur</i> secara parsial menunjukkan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>social entrepreneurial intention</i> .
16.	Puni et al., (2018)	<i>Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>entrepreneurial education</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial self-efficacy</i> dan <i>entrepreneurial intention</i> . Serta terdapat pengaruh <i>entrepreneurial self-efficacy</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
17.	Sanjaya et al. (2021)	<i>Father Nurturance as Moderators of Perceived Family Support for College Students' Entrepreneurial Intentions</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>family support</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> yang dimediasi oleh <i>father nurturance</i> .
18.	Kuncoro et al. (2021)	<i>The Moderation of Campus Environment on The Influence of Entrepreneurship Education and Role Models on Entrepreneurial Intention</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>role models</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> secara parsial. Terdapat pengaruh <i>entrepreneurship education</i> dan <i>role models</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> secara simultan. Tidak terdapat pengaruh <i>entrepreneurship education</i> dan mediator <i>campus environment</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
19.	Nuringsih & Puspitowati, (2017)	<i>Determinants of Eco Entrepreneurial Intention Among</i>	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>structural support, formal networking, informal networking</i> dan <i>green</i>

		<i>Students: Study In The Entrepreneurial Education Practices</i>		<i>values secara positif dan signifikan terhadap eco-entrepreneurial intention. Sedangkan education supports tidak menunjukkan pengaruh terhadap eco-entrepreneurial intention.</i>
20.	Candra (2020)	Pengaruh <i>Family Role Model</i> dan <i>Entrepreneurship Education</i> terhadap <i>Entrepreneur Career Intention</i> Pada Kalangan Mahasiswa S1 di Indonesia	Jurnal Pendukung	Terdapat pengaruh <i>family role model</i> dan <i>entrepreneurship education</i> secara positif dan signifikan terhadap <i>entrepreneurial career intention</i> .

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA