

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Tinjauan Teori

2.1.1. *Entrepreneurship*

Menurut Suharto dalam Mariana et al (2021) kewirausahaan adalah bagian dari karakter manusia yang membantu dirinya untuk memanajemen ataupun mengatur dan mengelola kewirausahaan yang sedang dijalankan olehnya. Melalui karakter wirausaha, hal ini membantu mereka untuk lebih mudah mendapatkan jiwa seorang wirausaha. Yang dimana, dengan memiliki jiwa wirausaha, pemilik bisnis dapat mudah menuang dan mengimplementasi sebuah inovasi yang didapat dari landasan dinamis, kreativitas, dan adaptasi pada dirinya. Sehingga, ketika terjadi sebuah perubahan konstan, seorang pengusaha tidak perlu ragu untuk menghadapi hal tersebut, karena sudah memiliki fondasi yang kuat. Adapun dengan memiliki jiwa wirausaha, seorang pengusaha akan jauh lebih baik dalam bersaing dengan kompetitor melalui intensitas manajemen yang baik pada bisnisnya. Sedangkan pengertian kewirausahaan menurut Baldacchino dalam Sukirman (2014) merupakan kompetensi dari seseorang dalam mengimplementasikan kreativitas dan inovasinya, serta mampu menciptakan sebuah strategi yang kuat untuk meraih sebuah kesuksesan. Tidak hanya itu, seseorang tersebut juga harus dinilai mampu memanfaatkan peluang agar sebuah kata dari sukses itu sangat dekat dengan dirinya. Namun, kewirausahaan juga diartikan oleh Shumpeter dalam Kusni et al (2020) yang mengartikan seseorang yang mampu melakukan perombakan sistem ekonomi di lingkungan terdekatnya melalui sebuah tekad, kerja nyata, dan keinginan yang tinggi, agar ide mampu menjadi inovasi yang sukses dan juga dibutuhkan oleh target yang dituju. Adapun menurut Cantilon dalam Widayati et al (2019), mengatakan kewirausahaan adalah tindakan dari seseorang yang mampu membuat sebuah perombakan, dari produktivitas yang sangat rendah menjadi tinggi. Pendapat lain juga diutarakan oleh Suryana

dalam Widayati et al (2019), yang mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan orang yang menuangkan kreativitas berdasarkan perilaku-perilaku dan jiwa wirausaha, seperti:

1. Orang yang memiliki tekad yang cukup kuat, berkomitmen dan optimis di segala kondisi, bertanggung jawab atas yang sudah dilakukan olehnya, serta disiplin dan tidak pernah berubah-ubah.
2. Mampu menjadi inisiator atau menjadi orang pertama yang selalu bertindak, energetik atau aktif, dan memiliki cekatan yang cukup baik.
3. Orang yang memiliki visi dan misi yang baik, atau orientasi pada prestasi yang dituju, sehingga dalam fokus maupun pengambilan keputusan selalu diperhitungkan.
4. Punya sifat kepemimpinan dalam menjalankan organisasi ataupun bisnis, punya diferensiasi, tangguh atas tanggung jawab yang diberikan, dan punya *trust* yang cukup kuat baik kepada atasan atau investor maupun bawahan.
5. Punya kepribadian yang berani dalam mengambil sebuah keputusan yang berisiko, dan punya pertimbangan yang cukup matang.

Menurut Umam et al (2021) menegaskan bahwa, definisi dari sebuah kewirausahaan tidak hanya terpaku pada sifat dan tindakan yang dimiliki oleh seorang wirausahaan saja, melainkan kewirausahaan juga harus bisa mendefinisikan pada tujuannya. Menurutnya, kewirausahaan itu memiliki tujuan mulia, seperti berikut:

1. Membantu sektor kewirausahaan untuk memiliki jumlah orang yang sangat berkualitas dan sehat.
2. Meningkatkan semangat, menciptakan sebuah kultur baru, perubahan pada perilaku, serta kompetensi kewirausahaan yang baik di kalangan masyarakat.
3. Menciptakan orientasi yang baik pada sektor kewirausahaan dan mengembangkan kesadaran yang tinggi di kalangan masyarakat.

4. Mampu untuk meningkatkan dan memajukan kesejahteraan para pelaku wirausaha disekitar.

Hal ini pun dipertegas oleh Lararenjana (2020), yang mengatakan bahwa tugas dan tujuan seorang wirausaha terbagi menjadi 2, yaitu sebagai kacamata mikro dan makro. Dalam artian, makro adalah sebagai wirausahawan yang berusaha untuk mempengaruhi gelombang ekonomi, kemakmuran di sekitar, dan terbuka dalam pemberian kesempatan kerja. Sedangkan pada mikro adalah orang yang berperan sebagai inovator, pendobrak, serta perencana baru yang menciptakan solusi bagi yang membutuhkan. Lararenjana (2020) juga berpendapat, selain wirausaha memiliki tujuan mulia, wirausaha juga memiliki manfaat didalamnya, seperti:

1. Dengan berwirausaha, seorang pengusaha dapat diberikan kemampuan untuk membantu lingkungan sekitarnya untuk menjadi lebih baik dan pembangunan sosial yang sehat tercipta.
2. Tingkat pengangguran berkurang dan daya tampung pada ketenagakerjaan menjadi lebih meningkat.
3. Dapat memotivasi *mindset* masyarakat dengan menjadi seorang figur yang tekun dan pekerja keras.
4. Meningkatkan efisiensi masyarakat dalam penggunaan uang dan modal.
5. Menjadi sebagai salah satu praktisi yang dapat mengajarkan karyawan ataupun masyarakat berdasarkan pengalaman yang sudah dihadapi.

2.1.2. Entrepreneurial Intention

Berbeda dengan kewirausahaan, *entrepreneurial intention* atau minat wirausaha merupakan wujud dari keinginan dan tekad seseorang untuk menjadi seorang pengusaha atau wirausahawan. Hal ini ditegaskan oleh Li dalam Angeline et al (2023) yang mengatakan bahwa *entrepreneurial intention* merupakan sebuah faktor yang menentukan seseorang untuk menjalankan usaha ataupun tidak. Sedangkan menurut Mahesa dalam Angeline et al (2023) mengatakan bahwa *entrepreneurial intention* merupakan bagian dari diri

sendiri, yang membentuk sebuah kecenderungan dan tertarik untuk memulai sebuah bisnis. Tidak hanya memulai saja, individu tersebut dinilai sudah siap untuk memajemen bisnisnya termasuk risiko-risiko yang dihadapi. Berbeda dengan Remeikiene dalam Angeline et al (2023), mengatakan bahwa *entrepreneurial intention* adalah posisi *mindset* seseorang dalam menciptakan sebuah keinginan menjadi pemilik dari perusahaan baru disertai dengan produk yang inovatif. Menurut Yildirim dalam Angeline (2023) menjelaskan bahwa niat berwirausaha merupakan sebuah bulatnya tekad dari seseorang untuk memulai sebuah bisnis, dan Anjum dalam Nurhayati (2022) juga mengatakan bahwa *entrepreneurial intention* adalah sebuah keinginan dasar dari seseorang untuk menjadi seorang pengusaha. Keinginan dasar ini menjadi syarat utama bagi para calon pengusaha atau wirausahawan sebelum memulai karirnya. Karena tanpa keinginan dasar ini, pemicu untuk menjadi seorang pengusaha tidak akan pernah terjadi.

Menurut Yoopetch (2020), untuk menjadi seorang calon pengusaha tidak mudah, ada 5 indikator yang mempengaruhi proses tersebut terjadi, yaitu *financial literacy* (aspek keuangan), *self-efficacy* (kepercayaan diri), *empowerment* (pemberdayaan), *subjective norm* (norma subyektif), dan *attitude toward risk-taking* (pengambilan resiko). Maryanti dalam Hansfel et al (2020) mengatakan bahwa untuk menjadi seorang *entrepreneur* atau wirausahawan tidak mudah, diperlukan sebuah ketertarikan akan wirausaha. Ketertarikan ini didorong oleh motivasi dan keyakinan untuk menjadi seorang wirausaha (*attitude toward risk-taking*). Tidak hanya itu saja, menurutnya motivasi ini harus diiringi dengan rasa senang, sehingga motivasi akan lebih mudah untuk diciptakan (*self-efficacy*). Hal ini pun juga didukung oleh Thompson dalam Hansfel et al (2020) yang mengatakan tidak hanya persoalan minat, tetapi untuk menjadi seorang entrepreneur dibutuhkan sebuah sikap positif yang mengarah pada wirausaha. Namun, menurut Fitri et al (2023) orang yang memiliki motivasi rendah dan tingkat pengambilan rendah, bukan berarti tidak bisa menjadi calon seorang pengusaha atau bahkan pengusaha yang sukses. Berdasarkan penelitiannya, aspek yang mempengaruhinya adalah *low*

risk tolerance, yang mengartikan toleransi pada tingkat pengambilan risiko rendah. *Low risk tolerance* ini bukan menandakan tingkat pengambilan risiko rendah selalu buruk, melainkan bisa menjadi pertimbangan seseorang untuk lebih nyaman dalam pengambilan keputusan. Menurut Purnomo dalam Abdullah dan Septiany (2019), yang mengatakan bahwa minat kewirausahaan sebenarnya dinilai berdasarkan:

- Adanya keinginan keras untuk memenuhi kebutuhan hidup dan punya tujuan besar.
- Adanya keyakinan kuat pada diri sendiri untuk bisa melaksanakan tujuan besarnya.
- Adanya sikap trust dan responsibility pada diri serta diakui oleh orang lain.
- Adanya kemampuan untuk memiliki sikap yang sabar, ulet, tidak mudah menyerah, tekun, punya mental yang kuat serta fisik didalamnya.
- Adanya pandangan yang konstruktif dan punya tingkat kreativitas yang tinggi.
- Adanya kepemilikan visi dan misi yang jelas dan terencana atau selalu berorientasi ke depan.

Berbeda dengan John Kukel dalam Alamsyah et al (2020) yang mengatakan minat kewirausahaan tidak bisa dinilai berdasarkan pada diri sendiri, melainkan juga harus dilihat pada faktor eksternal, seperti *demand* yang tinggi terhadap minat kewirausahaan tersebut, pemahaman dan penguasaan pada kewirausahaan, serta juga bisa dilihat pada perubahan sosial saat ini.

2.1.3. Self-efficacy

Bandura dalam Hartini et al (2022) mengatakan *self-efficacy* adalah sebuah bagian dari dalam diri seseorang dan yakin terhadap dirinya untuk melaksanakan sebuah pekerjaan ataupun kewajiban lainnya seperti tugas yang

harus diselesaikan berdasarkan kemampuan, keterampilan, serta kompetensi yang dimiliki. Sedangkan menurut Jannah (2019), mengatakan bahwa *self-efficacy* merupakan kemampuan individu untuk mampu memenuhi tugas dan tanggung jawabnya berdasarkan hal yang ia kuasai. Tidak hanya itu, individu atau seseorang tersebut memiliki keyakinan yang kuat, sehingga *output* yang diberikan maksimal dan sangat positif, atau bahkan bermanfaat. Adapun selain dari kata yakin, menurut Jannah, *self-efficacy* ini tumbuh dari pengalaman yang dimiliki, karena tanpa pengalaman kompetensi dan keterampilan yang dimiliki tidak akan bisa menyelesaikan tugas yang diberikan, serta hal ini mampu memberikan hasil yang tidak cukup bagus. Hal ini pun juga ditegaskan oleh Santrock dalam Mentang et al (2022) yang mengatakan bahwa *self-efficacy* adalah keyakinan yang terbangun di diri seseorang, yang mampu membuat seseorang tersebut bisa bekerja dengan maksimal di bidang yang dikuasai. Sehingga secara kesimpulan, *self-efficacy* merupakan bagian yang terbangun dari diri seseorang untuk yakin dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya yang dilandaskan dengan keterampilan, keahlian, dan turut serta pengalamannya.

Menurut Bandura di dalam Mahasari (2021) *self-efficacy* akan tumbuh dan didapatkan dari segala sumber sebagai berikut:

- ***Mastery experience*** adalah pekerjaan yang sudah dilakukan pada masa sebelumnya, serta dikuasai, sehingga seseorang yakin pada kesuksesannya untuk mengerjakan pekerjaan tersebut.
- ***Vicarious experience*** merupakan informasi yang didapatkan dari koneksi seseorang tersebut berdasarkan pengalaman yang pernah dijalankan oleh koneksinya, sehingga ia menjadi yakin berkat informasi yang diserap olehnya.
- ***Social / Verbal Persuasion*** adalah saran dan motivasi yang diberikan kepada seseorang melalui lingkungan disekitarnya, seperti teman dekat atau kerabat, keluarga, dan lainnya. Semakin positif makna dan kata yang diberikan, maka semakin termotivasi dan yakin pada

seseorang tersebut untuk melaksanakan tugasnya, termasuk rekomendasi dan saran.

- ***Emotional and Physcological*** lebih mengarah pada sugesti dan dorongan dari *mindset* individu terhadap tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Yang dimana, hal ini menumbuhkan keyakinan pada dirinya dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

Namun menurut Bandura dalam Lovitasari dan Mampouw (2022), hal ini tidak bisa menjadi patokan saja, melainkan ada dimensi yang harus diperhatikan agar *self-efficacy* itu benar-benar dimiliki oleh individu. Berikut adalah dimensi dari *self-efficacy*:

- ***Magnitude*** adalah rasa yakin yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya
- ***Strength*** adalah kemampuan untuk sadar pada kemampuan dirinya untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya
- ***Generality*** merupakan harapan yang diinginkan dari dirinya ketika telah menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya

2.1.4. Women Empowerment

Empowerment merupakan cara pemberdayaan yang dilakukan oleh organisasi atau bisnis kepada individu untuk bisa berkembang. Tidak hanya itu, organisasi atau bisnis memberikan akses yang layak kepada individu seperti sumber yang dibutuhkan, informasi, dan dukungan atau *support* baik kepada individu tersebut. Tidak hanya itu, individu tersebut diberikan kesempatan untuk berkembang dan belajar terkait hal sesuatu (Murray dalam Pashar & Dwiantoro, 2020). Sedangkan menurut Conger & Kanungo dalam Siswanti & Muafi (2019) mengatakan sistem dan cara kerja untuk membangun motivasi kepada seseorang untuk mampu menyelesaikan sebuah pekerjaan baik. Tidak lupa, motivasi ini harus ada melalui kesanggupan dalam menciptakan kondisi yang layak berdasarkan kebutuhan pada seseorang tersebut dan pekerjaannya.

Adapun menurut PERKENI dalam Ramadhan (2019) yang mengatakan bahwa tidak hanya pada motivasi dan dukungan, *empowerment* atau pemberdayaan lebih dikaitkan dalam pengontrolan diri sendiri yang melibatkan peningkatan kualitas diri pada masalah yang dihadapi. Sehingga dapat dikatakan bahwa *empowerment* ini lebih mengarah pada dorongan motivasi dan *support system* yang baik untuk penunjang kualitas diri agar bisa menyelesaikan sebuah tanggung jawab ataupun masalah yang dihadapi dengan baik. Namun perlu diperhatikan, karena penelitian ini lebih mengarah kepada perempuan, maka tentu individu yang dimaksud adalah perempuan dan *gender* sebagai isu atau masalah utama.

Hal ini penting dan patut diangkat, dikarenakan menurut Magdalene dalam Septiningrum dan Rachmiate (2022), pemberdayaan perempuan khususnya di Indonesia masih sangat lemah. Tidak hanya itu, beliau juga menemukan bahwa isu kesetaraan *gender* masih mudah untuk ditemukan dan aksi dari pengakuan feminisme di Indonesia sulit untuk disuarakan akibat para kaum khususnya perempuan masih terbelenggu, dan dianggap tabu oleh sebagian besar masyarakat Indonesia. Menurut Ratnasari et al (2021), mengatakan bahwa untuk memberdayakan perempuan saat ini masih sulit, hal ini dikarenakan ketimpangan yang didapatkan oleh stigma dari kinerja perempuan dan aspek keburukan yang didukung oleh *mindset* / pedoman / pandangan budaya timur yang masih berlaku hingga saat ini. Hal ini mengakibatkan wanita untuk mendapatkan motivasi dan dukungan menjadi sangat rendah. Hal ini pun ditegaskan oleh Bachtiar et al (2022) yang mengatakan bahwa, *woman empowerment* merupakan isu dari proses transformasi dan korelasi antar kedua *gender* dari atas kebawah, yang dimana biasanya dikuasai oleh 1 *gender* saja. Bentuk dari pemberdayaan ini muncul akibat keterlibatan dan kesadaran antar perempuan di suatu sektor.

Adapun untuk menilai ukuran baiknya *empowerment* pada wanita, menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yoopecth, pemberdayaan dikatakan berhasil jika adanya:

- **Meaning** adalah pemahaman terkait kesetaraan, *gender*, pemberdayaan, dan dukungan yang baik terhadap wanita
- **Competence** adalah kemampuan dari setiap masing-masing individu perempuan dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab, serta diberikan kepercayaan untuk mengontrol ataupun bertindak sesuai dengan keinginannya
- **Self-determination** merupakan tekad yang ditunjukkan oleh masing-masing setiap individu, khususnya perempuan. Hal ini terlihat bagaimana caranya mereka itu berpikir dan memiliki pandangan pada sebuah masalah atau keinginan besarnya. Tidak hanya itu, hal ini juga mampu menjadi sebuah motivasi tinggi bagi mereka yang benar-benar memiliki determinasi yang baik.
- **Impact** adalah bagian akhir dari yang diharapkan. Dengan melihat apakah perempuan mampu menjalankan dan mempertanggung jawabkan keinginannya sendiri. Sekaligus pada bagian ini sebagai pembuktian dirinya untuk bisa lebih berkembang ataupun maju.

2.1.5. **Subjective Norm**

Subjective norm adalah sebuah tekanan yang dipengaruhi oleh lingkungan dan sosial sekitar individu untuk menentukan sebuah keputusan (Ajzen dalam Hansfel, 2020). Adapun menurut Nilsson et al dalam Hansfel (2020), *subjective norm* sebuah dorongan motivasi dari pandangan, atau persepsi yang mampu merubah kepercayaan seorang individu. Sehingga, dalam bertindak pun juga mampu berubah akibat kepercayaan yang diyakini. Sedangkan menurut Wiguna (2022), *subjective norm* merupakan persepsi dan pandangan terhadap sesuatu yang dipercayai oleh setiap individu, namun dipengaruhi oleh orang lain. Perlu diperhatikan, pengaruh pada perubahan persepsi ini akan mempengaruhi motivasi dan perilaku, yang pada ujungnya akan dilakukan ataupun tidak dilakukan. Wiguna juga berpendapat, bahwa di Indonesia, sosial kulturalnya sangat kuat, sehingga anggota keluarga, teman,

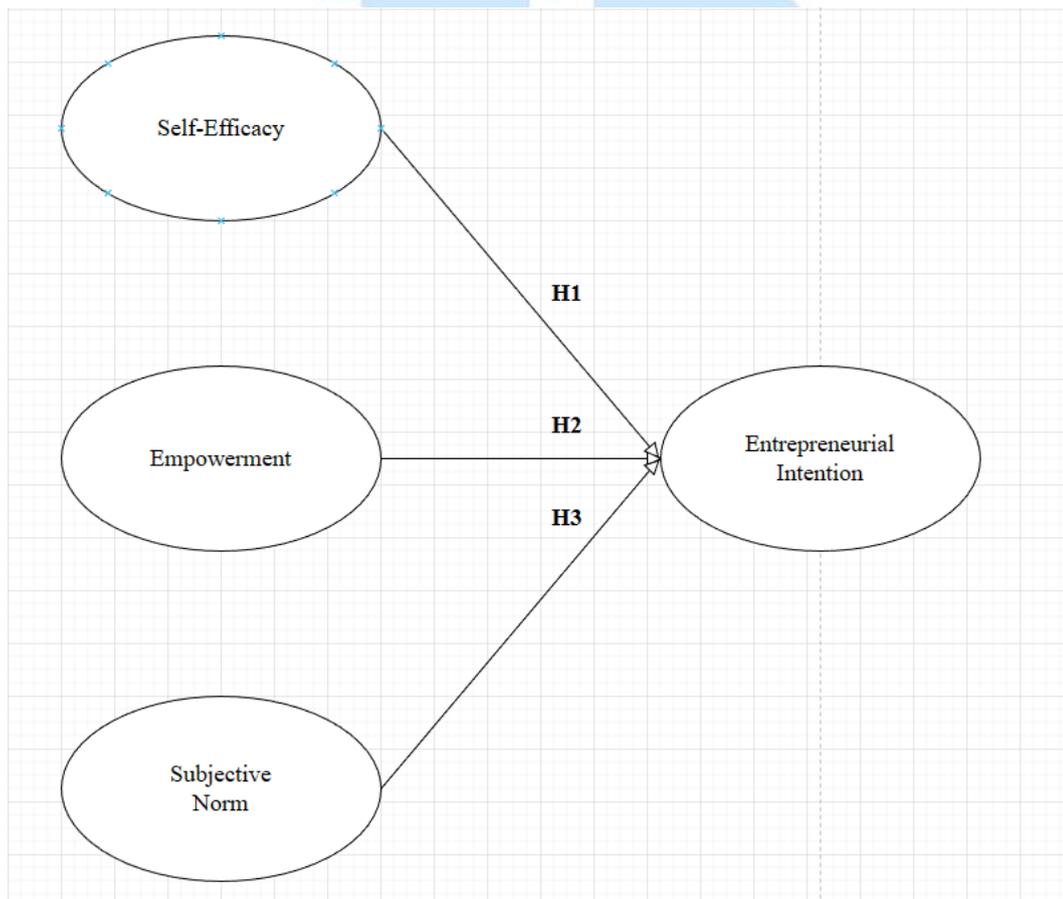
dan kolega menjadi pelaku perubahan persepsi tersebut. Hal ini pun didukung oleh Muliadi et al (2020), yang dimana beliau mengatakan *subjective norm* memiliki pengaruh kuat pada individu, seperti kasusnya pada pengusaha yang baru mulai merintis. Berdasarkan penelitiannya faktor dari dukungan orang-orang terdekat mampu memberikan kepercayaan dan peningkatan pada persentase untuk menjadi seorang pengusaha.

Menurut Jogiyanto dalam Ramadhan (2019), *subjective norm* memiliki 2 dimensi yang harus diperhatikan. Berikut adalah dimensi dari *subjective norm*:

- ***Behaviour belief*** adalah persepsi yang ditimbulkan dari suatu kebiasaan atau budaya dan kepercayaan di sekitar yang dianut.
- ***Normative belief*** adalah persepsi yang ditimbulkan dan dipengaruhi oleh pendapat dari orang lain yang mereka yakini. Sehingga motivasi timbul bisa dari desakan atau saran terbaik kepada orang yang dipengaruhi.



2.2. Model Penelitian



Gambar 2.1. Model Penelitian

Sumber: Penulis

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh *Self-efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hassan et al (2020) pada mahasiswa ekonomi, *self-efficacy* adalah variabel yang menunjukkan dampak positif ketika diujikan dalam minat berwirausaha diikuti dengan *opportunity recognition* dan *entrepreneurship education*. Sedangkan hasil pada gender menunjukkan sebaliknya pada hipotesis yang sudah dibuat. Adapun hasil yang

didapatkan signifikansi pada *self-efficacy* menunjukkan 0,229 atau 22,90% (paling tinggi diantara indikator lain), mengartikan bahwa efikasi diri akan mempengaruhi pembangunan dan pengelolaan rute bisnis dan niat didalamnya.

Begitu juga pada penelitian yang dilakukan oleh Liu et al (2019) yang mendapatkan hasil positif pada *self-efficacy* sebagai variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen *entrepreneurial intention*. Variabel ini dinilai kuat, karena bukan hanya mempengaruhi variabel *entrepreneurial intention* sebagai minat usaha, tetapi juga mempengaruhi *entrepreneurial attitude* yang sedang mereka teliti. Hal ini juga mengindikasikan bahwa adanya efikasi diri atau *self-efficacy*, variabelnya mampu memberikan inspirasi dan motivasi pada mahasiswa China untuk membentuk sebuah minat usaha. Tidak hanya itu, inspirasi dan motivasi ini akan menstimulus psikologis untuk menciptakan pengalaman, kompetensi, pengetahuan, karakter, dan relasi.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christensen & Arendt (2023), mendapatkan data dan hasil uji yang menunjukkan *self-efficacy* sangat memiliki pengaruh dalam *entrepreneurial intention*. Hal ini dikarenakan, dengan adanya efikasi diri, mereka mampu memiliki kepercayaan diri yang tinggi untuk membentuk *design thinking* pada peluang pembentukan bisnis. Sedangkan pada mahasiswa copenhagen yang sudah memiliki bisnis, mereka mendapatkan data bahwa efikasi juga membentuk psikologis dan tingkat kreativitas yang tinggi dalam membuat sebuah produk baru yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga berdasarkan uraian diatas, hipotesa pada penelitian ini adalah:

H1: *Self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.3.2. Pengaruh *Woman Empowerment* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yoopetch (2020) dengan target responden staf wanita yang bekerja di industri perhotelan mendapatkan data bahwa, pemberdayaan sangat memiliki pengaruh besar pada intensi niat

wirausaha. Pemberdayaan ini dikenal sebagai hal yang penting bagi perempuan atau dapat dikatakan sebagai peran utama dalam membuat bisnis. Adapun yang membuat ini penting, karena pada penelitiannya didapatkan *empowerment* mampu memberikan efek pada pengambilan keputusan serta kepercayaan dirinya sebagai *entrepreneur*.

Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Alsaad et al (2023) yang menggambarkan *empowerment* dengan *gender equality*. Menurutnya, *empowerment* sangat berkaitan dengan konsep dan isu *gender equality* atau bias didalam *gender*. Karena berdasarkan budaya asia yang ia temui, perempuan selalu dikesampingkan, yang mengakibatkan mereka sulit untuk mendapatkan *support*. Tidak hanya itu, dalam segi kualitas edukasi atau pendidikan, sosial kultural, dan kebijakan selalu mendorong mereka untuk sulit mendapatkan akses sebagai *entrepreneur*. Dengan dibuktikan aspek tersebut mempunyai pengaruh signifikan dan positif pada minat bisnis.

Penelitian sebelumnya pun juga didukung dengan hasil penelitian dari Sobaih et al (2022), yang mengatakan *empowerment* memiliki pengaruh signifikan atau positif pada *entrepreneurial intention*. Pada data juga ditemukan, bahwa tidak hanya pemberdayaan secara umum, pemberdayaan pada perempuan ini terbagi berdasarkan aspek politik, sosial, psikologis, dan ekonomi. Hal ini pun juga dikonfirmasi oleh para responden wanita di negara Saudi Arabia, sehingga berdasarkan uraian diatas, hipotesa pada penelitian ini adalah:

H2: *Women Empowerment* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.3.3. Pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Berdasarkan penelitian dari Costa et al (2022) pada mahasiswa di ISLA Portugal, didapatkan data bahwa *subjective norm* memiliki pengaruh positif dalam mempengaruhi keputusan minat wirausaha. Persepsi untuk membangun

sebuah perusahaan atau bisnis baru yang disetujui oleh teman, keluarga, dan orang yang mereka anggap penting membuat mereka termotivasi dan memiliki probabilitas tinggi. Adapun selain memberikan saran, para responden menganggap ini sebagai bentuk dorongan dalam membangun kepercayaan diri, sesuai dengan penelitian terdahulu dari Mensah et al (2021) yang mereka cantumkan.

Berdasarkan penelitian Bagis (2022) pada responden mahasiswa di berbagai universitas yang terdaftar APSMBI atau Aliansi Program Studi Manajemen dan Bisnis Indonesia, *subjective norm* menjadi variabel independen yang paling berpengaruh signifikan diantara variabel lainnya yang ia teliti seperti *attitude toward behaviour*, *workplace spirituality*, dan *perceived behaviour* pada *entrepreneurial intention* dan *entrepreneurial orientation*. Uniknya, dari data didapatkan bahwa *subjective norm* “tekanan sosial” sangat mendorong para target untuk membentuk sebuah bisnis, sejalan dengan lingkungan sosial Indonesia yang memiliki budaya komunal.

Hal ini berlaku sama juga pada penelitian yang dilakukan oleh Shah et al (2020) yang mendapatkan hasil terkait *subjective norm* mampu memberikan dampak positif pada minat wirausaha 192 responden mahasiswa di universitas Sultanate of Oman. Tidak hanya itu, variabel ini merupakan variabel yang paling signifikan diantara variabel lain. Adapun dari hasil penelitian, menunjukan bahwa data yang mereka dapatkan sama juga bahwa keluarga, teman, dan orang yang mereka anggap penting sangat mempengaruhi keputusan untuk membangun sebuah bisnis. Sehingga berdasarkan uraian diatas, hipotesa pada penelitian ini adalah:

H3: *Subjective norm* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.4. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Yoopetch (2020)	WOMEN EMPOWERMENT, ATTITUDE TOWARD RISK-TAKING AND ENTREPRENEURIAL INTENTION IN THE HOSPITALITY INDUSTRY	Self-efficacy, Empowerment, Attitude toward risk-taking, Subjective norm memiliki korelasi positif dan hubungan yang sangat signifikan terhadap entrepreneurial intention. (Acuan pada model penelitian dan pengembangan hipotesis)
2	Sukirman (2014)	PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN.	Pengertian Kewirausahaan
3	Mariana et al (2021)	PEMBERIAN MOTIVASI ENTREPRENEURSHIP BAGI IBU-IBU RUMAH TANGGA DESA MANDALLE KABUPATEN GOWA	Pengertian Kewirausahaan
4	Kusni (2020)	JIWA ENTREPRENEURSHIP PEMIMPINDALAM PENATALAYANAN GEREJA	Pengertian Kewirausahaan
5	Widayati et al (2019)	PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DENGAN MENCIPTAKAN WIRAUSAHA BARU DAN MANDIRI	Perilaku-perilaku dan sifat dari jiwa wirausaha
6	Umam et al (2021)	PENYIAPAN SDM BERBASIS	Tujuan dan manfaat dari kewirausahaan

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
		KEWIRAUSAHAAN DAN KEPARIWISATAAN	
7	Angeline & Puspitowati (2022)	PENGARUH ENTREPRENEURIAL ALERTNESS DAN ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION PADA MAHASISWA	Pengertian minat kewirausahaan
8	Nurhayati & Lestari (2022)	PERAN DIGITAL ENTREPRENEURIAL LEARNING DAN ENTREPRENEURIAL ORIENTATION SEBAGAI MODERASI PENGARUH ICT SELF-EFFICACY TERHADAP DIGITAL ENTREPRENEURIAL INTENTION MAHASISWA	Pengertian minat kewirausahaan
9	Hansfel & Puspitowati (2020)	PENGARUH ATTITUDE, SUBJECTIVE NORM DAN PERCEIVED BEHAVIOR CONTROL TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION	Penyebab / Indikasi dari dorongan minat kewirausahaan
10	Fitri et al (2023)	PENGARUH SELF EFFICACY, TOLERANCE RISK, DAN EMOTIONAL INTELLIGENCE TERHADAP ENTREPRENEURSHIP INTENTION	Minat usaha tidak selalu dipengaruhi oleh tingkat pengambilan resiko yang tinggi, melainkan tingkat pengambilan resiko rendah sebagai wirausaha juga mampu

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
			menjadi pengusaha yang sukses
11	Abdullah & Septiany (2019)	PENGARUH MOTIVASI DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA	Dimensi-dimensi atau aspek yang mempengaruhi minat kewirausahaan secara internal
12	Alamsyah et al (2020)	ANALISA PENGARUH ENTREPRENEURIAL EDUCATION TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION DENGAN MENGGUNAKAN FINTECH ADOPTION SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA JURUSAN BISNIS-MANAJEMEN	Dimensi-dimensi atau aspek yang mempengaruhi minat kewirausahaan secara external
13	Hartini et al (2022)	PERAN SELF-EFFICACY DALAM MENINGKATKAN MINAT BERWIRAUSAHA WOMEN ENTREPRENEUR YANG DIMEDIASI OLEH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN	Pengertian dari self-efficacy
14	Jannah et al (2019)	EFEKTIVITAS MODEL PEMBELAJARAN VISUALIZATION AUDITORY KINESTHETIC (VAK) TERHADAP PEMAHAMAN KONSEP MATEMATIS	Pengertian dari self-efficacy

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
		BERDASARKAN KLASIFIKASI SELF- EFFICACY	
15	Mentang et al (2022)	ANALISIS ENTREPRENEURIAL SELF- EFFICACY PADA PENGUSAHA BIDANG FOOD&BEVERAGE DI MALALAYANG	Pengertian dari self-efficacy
16	Mahasari (2021)	SUMBER-SUMBER SELF EFFICACY DALAM MENGAJARKAN CRITICAL THINKING	Sumber-sumber yang memunculkan self-efficacy pada seseorang
17	Lovitasari dan Mampouw (2022)	PROFIL PEMECAHAN MASALAH MATEMATIKA PADA MATERI HIMPUNAN DITINJAU DARI SELF EFFICACY	Dimensi yang menjadi aspek munculnya self-efficacy
18	Pashar & Dwiantoro (2020)	PENGARUH EMPOWERMENT TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PERAWAT: KAJIAN LITERATURE REVIEW	Pengertian dari empowerment
19	Siswanti & Muafi (2020)	EMPOWERING LEADERSHIP AND INDIVIDUAL CREATIVITY: THE MEDIATION ROLE OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT IN	Pengertian dari empowerment

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
		FACING COVID-19 PANDEMIC	
20	Ramadhan (2019)	PATIENT EMPOWERMENT DAN SELF-MANAGEMENT PADA PASIEN DIABETES MELLITUS TIPE 2	Pengertian dari empowerment
21	Rachmiatie & Septiningrum (2022)	KAMPANYE MEMBANGUN WOMEN EMPOWERMENT PADA AKUN INSTAGRAM	Pentingnya pengangkatan isu woman empowerment khususnya di Indonesia
22	Ratnasari et al (2021)	PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MENJAHIT DI PKBM BHINA SWAKARYA	Isu perempuan di Indonesia
23	Bachtiar et al (2022)	PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN MENJAHIT DI PKBM BHINA SWAKARYA	Hubungan dan kaitan erat antara pemberdayaan perempuan dan juga kesetaraan gender
24	Wiguna (2022)	PENGARUH SUBJECTIVE NORM, PERCEIVED USEFULNESS, DAN VIDEO REVIEW PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERALATAN RUMAH TANGGA DI MARKETPLACE DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Pengertian subjective norm

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
25	Muliadi & Mirawati (2020)	THE EFFECT OF PERSONAL ATTITUDE AND SUBJECTIVE NORM ON ENTREPRENEURIAL INTEREST OF BIOLOGY EDUCATION STUDENTS	Pengertian subjective norm
26	Ramadhan (2019)	PENGARUH PERCEIVED USEFULLNESS, PERCEIVED EASE OF USE, DAN SUBJECTIVE NORM TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI ATTITUDE SEBAGAI MEDIASI (STUDI KASUS PADA KONSUMEN GUDANG DIGITAL ONLINE YOGYAKARTA)	Dimensi yang menjadi tolak ukur subjective norm
27	Hassan et al (2020)	ENTREPRENEURIAL INTENTION OF INDIAN UNIVERSITY STUDENTS: THE ROLE OF OPPORTUNITY RECOGNITION AND ENTREPRENEURSHIP EDUCATION	Korelasi positif antara self-efficacy dan entrepreneur intention
28	Liu et al (2019)	RESEARCH ON THE EFFECTS OF ENTREPRENEURIAL EDUCATION AND ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY ON COLLEGE STUDENTS'	Korelasi positif antara self-efficacy dan entrepreneur intention

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
		ENTREPRENEURIAL INTENTION	
29	Christensen & Arendt (2023)	THE DESIGN ENTREPRENEUR: HOW ADAPTIVE COGNITION AND FORMAL DESIGN TRAINING CREATE ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY AND ENTREPRENEURIAL INTENTION	Korelasi positif antara self-efficacy dan entrepreneur intention
30	Alsaad et al (2022)	EMPOWERMENT SUSTAINABILITY PERSPECTIVES FOR BAHRAINI WOMEN AS ENTREPRENEURS	Korelasi positif antara empowerment dan entrepreneur intention
31	Sobaih et al (2022)	THE IMPACT OF WOMEN'S EMPOWERMENT ON THEIR ENTREPRENEURSHIP INTENTION IN THE SAUDI FOOD INDUSTRY	Korelasi positif antara empowerment dan entrepreneur intention
33	Costa et al (2022)	STUDENT'S ENTREPRENEURIAL INTENTION IN HIGHER EDUCATION AT ISLA – INSTITUTO POLITÉCNICO DE GESTÃO E TECNOLOGIA	Korelasi positif antara subjective norm dan entrepreneur intention

No.	Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
34	Bagis (2022)	BUILDING STUDENTS' ENTREPRENEURIAL ORIENTATION THROUGH ENTREPRENEURIAL INTENTION AND WORKPLACE SPIRITUALITY	Korelasi positif antara subjective norm dan entrepreneur intention
35	Shah et al (2020)	THE MODERATING ROLE OF ENTREPRENEURSHIP EDUCATION IN SHAPING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS	Korelasi positif antara subjective norm dan entrepreneur intention

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Sumber: Penulis

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA