

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis memakai SPSS, bertujuan untuk melihat pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Seek, Value, Capability Belief, Responsibility Taking dan Entrepreneurial Fear terhadap Entrepreneurial Intention. Maka, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Perceived Desirability terhadap Entrepreneurial Intention
Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Perceived Desirability memiliki nilai t hitung (2.892) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig. (signifikansi) yang kurang dari 0,005 (0.004). Selain itu, variabel Perceived Desirability memiliki koefisien regresi sebesar 0.252, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari Perceived Desirability terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Desirability memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Entrepreneurial Intention (H1 diterima). Perceived Desirability memiliki dampak positif yang signifikan terhadap niat wirausaha, yang berarti generasi Z cenderung termotivasi untuk menjadi wirausaha hijau jika mereka merasakan bahwa ini adalah pilihan yang menarik dan memiliki nilai positif di masyarakat.
2. Pengaruh Perceived Feasibility terhadap Entrepreneurial Intention
Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Perceived Feasibility memiliki nilai t hitung (3.860) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig. (signifikansi) yang kurang dari 0,005 (0,000). Selain itu, variabel Perceived Feasibility memiliki koefisien regresi sebesar 0.254, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari Perceived Feasibility terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Perceived Feasibility memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Entrepreneurial Intention (H2 diterima). Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Perceived Feasibility dan

niat wirausaha. Ini menandakan bahwa jika generasi Z merasa mampu dan memiliki sumber daya untuk menjalankan wirausaha hijau, mereka akan lebih berkeinginan untuk melakukannya.

3. Pengaruh Seek terhadap Entrepreneurial Intention Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Seek memiliki nilai t hitung (0.271) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig. (signifikansi) yang lebih dari 0,005 (0.787). Selain itu, variabel seek memiliki koefisien regresi sebesar 0.023, yang menunjukkan adanya tidak ada pengaruh atau pengaruh kecil yang signifikan dan negatif dari Seek terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Seek memiliki tidak memiliki pengaruh positif terhadap Entrepreneurial Intention (H3 ditolak). Value tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat wirausaha, menyiratkan bahwa nilai-nilai pribadi terkait wirausaha hijau mungkin tidak sesuai sebagai faktor motivasi utama bagi generasi Z.
4. Pengaruh Value terhadap Entrepreneurial Intention Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Value memiliki nilai t hitung (-0.465) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig. (signifikansi) yang lebih dari 0,005 (0,642). Selain itu, variabel Perceived Desirability memiliki koefisien regresi sebesar -0.047, yang menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan dan negatif dari Value terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Value tidak memiliki pengaruh positif terhadap Entrepreneurial Intention (H4 ditolak). Value tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat wirausaha, menyiratkan bahwa nilai-nilai pribadi terkait wirausaha hijau mungkin tidak sesuai sebagai faktor motivasi utama bagi generasi Z.
5. Pengaruh Capability Belief terhadap Entrepreneurial Intention Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Capability Belief memiliki nilai t hitung (2.923) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig.

(signifikansi) yang lebih dari 0,005 (0,004). Selain itu, variabel Capability Belief memiliki koefisien regresi sebesar 0.213, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari Capability Belief terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Capability Belief memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Entrepreneurial Intention (H5 diterima). Terdapat pengaruh signifikan dan positif dari kepercayaan akan kemampuan diri (Capability Belief) terhadap niat wirausaha, menegaskan bahwa generasi Z yang percaya pada kemampuan mereka sendiri lebih cenderung untuk memiliki niat berwirausaha hijau.

6. Pengaruh Responsibility Taking terhadap Entrepreneurial Intention Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Responsibility Taking memiliki nilai t hitung (3.339) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig. (signifikansi) yang kurang dari 0,005 (0,001). Selain itu, variabel Perceived Desirability memiliki koefisien regresi sebesar 0.213, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dan positif dari Responsibility Taking terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Responsibility Taking memiliki pengaruh yang paling besar terhadap Turnover Intention (H6 diterima). Tanggung jawab pribadi terhadap lingkungan (Responsibility Taking) berpengaruh signifikan terhadap niat wirausaha, menunjukkan bahwa generasi Z yang merasa bertanggung jawab terhadap lingkungan cenderung ingin memulai usaha yang ramah lingkungan.
7. Pengaruh Entrepreneurial Fear terhadap Entrepreneurial Intention Berdasarkan hasil penelitian ini, ditemukan bahwa variabel Entrepreneurial Fear memiliki nilai t hitung (-0.522) yang lebih besar daripada nilai t tabel, serta nilai Sig. (signifikansi) yang lebih dari 0,005 (0.602). Selain itu, variabel Entrepreneurial Fear memiliki koefisien regresi sebesar -.028, yang menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan dan negatif dari Entrepreneurial Fear terhadap Entrepreneurial Intention. Dengan demikian,

dapat disimpulkan bahwa variabel Entrepreneurial Fear tidak memiliki pengaruh positif terhadap Entrepreneurial Intention (H7 ditolak). Ketakutan dalam berwirausaha (Entrepreneurial Fear) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha, yang dapat diartikan bahwa rasa takut tidak secara signifikan menghambat niat generasi Z untuk terlibat dalam wirausaha hijau.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, penulis mempunyai beberapa saran atau masukan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan terkait dan peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti fenomena dan topik yang sama. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan hasil yang lebih luas dan lebih dalam.

1. Bagi Gen Z:
 - a. Peningkatan Kesadaran: Gen Z dapat meningkatkan kesadaran tentang green entrepreneurial dengan mengikuti kegiatan sosial dan edukasi online yang mengedukasi tentang pentingnya keberlanjutan.
 - b. Komunitas Berkelanjutan: Mendorong Gen Z untuk terlibat dalam komunitas berkelanjutan dan berbagi pengalaman dengan sesama anggota komunitas ini dapat membantu mereka mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang green entrepreneurial.
 - c. Jaringan Bisnis: Menyarankan agar Gen Z membangun jaringan bisnis yang mendukung gagasan-gagasan green entrepreneurial mereka. Ini dapat membantu mereka mendapatkan sumber daya dan dukungan yang diperlukan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya:
 - a. Perluasan Penelitian: Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan perkembangan ekonomi lokal yang dapat memengaruhi niat green entrepreneurial.

- b. Peran Teknologi Digital: Lebih dalam mengkaji peran teknologi digital dalam membentuk niat green entrepreneurial di kalangan Gen Z, termasuk penggunaan media sosial dan platform online.
- c. Dampak Jangka Panjang: Meneliti dampak jangka panjang dari niat green entrepreneurial pada pembangunan berkelanjutan dan kontribusi terhadap mitigasi perubahan iklim akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA