

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan bisnis *online* di Indonesia mengalami kemajuan luar biasa, didorong oleh beberapa faktor seperti peningkatan penetrasi internet, penggunaan ponsel pintar yang semakin meluas, dan populasi yang semakin melek teknologi. Pasar *e-commerce* diperkirakan akan mencapai USD 168,10 miliar pada tahun 2029, dengan *compound annual growth rate* (CAGR) atau tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 15,5% dari tahun 2024 hingga 2029 (Mordor Intelligence, 2023). Pertumbuhan ini dipicu oleh meningkatnya aktivitas belanja *online*, terutama di kalangan demografi muda, yang tertarik pada kenyamanan, variasi, dan harga kompetitif yang ditawarkan oleh situs web *e-commerce*.

Pertumbuhan ini salah satu di dorong oleh faktor yakni peningkatan akses internet dan penggunaan ponsel pintar yang pesat. Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam penetrasi internet, dengan 79,5% populasi mengakses internet pada tahun 2024, naik dari 78,1% pada tahun 2023 (Aditiya, Sari, & Suryani, 2024). Revolusi digital ini telah membuka akses ke pasar *online*, memungkinkan dunia usaha untuk menjangkau konsumen bahkan di daerah terpencil sekalipun. Pemerintah Indonesia juga berperan penting guna membentuk lingkungan yang mendukung pertumbuhan *e-commerce*. Inisiatif seperti *roadmap "Making Indonesia 4.0"* dan upaya untuk meningkatkan infrastruktur digital telah menciptakan kerangka kebijakan yang mendukung bagi dunia usaha (Kuputri, 2020). Selain itu, pemerintah telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan literasi digital dan memberikan insentif kepada bisnis *e-commerce*, yang turut berkontribusi terhadap pertumbuhan sektor ini.

Pertumbuhan sektor *e-commerce* di Indonesia sangat dipengaruhi oleh upaya pemerintah dalam meningkatkan literasi digital dan memberikan insentif

kepada para pelaku bisnis *e-commerce* (Handayani, 2023). Perkembangan ini sangat penting dalam mengatasi tantangan perekonomian negara, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendorong inovasi. Peran kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi sudah jelas, seperti yang disoroti oleh teori pertumbuhan ekonomi Joseph Schumpeter, yang menekankan pentingnya wirausaha dalam menciptakan inovasi, lapangan kerja, dan kesejahteraan (Lestari, 2019).

Ketua Umum dari BPP HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) yakni Mardani H. Maming, menyampaikan nilai 3,4% tergolong rendah bagi tingkat wirausaha muda di Indonesia (Kencana, 2021). Kondisi ini jumlahnya lebih kecil dibanding beberapa negara tetangga misalnya Malaysia mencapai 5% dan Singapura 7%. Untuk mencapai status negara maju, Indonesia membutuhkan sekitar 12% wirausaha muda. Dari jumlah penduduk terdapat wirausaha muda saat ini sebesar 3,4%, hanya terdapat sekitar 10 juta entrepreneur di Indonesia, sementara untuk mencapai target 12%, diperlukan sekitar 32 juta entrepreneur. Mardani H. Maming juga menyatakan bahwa jika generasi muda Indonesia lebih berkeinginan mengambil pekerjaan sebagai PNS, karyawan swasta, Polri, TNI, dan semacamnya sesudah tamat dari perguruan tinggi maupun pendidikan SMA, maka dengan itu negara ini akan mengalami kesulitan ekonomi. Sehingga melakukan perubahan persepsi dan pola pikir oleh generasi muda sangat diperlukan (Kencana, 2021).

Upaya untuk meningkatkan jumlah entrepreneur di Indonesia, ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Barba-Sánchez et al., (2022) berpendapat, keahlian menemukan dan memanfaatkan kesempatan dengan inovasi dan kreativitas setiap individu, menjadi sebuah faktor internal yang memberi pengaruh pada minat berwirausaha atau *entrepreneurial intention*. Pemerintah Indonesia menyadari perlunya meningkatkan kewirausahaan, khususnya di kalangan generasi muda, untuk memenuhi permintaan angkatan kerja yang terus bertambah. Dengan setiap tahunnya penduduk usia kerja baru, bergabung pada pasar kerja diperkirakan berjumlah 2,9 juta, pemerintah menargetkan untuk meningkatkan rasio

kewirausahaan menjadi 3,95% dari total penduduk pada tahun 2024 (Supriyanto, Maulana, & Latif, 2024). Pemerintah Indonesia, melalui Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022, menetapkan target untuk menciptakan 1 juta wirausaha baru pada tahun 2024. Program Wirausaha Merdeka merupakan inisiatif atas Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) guna mendorong penuh perkembangan wirausaha di kalangan mahasiswa di Indonesia.

Kabupaten/Kota	Jumlah Perusahaan Industri Besar dan Sedang Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten		
	2019	2020	2021
Kab Pandeglang	10,00	8,00	13,00
Kab Lebak	29,00	26,00	42,00
Kab Tangerang	1 353,00	1 596,00	1 827,00
Kab Serang	309,00	349,00	362,00
Kota Tangerang	941,00	1 022,00	855,00
Kota Cilegon	103,00	99,00	88,00
Kota Serang	37,00	35,00	33,00
Kota Tangerang Selatan	145,00	156,00	179,00
Provinsi Banten	2 927,00	3 291,00	3 399,00

BPS, Survei Perusahaan Manufaktur Tahunan

Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Kab/Kota di Provinsi Banten

Sumber: BPS, 2022

Kabupaten Tangerang, sebagai bagian dari Banten, mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan, terutama dalam sektor UMKM. Menurut Radar Banten (2023), jumlah pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang mencapai 59.317, meningkat sekitar 33.339 dari tahun sebelumnya. Selain itu, jumlah pelaku UMKM di Tangerang Selatan mencapai 149.644, meningkat sekitar 49.921 dari tahun sebelumnya, serta jumlah pelaku UMKM di Kota Tangerang mencapai 58.000, meningkat sekitar 35.802 dari tahun sebelumnya. Berdasarkan berita lokal Tangerang Selatan, sektor-sektor utama yang mengalami pertumbuhan tertinggi pada tahun 2022 ialah reparasi sepeda motor dan mobil, akomodasi dan makanan-minuman, perdagangan eceran dan besar, serta jasa perusahaan. Ini menciptakan potensi besar bagi wirausaha di

Tangerang. Dukungan dari pemerintah dan instansi terkait, seperti Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, semakin memperkuat perkembangan wirausaha di daerah ini (BPS, 2022).

KODE_WILAYAH	KECAMATAN	TAHUN	JUMLAH
36.03.01	Balaraja	2021	33
36.03.18	Cikupa	2021	11
36.03.23	Cisauk	2021	0
36.03.05	Cisoka	2021	7
36.03.17	Curug	2021	0
36.03.32	Gunung Kaler	2021	5
36.03.04	Jambe	2021	1
36.03.02	Jayanti	2021	2
36.03.28	Kelapa Dua	2021	3
36.03.09	Kemiri	2021	0
36.03.14	Kosambi	2021	0
36.03.06	Kresek	2021	0
36.03.07	Kronjo	2021	2
36.03.20	Legok	2021	0
36.03.08	Mauk	2021	4
36.03.33	Mekar Baru	2021	2
36.03.22	Pagedangan	2021	0
36.03.15	Pakuhaji	2021	0
36.03.19	Panongan	2021	6
36.03.12	Pasar Kemis	2021	0
36.03.11	Rajeg	2021	0
36.03.16	Sepatan	2021	4
36.03.30	Sepatan Timur	2021	0
36.03.29	Sindang Jaya	2021	0
36.03.31	Solear	2021	4
36.03.10	Sukadiri	2021	0
36.03.27	Sukamulya	2021	13
36.03.13	Teluknaga	2021	0
36.03.03	Tigaraksa	2021	7

Gambar 1.2 Jumlah Wirausaha Muda di Kabupaten Tangerang Tahun 2021

Sumber: Kabupaten Tangerang Opendata

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa minat wirausaha muda di Kabupaten Tangerang masih rendah. Dari 29 kecamatan yang ada di Kabupaten Tangerang, hanya tiga kecamatan yang memiliki jumlah wirausaha muda tertinggi, yaitu kecamatan Balaraja dengan 33 orang, kecamatan Sukamulya dengan 13 orang, dan kecamatan Cikupa dengan 11 orang. Sementara itu, terdapat 14 kecamatan lain yang belum melahirkan wirausaha muda di wilayahnya. Selain itu, kebanyakan kecamatan memiliki jumlah wirausaha muda yang masih di bawah 10 orang. Berdasarkan data Kota Tangerang Selatan, wirausaha muda juga hanya mencapai 5.186 wirausaha muda dimana masih rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM di Tangerang Raya sudah banyak meningkat,

namun di balik kemajuan tersebut terdapat satu hal yang perlu mendapat perhatian serius, yaitu minimnya jumlah wirausaha muda di Tangerang. Padahal, wirausaha muda merupakan penerus estafet UMKM di masa depan.

Meskipun terjadi peningkatan jumlah UMKM di Tangerang Raya, terdapat gap yang signifikan dalam minat dan keberhasilan wirausaha muda. Terdapat satu hal yang perlu mendapat perhatian serius, yaitu minimnya kemampuan dan pengetahuan wirausaha muda dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka secara efektif. Survey GEM (Global Entrepreneurship Monitor) tahun 2022 menunjukkan bahwa 36.81% populasi Indonesia melihat peluang namun enggan memulai bisnis karena takut gagal, meningkat dari 23.5% pada tahun sebelumnya. Tingkat kegagalan usaha yang tinggi, seperti yang diungkapkan oleh Presiden Joko Widodo, dengan 80%-90% perusahaan rintisan yang tidak bertahan, menyoroti kelemahan dalam *entrepreneurial behavior* di Indonesia (Bestari, 2022).

Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya wirausaha ialah perguruan tinggi memberikan pendidikan kewirausahaan masih kurang (Rajasa, 2019). Pendidikan kewirausahaan atau *Entrepreneurship Education* merupakan komponen penting dalam membentuk perilaku dan tindakan calon wirausaha. Salah satu mekanisme kunci yang melaluinya pendidikan kewirausahaan mempengaruhi perilaku kewirausahaan adalah dengan memperkuat *Self Efficacy* (Raharjo et al., 2023). *Self Efficacy*, dalam konteks kewirausahaan, mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk berhasil menjalankan tugas kewirausahaan dan mencapai hasil yang diinginkan (Saptono et al., 2021). *Entrepreneurship Education* memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang diperlukan individu untuk mengembangkan dan memperkuat *Self Efficacy* kewirausahaan mereka (Soomro & Shah, 2022).

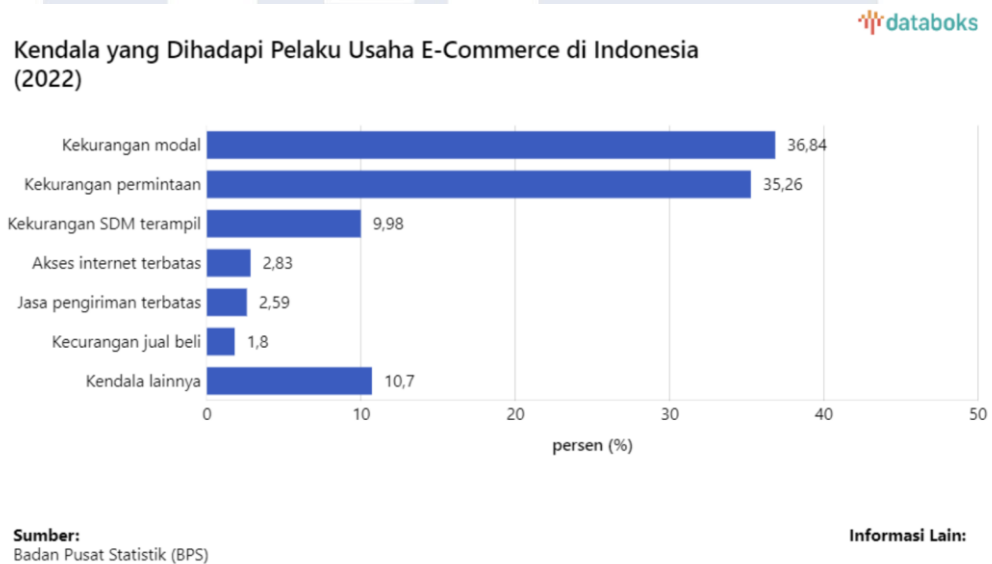
Melalui *Entrepreneurship Education*, individu dihadapkan pada berbagai aspek kewirausahaan, termasuk pembangkitan ide, perencanaan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan penilaian risiko (Saptono et al, 2021). Dengan terlibat dalam pengalaman pembelajaran langsung seperti studi kasus,

lokakarya, simulasi bisnis, dan proyek dunia nyata, calon wirausahawan mendapatkan wawasan praktis tentang proses kewirausahaan. Pemaparan ini membantu mereka membangun kepercayaan diri terhadap kemampuan mereka dalam menghadapi kompleksitas dalam memulai dan mengelola bisnis (Wardana et al., 2020)

Entrepreneurship Education memainkan peran penting dalam membentuk perilaku kewirausahaan mahasiswa di Kota Tangerang. Pengetahuan yang memadai tentang proses bisnis online memungkinkan mahasiswa untuk memahami dan mengadaptasi strategi yang efektif dalam mengelola usaha mereka. Tanpa pendidikan yang cukup, banyak pelaku UMKM kesulitan memahami dinamika lanskap digital, yang menghambat kemampuan mereka untuk berinovasi dan berkompetisi (Auliya et al., 2022). *Entrepreneurship Education* dapat meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, serta memberikan wawasan tentang cara mengatasi tantangan bisnis, sehingga mahasiswa dapat lebih percaya diri dan termotivasi untuk mengambil risiko dan berinovasi dalam usaha mereka.

Ketika individu mengalami kemajuan melalui program pendidikan kewirausahaan dan memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, kepercayaan diri mereka terhadap kemampuan kewirausahaan mereka tumbuh. Peningkatan efikasi diri ini memberdayakan mereka untuk mengambil inisiatif, bertahan dalam menghadapi tantangan, dan mengejar peluang kewirausahaan dengan tekad yang lebih besar sehingga menimbulkan *Entrepreneurial Behavior* (Wardana et al, 2020). Menurut McAdam & Cunningham, (2019) *Entrepreneurial Behavior* merujuk pada bagian dari aktivitas kewirausahaan yang melibatkan pemahaman, prediksi, dan pengaruh terhadap perilaku individu dalam konteks lingkungan kewirausahaan. Hasdiansa & Hasbiah (2023) menjelaskan bahwa *Entrepreneurial Behavior* adalah aktivitas dari para wirausahawan yang melihat peluang (bersifat oportunistis), mempertimbangkan dorongan nilai-nilai dalam lingkungan bisnis mereka (berorientasi nilai), siap menerima risiko, dan bersifat kreatif.

Dukungan keuangan memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku kewirausahaan dengan menyediakan sumber daya dan insentif yang diperlukan bagi individu untuk menjalankan usaha kewirausahaan. Pengusaha seringkali memerlukan modal untuk memulai atau mengembangkan bisnisnya, dan akses terhadap pendanaan dapat berdampak signifikan terhadap keputusan dan tindakan mereka (Yi, 2021). Dukungan keuangan dapat datang dalam berbagai bentuk, termasuk pinjaman, hibah, investasi, atau subsidi, dan hal ini dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan dalam beberapa cara.



Gambar 1.3 Kendala yang dihadapi pelaku usaha e-commerce di Indonesia 2022

Sumber: databoks, 2023

Dukungan institusi termasuk dukungan finansial, juga merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku kewirausahaan mahasiswa (Liguori & Winkler, 2020). Dukungan finansial, seperti modal ventura, kebijakan dukungan dari pemerintah daerah terhadap industri permodalan, dan peran perbankan, telah diakui sebagai komponen kunci dalam mendorong kewirausahaan (Fini, 2011; Nguyen, 2019). Penelitian oleh Pham (2019) menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi kontrol perilaku kewirausahaan dan akses keuangan. Temuan ini didukung oleh Laporan Statistik E-Commerce 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS), di mana

kurangnya modal tercatat sebagai kendala utama. Dari sekitar 31 ribu bisnis e-commerce yang disurvei, 36,84% pelaku usaha menghadapi masalah kekurangan modal yang diperlukan.

Financial Support mengurangi hambatan masuk bagi calon wirausaha. Banyak orang mungkin memiliki ide-ide inovatif atau keterampilan untuk memulai bisnis tetapi tidak memiliki modal yang diperlukan. Dengan menyediakan pendanaan, baik melalui pinjaman dari lembaga keuangan, hibah pemerintah, atau investasi dari pemodal ventura, calon wirausahawan dapat mengatasi hambatan keuangan dan mewujudkan ide mereka (Nguyen, 2020). Meningkatnya aksesibilitas terhadap modal mendorong lebih banyak individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, sehingga menghasilkan tingkat pembentukan usaha dan inovasi yang lebih tinggi dalam perekonomian (Liguori et al., 2019; Dharmanegara et al., 2022).

Financial Support juga merupakan faktor krusial dalam mempengaruhi perilaku kewirausahaan mahasiswa. Keterbatasan modal menghambat kemampuan UMKM untuk berinvestasi dalam teknologi digital dan strategi pemasaran yang efektif, yang penting untuk bersaing di pasar online yang semakin kompetitif (Budiarsih & Hartono, 2023). Mahasiswa, yang umumnya memiliki sumber daya finansial yang terbatas, menghadapi kesulitan tambahan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi persyaratan perizinan (Timur, 2023). Hal ini didukung oleh data Dinas Sosial Kota Tangerang yang hanya menyediakan bantuan Rp 6 juta per mahasiswa per tahun dengan kuota terbatas 300 mahasiswa. Tanpa dukungan finansial yang memadai, sulit bagi mereka untuk mengembangkan bisnis dan bersaing dengan UMKM lain yang lebih mapan. Oleh karena itu, akses ke pembiayaan yang lebih baik dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk menjalankan dan mengembangkan usaha mereka, sehingga mendorong perilaku kewirausahaan yang lebih proaktif dan inovatif.

Peran *self-efficacy* saat memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan keuangan pada perilaku kewirausahaan sudah dikaji dengan luas pada sejumlah tahun terakhir. Beberapa studi memperlihatkan, pendidikan

kewirausahaan mempunyai dampak positif pada efikasi diri berwirausaha yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku berwirausaha. Sebuah studi oleh Liñán et al., (2011) mendapat temuan, efikasi diri siswa secara signifikan dapat meningkat karena pendidikan kewirausahaan, dan sangat penting bagi keberhasilan kewirausahaan. Demikian pula, Izquierdo & Buelens (2011) menunjukkan pendidikan kewirausahaan memberi pengaruh signifikan dan positif pada efikasi diri siswa yang mendorong siswa untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Hassan et al., 2020) juga menyoroti pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membangun *self-efficacy* siswa yang tinggi. Penelitian ini menemukan, perguruan tinggi yang memberi pendidikan kewirausahaan mampu membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan untuk menjadi wirausaha, sehingga meningkatkan efikasi diri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *self-efficacy* dalam memediasi pengaruh *Entrepreneurship Education* dan *Financial Support* terhadap *Entrepreneurial Behavior* mahasiswa yang memiliki bisnis online di Tangerang. Berdasarkan *Social Cognitive Theory* oleh Bandura (1994), perilaku kewirausahaan dapat dipahami melalui variabel *self-efficacy*, yang menggambarkan keyakinan individu tentang kemampuan mereka untuk berhasil dalam tugas-tugas tertentu. Bandura (1994) menyatakan bahwa *self-efficacy* memengaruhi pilihan individu, usaha yang mereka investasikan, ketahanan mereka terhadap rintangan, dan ketekunan mereka dalam menghadapi tantangan (Mukhid, 2009). Dengan demikian, mahasiswa dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih termotivasi, lebih berani mengambil risiko, dan lebih proaktif dalam mengelola serta mengembangkan bisnis online mereka.

Entrepreneurial Behavior sangat dipengaruhi oleh *self-efficacy*, yang mencakup keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengorganisir dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan kewirausahaan. *Entrepreneurship Education* berperan penting dalam meningkatkan *self-efficacy* mahasiswa dengan memberikan pengetahuan,

keterampilan, dan pengalaman praktis yang diperlukan untuk sukses dalam berbisnis (Crespo et al., 2020). *Financial Support* juga merupakan faktor kunci yang dapat meningkatkan *self-efficacy* dengan menyediakan sumber daya yang diperlukan untuk mengimplementasikan ide-ide bisnis dan menghadapi tantangan finansial (Khaw et al., 2021). Maka dari itu berdasarkan latar belakang, penelitian ini berjudul: “Pengaruh *Entrepreneurship Education* dan *Financial Support* terhadap *Entrepreneurial Behavior* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Sebagai Mediator pada Mahasiswa di Tangerang yang Memiliki Bisnis Online”

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan rangkuman fenomena dan ulasan penelitian diatas, studi penulis memiliki tujuan guna mengkaji peran *self-efficacy* dalam memediasi pengaruh *entrepreneurship education* dan *financial support* pada *entrepreneurial behavior* mahasiswa yang memiliki bisnis online di Tangerang. Sehingga didapati judul penelitian yaitu Pengaruh *Entrepreneurship Education* dan *Financial Support* terhadap *Entrepreneurial Behavior* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Sebagai Mediator pada Mahasiswa di Tangerang yang Memiliki Bisnis Online.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti memiliki beberapa pertanyaan berdasarkan uraian yang telah dibahas sebelumnya

1. Apakah *entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis?
2. Apakah *financial support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online?
3. Apakah *entrepreneurship education* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online?
4. Apakah *financial support* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online?

5. Apakah *entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online?
6. Apakah *entrepreneurial self-efficacy* memediasi pengaruh *entrepreneurship education* terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online?
7. Apakah *entrepreneurial self-efficacy* memediasi pengaruh *financial support* terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas, adapun hal-hal yang menjadi tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Guna melihat pengaruh *entrepreneurship education* berpengaruh terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.
2. Guna melihat pengaruh *financial support* berpengaruh terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.
3. Guna melihat pengaruh *entrepreneurship education* berpengaruh terhadap *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.
4. Guna melihat pengaruh *financial support* berpengaruh terhadap *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.
5. Guna melihat pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.
6. Guna melihat pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* memediasi pengaruh *entrepreneurship education* terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.

7. Guna melihat pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* memediasi pengaruh *financial support* terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Tangerang yang memiliki bisnis online.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari adanya studi ini, penulis berharap tujuan penelitian tercapai dan hasilnya bermanfaat untuk masyarakat dan bisa digunakan bagi pengembangan penelitian terkait kewirausahaan dan semacamnya di masa depan.

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku kewirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa yang memiliki bisnis online. Melalui pemahaman tentang bagaimana *entrepreneurship education* dan *financial support* mempengaruhi *entrepreneurial behavior*, dan bagaimana *entrepreneurial self-efficacy* memediasi pengaruh kedua faktor tersebut terhadap perilaku kewirausahaan, penelitian ini dapat menyumbangkan pengetahuan baru untuk teori kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

- a) Secara praktis, studi ini bisa menyajikan wawasan berharga untuk lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan stakeholder terkait dalam mengembangkan program-program pendidikan kewirausahaan dan dukungan finansial yang lebih efektif untuk mahasiswa yang memiliki bisnis online di Tangerang. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang *bagaimana entrepreneurial self-efficacy* berperan sebagai mediator antara *entrepreneurship education*, *financial support*, dan perilaku kewirausahaan, mereka dapat merancang program-program yang lebih tepat sasaran untuk meningkatkan keterampilan, motivasi, dan keyakinan mahasiswa dalam mengembangkan bisnis online mereka.

b) Selain itu, bagi para mahasiswa yang memiliki bisnis online, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang peran penting self-efficacy dalam kesuksesan kewirausahaan mereka. Mereka dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengidentifikasi area di mana mereka perlu meningkatkan keyakinan diri mereka, serta untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana pendidikan kewirausahaan dan dukungan finansial dapat membantu mereka dalam mengembangkan dan mengelola bisnis online mereka dengan lebih efektif.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian dengan judul “Pengaruh *Entrepreneurship Education* dan *Financial Support* terhadap *Entrepreneurial Behavior* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Sebagai Mediator pada Mahasiswa di Tangerang yang Memiliki Bisnis Online” terdapat sejumlah pembatasan penelitian, hal ini dibutuhkan guna menjamin fokus dan keterkaitan topik yang nantinya akan dikaji. Di bawah ini merupakan batasan tersebut:

- 1) Variabel penelitian ini berjumlah 4 yaitu: *Entrepreneurial Behavior*, *Entrepreneurial Education*, *Financial Support*, dan *Entrepreneurial Self-Efficacy*.
- 2) Melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner online menggunakan Google Form.
- 3) Target audiens dari penelitian ini adalah Mahasiswa aktif yang berkuliah di wilayah Tangerang, serta sudah memiliki bisnis online.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan penelitian “Pengaruh *Entrepreneurship Education* dan *Financial Support* terhadap *Entrepreneurial Behavior* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Sebagai Mediator pada Mahasiswa di Tangerang yang Memiliki Bisnis ” yang terdiri dari 5 bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, merumuskan masalah, menetapkan tujuan dan manfaat penelitian, serta menetapkan ruang lingkup dan batasan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi landasan teori yang terkait dengan penelitian, misalnya Entrepreneurial Behavior, Entrepreneurial Education, Financial Support, dan Entrepreneurial Self-Efficacy. Di sini juga terdapat pembahasan mengenai hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memaparkan metodologi penelitian yang diterapkan, termasuk desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data, serta uji hipotesis yang akan dipilih guna menjawab pertanyaan penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini fokus pada analisis dan pembahasan hasil penelitian, meliputi profil responden, uji validitas dan reliabilitas, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian. Bab ini juga menilai konsistensi hasil penelitian berdasarkan teori-teori yang ada dan menjawab hipotesis yang dipaparkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran yang menjadi pengharapan peneliti agar dapat menyumbangkan manfaat untuk peneliti lain yang akan melaksanakan penelitian dengan topik sejenis, serta bermanfaat bagi masyarakat umum.