

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Management*

Manajemen adalah proses atau struktur yang melibatkan kepemimpinan atau pengarahan sekelompok individu menuju tujuan atau sasaran yang telah ditetapkan oleh organisasi. Proses ini dikenal sebagai "manajemen", sedangkan individu yang bertanggung jawab dalam melaksanakan proses ini disebut sebagai manajer atau pengelola (Kurniawan, 2019).

Menurut James A.F. Stoner, manajemen adalah proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengawasan terhadap aktivitas anggota organisasi serta pemanfaatan seluruh sumber daya organisasi untuk mencapai target yang telah ditetapkan. Definisi ini menekankan bahwa manajemen merupakan suatu kesatuan yang mencakup seluruh rangkaian aktivitas, mulai dari perencanaan hingga pengawasan, dalam memanfaatkan sumber daya untuk mencapai tujuan organisasi (Prihadi, 2020).

Management adalah proses kolaborasi dengan sumber daya dan individu untuk mencapai tujuan organisasi yang diinginkan. Semua ini dilakukan oleh manajer yang efektif. Mencapai tujuan organisasi adalah kunci untuk efektivitas. Efisiensi, di sisi lain, melibatkan mencapai tujuan dengan menggunakan sumber daya sebaik mungkin, termasuk uang, waktu, material, dan tenaga kerja (Bateman et al., 2019).

Terdapat fungsi-fungsi tradisional manajemen menurut Thomas S. Bateman, Scott A. Snell, dan Robert Konopaske dalam buku pengantar manajemen menyebutkan yaitu *Planning, Organizing, Leading* dan *Controlling* (Bateman et al., 2019) :

- a. ***Planning***, Perencanaan melibatkan penetapan sasaran yang ingin dicapai serta penentuan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai sasaran tersebut. Proses perencanaan mencakup evaluasi kondisi saat ini, proyeksi ke depan, penetapan tujuan, seleksi aktivitas yang akan dilakukan

oleh perusahaan, formulasi strategi bisnis, dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan organisasi. Rencana memberikan dasar bagi tindakan serta menetapkan sasaran yang besar untuk dicapai.

Karena *Planning* (perencanaan) adalah tahapan penting dalam pengambilan keputusan yang menentukan apa yang perlu dilakukan dan bagaimana caranya, berikut adalah langkah-langkah utama yang biasanya dijalani selama perencanaan formal: (Bateman et al., 2019):

1. *Situational Analysis*, Perencanaan dimulai dengan analisis situasional di mana perencana harus mengumpulkan, menafsirkan, dan merangkum semua informasi yang relevan dalam batas waktu dan sumber daya yang tersedia. Analisis situasional yang komprehensif mencakup studi tren saat ini, evaluasi kondisi saat ini, dan proyeksi untuk masa depan. Metode ini terfokus pada identifikasi kekuatan internal yang mempengaruhi organisasi atau unit kerja, sambil mempertimbangkan pengaruh lingkungan luar seperti dalam pendekatan sistem terbuka. Langkah ini menghasilkan identifikasi, diagnosis, dan analisis asumsi perencanaan serta masalah yang ada. Proses ini merupakan cara bagi perencana untuk mengumpulkan, menafsirkan, dan merangkum informasi terkait masalah perencanaan.
2. *Alternative Goals and Plans*, Berdasarkan analisis situasi, proses perencanaan perlu menghasilkan tujuan alternatif yang dapat dicapai serta rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Langkah ini menekankan kreativitas dan mendorong manajer dan karyawan untuk mempertimbangkan pekerjaan mereka dari perspektif yang lebih luas. Setelah serangkaian pilihan dibuat, keuntungan dari berbagai strategi dan tujuan akan dievaluasi. Sasaran merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh manajer. Rencana, di sisi lain, harus mencakup alternatif tindakan untuk mencapai setiap tujuan, sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya, dan hambatan yang mungkin muncul.
3. *Goal and Plan Evaluation*, Berikutnya, manajer akan mengevaluasi keuntungan, kerugian, dan dampak yang mungkin dari setiap tujuan dan

rencana. Mereka harus memprioritaskan tujuan mereka dan menghapus beberapa di antaranya. Selain itu, mereka akan mempertimbangkan dengan cermat dampak dari rencana alternatif untuk mencapai tujuan prioritas tinggi mereka. Secara khusus, mereka akan memberikan perhatian yang besar pada biaya dari setiap inisiatif dan hasil investasi yang mungkin dihasilkan.

4. *Goal and Plan Selection*, Setelah menilai tujuan dan rencana, manajer berupaya memilih yang terbaik. Proses evaluasi membantu dalam menentukan trade-off dan tindakan lanjut. Selama proses ini, penilaian yang berpengalaman selalu sangat penting. Proses perencanaan biasanya menghasilkan serangkaian rencana dan tujuan tertulis yang sesuai dan cocok untuk berbagai situasi. Di beberapa organisasi, proses evaluasi, pembuatan alternatif, dan seleksi menghasilkan skenario perencanaan yang paling mungkin. Namun, jika keadaan berubah dan situasi lain timbul, manajer juga akan siap untuk menggunakan rencana lain. Metode ini membantu bisnis mengantisipasi dan mengelola masalah serta memungkinkan respons yang lebih fleksibel dan adaptif.
5. *Implementation*, Manajer harus menetapkan tujuan dan rencana untuk mencapainya. Untuk mencapai tujuan tersebut, rencana harus diimplementasikan dan diintegrasikan dengan sistem lain dalam organisasi, terutama sistem anggaran dan penghargaan. Jika manajer tidak memiliki anggaran dan sumber daya keuangan yang diperlukan untuk melaksanakan rencana tersebut, maka kemungkinan rencana tersebut akan gagal. Demikian pula, pencapaian tujuan harus terhubung dengan sistem pelaksanaan yang ada.
6. *Monitor and Control*, Pemantauan dan pengendalian merupakan langkah keenam dalam proses perencanaan formal yang memiliki peran sangat penting. Tanpanya, tidak mungkin untuk mengetahui keberhasilan rencana. Penting diingat bahwa perencanaan adalah proses yang berkelanjutan dan berulang. Manajer harus terus memeriksa kinerja aktual unit kerjanya untuk menilai pencapaian tujuan dan

rencananya. Selain itu, mereka harus menyusun sistem pengendalian yang memungkinkan mereka untuk mengukur kinerja dan melakukan perbaikan saat diperlukan.

- b. **Organizing**, Mengumpulkan dan mengatur sumber daya seperti manusia, keuangan, fisik, dan informasi lainnya adalah bagian dari proses pengorganisasian untuk mencapai tujuan. Pengorganisasian melibatkan memastikan bahwa orang terlibat dalam organisasi, menetapkan detail tugas yang harus dilakukan, membagi pekerjaan menjadi unit kerja, mengatur dan membagi sumber daya, serta menciptakan lingkungan di mana orang dan benda dapat bekerja bersama secara efektif untuk mencapai kesuksesan maksimal.

Terdapat dua konsep tambahan menurut (Bateman et al., 2019) yaitu Differentiation dan Integration:

1. *Differentiation*, Diferensiasi dalam suatu organisasi terjadi melalui proses pembagian kerja dan spesialisasi. Pembagian kerja mengacu pada penguraian pekerjaan dalam organisasi menjadi tugas-tugas yang lebih kecil. Di sisi lain, spesialisasi menunjukkan bahwa individu atau kelompok memiliki tanggung jawab yang berbeda atas bagian-bagian kecil dari pekerjaannya.
2. *Integration*, Ketika organisasi membedakan strukturnya, manajer perlu memberikan strategi terbaik untuk menyatukan berbagai macam kegiatan yang mereka lakukan. Unit-unit yang berbeda merupakan bagian dari satu kesatuan organisasi, dan komunikasi serta kerja sama di antara mereka sangat penting. Integrasi, bersama dengan konsep terkaitnya yaitu koordinasi, merujuk kepada proses yang menghubungkan berbagai bagian organisasi untuk mencapai tujuan organisasi secara keseluruhan. Integrasi dapat diperoleh melalui mekanisme struktural untuk meningkatkan kerja sama dan koordinasi, dimana setiap aktivitas kerja yang menghubungkan unit-unit kerja yang berbeda memiliki tujuan untuk memfasilitasi integrasi.

- c. **Leading**, merupakan cara untuk mendorong karyawan untuk berkinerja tinggi, yang mencakup memotivasi dan berkomunikasi dengan karyawan secara individu dan kelompok. Memimpin juga melibatkan hubungan langsung dengan orang-orang, membantu mereka membimbing dan menginspirasi mereka untuk mencapai tujuan tim dan organisasi. Memimpin dapat terjadi di tim, departemen, dan divisi, serta di puncak organisasi besar.

Terdapat dua macam kepemimpinan menurut (Bateman, Snell, dan Konopaske 2019) sebagai berikut :

1. *Charismatic Leadership*, Pemimpin yang karismatik adalah mereka yang memiliki dominasi dan keyakinan diri yang luar biasa, serta teguh pada kebenaran moral dalam keyakinan mereka. Mereka bertujuan membangun citra kompetensi dan prestasi yang kuat serta meningkatkan tingkat kepercayaan diri pengikutnya. Karisma pemimpin ini seringkali menarik dan menginspirasi pengikutnya, memotivasi mereka untuk bekerja menuju tujuan bersama dengan semangat yang tinggi. Dengan kepribadian yang kuat dan karisma yang meyakinkan, pemimpin karismatik mampu memengaruhi, menggerakkan, dan mengarahkan orang-orang di sekitarnya dengan efektif. Ini dapat menciptakan lingkungan kerja yang dinamis dan memicu pencapaian yang luar biasa.
2. *Transformational Leadership*, Pemimpin yang transformational adalah mereka yang menginspirasi orang dengan mengutamakan kepentingan organisasi di atas kepentingan pribadi mereka sendiri. Mereka mampu menciptakan kegembiraan dan memberikan energi baru kepada organisasi. Pendekatan transformasional dalam kepemimpinan melebihi model transaksional yang lebih tradisional. Pemimpin transaksional melihat manajemen sebagai serangkaian transaksi, menggunakan kekuatan formal, insentif, dan tekanan untuk memberikan instruksi, memberi penghargaan, atau memberikan imbalan sebagai balasan atas kinerja yang diberikan.

d. **Controlling**, atau pengawasan bertujuan memastikan bahwa operasi berjalan sesuai dengan tujuan, visi misi, dan peraturan perusahaan. Proses pengawasan dilakukan setelah pekerjaan selesai, dimana kinerja dievaluasi untuk memeriksa kesesuaian dengan rencana dan target perusahaan. Manajemen menilai keberhasilan dan efektivitas kerja, melakukan koreksi, serta mengusulkan solusi alternatif untuk masalah yang muncul selama proses kerja.

Terdapat 4 langkah utama dari “*typical control system*” yaitu sebagai berikut (Bateman, Snell, dan Konopaske 2019) :

1. *Setting Performace Standards*, Setiap organisasi memiliki tujuan seperti profitabilitas, kepuasan pelanggan, dan pengendalian biaya. Tingkat kinerja ditetapkan untuk tujuan tertentu yang disebut sebagai standar. Standar ini memotivasi kinerja, menetapkan tingkat kinerja yang diinginkan, dan berfungsi sebagai tolak ukur untuk menilai kinerja aktual. Standar dapat dibuat untuk semua aktivitas, termasuk keuangan, operasional, kepatuhan hukum, kontribusi amal, dan dampak sosial. Ada empat langkah utama dalam menetapkan standar kinerja, yaitu kuantitas, kualitas, waktu yang digunakan, dan biaya.
2. *Measuring Performance*, Evaluasi tingkat kinerja merupakan langkah kedua dalam proses pengendalian. Data kinerja biasanya diperoleh dari tiga sumber, yaitu pengamatan pribadi, laporan tertulis, dan laporan lisan. Laporan tertulis mencakup laporan yang dihasilkan oleh komputer, memungkinkan perusahaan untuk mengumpulkan data kinerja dalam jumlah besar melalui kemampuan pengumpulan dan analisis data komputer. Laporan lisan terjadi ketika manajer berhubungan langsung dengan tenaga penjualan setiap hari untuk melaporkan masalah, pencapaian, dan tanggapan pelanggan. Pengamatan pribadi melibatkan observasi langsung terhadap aktivitas di lapangan.
3. *Comparing Performance with the Standards*, Manajer dapat mengevaluasi kinerja berdasarkan data yang relevan. Penyimpangan kecil dari standar mungkin dapat diterima dalam beberapa kegiatan,

tetapi penyimpangan kecil dari standar dapat berdampak serius dalam kegiatan lain. Manajer pengawasan harus dengan hati-hati menganalisis dan mengevaluasi hasilnya, mempertimbangkan kegagalan saat membandingkan kinerja dengan standar. Kegagalan dapat berupa komentar dari pelanggan yang tidak puas atau senang dengan layanan, atau komponen yang rusak di jalur perakitan.

4. *Taking Action to Correct Problems and Reinforce Successes*, Mengatasi penyimpangan yang signifikan adalah langkah terakhir dalam proses pengendalian. Langkah ini memastikan bahwa operasi disesuaikan untuk mencapai hasil yang direncanakan lebih baik, atau jika ada berita tentang kinerja yang baik, operasi dapat dilanjutkan untuk mencapai hasil yang luar biasa tersebut. Manajer harus mengambil tindakan cepat dan tegas ketika mereka melihat perubahan yang signifikan.

2.1.2 Entrepreneur

Kewirausahaan adalah tindakan mandiri yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan menciptakan atau memperoleh barang atau jasa, yang kemudian digunakan untuk meraih keuntungan komersial dan sosial. (Muniarty et al., 2021). Dess menggambarkan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk mengubah ide menjadi tindakan nyata, melibatkan kreativitas, inovasi, dan pengambilan risiko. Selain itu, kewirausahaan memerlukan keterampilan dalam merencanakan dan melaksanakan proyek untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. (Dees, 1998 dalam Sartono dan Sutrismi 2020).

Menurut Nasution (2009:3), Seorang entrepreneur adalah individu yang memiliki keberanian untuk memulai, mengelola, dan memperluas usaha dengan memanfaatkan kemampuannya dalam mengakuisisi bahan baku dan sumber daya yang dibutuhkan. Mereka menciptakan produk dengan nilai tambah yang memenuhi kebutuhan konsumen dan berhasil menjualnya dengan tujuan memberikan manfaat optimal bagi karyawan, diri sendiri, perusahaan, dan komunitas sekitarnya. (Karyono & Otong, 2020)

Dalam (Sanawiri dan Muhammad, 2018), Thomas W. Zimmerer mengidentifikasi beberapa ciri kewirausahaan, termasuk: bertanggung jawab terhadap tindakan yang diambil, memilih untuk menghindari risiko ekstrem, memiliki keyakinan diri dalam meraih kesuksesan, menginginkan feedback dengan cepat, menunjukkan dedikasi dan kerja keras untuk mencapai aspirasi masa depan, berfokus dan memiliki visi progresif, mengatur dan mengoptimalkan sumber daya, serta lebih mengutamakan pencapaian daripada aspek finansial. (Sundari & Lestari, 2022).

Menunjukkan bahwa wirausaha yang sukses dalam bisnis adalah orang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen, bisnis, dan jaringan (Bateman et al., 2019) Beberapa kepribadian yang kemungkinan besar sukses sebagai wirausaha jika:

1. Komitmen dan Tekad: Wirausaha yang sukses adalah mereka yang memiliki ketegasan, ketekunan, kedisiplinan, kemauan untuk berkorban, dan keterlibatan dalam usaha mereka, yang dipengaruhi oleh semangat berwirausaha.
2. Kepemimpinan: Mereka memiliki kemampuan untuk memulai, membangun tim, dan memimpin, serta menyampaikan tujuan masa depan perusahaan.
3. Obsesi terhadap peluang: Wirausaha terobsesi dengan menciptakan dan meningkatkan nilai serta memahami kebutuhan pelanggan yang didorong oleh pasar.
4. Toleransi terhadap risiko, ambiguitas, dan ketidakpastian: Mereka adalah pengambil risiko yang diperhitungkan, tahan stres, dan mampu menyelesaikan masalah.
5. Kreativitas, kemandirian, dan kemampuan beradaptasi: Wirausaha berpikiran terbuka, mudah belajar, mudah beradaptasi, kreatif, dan sangat memperhatikan detail.
6. Menunjukkan bahwa wirausaha yang sukses dalam bisnis adalah orang yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen, bisnis, dan jaringan (Bateman, Snell, dan Konopaske, 2019).

Beberapa kepribadian yang kemungkinan besar sukses sebagai wirausaha jika:

1. Komitmen dan Tekad: Wirausaha yang sukses adalah mereka yang memiliki ketegasan, ketekunan, kedisiplinan, kemauan untuk berkorban, dan keterlibatan dalam usaha mereka, yang dipengaruhi oleh semangat berwirausaha.
2. Kepemimpinan: Mereka memiliki kemampuan untuk memulai, membangun tim, dan memimpin, serta menyampaikan tujuan masa depan perusahaan.
3. Obsesi terhadap peluang: Wirausaha terobsesi dengan menciptakan dan meningkatkan nilai serta memahami kebutuhan pelanggan yang didorong oleh pasar.
4. Toleransi terhadap risiko, ambiguitas, dan ketidakpastian: Mereka adalah pengambil risiko yang diperhitungkan, tahan stres, dan mampu menyelesaikan masalah.
5. Kreativitas, kemandirian, dan kemampuan beradaptasi: Wirausaha berpikiran terbuka, mudah belajar, mudah beradaptasi, kreatif, dan sangat memperhatikan detail.
6. Motivasi untuk berprestasi: Mereka memiliki orientasi hasil yang kuat, menetapkan tujuan yang tinggi, mengetahui kekuatan dan kelemahan mereka, dan fokus pada apa yang bisa mereka lakukan.

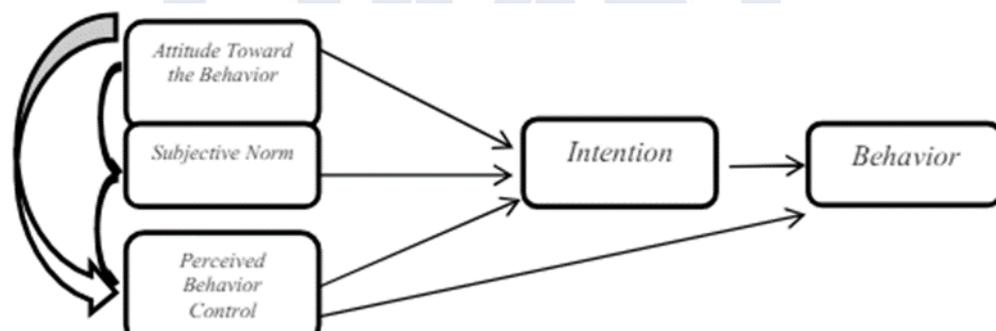
2.1.3 Theory of Planned Behavior

Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior/TPB*) adalah kerangka kerja psikologis yang dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk memahami dan meramalkan perilaku manusia. Menurut TPB, perilaku aktual seseorang dalam melakukan suatu tindakan tertentu dipengaruhi secara langsung oleh niat perilakunya. Niat perilaku merupakan ukuran dari kemauan seseorang untuk mengerahkan usaha pada saat melakukan perilaku tertentu. (Ajzen, 2021)

Niat perilaku ini dipengaruhi oleh tiga faktor utama: (Al Hafiz, 2022)

1. Sikap (Attitude): Ini mencakup evaluasi subjektif seseorang terhadap tindakan tersebut, apakah dianggap positif atau negatif. Misalnya, jika seseorang memiliki sikap positif terhadap olahraga, mereka mungkin memiliki niat yang kuat untuk berolahraga secara teratur.
2. Norma Subjektif (Subjective Norm): Ini mencakup persepsi individu tentang ekspektasi sosial yang relevan. Dalam hal ini, seseorang mempertimbangkan pandangan orang lain yang penting bagi mereka. Misalnya, jika teman-teman atau keluarga mengharapkan seseorang untuk berolahraga, ini dapat mempengaruhi niat seseorang untuk melakukannya.
3. Kontrol Perilaku (Behavioral Control): Ini mencakup persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut. Faktor-faktor seperti keterampilan, sumber daya, dan hambatan fisik atau lingkungan bisa memengaruhi kontrol perilaku. Misalnya, jika seseorang merasa mudah untuk mengakses fasilitas olahraga, ini dapat meningkatkan niat mereka untuk berolahraga.

Dengan demikian, kombinasi dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku membentuk niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan, yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan mereka untuk bertindak.



Gambar 2. 1 Theory of Planned Behavior

Sumber : (Ajzen, 2021)

Theory of Planned Behavior merupakan sebuah kerangka kerja psikologis yang digunakan untuk memahami perilaku manusia. Teori ini menekankan bahwa intensi perilaku dipengaruhi oleh tiga variabel utama:

sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Teori perilaku terencana menekankan bahwa intensi individu untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh kombinasi dari ketiga variabel ini. Intensi ini pada gilirannya menjadi prediktor perilaku nyata. Namun, penting untuk diingat bahwa faktor lain di luar teori ini juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang, seperti faktor lingkungan atau kondisi psikologis individu.

Norma subjektif mengacu pada pandangan orang lain tentang perilaku tersebut, sementara persepsi kontrol perilaku berkaitan dengan seberapa percaya individu bahwa mereka mampu atau tidak mampu melakukan perilaku tersebut. Dalam konteks mahasiswa, mereka dapat dipengaruhi oleh pandangan dan saran dari orang tua, teman, dan guru mereka. Jika mereka mendapatkan dukungan dan pandangan positif dari lingkungan mereka tentang perilaku tertentu, ini dapat mempengaruhi niat mereka untuk melakukannya. Selain itu, tingkat kepercayaan diri siswa dalam melakukan perilaku tersebut juga memainkan peran penting. Semakin mereka percaya bahwa mereka mampu melakukannya, semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk melakukannya.

2.1.4 Subjective Norms

Norma subjektif adalah pandangan atau keyakinan yang dimiliki individu tentang apa yang dianggap benar atau salah, sesuai atau tidak sesuai dalam suatu konteks tertentu, seperti perilaku atau nilai-nilai. Lingkungan sosial yang beragam tersebut memberikan pengalaman dan interaksi yang unik bagi individu. Misalnya, dalam keluarga, individu mungkin terpapar pada nilai-nilai tertentu yang dianggap penting oleh keluarga tersebut. Di sekolah atau lingkungan pendidikan, individu dapat dipengaruhi oleh norma-norma akademik dan sosial yang diterapkan. Sementara itu, dalam masyarakat luas, norma-norma budaya dan etika dapat memainkan peran penting dalam membentuk pandangan individu tentang perilaku yang diterima atau tidak.

Media massa juga memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk norma subjektif. Melalui berbagai platform media, individu dapat terpapar pada berbagai pandangan, nilai, dan perilaku yang dipromosikan atau dipermalukan. Hal ini dapat memengaruhi cara individu memandang dunia dan mempengaruhi norma subjektif mereka. Ketika individu menerima pandangan-pandangan dari lingkungan sosial mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung, mereka cenderung mempertimbangkan norma subjektif tersebut dalam pengambilan keputusan dan perilaku mereka sehari-hari. Dengan demikian, keberlakuan norma subjektif menjadi relevan dalam memahami bagaimana individu berinteraksi dengan lingkungan mereka dan bagaimana mereka membentuk identitas dan perilaku mereka.

a. Pengertian *Subjective Norm*

Subjective Norm merujuk pada persepsi individu tentang dukungan atau tekanan sosial dari orang lain terkait pelaksanaan suatu tindakan atau perilaku tertentu (Aruan, 2021). Hal ini mencakup keyakinan individu tentang sejauh mana orang-orang di sekitarnya akan mendukung atau menentang tindakan tersebut, serta sejauh mana individu merasa tertekan atau dipengaruhi oleh pandangan atau saran orang lain dalam mengambil keputusan (Hasan, 2020).

Kemudian Hogg dan Vaughan dalam (Jain, 2020) memberikan penjelasan bahwa *Subjective Norm* adalah hasil dari persepsi individu tentang keyakinan yang dimiliki orang lain. Orang lain yang dipercaya dapat memberikan panduan tentang hal yang tepat untuk melakukan sesuatu. Selanjutnya, menurut (Ajzen, 2021), *Subjective Norm* merupakan keyakinan seseorang tentang apakah individu atau kelompok tertentu menyetujui atau tidak menyetujui suatu perilaku, dengan melibatkan atau tidak melibatkan referensi sosial yang diperoleh. Dengan kata lain, *Subjective Norm* adalah faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku seseorang berdasarkan persepsi mereka tentang ekspektasi dan norma yang dimiliki oleh orang lain atau kelompok tertentu.

Dalam konteks teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dijelaskan oleh (Wang, 2020), *Subjective Norm* merupakan salah satu dari tiga variabel yang mempengaruhi niat individu untuk melakukan suatu perilaku. Variabel lainnya adalah *Attitude toward Behavior* (sikap terhadap perilaku) dan *Perceived Behavioral Control* (persepsi atas kendali perilaku). *Subjective Norm* mencerminkan sejauh mana individu merasa tekanan sosial dari orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Ini tidak hanya mencakup harapan-harapan dari orang-orang tersebut, tetapi juga sejauh mana individu memperhatikan dan memperhitungkan pandangan-pandangan tersebut dalam pengambilan keputusan.

Jadi, sementara sikap terhadap perilaku didasarkan pada keyakinan individu tentang konsekuensi perilaku itu sendiri (*behavioral belief*), *Subjective Norm* didasarkan pada keyakinan individu tentang pandangan orang-orang lain tentang perilaku tersebut (*normative belief*). Dengan demikian, *Subjective Norm* lebih berkaitan dengan persepsi individu tentang tekanan sosial atau norma-norma yang diterapkan oleh orang-orang yang berpengaruh dalam kehidupannya.

Norma subjektif merujuk pada persepsi individu tentang harapan dari orang-orang di sekitarnya yang dianggap penting dalam memandu perilaku atau keputusan mereka. Dalam konteks berwirausaha, norma subjektif mencerminkan bagaimana seorang siswa memandang harapan dan panduan dari orang-orang terdekat seperti orang tua, keluarga, teman dekat, guru, dan figur otoritatif lainnya dalam hal memulai dan menjalankan usaha. Persepsi ini dapat mempengaruhi sejauh mana seseorang merasa didukung dan terdorong untuk mengejar karir wirausaha. Sebagai contoh, jika seorang siswa merasa bahwa orang-orang terdekatnya mengharapkan atau mendukungnya untuk menjadi seorang wirausaha, maka kemungkinan besar ia akan merasa lebih termotivasi dan percaya diri untuk mengejar tujuan tersebut. Sebaliknya, jika persepsi mereka adalah sebaliknya, maka hal itu dapat menjadi hambatan bagi niat mereka untuk berwirausaha. Oleh

karena itu, penting bagi pendidik dan pembimbing untuk memperhatikan peran norma subjektif dalam membentuk sikap dan motivasi siswa terhadap kewirausahaan.

b. Indikator *Subjective Norm*

Subjective Norm menurut *Theory of Planned Behavior* dapat diukur melalui indikator yang diturunkan dari pengukuran *Subjective Norm* menurut (Alienda, 2022) sebagai berikut:

1. Keyakinan dari peran keluarga dalam memulai usaha,
2. Keyakinan dukungan teman dalam usaha,
3. Keyakinan dukungan dari guru
4. Keyakinan dukungan dari pengusaha-pengusaha sukses,
5. Keyakinan dukungan usaha dari orang-orang yang di anggap penting.

c. Komponen *Subjective Norm*

Subjective Norm dapat dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih untuk berwirausaha atau tidak. Hal ini dikarenakan *Subjective Norm* melibatkan persepsi individu terhadap harapan orang lain terhadap dirinya (*normatif belief*) serta kesediaan individu untuk mengikuti pendapat atau pikiran orang lain yang dianggap penting (*motivational to comply*).

Dalam konteks berwirausaha, jika seseorang memiliki *normatif belief* yang kuat bahwa orang-orang di sekitarnya mengharapkan dia untuk menjadi seorang pengusaha, serta memiliki motivasi yang tinggi untuk mematuhi harapan tersebut, maka kemungkinan besar individu tersebut akan cenderung memilih untuk berwirausaha. Sebaliknya, jika *normatif belief*-nya tidak mendukung atau jika motivasinya untuk mematuhi harapan orang lain rendah, maka kecenderungan untuk memilih tidak berwirausaha mungkin lebih besar.

Dengan demikian, pemahaman tentang *Subjective Norm* dapat memberikan wawasan yang berharga dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan seseorang untuk memilih jalur wirausaha.

2.1.5 *Perceived Behavioural Control*

Konsep kontrol perilaku dalam Model *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh (Ajzen, 2021). Dalam TPB, kontrol perilaku memainkan peran penting dalam mempengaruhi intensi individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. *Control beliefs* adalah keyakinan individu tentang faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghalangi mereka dalam melakukan perilaku tertentu. Keyakinan ini bisa berasal dari pengalaman pribadi, pengamatan terhadap orang lain, serta informasi dan pengetahuan yang dimiliki individu.

Perasaan individu tentang seberapa mudah atau sulit untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk persepsi mereka terhadap faktor pendukung dan penghambat. Semakin banyak faktor pendukung yang dirasakan individu dan semakin sedikit faktor penghambat yang mereka hadapi, semakin besar kontrol yang mereka rasakan atas perilaku tersebut. Konsep kontrol perilaku ini sangat relevan dalam merancang intervensi untuk mengubah perilaku. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol perilaku individu, kita dapat mengidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan intensi dan implementasi perilaku yang diinginkan.

2.1.6 *Perceived Behavioural Control*

a. *Pengertian Perceived Behavioural Control*

Menurut (Aitken, 2020) mengemukakan bahwa “Persepsi kontrol perilaku atau dapat disebut dengan kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu.” Menurut (Ajzen, 2021) “Kontrol Perilaku (*perceived behavioral control*) menggambarkan tentang perasaan kemampuan diri (*self efficacy*) individu dalam melakukan suatu perilaku.”

Kontrol perilaku (*Perceived behavioral control*) merupakan salah satu variabel yang ditambahkan dalam *Theory of Planned Behavior* dalam rangka memprediksi suatu perilaku dengan melalui intensi (Baharuddin, 2022).

Perceived behavioral control (PBC) merupakan konsep yang penting dalam teori perilaku terencana (TPB) yang dikemukakan oleh Icek (Ajzen, 2021). PBC mengacu pada persepsi atau keyakinan seseorang tentang sejauh mana ia dapat mengendalikan perilaku tertentu. Dalam konteks karir sebagai wirausaha, PBC mencakup pemahaman individu tentang kemampuan mereka untuk mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan dalam berwirausaha, seperti kemampuan, keterampilan, sumber daya, dan peluang yang tersedia.

Jika seseorang merasa memiliki tingkat kontrol yang tinggi terhadap perilaku wirausaha dan merasa mampu mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin muncul, maka hal ini cenderung meningkatkan intensi mereka untuk menjadi seorang wirausaha. Dengan kata lain, semakin tinggi *perceived behavioral control* seseorang terhadap menjalankan perilaku wirausaha, semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat atau intensi untuk benar-benar melakukan perilaku tersebut.

b. Indikator *Perceived Behavioural Control*

Perceived Behavioural Control menurut (Ajzen, 2021) dapat memprediksi seberapa besar niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Indikator kontrol perilaku menurut Ajzen yaitu sebagai berikut:

1. Keyakinan kontrol (*control Beliefs Strength*), yaitu keyakinan-keyakinan mengenai sumber-sumber dan kesempatan yang dibutuhkan (*requisite resources and opportunities*) untuk memunculkan perilaku tertentu, diantaranya:
 - a. Memiliki keyakinan yang kuat dalam memulai usaha
 - b. Kepercayaan diri mengelola usaha
 - c. Memiliki jiwa kepemimpinan dalam berwirausaha

2. Kekuatan control (*control Beliefs Power*), yaitu persepsi individu mengenai seberapa kuat control tersebut untuk mempengaruhi dirinya dalam memunculkan tingkah laku sehingga memudahkan atau menyulitkan pemunculan tingkah laku tersebut, diantaranya:
 - a. Keyakinan sukses dalam berwirausaha
 - b. Keyakinan memiliki pemikiran kreatif dalam berwirausaha

c. Komponen *Perceived Behavioural Control*

Theory planned of Behavior dari (Ajzen, 2021) menjelaskan bahwa komponen-komponen yang terdapat dalam persepsi kontrol perilaku seseorang yaitu sebagai berikut:

1. Pengalaman

Keyakinan seseorang dalam melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh pengalaman yang telah dilaluinya. Jika seseorang merasa bahwa perilaku yang akan dilakukannya terkait dengan pengalaman sulit dimasa lalu, maka keyakinan untuk melakukan hal tersebut cenderung akan sulit.

2. Informasi

Keyakinan dalam diri seseorang untuk melakukan perilaku tertentu mempertimbangkan informasi yang melekat pada perilaku tersebut, artinya seseorang akan memiliki persepsi mudah atau sulit melakukan perilaku tertentu tergantung pada informasi.

2.1.7 *Self Efficacy*

a. Teori Dasar dan Pengertian *Self Efficacy*

Konsep *Self Efficacy* merupakan salah satu bagian penting dari teori kognitif sosial yang dikembangkan oleh Albert Bandura. *Self efficacy* merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam melakukan tugas-tugas tertentu atau mencapai tujuan yang diinginkan. Hal ini mempengaruhi bagaimana individu memilih tindakan mereka, seberapa keras mereka berusaha, dan seberapa lama mereka bertahan dalam menghadapi rintangan (Munawar, 2019).

Teori kognitif sosial sendiri merupakan pengembangan dari teori pembelajaran sosial yang diajukan oleh Albert Bandura. Teori pembelajaran sosial menekankan bahwa manusia belajar tidak hanya melalui pengalaman langsung, tetapi juga melalui pengamatan dan peniruan perilaku orang lain. Dalam konteks ini, self efficacy memainkan peran penting karena dapat memengaruhi seberapa efektif individu dalam meniru perilaku yang diamati dari orang lain (Shoimah, 2019)

Dengan demikian, konsep *Self Efficacy* tidak hanya memengaruhi bagaimana individu menghadapi tugas-tugas yang dihadapinya, tetapi juga bagaimana mereka belajar dan meniru perilaku dari lingkungan sosial mereka.

Bandura mengemukakan konsep "self-efficacy", yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri untuk melakukan suatu tindakan. Menurutnya, self-efficacy memengaruhi motivasi, usaha, dan ketekunan individu dalam mencapai tujuan. Dalam konteks perubahan perilaku, teori kognitif sosial menekankan pentingnya faktor internal seperti keyakinan diri dan persepsi individu terhadap lingkungan dalam membentuk dan mengubah perilaku (Lianto, 2019)..

Bandura melihat teori kognitif sosial sebagai alternatif terhadap pendekatan-pendekatan yang terlalu deterministik, seperti behaviorisme yang hanya menekankan pengaruh lingkungan eksternal, dan psikoanalisis yang menekankan peran tak sadar dan masa lalu individu dalam membentuk perilaku. Dengan demikian, teori kognitif sosial menyediakan kerangka kerja yang lebih komprehensif untuk memahami pembelajaran, perubahan perilaku, dan pengembangan diri individu.

Teori Bandura memang menarik karena mengintegrasikan pandangan humanistik dan eksistensial dalam pemahaman tentang perilaku manusia. Konsep *self-efficacy* yang dikemukakannya memberikan pemahaman yang dalam tentang bagaimana keyakinan individu terhadap kemampuan mereka memengaruhi perilaku dan pencapaian mereka. Dalam konteks kepuasan kerja, *self-efficacy* dapat menjadi faktor yang sangat

penting. Ketika seseorang percaya bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mencapai hasil atau menyelesaikan tugas dengan baik, hal itu dapat meningkatkan motivasi dan kinerja mereka. Keyakinan diri yang kuat juga dapat membantu mengatasi tantangan dan hambatan yang mungkin timbul dalam lingkungan kerja (Lianto, 2019).

Memahami bahwa *self-efficacy* merupakan kepercayaan yang muncul dan dimiliki setiap individu adalah penting. Ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki potensi untuk mengembangkan keyakinan diri yang kuat dalam kemampuan mereka, asalkan mereka diberi dukungan dan pengalaman yang sesuai.

Dengan demikian, memperhatikan dan memperkuat *self-efficacy* dalam konteks kepuasan kerja dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan dan kinerja karyawan. Ini bisa dilakukan melalui memberikan umpan balik positif, memberikan pelatihan dan pengembangan yang relevan, serta menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pertumbuhan dan kepercayaan diri (Sumaila, 2022).

Dapat disimpulkan bahwa *Self-efficacy* memang merupakan konsep psikologis yang mengacu pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil dalam mencapai tujuan atau mengatasi tantangan tertentu. Keyakinan ini sangat memengaruhi perilaku, motivasi, dan pencapaian individu dalam berbagai bidang kehidupan.

b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi *Self Efficacy*

Menurut (Battu, 2022) ada beberapa faktor yang mempengaruhi *self efficacy* yaitu :

1. Pengalaman Keberhasilan (*Mastery Experineces*)

Jika seseorang menyalahkan keberhasilan atau kegagalan mereka pada faktor-faktor eksternal, seperti keberuntungan atau bantuan dari orang lain, itu mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan pada peningkatan *self-efficacy* mereka. Namun, jika mereka melihat keberhasilan atau kegagalan sebagai hasil dari usaha dan kemampuan pribadi mereka, itu

cenderung mempengaruhi *self-efficacy* mereka lebih kuat. Keberhasilan yang diperoleh melalui perjuangan atau mengatasi hambatan yang signifikan cenderung meningkatkan *self-efficacy* seseorang. Ini karena mereka melihat bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mengatasi rintangan dan mencapai tujuan meskipun kesulitan yang mereka hadapi.

Jadi, kesimpulannya, seseorang cenderung mengalami peningkatan *self-efficacy* jika mereka mengalami keberhasilan yang mereka atributkan kepada usaha dan kemampuan pribadi mereka, terutama jika keberhasilan tersebut dicapai melalui mengatasi hambatan atau rintangan yang signifikan. Di sisi lain, keberhasilan yang disalahkan pada faktor eksternal atau kegagalan tanpa upaya untuk memperbaiki atau belajar dari kesalahan mungkin tidak memberikan dampak yang signifikan pada *self-efficacy*.

2. Pengalaman Orang Lain (*Vicarious Experiences*)

Konsep *self-efficacy* dalam teori sosial kognitif, dikembangkan oleh Albert Bandura, mengacu pada keyakinan seseorang akan kemampuannya untuk berhasil dalam situasi tertentu. Pengalaman sukses memiliki kemiripan dengan individu lain yang berhasil dalam tugas yang serupa dapat meningkatkan *self-efficacy* seseorang. Ini disebabkan oleh proses pemodelan, di mana seseorang meniru atau belajar dari perilaku orang lain yang berhasil dalam tugas tersebut.

Dalam konteks ini, social models menjadi penting karena mereka memberikan contoh atau model yang dapat ditiru oleh individu yang kurang yakin akan kemampuannya sendiri. Jika model tersebut memiliki kemiripan dengan individu yang mengobservasinya, efeknya kemungkinan lebih kuat karena individu dapat mengidentifikasi dirinya dengan model tersebut dan merasa bahwa berhasil dalam tugas tersebut adalah sesuatu yang dapat dicapai oleh dirinya sendiri.

Namun, jika model yang diamati tidak memiliki kemiripan dengan individu tersebut atau berbeda secara signifikan, efeknya mungkin tidak begitu kuat. Hal ini karena individu mungkin merasa bahwa situasi atau kemampuan model tersebut tidak relevan atau dapat diterapkan pada dirinya sendiri. Oleh karena itu, kemiripan

dengan model tersebut menjadi faktor penting dalam pengembangan *self-efficacy* melalui proses pemodelan.

3. Informasi (*Information*)

Ketika seseorang memberikan informasi positif tentang kemampuan kita, itu dapat memberikan dorongan besar bagi kita untuk mencapai tujuan dan mengatasi ketidakpastian diri. Kata-kata dorongan dan pujian dari orang lain dapat membantu kita memperkuat keyakinan diri dan fokus pada upaya terbaik kita. Dukungan verbal juga memainkan peran penting dalam membangun rasa percaya diri dan mengatasi rasa ragu-ragu. Ketika seseorang percaya pada kemampuan kita dan mengungkapkannya dengan kata-kata, itu bisa menjadi pendorong yang sangat kuat untuk melangkah maju dan mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin kita hadapi..

4. Keadaan Fisiologis dan Emosional (*Physiological and Emotional States*)

Self-efficacy, yang merupakan keyakinan seseorang akan kemampuan mereka untuk berhasil dalam situasi tertentu, dapat memengaruhi bagaimana mereka menanggapi tugas dan tantangan. Seseorang dengan *self-efficacy* yang tinggi cenderung merasa lebih percaya diri dalam menghadapi tugas dan mengelola stres dengan lebih baik. Mereka melihat tantangan sebagai peluang untuk tumbuh dan belajar, bukan sebagai ancaman yang menakutkan.

Di sisi lain, seseorang dengan *self-efficacy* yang rendah mungkin merasa cemas dan stres ketika dihadapkan pada tugas yang sulit. Mereka mungkin merasa tidak mampu mengatasi tantangan tersebut dan merasa cemas akan kegagalan. Hal ini dapat menyebabkan peningkatan tingkat stres dan kecemasan yang dapat mengganggu kinerja dan kesejahteraan mereka.

c. Indikator *Self Efficacy*

Menurut (Sumaila, 2022) indikator *self efficacy* adalah sebagai berikut :

1. Level (Tingkat Kesulitan)

Seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan diri (*self-efficacy*) yang tinggi cenderung memilih tugas yang sesuai dengan tingkat

kesulitannya. Ini disebabkan oleh keyakinan mereka dalam kemampuan mereka untuk menyelesaikan tugas tersebut. Orang dengan *self-efficacy* tinggi cenderung merasa lebih percaya diri dalam mengatasi tantangan, sehingga mereka lebih mungkin memilih tugas yang sesuai dengan kemampuan mereka untuk menghindari kegagalan atau kelelahan yang berlebihan. Sebaliknya, orang yang memiliki *self-efficacy* rendah mungkin cenderung menghindari tugas yang dianggap terlalu sulit karena mereka tidak yakin dapat mengatasinya.

2. *Generality* (Luas Bidang Perilaku)

Self efficacy adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas dan mencapai tujuan tertentu dalam konteks tertentu. Ketika seseorang memiliki *self efficacy* yang tinggi dalam suatu bidang, ia cenderung percaya bahwa ia mampu mengatasi tantangan dan mencapai hasil yang diinginkan dalam bidang tersebut. Ini dapat membuatnya lebih termotivasi untuk belajar dan mengembangkan keterampilannya di berbagai bidang yang relevan untuk tugas yang dihadapinya.

Sebaliknya, jika seseorang memiliki *self efficacy* yang rendah, ia mungkin merasa kurang yakin dengan kemampuannya dan cenderung fokus pada kelemahan atau kekurangannya. Hal ini dapat menghambat kemampuannya untuk menguasai beberapa bidang sekaligus dan menghambat kemampuannya untuk menyelesaikan tugas dengan efektif.

Dengan demikian, tingkat *self efficacy* seseorang dapat memengaruhi seberapa banyak bidang yang dapat dikuasainya dan seberapa efektif, ia dalam menyelesaikan tugas yang melibatkan bidang-bidang tersebut. Meningkatkan *self efficacy* dapat dilakukan melalui pengalaman positif, pengamatan terhadap orang lain yang berhasil, serta pembinaan diri yang terus menerus.

3. *Strength* (Kekuatan)

Tingkat kekuatan atau keseriusan seseorang dalam mengejar tujuan dapat menjadi faktor penentu penting dalam mencapai hasil yang diinginkan. Ketika seseorang memasuki suatu tindakan dengan tekad yang kuat dan komitmen yang tinggi, mereka cenderung lebih fokus dan gigih dalam mengatasi rintangan yang mungkin muncul di sepanjang jalan. Ini juga bisa mencerminkan tingkat dedikasi dan konsistensi seseorang terhadap tujuan mereka.

2.1.8 Entrepreneurship education

a. Pengertian Entrepreneurship education

Pendidikan kewirausahaan atau entrepreneurship education sangat penting dalam membantu individu memahami, mengembangkan, dan mengoperasikan bisnis dengan baik. Melalui pendidikan ini, seseorang bisa memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha mereka. Selain itu, entrepreneurship education juga membantu individu dalam mengontrol tindakan mereka dan menganalisis hasil, sehingga memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam menjalankan bisnis mereka. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting dalam mempersiapkan individu untuk sukses dalam dunia bisnis. (Gubbins, 2020).

Edukasi kewirausahaan yang difokuskan pada pendekatan praktis memang sangat penting dalam membekali calon pengusaha dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis dengan sukses. Melalui pendekatan ini, para peserta didik tidak hanya mempelajari teori-teori kewirausahaan, tetapi juga langsung terlibat dalam praktik-praktik yang relevan dan implementasi konsep-konsep tersebut dalam konteks nyata (Hoang, 2020).

Tujuan dari pendidikan kewirausahaan ini juga sangat relevan, yaitu memberikan motivasi kepada calon pengusaha untuk memulai bisnis mereka sendiri dan menyediakan mereka dengan informasi yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan efektif. Selain itu, edukasi ini juga penting

untuk memberikan pemahaman tentang manajemen risiko dalam bisnis, yang merupakan aspek krusial dalam mencapai kesuksesan dalam dunia kewirausahaan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang berorientasi pada pendekatan praktis adalah salah satu kunci untuk membantu calon pengusaha mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk berhasil dalam dunia bisnis.

Definisi tersebut memberikan gambaran yang komprehensif tentang *entrepreneurship education* dan relevansinya dalam pengembangan masyarakat serta pertumbuhan ekonomi. Dengan menekankan keterampilan teoritis, pemahaman tentang merancang dan mengelola perusahaan, serta mengintegrasikan proses pengembangan ilmu sebagai alat untuk implementasi dan pencapaian hasil, pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan praktis tetapi juga memfasilitasi pemahaman mendalam tentang proses bisnis dan manajerial (Jardim, 2021). Hal ini dapat membantu individu mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan dalam dunia bisnis, memberikan kontribusi positif terhadap komunitas mereka, dan mencapai tujuan organisasi yang mereka dukung. Dengan demikian, *entrepreneurship education* memiliki potensi besar untuk meningkatkan keterampilan, minat sosial, dan memberdayakan individu serta komunitas secara keseluruhan Jain, 2020).

b. Indikator *entrepreneurship education*

Indikator yang dapat mengukur variabel pendidikan kewirausahaan menurut (Bayu Kurniawan, 2024) adalah sebagai berikut:

1. Metode yang digunakan dalam pendidikan kewirausahaan.
2. Materi kewirausahaan yang diberikan dalam pendidikan kewirausahaan
3. Tujuan dari pengajaran pendidikan kewirausahaan dalam menumbuhkan niat wirausaha.
5. Pendidikan kewirausahaan tumbuhkan kesadaran adanya peluang bisnis.

2.1.9 Entrepreneurial Intention

Konsep *Entrepreneurship Intention* memang sangat terkait dengan keinginan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Seperti yang dijelaskan oleh Ajzen, intensi untuk berperilaku tertentu, dalam hal ini berwirausaha, terbentuk dari faktor-faktor kebutuhan yang dimiliki individu. Faktor-faktor tersebut dapat mencakup motivasi intrinsik dan ekstrinsik, kebutuhan akan pencapaian, kebebasan, atau bahkan faktor ekonomi Menurut (Ajzen, 2021).

Ketika seseorang memiliki intensi yang kuat untuk menjadi seorang wirausahawan, mereka cenderung melakukan berbagai upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini termasuk mencari informasi tentang wirausaha, belajar keterampilan yang diperlukan, membangun jaringan yang relevan, dan pada akhirnya, mengambil langkah-langkah konkret untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka.

Dalam konteks ini, pengukuran intensi berwirausaha dapat memberikan wawasan yang berharga bagi peneliti, pembuat kebijakan, dan praktisi untuk memahami faktor-faktor apa yang mendorong atau menghambat seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Hal ini juga dapat membantu dalam merancang program atau kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan minat dan partisipasi dalam wirausaha di suatu masyarakat atau negara.

a. Pengertian *Entrepreneurship Intention*

Menurut (Ajzen, 2021) menyatakan bahwa “niat untuk melakukan perilaku (*intention*) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauhmana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya.”

Bandura menekankan bahwa intensi merupakan suatu kebulatan tekad yang mengarah pada aktivitas tertentu atau menciptakan suatu keadaan di masa depan. Intensi dianggap kuat dan berpotensi untuk diwujudkan dalam perilaku ketika individu menilai bahwa perilaku tersebut baik untuk dilakukan dan merasa mampu untuk melakukannya. Ini menunjukkan sejauh mana seseorang bersedia berusaha untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam konteks teori sosial kognitif Bandura, keyakinan individu terhadap kemampuan mereka (*self-efficacy*) dan penilaian mereka terhadap apakah perilaku tersebut dianggap baik atau tidak memainkan peran penting dalam membentuk intensi dan akhirnya perilaku (Firmansyah, 2019).

Definisi tentang "*Entrepreneurship Intention*" dari Wijaya (Anjum, 2021) menggambarkan konsep tersebut sebagai proses pencarian informasi yang mendukung tujuan pembentukan usaha. Sementara itu, menurut Nursito et al. (Asih, 2020) *Entrepreneurship Intention* didefinisikan sebagai kesungguhan niat individu untuk melakukan atau memunculkan perilaku tertentu dalam konteks berwirausaha, juga dengan fokus pada proses pencarian informasi untuk mencapai tujuan pembentukan usaha. Dalam kedua definisi tersebut, terlihat bahwa *Entrepreneurship Intention* adalah tentang niat dan proses yang mendorong seseorang untuk memulai atau mengembangkan usaha.

Berdasarkan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa *Entrepreneurship Intention* adalah niat atau kecenderungan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, yang sering kali disertai dengan proses pencarian informasi dan evaluasi yang mendalam tentang peluang bisnis, risiko, dan langkah-langkah yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis. Ini mencakup motivasi dan keinginan individu untuk memulai bisnis baru atau menjadi pengusaha, serta langkah-langkah konkret yang diambil untuk mewujudkan niat tersebut.

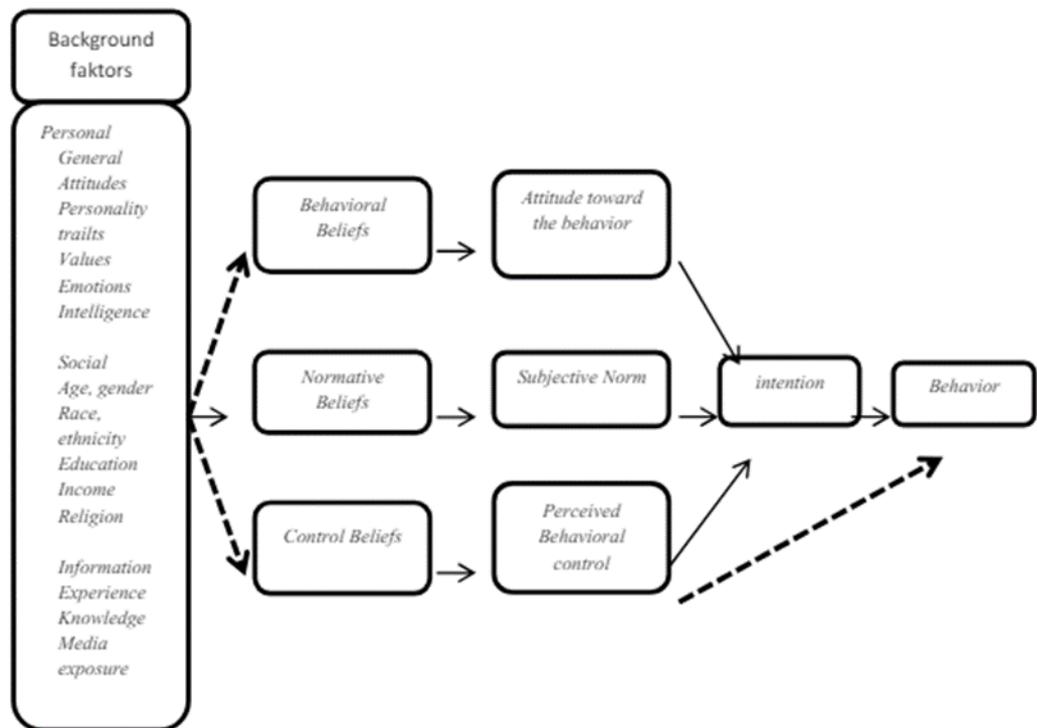
b. Proses Pembentukan *Entrepreneurship Intention*

Dalam *Theory of Planned Behavior*, suatu niat muncul dikarenakan melalui tiga hal sebagai berikut :

1. Sikap terhadap perilaku, yaitu suatu sikap suka atau tidak suka seseorang terhadap sesuatu,
2. Norma subyektif, yaitu suatu norma yang timbul dikarenakan mendapat suatu pengaruh dari norma yang ada disekitar lingkungan individu tersebut, dan
3. Persepsi kontrol atas perilaku, yaitu ketika suatu individu merasa yakin bahwa apa saja yang dilakukan saat ini merupakan sesuatu persepsi yang dikontrol dan dikendalikan oleh individu itu sendiri.

Theory of Planned behavior dari (Ajzen, 2021) menjelaskan bahwa”determinan utama dari intensi dan perilaku dapat dijelaskan dengan *belief behavioral*, *belief normative*, dan *belief control*. Variabel-variabel lain yang mungkin berhubungan atau mempengaruhi *belief* individu antara lain usia, *gender*, etnis, status sosial, ekonomi, pendidikan, kebangsaan, agama, kepribadian, *mood*, emosi, sikap, dan nilai yang bersifat umum, intelegensi, pengalaman masa lalu, dan dukungan sosial”.

Determinan-determinan ini menjadi *background factors* yang mampu dijelaskan dengan logika. *Theory of planned Behavior* yang di kembangkan oleh fishbein & Ajzen (Firmansyah, 2019) banyak digunakan untuk menjelaskan bagaimana terbentuknya intensi kewirausahaan menggambarkan *background factors* dalam *Theory of Planned Behavior* sebagai berikut.



Gambar 2. 2 Background faktor dalam *Theory of Planned Behavior*

Sumber: (Firmansyah, 2019)

Gambar tersebut menggambarkan bahwa kepercayaan terhadap perilaku, norma, dan kontrol diri pribadi dipengaruhi oleh faktor personal, sosial, dan informasi. Ketiga faktor kepercayaan ini secara langsung berhubungan dengan sikap individu, norma sosial, dan kontrol diri yang kemudian mempengaruhi pembentukan intensi seseorang. Intensi tersebut menjadi kunci dalam menentukan apakah seseorang akan menjadi seorang wirausahawan atau tidak.

Faktor personal meliputi karakteristik individu seperti kepercayaan diri, motivasi, dan nilai-nilai pribadi. Faktor sosial mencakup interaksi sosial, dukungan dari lingkungan sekitar, dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat atau kelompok tertentu. Sedangkan faktor informasi mencakup pengetahuan dan pemahaman tentang kewirausahaan serta informasi-informasi yang memengaruhi persepsi individu terhadap peluang dan risiko.

Selain itu, intensi untuk menjadi wirausahawan juga dipengaruhi oleh faktor keterampilan dan perilaku. Keterampilan ini dapat diperoleh melalui pendidikan formal seperti mata pelajaran yang diajarkan di sekolah atau melalui pendidikan non-formal seperti kursus atau pelatihan kewirausahaan. Lingkungan juga berperan penting dalam memberikan kesempatan dan dukungan bagi seseorang untuk mengembangkan keterampilan dan perilaku wirausaha, seperti ketersediaan akses kepada sumber daya dan kesempatan untuk berlatih secara praktis. Dengan demikian, kombinasi antara intensi, keterampilan, dan dukungan lingkungan dapat menjadi faktor penentu apakah seseorang akan mengambil langkah untuk menjadi seorang wirausahawan atau tidak.

c. Indikator *Entrepreneurship Intention*

Indikator adalah variabel kendali yang bisa dipakai untuk mengukur suatu peristiwa atau perubahan dalam suatu penelitian. Menurut Ramayah dan Harun dalam (Laguía, 2019) bahwa *Entrepreneurship Intention* merupakan tendensi keinginan individu untuk melakukan tindakan wirausaha dan diukur dengan skala entrepreneur intention dengan indikator:

1. Memilih jalur usaha dari pada bekerja pada orang lain
2. Memilih karir sebagai wirausahawan,
3. Membuat perencanaan untuk memulai usaha,
4. Meningkatkan status sosial sebagai wirausaha,
6. Mendapatkan pendapatan yang lebih baik dengan berwirausaha.

Theory of Planned Behavior merupakan teori dengan model yang cocok dalam studi intensi kewirausahaan. *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa intensi diukur berdasarkan tiga determinan sebagai berikut.

1. Sikap berperilaku (*attitude toward behavior*) merupakan dasar bagi pembentukan intensi.

Di dalam sikap yang berpengaruh terhadap perilaku terdapat dua aspek pokok yaitu: keyakinan untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat

atau hasil-hasil tertentu. Kemudian adanya evaluasi individu terhadap perilaku yang telah ditampilkan. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu objek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu tersebut.

2. Norma subjektif (*subjective Norm*) yaitu keyakinan individu akan norma, orang sekitar, dan motivasi untuk mengikuti norma tersebut.

Di dalam norma subjektif terdapat dua aspek pokok, yaitu: keyakinan akan harapan dan norma referen, keyakinan akan harapan merupakan pandangan pihak lain yang dianggap penting oleh individu yang menyarankan individu untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu serta motivasi untuk mematuhi harapan. Norma referen merupakan kesediaan individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan pendapat atau pikiran pihak lain yang dianggap penting bahwa individu harus atau tidak harus menampilkan perilaku tertentu.

3. Kontrol perilaku (*perceived behavior control*) merupakan dasar bagi pembentukan kontrol perilaku dipersepsikan.

Kontrol perilaku yang dipersepsikan merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit suatu perilaku untuk dilakukan.

d. Faktor –faktor yang Mempengaruhi *Entrepreneurship Intention*

Menurut (Novariana, 2020) menyatakan bahwa Secara garis besar penelitian mengenai faktor-faktor penentu intensi kewirausahaan dengan menggabungkan tiga pendekatan yaitu

1. Faktor kepribadian,

Faktor kepribadian merupakan faktor personalitas seseorang terkait dengan kepribadian yang dimiliki. Faktor kepribadian terdiri dari keinginan untuk berprestasi (*need for achievement*) dan efikasi diri (*self efficacy*).

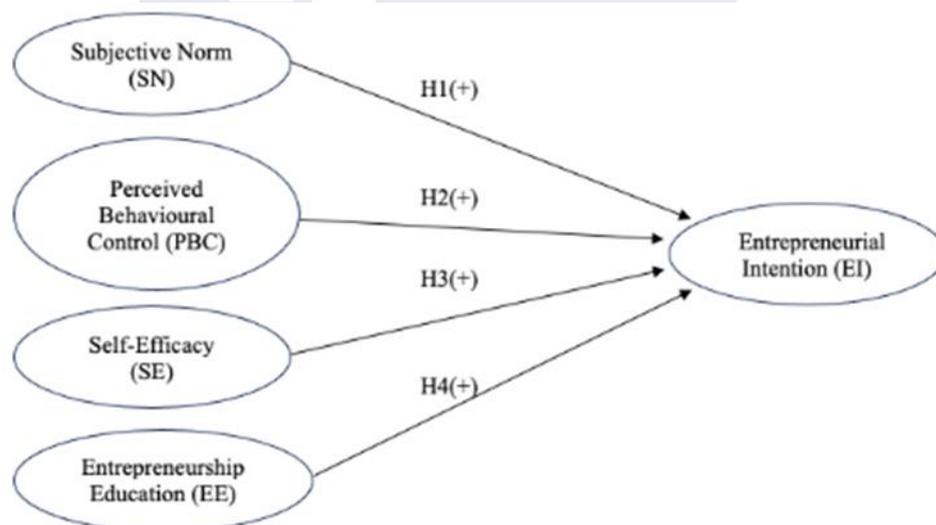
2. Faktor lingkungan

Faktor lingkungan terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan serta lingkungan yang sifatnya kontekstual. Lingkungan kontekstual yang dimaksud adalah konteks dimana individu memiliki akses terhadap modal, informasi serta jaringan sosial. Kesiapan akses tersebut merupakan kesiapan instrumen sebagai prediktor terhadap lingkungan

3. Faktor demografi

Faktor demografi dilihat dari aspek umur, gender serta latar belakang pendidikan.

2.2 Model Penelitian



Gambar 2. 3 Framework Penelitian

Sumber: (Frimansyah, 2019)

H1: *Subjective Norm* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

H2: *Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

H3: *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

H4: *Entrepreneur Education* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Subjective Norm Terhadap Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang

Menurut Crandall, Eshleman & O'brien individu lebih dominan dalam membuat rencana dalam perilakunya sebelum ia melakukannya, akan tetapi ia juga akan menentukan perilakunya melalui pertimbangan dari desakan disekitarnya. Norma subjektif mengacu dari adanya faktor tekanan sosial lingkungan yang dirasakan oleh individu. Tekanan sosial tersebut berasal dari masyarakat, universitas, keluarga, pasangan, teman sebaya, dan terutama orang yang paling penting bagi mereka. (Bayu Kurniawan, 2024)

Menurut sebuah studi oleh Engle et al norma subjektif mempengaruhi minat berwirausaha. Semakin tinggi persepsi masyarakat memberikan tekanan atau desakan untuk berwirausaha terhadap individu, maka keputusan seseorang untuk berkarir sebagai wirausaha akan meningkat. (Al Hafiz, 2022). Norma subjektif dalam *theory planned behavioral* menjelaskan individu memiliki niat untuk bertindak saat mereka melihat persetujuan besar dari orang lain. Nasehat dan konsultasi dari jaringan sosial, guru, keluarga, teman, hingga penasehat terpercaya membuat individu memilih berwirausaha sebagai karirnya. (Jain, 2020)

Sebuah studi oleh Albet Maydiantoro et al menyatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan efikasi diri mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa di Universitas Lampung, tetapi variabel yang paling menonjol dalam mempengaruhi minat yaitu variabel norma subjektif. Norma subjektif sebagai faktor terluar yang mempunyai kekuatan besar dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa, kisah sukses dari pelaku usaha akan meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa (Aitken, 2020)

H1: *Subjective Norm* Berpengaruh Positif Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang

2.3.2 Perceived Behavioural Control Terhadap Entrepreneurship Intention Pada Generasi Z di Tangerang

Persepsi kontrol perilaku memberikan keyakinan pada siswa bahwa terdapat hal pendukung untuk mengawali sebuah usaha. Kepercayaan individu akan kemampuan yang dimiliki dalam bentuk mengorganisir sebuah usaha, terdapat jiwa kepemimpinan, serta berorientasi akan kesuksesan di masa depan (Al Hafiz, 2022). Seiring dengan *theory of planned behavior*, individu melakukan tindakan menurut mudah sulitnya, keyakinan serta tidaknya faktor yang mendukung untuk melakukan kinerja

Adanya dorongan keinginan untuk memulai bisnis sendiri (pekerja) daripada bekerja dengan orang lain, dengan poin dapat mengatur waktunya serta berani akan pengambilan keputusan dalam hal bisnis. Ajzen menyatakan bahwa sikap adalah disposisi untuk merespon baik atau tidak terhadap objek, orang, institut atau suatu kejadian. Hasil penelitian membuktikan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi seorang entrepreneur. Mereka mempunyai kepercayaan yang tinggi dalam meneruskan usaha dari orang tua atau keluarga yang sudah ada. Kepercayaan diri, keterampilan, dan kemampuan kewirausahaan individu yang tinggi akan meningkatkan minat berwirausaha. (Ajzen, 2021)

H2: *Perceived Behavioural Control* Berpengaruh Positif Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang

2.3.3 Self Efficacy Terhadap Entrepreneurship Intention Pada Generasi Z di Tangerang

Mahasiswa merupakan seseorang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi atau universitas untuk mendapatkan gelar sarjana atau diploma. Mahasiswa biasanya terdiri dari orang-orang yang telah menyelesaikan pendidikan menengah atau setara dengan itu dan ingin melanjutkan pendidikan mereka di jenjang yang lebih tinggi. Selama masa perkuliahan, mahasiswa belajar di berbagai bidang ilmu dan mengikuti berbagai kegiatan akademik dan

non-akademik untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. (Al Hafiz, 2022)

Mahasiswa dipilih menjadi subjek dalam penelitian ini dikarenakan mahasiswa adalah penerus bangsa yang diharapkan ketika lulus tidak hanya mencari pekerjaan melainkan menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat, dimana saat ini diketahui sangat banyak pengangguran yang salah satu faktornya diakibatkan oleh sedikitnya lapangan pekerjaan yang tersedia. Untuk mewujudkan mahasiswa yang memiliki jiwa kewirausahaan, diperlukan adanya intensi berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Namun beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial Intention* seseorang, diantaranya adalah faktor psikologis yaitu *Self efficacy*. (Munawar, 2019)

H3: *Self Efficacy* Berpengaruh Positif Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang

2.3.4 Entrepreneurship Education Terhadap Entrepreneurship Intention Pada Generasi Z di Tangerang

Penelitian yang dilakukan oleh (Ngundiati, 2020) menunjukkan terdapat hubungan secara langsung antara *entrepreneurship education* terhadap *entrepreneurial intention* seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh (Wirawati, 2019) bahwa *entrepreneurship education* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa. Berdasarkan penelitian ini dapat dilihat bahwa jika *entrepreneurship education* dapat diterapkan dengan maksimal maka *entrepreneurial attitude* mahasiswa juga akan semakin matang dan bertumbuh.

Begitu juga sebaliknya, semakin matang dan siapnya *entrepreneurial attitude* yang dimiliki oleh seseorang, semakin berkembang juga *entrepreneurial intention* seseorang (Al Hafiz, 2022). Oleh karena itu, penting bagi universitas untuk meningkatkan mutu dari *entrepreneurship education* demi meningkatnya attitude dan *entrepreneurial intention* seseorang.

Serta penelitian yang dilakukan oleh (Hapuk, 2020) menunjukkan bahwa *entrepreneurship education* dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention*

seseorang secara langsung. Pelaksanaan *entrepreneurship education* harus lebih ditingkatkan lagi melalui program-program pelatihan dan magang terkait kewirausahaan demi meningkatkan motivasi dan sikap mahasiswa yang dapat memunculkan niat berwirausaha seorang mahasiswa. Sehingga, berdasarkan uraian diatas hipotesis penelitian yang terbentuk adalah sebagai berikut:

H4: *Entrepreneurship Education* Berpengaruh Positif Terhadap *Entrepreneurship Intention* Pada Generasi Z di Tangerang

2.4 Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA, TAHUN, JUDUL, NAMA JURNAL, DAN EDISI	METODE	HASIL PENELITIAN
1	(Dwi Hasmidyani, 2022), “Generasi Z dan Kewirausahaan Mengukur Intensi Berwirausaha berbasis <i>theory of Planned behavior</i> ”, Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, Vol. 10. No. 1	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>personal attitude</i> dan <i>perceived behavioral control</i> terbukti mempengaruhi intensi berwirausaha, sedangkan <i>subjective norm</i> berpengaruh terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi <i>personal attitude</i> dan <i>perceived behavioral control</i> .
2	(Puspitowati, 2020) “Pengaruh <i>Attitude</i> , <i>Subjective Norm</i> dan	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan

	<p><i>Perceived Behavior Control terhadap Entrepreneurial Intention</i>”, <i>Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, Volume II No. 4</i></p>		<p>signifikan terhadap intensi berwirausaha, akan tetapi norma subyektif tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha bagi Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.</p>
3	<p>(Bayu Kurniawan, 2024) “The Impact of Subjective Norms and Entrepreneurship Education on Student Entrepreneurial Intentions”, <i>Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis, Vol. 10 No.1</i></p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh terhadap niat berwirausaha, sedangkan variabel pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Norma subyektif mempengaruhi niat berwirausaha yang dimediasi oleh self-efficacy. Meskipun sangat mendalam, makalah ini dibatasi oleh penggunaan desain penelitian survei dalam subjek dan keterbatasan yang melekat pada penelitian tersebut. Selain itu, menggunakan mahasiswa sebagai responden membatasi kemampuan untuk menggeneralisasi hasil pada populasi di luar populasi usia kuliah yang sama.</p>

4	(Agustian Zen, 2023)“Faktor Pembentuk Intensi, Tujuan, dan Implementasi Kewirausahaan dalam Perspektif <i>Theory of Planned Behavior</i> ”, Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan Vol. 11 No. 3	Kuantitatif	Hal ini menunjukkan bahwa <i>Theory of Planned Behavior valid</i> dalam hal konteks, fleksibilitas, kesederhanaan, dan unggul dalam kemampuannya memprediksi niat berperilaku seseorang dalam berwirausaha. Akan tetapi, kita tidak dapat menutup fakta lain bahwa proposisi di atas terdapat juga yang berdampak tidak signifikan
5	(Prisca Rosalia Oktavinanda, 2023)“ <i>Factors That Influence Students' Entrepreneurial Intentions in The City Of Surabaya</i> ”, <i>Management Studies and Entrepreneurship Journal</i> Vol 4(6)	Kuantitatif	Temuannya mengungkapkan hal itu Intensi Berwirausaha (EI) dipengaruhi oleh Personal Attitude (PA), Self-Efficacy (SE), dan Subjective Norma (SN). Sedangkan Perceived Behavioral Control (PBC) dan Entrepreneurship Education (EE) tidak berpengaruh Intensi Berwirausaha (EI), terbukti dari temuan penelitian bahwa variabel lain dapat mempunyai a dampak yang signifikan terhadap aspirasi kewirausahaan. Oleh karena itu,

			pemerintah tidak boleh hanya memprioritaskan saja pendidikan kewirausahaan tetapi juga harus mempertimbangkan faktor-faktor lain untuk mendorong munculnya niat kewirausahaan.
6	(Natália Costaa, 2022) “Student’s Entrepreneurial Intention in Higher Education at ISLA – Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia”, <i>Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia</i>	Kuantitatif	Hasilnya menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara niat berwirausaha dan tiga faktor yang dipertimbangkan: norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan pendidikan kewirausahaan. Hubungan antara efikasi diri dan niat berwirausaha tidak terbukti signifikan secara statistika.