

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Menurut Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki; salah satu prasyarat agar Indonesia mencapai status negara maju di tahun 2045 mendatang adalah rasio pengusaha yang mencapai 4% dari jumlah populasi penduduk tahun 2024. Menurut data saat ini, rasio wirausahawan di Indonesia baru mencapai 3.47% (Dadag, 2023).

Dana Moneter Internasional (IMF) memberikan pengertian atas negara maju/ negara berpenghasilan tinggi (*more developed country*) sebagai status klasifikasi yang diberikan kepada negara dengan kualitas taraf hidup yang tinggi, perekonomian yang maju dan infrastruktur teknologi yang canggih merata di setiap wilayah (Miftahudin, 2023).

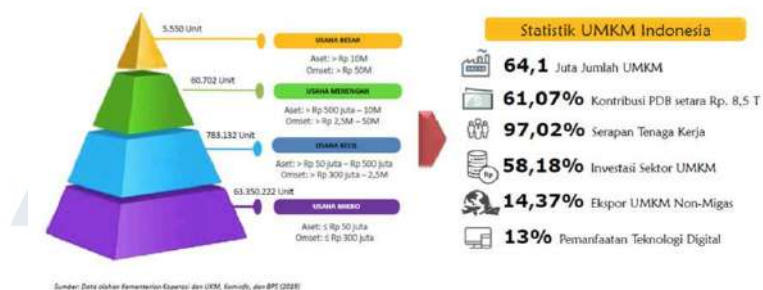
Secara langsung, pendorong dari terwujudnya target tersebut bukanlah terbatas pada kehadiran wirausahawan baru. Namun, atas benefit atau hasil yang dibawa dari wirausahawan dalam menjalankan kewirausahaan.

Wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan individu yang memperkenalkan sesuatu yang baru ke dalam perekonomian; produk, metode produksi, pasar, sumber pasokan, atau jenis organisasi yang baru (Schumpeter J., 1934).

Sedangkan, kegiatan *entrepreneurship*/ kewirausahaan adalah proses menciptakan dan mengembangkan bisnis baru bertujuan memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi di pasar. Proses ini melibatkan inovasi, pengambilan resiko, dan penciptaan nilai (Carree & Roy Thurik, 2003).

Para Ahli dan akademisi di bidang kewirausahaan Ranjan (2019), Maribel N. Mojica-Howell (2012), Goetz (2001), Minniti (1999), Schumpeter J. (1934), telah memvalidasi peranan kritis yang dimiliki kewirausahaan terhadap kestabilan positif pertumbuhan ekonomi suatu negara.

### GAMBARAN UMKM DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA



Gambar 1.1 Peran UMKM Terhadap Perekonomian Nasional  
Sumber: MetroKalimantan.co.id (2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk kegiatan kewirausahaan. Di Indonesia yang merupakan negara berkembang, UMKM memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian karena memberikan kontribusi bagi ketahanan ekonomi negara (Sasongko, 2020). Tertunjuk melalui Gambar 1.1, dengan total 64.1 juta unit usaha, UMKM menyumbang kontribusi 61.07% pada Produk Domestik Bruto (PDB), dan 97% serapan tenaga kerja dalam perekonomian Indonesia (Kapsuddin, 2022).

Secara langsung membuktikan kehebatan aktivitas kewirausahaan. Dimana, mampu mengambil peran dalam terciptanya lapangan kerja baru, mengembangkan inovasi produk dan layanan baru yang mengarah pada peningkatan produktivitas yang kemudian akan menciptakan bisnis baru yang lebih efisien & inovatif, dan peningkatan ekspor karena sering kali berada di garis depan dalam mengeksport barang dan jasa ke pasar baru (Audretsch, Bonte, & Keilbach, 2008).

Benefit yang dihasilkan oleh aktivitas kewirausahaan akan membantu perekonomian negara dalam menangani krisis ekonomi, menyebabkan transaksi cepat perputaran uang, meningkatkan produksi dalam negeri dan menyentuh kebutuhan primer masyarakat (Thaus Sughilmi Arya Putra, 2021), yang kemudian akan menjadi roda penggerak angka perhitungan indikator pembangunan ekonomi negara Indonesia yang dihitung melalui; Indikator Moneter dari peningkatan

pendapatan per kapita, Indikator Non moneter, Indikator Campuran dari SUSENAS INTI dan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) (Nanda, 2023).

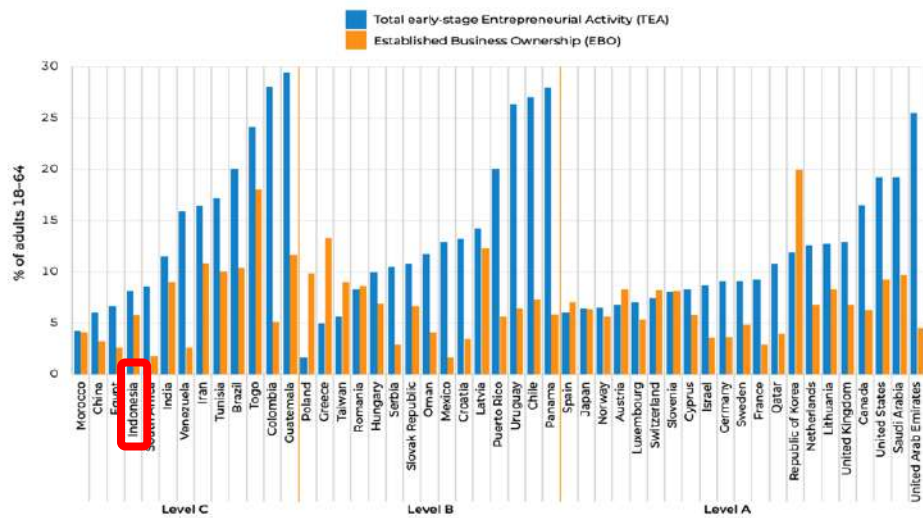
Menyimpulkan, bahwa aktivitas kewirausahaan memberikan dampak positif yang signifikan dalam mendorong perekonomian Indonesia. Sangat disayangkan bahwa kenyataannya saat ini, negara Indonesia hanya memiliki rasio kewirausahaan sebesar 3.47%. Tertinggal dari negara-negara ASEAN lainnya, seperti Singapura yang memiliki rasio kewirausahaan 8.76%, Thailand 4.26%, dan Malaysia 4.74% (Sutrisno, 2022).



Gambar 1.2 Global Entrepreneurship Index (GEI) Negara Asia Tenggara  
Sumber: Global Entrepreneurship and Development Institute (2019)

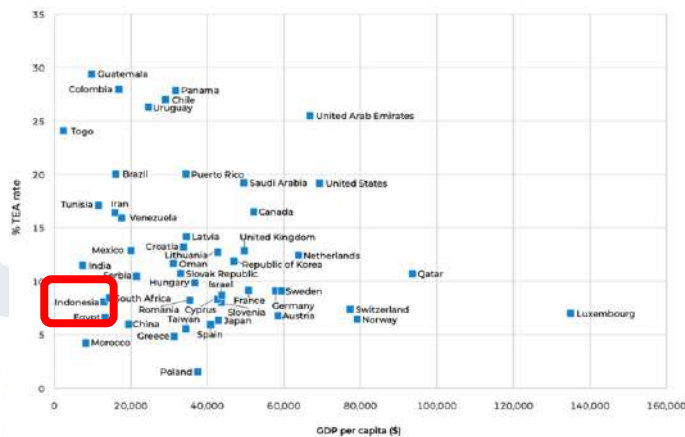
Terlebih lagi, Gambar 1.2 juga menunjukkan bahwa Indonesia masih tertinggal oleh negara tetangga ASEAN lainnya dengan skor negara 26 dan berada pada peringkat ke-5 dari negara ASEAN (Dhini, 2023). Selain itu, Indonesia juga tertinggal jauh berada pada peringkat 75 dari 137 negara di dunia dalam jumlah kewirausahaan (Setiawan, Prasadio Akbar Hidayat, & Purmaningsih, 2023).

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 1.3 Grafik aktivitas kewirausahaan tahap awal & kepemilikan bisnis 49 negara  
 Sumber: GEM Adult Population Survey (2022)

Gambar 1.3 menunjukkan *Total early-stage Entrepreneurial Activity* pada 49 negara berdasarkan masing-masing kategori pendapatan negara dan menurut rentan usia 18 – 64 tahun (umur produktif). Dari grafik tersebut, diketahui bahwa Indonesia berada di kategori pendapatan *Level C* (terendah) dan di dalamnya pun terbelakang dengan posisi ke 10 dari 13 negara.



Gambar 1. 4 Levels of Total early-stage Entrepreneurial Activity and GDP per capita  
 Sumber: GEM Adult Population Survey (2022)

Melalui Gambar 1.4 diatas, juga diketahui bahwa Indonesia masih berada di tingkatan paling rendah dalam kategori perbandingan total kewirausahaan baru dengan *GDP per capita*.

Melihat Indonesia yang memiliki posisi tingkat kedua atas kekayaan biodiversitas terserial sedunia (Andreas W. Finaka, 2021) dan bonus demografi Indonesia yang menempati posisi ke-4 jumlah penduduk terbesar di dunia (Annur, 2023). Pemerintah bertekad untuk menangani ketertinggalan ini dengan meningkatkan persentase kewirausahaan Indonesia ke 3.95% pada tahun 2024 dan meningkatkan peringkatnya ke posisi 60 (Sekretariat Kabinet Republik Indonesia, 2022).

Dengan misi ini, Menteri Koperasi dan UKM Indonesia mengartikan bahwa perlunya kurang lebih satu juta wirausahawan baru yang lahir di tahun 2024 (Dhini, 2023). Schumpeter J. (1934) menjelaskan untuk memanggil kehadiran wirausahawan baru tersebut, dibutuhkan dukungan berlimpah dari pemerintah sehingga masyarakat mampu mengambil perannya sebagai tokoh kunci (wirausahawan) dalam upaya/ antusias aktif mengeksplorasi potensi sumber daya yang tersedia di negara; tenaga kerja, teknologi dan modal.

Kesadaran atas dimana sebenarnya aset negara yang memiliki potensial tinggi namun belum dibudidayakan secara penuh, diharapkan menjadi dasar atas penentuan ke mana arah dukungan Pemerintah berada.

Karena, dukungan/ investasi pemerintah pada *asset/ supply* SDM yang tepat, dapat menjadi kunci agar pemerintah menemukan *output* probabilitas *return* kuat yaitu, peningkatan rasio kewirausahaan. Salah satu sumber *supply/ asset* yang sangat berpotensi namun belum sepenuhnya didukung/ diberdayakan ini adalah, para perempuan.

Ketertarikan atas pengembangan *women entrepreneur* di Indonesia muncul pertama kali setelah terjadinya krisis finansial yang melanda di tahun 1998. Semenjak saat itu, angka *women entrepreneurs* di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya (Tambunan T. T., 2017).

Terutama, akibat berkembangnya era yang semakin mengglobal, perempuan juga ikut terkena dampak globalisasi yang pada akhirnya menjadikan mereka semakin setara dan menunjukkan kemampuan yang sama atau melebihi laki-laki (Beneria, Berik, & Floro, 2015).



Berbagai penelitian menunjukkan kemampuan dari karakteristik perempuan yang membuatnya lebih unggul dibandingkan laki-laki. Seperti pada temuan penelitian oleh Hendratmi, Agustina, Sukmaningrum, & Widayanti (2022), ditemukan bahwa perempuan lebih unggul dalam *multitasking* (melakukan beberapa pekerjaan sekaligus) yang timbul dari kodratnya sebagai seorang anak perempuan maupun sebagai ibu, yang terbiasa melakukan beberapa pekerjaan dan kepentingan rumah tangga dalam waktu yang hampir bersamaan (Eger, Fetzer, Peck, & Alodayni, 2022).

Selain itu, wanita lebih leluasa dalam berkomunikasi dan memperkenalkan hal baru kepada orang lain, karena lebih mampu menyesuaikan pembicaraan atau suasana dengan cepat. Hal ini memudahkan *women entrepreneur* dalam berbisnis dan memperkenalkan produknya kepada calon pembeli (Leung, Sun, & Asswailem, 2022).

Perempuan juga merupakan *decision maker*, yang hadir secara natural dari pengambilan keputusan rumah tangga mulai dari hal kecil hingga hal besar (Kochar, Nagabhushana, Sarkar, Shah, & Singh, 2022).

Pada umumnya, wanita juga lebih peka terhadap kebutuhan keluarganya dimana bisa menjadi indikasi bahwa mereka lebih memahami keinginan ataupun kebutuhan konsumen karena memiliki pola pikir yang berlaku menjadi konsumen ketika ingin membeli produk atau jasa yang ditawarkan (Liu, Wei, & Xu, 2021).

Dalam segi jumlah, menurut Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia menurut *gender* pun hampir sama rata yaitu, pria 51% (139.388.9 juta jiwa) dan Wanita 49% atau 136.384 juta jiwa (Syaharani, 2023).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 1. 5 Jumlah Perempuan Wirausaha di Indonesia  
 Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM,  
 Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Bank Indonesia (2018)

Ditunjukkan dari gambar 1.5, pada tahun 2018, jumlah *women entrepreneur* mengalami peningkatan ke angka 14.3 juta orang memberikan kontribusi 9.1% terhadap PDB dan lebih dari 5% terhadap ekspor, dan jumlah serapan tenaga kerja hingga 116.73 juta orang (Tim Publikasi Katadata, 2018). Hal ini membuktikan secara nyata bahwa *women entrepreneur* memiliki potensi yang besar.

*Women Entrepreneur* menyuarakan betapa kuatnya sifat *resilient* mereka menanggung berbagai beban dalam rumah tangga sekaligus menopang perekonomian rumah tangga dan bersama, perekonomian negara (Kelly, et al., 2017).

Namun, secara ironis, kemampuan yang mereka dapatkan secara natural dari aktivitas mereka sehari-hari sebagai perempuan, juga membawa pandangan/prasangka yang ditujukan kepada wanita (Cruz, Hamilton, Campopiano, & Jack, 2022).

Bahwa, keterampilan wanita hanya cukup ditinggalkan di rumah untuk melakukan tugas rutinnnya sebagai anak yang merawat rumah dan orang tua maupun sebagai istri dan ibu rumah tangga, seperti memasak, berpenampilan baik dan melahirkan, serta mengasuh anak (Setyaningrum, Norisanti, Fahlevi, Aljuaid, & Grabowska, 2023).

Menkeu Indonesia, Sri Mulyani menekankan bahwa tentunya wanita tidak sama dengan kaum pria. Secara biologis, perempuan menanggung proses reproduksi, paling tidak selama sembilan bulan, kemudian memiliki tanggung jawab merawat anaknya. Selain itu, dari sisi eksternal atau sosial, perempuan masih dilekati pandangan bias gender, seperti harus menyiapkan makanan untuk keluarga dan mengurus rumah tangga (Salasah, 2022). Akibatnya, perempuan mengalami beban kerja ganda yang membuatnya berada di posisi yang berbeda dari laki-laki.



Gambar 1. 6 *Global Gender Gap of Indonesia*  
Sumber: Global Gender Index (2022)

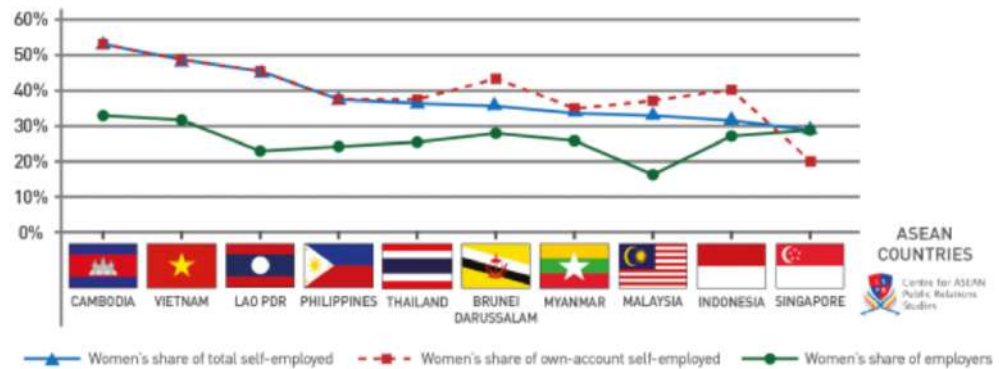
Gambar 1.6 menunjukkan peringkat Indonesia pada *Global Gender Gap* menempati urutan ke 92 dari 146 negara di dunia. Hal ini menandakan bahwa ketimpangan *gender* di Indonesia masih tinggi, dimana wanita dan pria di Indonesia tidak memiliki kesempatan dan partisipasi yang merata.

Kesenjangan gender juga tergambar dalam Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Indonesia pada 2021. IPM perempuan (69.59) berada di bawah IPM laki-laki (76.25). IPM diukur dari tiga aspek esensial, yakni lama hidup dan hidup sehat, pengetahuan, serta standar hidup layak (Salasah, 2022).

Paradigma bahwa laki-laki bertanggung jawab atas pendapatan utama rumah tangga, sementara perempuan bertanggung jawab menghadapi konflik pekerjaan-rumah, serta pandangan bahwa wanita cenderung lebih banyak stres dan terlalu memiliki banyak kebutuhan yang menyulitkan mereka untuk dapat

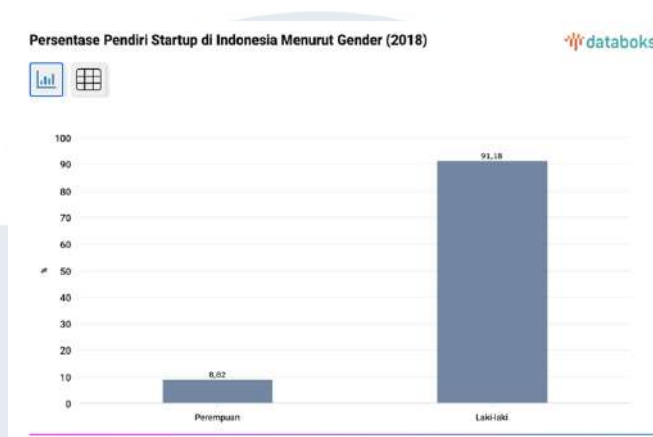


mencapai keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan (Basit, Wong, Hassan, & Sethumadhavan, 2020) menyebabkan ketimpangan jumlah pengusaha laki-laki lebih banyak dibandingkan pengusaha perempuan di banyak negara (dos Santos, Morais, de Araújo Ribeiro, & Pardini, 2019), termasuk Indonesia.



Gambar 1. 7 *Share of Women Entrepreneurship in ASEAN*  
 Sumber: United Nations Publication (2017)

Laporan dari Komisi Ekonomi dan Sosial Asia dan Pasifik (ESCAP) menyebutkan bahwa pada tahun 2018 terdapat 61.3 juta perempuan yang memiliki dan menjalankan bisnis di ASEAN. Tertunjuk melalui Gambar 1.7, Rata-rata persentase perempuan pengusaha di ASEAN tahun 2017 adalah sekitar 30% – 50%. Kamboja, Vietnam, dan Laos merupakan 3 negara ASEAN dengan tingkat wirausaha perempuan tertinggi. Sedangkan Indonesia masih tertinggal di urutan ke 9 dari 10 negara (Yuliana Riana Prasetyawati, 2021).



Gambar 1. 8 Presentase Pendiri Startup di Indonesia Menurut Gender  
Sumber: Databoks (2019)

Selain itu, Data dari Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia (MIKTI) menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan rintisan di Indonesia didirikan oleh laki-laki (91,18%), sementara perempuan hanya menyumbang sebesar 8,82% dari total pendiri yang terdata. Dibandingkan dengan pengusaha laki-laki di seluruh dunia, pengusaha perempuan cenderung memiliki usaha bisnis yang lebih kecil (Winn, 2005), perkembangan usaha mereka tertinggal dan perempuan mempunyai ekspektasi pertumbuhan yang lebih rendah dan penghentian usaha yang lebih tinggi dibandingkan dengan pengusaha laki-laki (Brush, Carter, Gatewood, Greene, & Hart, 2006).

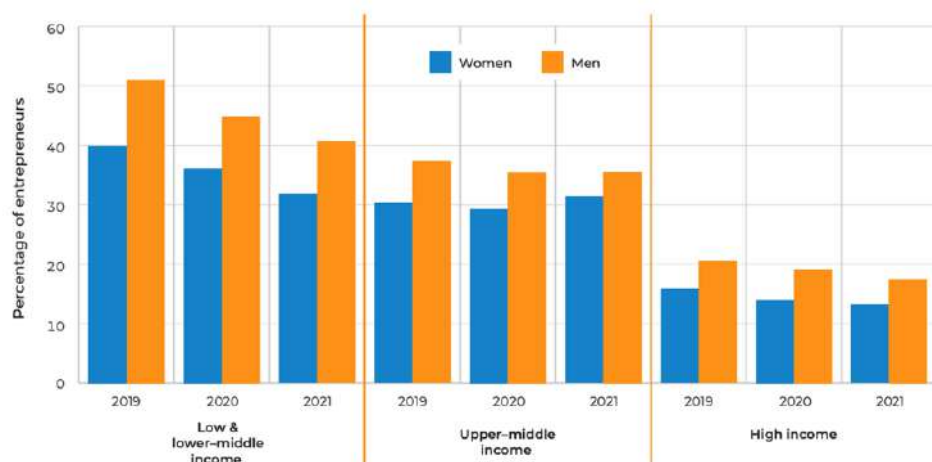
Disimpulkan oleh ahli, terdapat enam tantangan signifikan yang dihadapi *women entrepreneur* di seluruh dunia yaitu; kurangnya modal usaha, kurangnya kepercayaan diri, keterbatasan sosial budaya, keterbatasan peraturan, ketakutan akan kegagalan dan kurangnya pendidikan (OECD, 2004).

Selain itu, ditemukan bahwa hambatan utama yang dihadapi adalah terkait sulitnya menyeimbangkan kewajiban keluarga dengan komitmen kerja. Mengingat ketika wanita mencurahkan sebagian besar waktu mereka untuk melakukan bisnis, secara bersamaan terdapat juga permasalahan yang muncul dalam memenuhi tanggung jawab mereka sebagai anak perempuan yang merawat keluarga, sebagai istri dan ibu atau peranan lainnya di keluarga (Prado Gimenez, Ferreira, & Ramos, 2017). Terkadang ditambah dengan buruknya dukungan yang

mereka terima dari anggota keluarga lainnya, terutama dari pasangan (Silva, S.V., & Mainardes, 2016). Sehingga, banyak yang mengira perempuan karir menyebabkan keluarga jadi terabaikan (Setyaningrum, Norisanti, Fahlevi, Aljuaid, & Grabowska, 2023).

Dalam segi modal usaha, *women entrepreneur* umumnya mempunyai modal lebih sedikit dan lebih bergantung pada ekuitas dibandingkan laki-laki (Thébaud, 2015). Menurut studi yang dilakukan Guzman dan Kacperczyk (2019), perempuan 63% lebih kecil kemungkinannya memperoleh pendanaan eksternal dalam hal modal resiko dibandingkan laki-laki karena prasangka bahwa *women entrepreneur* mungkin tidak berhasil mengubah sumber daya menjadi hasil dibandingkan laki-laki, karena mereka tidak memiliki “atribut” yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan sejati (Gomes, Piau Santana, Araujo, & Fontes Martins, 2014). Hambatan tersebut, menghalangi potensi *women entrepreneur* di sektor UKM yang seharusnya menjadi wadah pemberdayaan ekonomi perempuan.

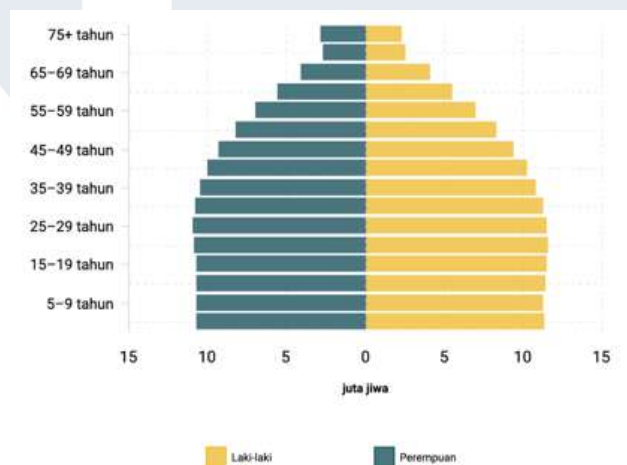
Meskipun begitu Thébaud (2015), menyoroti bahwa bisnis milik perempuan sama berkelanjutannya (*sustainable*) dengan bisnis yang dijalankan oleh laki-laki. Sekali lagi membuktikan, walaupun dihadapkan dengan berbagai tantangan, hambatan, prasangka, dan minimnya dukungan dari berbagai pihak, perempuan memiliki kemampuan dan karakter yang dibutuhkan sebagai seorang wirausahawan yang sukses.



Gambar 1. 9 *Entrepreneurial Intentions by Gender, year, and national income level*  
 Sumber: GEM 2019 – 2021 (2022)

Menurut laporan Global Entrepreneurship Monitor, perempuan di negara-negara berkembang mempunyai peluang lebih besar untuk memulai usaha mereka sendiri dibandingkan di negara-negara berpendapatan tinggi, dengan sekitar 25% perempuan berada di negara-negara berpendapatan rendah dan 13% di negara-negara berpendapatan menengah ke bawah dibandingkan 10% global.

Gambar 1.9 juga mendukung pernyataan tersebut dengan menunjukkan bahwa negara *low & lower-middle income* memiliki lebih banyak *women entrepreneur*. Hal ini terjadi karena perempuan di negara berkembang menilai kewirausahaan sebagai cara untuk mendapatkan pendapatan lebih bagi keluarga mereka (Global Entrepreneurship Monitor, 2022).



Gambar 1. 10 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia dan Jenis Kelamin tahun 2022  
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

Gambar 1.10 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia dengan jenis kelamin perempuan terbanyak berada pada rentan usia 20-24 tahun yaitu 10.94 juta & 15-19 tahun dengan 10.73 juta jiwa (Kusnandar, Viva Budy, 2023). Diketahui juga, bawah banyak dari mereka yang berada dalam rentan umur 19-26 tahun sedang menempuh pendidikannya sebagai mahasiswi. Menurut data, terdapat lebih banyak jumlah mahasiswi dibandingkan mahasiswa. Dimana,

terdapat total 3.250.158 mahasiswa perempuan di Indonesia, sedangkan jumlah mahasiswa laki-laki berjumlah 3.099.783 mahasiswa (Firmansyah, 2022).

Diketahui menurut Kautonen, Tornikoski, E.T., & Kibler (2011), penduduk dengan rentan usia muda khususnya mahasiswa memiliki lebih banyak keterampilan inovasi dan teknologi serta fleksibilitas, yang secara positif mempengaruhi kontrol perilaku yang mereka rasakan dan, akibatnya, niat berwirausaha mereka pun muncul.

Namun, disayangkan bahwa niat berwirausaha mahasiswa masih rendah. Seperti diungkapkan oleh Pahala Nugraha Mansury, Ketua VI Dewan Pengurus Pusat Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) dan Wakil Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN), bahwa proporsi wirausaha muda di Indonesia walaupun masih terus meningkat, namun masih relatif rendah, serta memiliki minat dan keterampilan atas kewirausahaan yang masih kurang. Hal tersebut merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap tingginya tingkat pengangguran terdidik di Indonesia, yaitu mencapai 6.27 juta orang/ 64.2% dari keseluruhan tingkat pengangguran di Indonesia pada bulan agustus 2020 (Ismoyo, 2022).

Ditambah lagi, penelitian oleh Suharti & Sirine (2011), Yuhendri (2015), Oktavia & Arina (2021), menemukan bahwa mahasiswa laki-laki lebih memiliki intensi berwirausaha dibandingkan mahasiswa perempuan (mahasiswi).

Meskipun jumlah siswi yang menempuh pendidikan tinggi terus meningkat, mereka merupakan minoritas di sebagian besar program kewirausahaan (Cochran, 2019; Jones, 2015). Oleh karena itu, fenomena pendidikan kewirausahaan masih mencerminkan ketidakseimbangan gender dalam aktivitas kewirausahaan, sehingga mayoritas siswa mengikuti kelas kewirausahaan adalah laki-laki. Secara khusus, pendidikan kewirausahaan berbasis pengalaman ditemukan memiliki konstruksi sosial yang maskulin (Jones dan Warhuus, 2018), sesuatu yang dapat mempengaruhi hasil minat kewirausahaan bagi siswa laki-laki dan perempuan (Shinnar et al., 2014).



Shinnar, Giacomini, & Janssen (2012), menjelaskannya minat kewirausahaan atau *Entrepreneur Intention* adalah kesediaan individu untuk melakukan tindakan tertentu atau keinginan untuk mengikuti karir wirausaha.

*Entrepreneur Intention* bergantung pada keinginan individu yang memotivasinya terhadap pengembangan dan implementasi ide bisnis tertentu (Wu & Li, 2011) dan mencerminkan hasrat individu (Bryne & Fayolee, 2016) untuk memulai usaha baru (Zhang, Duysters, & Cloudt, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti dorongan yang menimbulkan *Entrepreneur Intention* dengan menargetkan *female student* atau mahasiswa. Dalam penelitian ini, variabel yang diambil untuk mendukung adalah *Entrepreneurial Self-efficacy*, *Entrepreneurial Motivation*, *Family Support*, dan *Entrepreneurial Education*.

Menurut Boyd & Vozikis (1994), *Entrepreneurial Self-efficacy*/ tingkat efikasi diri kewirausahaan, didefinisikan sebagai kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya untuk melaksanakan tugas dan peran bisnis dan memfasilitasi pengembangan niat berwirausaha. variabel ini mengacu dari salah satu hambatan yang dialami *women entrepreneur* yaitu kepercayaan atas dirinya sendiri akibat prasangka budaya.

Variabel lainnya adalah *Entrepreneurial Motivation* yang didefinisikan sebagai kekuatan pemberi energi dari dalam dan luar individu, mengarah pada tindakan yang disengaja (Pinder, 2008). Kekuatan ini mengontrol arah, intensitas dan ketekunan perilaku dalam pengalaman kerjanya (Battistelli, Galletta, Portoghese, & Vandenberghe, 2013). Lebih khusus lagi, motivasi kewirausahaan didefinisikan sebagai kekuatan individu yang mendorong wirausahawan yang baru lahir untuk dan melalui proses kemunculan dan pertumbuhan usaha (Gartner, Bird, & Starr, 1992).

Selanjutnya, adalah variabel terpenting terkait *women entrepreneur* yaitu *Family Support*. Dukungan keluarga dapat mempengaruhi niat untuk menciptakan bisnis baru (Odoardi, Galletta, Battistelli, & Cangialosi, 2018). Hal ini, mengingat

bahwa tantangan terbesar *women entrepreneur* adalah menyeimbangi perannya dalam keluarga (istri, ibu, dan anak) dengan dunia kerja profesional.

Untuk memediasi ketiganya, digunakan variabel *Entrepreneurial Education*. Pendidikan kewirausahaan didefinisikan sebagai proses membekali individu dengan kemampuan untuk mengenali peluang komersial dan wawasan, harga diri, pengetahuan dan keterampilan untuk menindaklanjutinya (Jones & English, 2004).

Terdapat faktor-faktor yang mungkin dapat mempengaruhi *women Entrepreneurial Intention*. Oleh sebab itu, peneliti ingin menganalisis lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Self-efficacy*, *Entrepreneurial Motivation*, *Family Support* terhadap *Entrepreneurial Intentions* dimediasi dengan *Entrepreneurial Education*.

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

*Women entrepreneur* memiliki potensi besar untuk meningkatkan perekonomian negara. Mereka dapat berkontribusi dalam perekonomian dan meningkatkan kesejahteraan diri, keluarga, dan masyarakat (Anggadwita et al 2021). Salah satu contohnya adalah para mahasiswi yang memiliki niat untuk menjadi wirausahawan.

Meskipun memiliki potensi besar, wirausahawan perempuan masih menghadapi berbagai hambatan seperti akses terhadap modal, pelatihan, pendampingan, dan stereotip gender. Untuk mengalahkannya hambatan tersebut, diperlukan dukungan atau faktor yang mendorong terciptanya *women entrepreneur intention*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti akan melakukan penelitian terhadap pengaruh *Entrepreneurial Self-efficacy*, *Entrepreneurial Motivation*, *family support* terhadap *women's Entrepreneurial Intention* dimediasi dengan *entrepreneurial education* yang kemudian akan menjawab pertanyaan penelitian:

1. Apakah *Entrepreneurial Self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?

2. Apakah *Entrepreneurial Self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Education*?
3. Apakah *Family Support* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
4. Apakah *Family Support* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Education*?
5. Apakah *Entrepreneurial Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
6. Apakah *Entrepreneurial Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Education*?
7. Apakah *Entrepreneurial Education* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*?
8. Apakah *Entrepreneurial Education* memediasi antara *Entrepreneurial Self-efficacy* dan *Entrepreneurial Intention*?
9. Apakah *Entrepreneurial Education* memediasi antara *Family Support* dan *Entrepreneurial Intention*?
10. Apakah *Entrepreneurial Education* memediasi antara *Entrepreneurial Motivation* dan *Entrepreneurial Intention*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
2. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap *Entrepreneurial Education*.
3. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
4. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Entrepreneurial Education*.

5. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *family support* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
6. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *family support* terhadap *Entrepreneur Education*.
7. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Education* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
8. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Education* sebagai variabel mediasi antara *Entrepreneurial Self-efficacy* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
9. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Education* sebagai variabel mediasi antara *Family Support* terhadap *Entrepreneurial Intention*.
10. Untuk mengetahui, memahami dan menganalisis adanya pengaruh *Entrepreneurial Education* sebagai variabel mediasi antara *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Entrepreneurial Intention*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah harapan agar penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat secara teoritis (akademis) dan praktis.

##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap hasil penelitiannya dapat digunakan sebagai acuan untuk mengembangkan dan memberikan informasi terkait faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan perempuan serta bermanfaat bagi berbagai pihak, seperti pembaca dan terutama dalam penyelenggaraan penataran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan perempuan.

##### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan inspirasi bagi perempuan yang ingin membangun usaha dan juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi Pemerintah, universitas, dan masyarakat dalam

menyusun kebijakan dan program untuk meningkatkan minat kewirausahaan perempuan di Indonesia.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Batasan penelitian adalah batas topik dari suatu penelitian yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan ruang lingkupnya didasari pada cakupan latar belakang dan masalah penelitian. Sehingga ditentukan batasan dari penelitian ini, yaitu:

1. Responden penelitian merupakan perempuan berumur 19 - 26 tahun.
2. Responden memiliki ketertarikan untuk menjalankan usaha/ bisnis.
3. Responden merupakan mahasiswa aktif di Universitas Berdomisili Tangerang yang telah dipilih oleh peneliti.
4. Peneliti menggunakan *Google form* sebagai media pembantu penyebaran kuesioner penelitian.
5. Penelitian ini memiliki 5 variabel agar lebih terfokus yaitu: *Entrepreneurial Self-efficacy, Entrepreneurial Motivation, family support, entrepreneurial education, dan Entrepreneurial Intention.*

### **1.6 Sistematika Penelitian**

Penelitian ini dilakukan berdasar pada sistematika penelitian yang dibagi menjadi 5 bab dalam jenis karya tulis skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self-Efficacy, Entrepreneurial Motivation, dan Family Support Terhadap Women Entrepreneurial Intention; dimediasi oleh Entrepreneurial Education*”

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab Pendahuluan merupakan bab bahasan berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan, dan sistematika dari penelitian. Dimana akan dijelaskan mengenai masalah yang akan dibahas dalam penelitian, rumusan masalah yaitu pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian, tujuan penelitian yaitu hasil yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian, manfaat penelitian yaitu keuntungan yang diperoleh dari hasil penelitian, batasan penelitian serta fokus



ruang lingkup dari penelitian yang dilaksanakan, serta sistematika penelitian dimana dijelaskan bagaimana karya tulis skripsi dituliskan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab II landasan teori merupakan bab bahasan yang berisikan teori, konsep, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian. Dimana dijabarkan teori dan konsep yang digunakan sebagai dasar untuk memahami masalah yang akan dibahas. Serta dibahas penelitian terdahulu yang bertujuan untuk mengetahui hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian. Teori yang akan digunakan adalah teori mengenai *women entrepreneurship*, *entrepreneurship*, *Social Cognition Theory*, *Theory of Planned Behaviour*, *women Entrepreneurial Intention*, *self-efficacy*, *Entrepreneurial Motivation*, *entrepreneurial education*, dan *family support*.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan mengenai gambaran umum dari objek penelitian, desain penelitian yang berisi jenis penelitian, populasi dan sampel, Teknik Pengumpulan data, Operasionalisasi Variabel, Teknik Analisis Data, dan Uji hipotesis.

## **BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab 4 berisi pembahasan atas hasil analisis dari penelitian yang dilakukan. Hasil penelitian adalah data yang diperoleh dari pengumpulan data. Pembahasan adalah interpretasi terhadap hasil penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab 5 kesimpulan dan saran merupakan bab bahasan yang berisikan kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan, serta saran yang ditulis oleh penulis kepada pembaca dan pihak peneliti selanjutnya.