

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Entrepreneurship*

Wirausaha atau *Entrepreneurship* berasal dari Bahasa Perancis yaitu *entreprende* yang berarti melakukan “to undertake”, dalam arti melakukan kegiatan mengorganisir dan mengatur. Kata *entrepreneurship* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon melalui tulisannya yang berjudul *Essai Sur la Nature du Commerce en General* pada tahun 1755. Pada awalnya, istilah *entrepreneur* merupakan sebutan untuk para pedagang yang membeli barang di daerah lain kemudian menjualnya dengan harga yang tidak pasti.

Kewirausahaan, juga dikenal sebagai *entrepreneurship*, adalah kegiatan di mana seseorang dapat menentukan keunggulan kompetitif bisnis mereka dibandingkan dengan pesaing mereka dan memengaruhi pembangunan ekonomi. Menurut (Aceituno *et al.*, 2018), kewirausahaan memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan karena memungkinkan penyebaran pengetahuan dan inovasi ke dalam aktivitas yang berhadapan dengan laju pertumbuhan ekonomi kontemporer.

"Wirausahawan" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan seseorang yang memiliki bisnis dan melakukan bisnis. Konsep kewirausahaan adalah gagasan tentang bagaimana seseorang dapat mengambil risiko dan mengelola bisnis mereka untuk menghasilkan nilai tambahan. Meskipun ide ini sudah ada sejak lama, istilah "*entrepreneur*" pertama kali digunakan pada abad ke-18, meskipun berasal dari bahasa Prancis dan berarti "seseorang yang mengambil risiko". Sejak saat itu, konsep ini telah berkembang.

Salah satu tokoh yang terkenal dalam memperkenalkan konsep kewirausahaan adalah Richard Cantillon, seorang ekonom asal Prancis yang hidup pada abad ke-18. Dia dianggap sebagai salah satu tokoh awal dalam memperkenalkan ide tentang wirausaha dalam ekonomi, khususnya dengan karyanya yang terkenal "*Essai sur la Nature du Commerce en Général*" (*Essay on the Nature of Trade in General*), yang diterbitkan pada tahun 1755. Cantillon

mengemukakan konsep penting tentang peran wirausaha dalam perekonomian, termasuk dalam pengambilan risiko dan alokasi sumber daya.

Selain itu, kewirausahaan, juga dikenal sebagai entrepreneurship, adalah seorang individu yang membangun bisnis baru, menanggung sebagian besar risiko, dan menikmati sebagian besar keuntungan dari bisnis yang mereka geluti. Wirausahawan menggunakan keterampilan dan inisiatif mereka untuk mengantisipasi permintaan dan menghasilkan produk inovatif yang sesuai dengan permintaan pasar. Akibatnya, wirausahawan memainkan peran penting dalam sektor ekonomi apapun di mana mereka beroperasi (Hayes, 2021).

2.1.1 Proses Entrepreneurship

Proses *entrepreneurship* adalah serangkaian langkah atau tahapan yang diambil oleh seorang wirausaha untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengelola peluang bisnis. Ahli kewirausahaan telah mengidentifikasi berbagai model dan pendekatan untuk menjelaskan proses ini. Salah satu model yang populer adalah model proses kewirausahaan yang dikembangkan oleh Saras Sarasvathy, seorang profesor di Darden School of Business University of Virginia. Modelnya dikenal dengan sebutan "Effectuation Theory"

1. **Berkonseptualisasi Ide:** Tahap pertama dalam proses kewirausahaan adalah menghasilkan ide-ide bisnis. Pada tahap ini, seorang wirausaha mencari, mengidentifikasi, dan mengembangkan ide-ide baru berdasarkan pemahaman mereka tentang pasar, kebutuhan pelanggan, dan potensi bisnis.
2. **Pengembangan Ide:** Setelah ide bisnis dihasilkan, langkah selanjutnya adalah mengembangkan ide-ide tersebut menjadi konsep bisnis yang lebih konkret. Ini melibatkan penelitian pasar lebih lanjut, analisis persaingan, dan penentuan strategi bisnis yang sesuai.
3. **Pengambilan Keputusan:** Tahap ini melibatkan pengambilan keputusan strategis tentang bagaimana mewujudkan ide bisnis menjadi kenyataan. Wirausaha harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk sumber daya yang tersedia, risiko, dan peluang yang ada.
4. **Implementasi:** Setelah keputusan diambil, langkah berikutnya adalah mengimplementasikan rencana bisnis tersebut. Ini melibatkan pembuatan

produk atau layanan, pembentukan tim, dan pengaturan operasional dan administratif.

5. **Evaluasi dan Adaptasi:** Proses kewirausahaan tidak berhenti setelah implementasi. Wirausaha perlu terus mengevaluasi kinerja bisnis mereka, memantau pasar dan lingkungan bisnis, dan siap untuk melakukan perubahan dan penyesuaian sesuai dengan keadaan yang berkembang.

Selain model Sarasvathy, ada juga berbagai model proses kewirausahaan lainnya yang dikembangkan oleh para ahli kewirausahaan lainnya. Namun, intinya adalah bahwa proses kewirausahaan melibatkan serangkaian langkah yang diambil untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan mengelola peluang bisnis dengan tujuan menciptakan nilai tambah dan kesuksesan bisnis.

2.1.2 Sifat Seorang *Entrepreneur*

Pola pikir sifat kewirausahaan, juga dikenal sebagai pola pikir kewirausahaan, adalah cara berpikir dan bertindak tentang bisnis dalam menghadapi ketidakpastian. Pola pikir ini didasarkan pada nilai-nilai kepercayaan dan kebutuhan tertentu, yang memberikan dorongan intrinsik bagi individu untuk berpartisipasi dalam tindakan kewirausahaan (Dewi,2018).

Karakteristik wirausaha dapat didefinisikan sebagai karakteristik atau bentuk-bentuk watak, karakter, corak tingkah laku, atau tanda khusus yang dimiliki oleh setiap wirausaha dalam mengelola usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Sinaga, 2016:25), kewirausahaan harus memiliki karakteristik berikut: percaya diri dan optimis; fokus pada tugas dan hasil; berani mengambil risiko dan menghadapi tantangan; berjiwa kepemimpinan; terbuka terhadap kritik dan saran; inovatif, kreatif, dan fleksibel; dan berorientasi pada masa depan. Keberhasilan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha dipengaruhi oleh perspektif atau karakteristik wirausaha.

Sebuah penelitian (Raeni *et al.*, 2016) menemukan bahwa salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh bisnis kecil dan menengah adalah produk yang unik. Tujuannya adalah untuk menarik sebanyak mungkin pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang paling besar. Akibatnya, untuk bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, kreativitas adalah salah satu komponen penting.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Robby dan Iffan (2019), keberhasilan seorang wirausaha dalam mengembangkan bisnisnya tergantung pada kecerdasan, imajinasi, dan kekuatan keinginan individu tersebut. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan usaha dapat diukur melalui efisiensi proses produksi, yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Setiap pencapaian memiliki karakteristik seperti penciptaan lapangan kerja, perkembangan

Sebuah penelitian (Muhammad Iffan, 2019) menemukan bahwa niat kewirausahaan dan motivasi kewirausahaan adalah komponen utama yang menentukan keberhasilan seorang pengusaha. Motivasi kewirausahaan juga sangat penting untuk niat berwirausaha. Motivasi memiliki nilai yang besar karena memotivasi orang untuk bertindak. Namun, niat kewirausahaan adalah keinginan seseorang untuk memulai bisnis baru atau menciptakan nilai baru melalui bisnis mereka. Sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah komponen motivasi kewirausahaan.

2.2 Entrepreneurial Passion

Entrepreneurial Passion, menurut Vallerand dan Houliard, adalah kecenderungan yang kuat terhadap suatu aktivitas yang disukai seseorang. Passion, menurut Pertula, adalah kondisi psikologis yang dapat digambarkan sebagai rasa emosi yang kuat dan positif yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka anggap penting (Nandy, 2021). Passion dapat didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang mereka sukai tanpa dipaksa atau didorong oleh orang lain. Ada tiga faktor, menurut Thesman dan Ardianti dalam Nandy (2021), yang dapat menentukan apakah seseorang memiliki passion atau tidak:

1. Orang yang memiliki passion akan berambisi untuk menciptakan sesuatu yang berarti dalam hidup mereka dan orang lain.
2. Orang yang memiliki semangat memiliki passion terhadap bidang usaha yang mereka tekuni saat ini.

3. Orang yang memiliki passion memiliki energi yang dapat mendorongnya untuk mewujudkan ide yang dimilikinya.

Terbagi menjadi dua kategori berdasarkan efek yang ditimbulkan oleh orang yang terlibat, yaitu (Harismi, 2020):

1. *Passion* Harmoni

Seorang individu yang positif dengan passion harmoni melakukan aktivitasnya berdasarkan kecintaan, kesukaan, dan kepuasan yang selaras dengan nilai-nilai kepribadiannya. Individu ini memiliki tujuan yang jelas dan dapat dengan tenang menyelesaikan segala masalah dan kesulitan dalam hidupnya. Orang yang memiliki minat ini akan menghasilkan uang dari apa yang mereka suka, cintai, dan nikmati.

2. *Passion* Obsesi

Orang yang memiliki passion ini didorong untuk melakukan aktivitas ini oleh hal-hal yang datang dari luar, seperti harus mendapatkan gaji yang besar untuk menafkahi keluarganya. Dengan passion ini, seseorang akan dipaksa untuk melakukan sesuatu, bahkan jika itu bertentangan dengan nilai-nilai kepribadiannya. Jika mereka menghadapi masalah atau tantangan dalam hidup mereka, orang yang memiliki passion ini jarang bertindak dengan lembut.

Menurut Cardon MS (2005), yang dikutip dalam Santosa (2017), semangat kewirausahaan didefinisikan sebagai kesadaran yang dapat diakses dan perasaan positif yang dialami saat terlibat dalam aktivitas kewirausahaan yang berkaitan dengan peran yang signifikan dan penting untuk identitas kewirausahaan seseorang. Dalam konsep ini, ada dua komponen utama: yang pertama adalah bahwa semangat kewirausahaan melibatkan perasaan yang kuat dan positif; yang kedua adalah bahwa perasaan tersebut berasal dari keterlibatan seseorang dalam aktivitas bisnis atau usaha.

Menurut Cardon *et al.* (2009) yang dikutip dalam Merieska & Meiyanto (2019), seseorang yang memiliki *entrepreneurial passion* adalah individu yang merasa gembira dengan identitasnya sebagai pendiri usaha dan menganggap bahwa

menjadi pendiri usaha adalah bagian penting dari diri mereka. Dengan kata lain, *entrepreneurial passion* melibatkan rasa bangga dan kepuasan dalam peran sebagai pengusaha, serta keyakinan bahwa menjadi pendiri usaha adalah aspek integral dari identitas mereka.

Oleh karena itu, passion kewirausahaan yang beraksi melalui elemen-elemennya yang kuat dalam emosi positif yang terkait dengan identitas penting merupakan faktor motivasi kunci bagi perilaku kewirausahaan, terutama ketika sumber daya terbatas, dan lingkungan tidak pasti (Chen dkk, 2009; Huyghe dkk, 2016).

Menurut Wardana (2020), dalam studinya tentang pola pikir kewirausahaan dan minat kewirausahaan, menggunakan sampel sebanyak 390 mahasiswa, ditemukan bahwa pola pikir kewirausahaan berkaitan secara positif dengan minat berwirausaha. Hasil ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki pola pikir yang mendukung kewirausahaan cenderung memiliki minat yang lebih besar dalam memulai usaha.

Studi yang dilakukan oleh Jung (2020) tentang pikiran kewirausahaan mahasiswa di Korea Selatan menunjukkan bahwa ciri-ciri kewirausahaan seperti inovasi, otonomi, dan proaktif berkembang secara positif seiring dengan pola pikir kewirausahaan mahasiswa untuk menjadi pengusaha. Hal ini menekankan bahwa pengembangan pola pikir kewirausahaan dapat menjadi faktor penting dalam memprediksi niat berwirausaha mahasiswa.

Selain itu, Aima (2020) menyatakan bahwa pola pikir kewirausahaan berkembang seiring waktu dan kebutuhan untuk digunakan secara teratur. Oleh karena itu, individu perlu membuat pikiran mereka lebih efisien dalam kehidupan sehari-hari dan lebih memperhatikan peluang-peluang yang ada.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa individu dengan pola pikir kewirausahaan cenderung lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan dibandingkan dengan individu lainnya. Ini menunjukkan pentingnya pengembangan pola pikir kewirausahaan dalam mendorong minat dan partisipasi dalam aktivitas kewirausahaan

Global Entrepreneurship Monitor yang selanjutnya disebut dengan GEM menyampaikan bahwa dari hasil penelitian yang dilakukan terdapat beberapa indikator untuk mengukur kegiatan kewirausahaan di Indonesia. Indikator tersebut yaitu keterlibatan dalam pendirian usaha baru dan masih pada titik awal (nascent entrepreneurship), kewirausahaan baru (new business ownership), dan kewirausahaan yang sudah mapan (established entrepreneurship).

2.3 *Creativity*

Nelmira (2018) menekankan bahwa setiap individu memiliki potensi kreativitas. Sebagai manusia, tidak peduli dari latar belakang apa pun, termasuk suku, keluarga, atau daerah asal, dan tidak terkait dengan usia, semua orang memiliki bakat untuk menjadi individu yang dapat menghasilkan ide-ide kreatif dan inovatif. Intinya, kemampuan untuk berpikir kreatif dan semangat untuk berkreasi ada dalam setiap individu yang memiliki pola pikir yang baik. Namun, tanpa upaya dari individu tersebut untuk mengembangkan kreativitas mereka, semangat dan kemampuan kreatif mereka tidak akan berkembang. Oleh karena itu, penting untuk mengadakan program pembinaan dan pengembangan kreativitas bagi mahasiswa di Indonesia dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi kreativitas yang dimiliki oleh mereka

Kreativitas tidak hanya penting untuk bersaing di pasar bisnis, tetapi juga esensial untuk menjaga produk atau industri agar dapat bertahan dalam persaingan dengan produk atau industri lainnya. Kemampuan untuk berpikir kreatif memungkinkan kita untuk terus mempertimbangkan perkembangan dalam industri atau produk kita sendiri. Dengan demikian, kita terus berusaha menghasilkan ide-ide baru guna memastikan produk atau industri kita dapat bertahan dalam persaingan dengan produk atau industri lain (Edwar, 2017).

Selain itu, individu dengan *self-efficacy* tinggi untuk tugas tertentu cenderung melakukan lebih banyak usaha untuk jangka waktu yang lebih lama, tetap bertahan meskipun. Oleh karena itu, semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap kemampuannya, semakin besar niat kewirausahaan seseorang (Moraes *et al.*, 2018).

2.3.1 *Entrepreneurial Creativity*

Definisi kreativitas kewirausahaan perlu memperhatikan dua istilah yang tepat, yaitu kreativitas dan kewirausahaan, yang sudah merupakan ekspresi dari keunikan tersendiri. Penggabungan keduanya dapat memberikan kembali makna konseptual dari ungkapan ini. Dalam cahaya pengamatan ini, makalah ini dimulai dari analisis kedua istilah tersebut untuk kemudian mencapai definisi yang sesuai untuk tujuan karya (Valentina Della Corte *et al.*, 2017)

Namun, masalah ini masih menunjukkan kontribusi yang terfragmentasi tentang konsep kreativitas kewirausahaan di berbagai disiplin, dalam sebuah konstruk multidimensional yang sangat kompleks. Oleh karena itu, kami mengusulkan tinjauan literatur sistematis dengan analisis untuk memverifikasi apakah perbedaan substantif ada dalam debat akademis tentang tema penelitian tertentu dan di antara studi-studi metodologis, teoritis, dan empiris.

2.4 *Self Efficacy*

Self-efficacy (efikasi diri) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk melakukan suatu tindakan. Efikasi diri tidak universal. Hal ini disebabkan oleh keadaan dirinya sendiri atau keadaan lingkungannya. Orang-orang yang percaya bahwa mereka memiliki kemampuan untuk mengubah lingkungan mereka akan lebih cenderung bertindak dan mencapai kesuksesan daripada orang-orang yang tidak percaya pada kemampuan mereka untuk mengubah lingkungan mereka.

Self-efficacy juga merupakan konsep psikologis yang mengacu pada kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk berhasil dalam melakukan suatu tugas atau mencapai tujuan tertentu. Ini melibatkan keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi tantangan, mengatasi rintangan, dan mencapai hasil yang diinginkan. Dalam kalimat panjang, *self-efficacy* dapat dijelaskan sebagai suatu konsep psikologis yang menandai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri untuk mencapai sukses dalam berbagai situasi, baik itu dalam konteks akademis, profesional, maupun pribadi. Tingkat *self-efficacy* seseorang dapat mempengaruhi perilaku, motivasi, dan kinerja mereka,

karena individu yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk mengambil tindakan, bertahan dalam menghadapi kesulitan, dan menghasilkan hasil yang lebih baik. Peran penting dari *self-efficacy* ini telah diakui dalam berbagai bidang, termasuk psikologi, pendidikan, dan manajemen.

Ini berkaitan dengan bagaimana tindakan, perilaku, persepsi, kognisi, dan lingkungan saling memengaruhi secara mandiri (Shahab *et al.*, 2019).

Sementara Jannah (2019) menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah kemampuan seseorang untuk melaksanakan pekerjaan atau kewajiban lainnya berdasarkan kemampuan, keterampilan, dan kompetensi mereka. Selain itu, orang itu memiliki keyakinan yang kuat sehingga hasilnya optimal, positif, atau bahkan bermanfaat. Selain dari kata "yakin", Jannah mengatakan bahwa *self-efficacy* ini muncul dari pengalaman, karena tanpa pengalaman, seseorang tidak akan memiliki kemampuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas yang diberikan, dan ini mungkin menghasilkan hasil yang tidak cukup baik. Selain itu, Santrock menegaskan hal ini dalam Mentang *et al* (2022) dengan menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah keyakinan yang tertanam dalam diri seseorang yang memungkinkan mereka untuk berhasil dalam bidang yang mereka kendalikan. Secara keseluruhan, *self-efficacy* adalah bagian dari diri seseorang yang memiliki keyakinan untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada mereka berdasarkan keterampilan, keahlian, dan pengalaman mereka sendiri.

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

1. Mastery experience adalah pekerjaan yang sudah dilakukan pada masa sebelumnya, serta dikuasai, sehingga seseorang yakin pada kesuksesannya untuk mengerjakan pekerjaan tersebut.
2. Vicarious experience merupakan informasi yang didapatkan dari koneksi seseorang tersebut berdasarkan pengalaman yang pernah dijalankan oleh koneksinya, sehingga ia menjadi yakin berkat informasi yang diserap olehnya.

3. Social / Verbal Persuasion adalah saran dan motivasi yang diberikan kepada seseorang melalui lingkungan disekitarnya, seperti teman dekat atau kerabat, keluarga, dan lainnya. Semakin positif makna dan kata yang diberikan, maka semakin termotivasi dan yakin pada seseorang tersebut untuk melaksanakan tugasnya, termasuk rekomendasi dan saran.
4. Emotional and Physiological lebih mengarah pada sugesti dan dorongan dari mindset individu terhadap tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Yang dimana, hal ini menumbuhkan keyakinan pada dirinya dalam menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

Namun menurut Bandura dalam Lovitasari dan Mampouw (2022), ada aspek lain yang harus dipertimbangkan agar seseorang benar-benar memiliki *self-efficacy*. Ini adalah dimensi *self-efficacy*:

1. Magnitude adalah rasa yakin yang dimiliki untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.
2. Strength adalah kemampuan untuk sadar pada kemampuan dirinya untuk menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.
3. Generality merupakan harapan yang diharapkan dari dirinya setelah menyelesaikan tugas dan tanggung jawabnya.

2.4.1 Entrepreneurial Self-Efficacy

Menurut Herawati (2016), *Entrepreneurial Self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mengambil keputusan terkait kewirausahaan dan mengatur diri sendiri. Herawati (2016) juga menyebutkan beberapa persyaratan yang harus dimiliki individu untuk menjadi pengusaha, seperti kemampuan dalam menciptakan produk baru atau menemukan peluang pasar baru, menciptakan lingkungan inovatif, membangun hubungan dengan investor, menghadapi tantangan yang tidak terduga, dan mengembangkan sumber daya manusia yang kritis.

Novariana & Andrianto (2020) mengatakan *self-efficacy entrepreneurial* terdiri dari keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk meningkatkan produk, keyakinan bahwa mereka dapat menghadapi tantangan tak terduga, keyakinan bahwa mereka dapat meningkatkan sumber daya, keyakinan bahwa

mereka dapat memastikan tujuan, keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk membangun area inovatif, dan keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan untuk membangun hubungan dengan investor.

Larasaty (2020) mengatakan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* adalah "variabel penjelas yang berarti dalam memastikan kekuatan hasrat wirausaha serta mungkin kalau hasrat tersebut hendak menciptakan aksi wirausaha." Dia mendefinisikan *entrepreneurial self-efficacy* sebagai keyakinan seseorang bahwa mereka dapat memenuhi tanggung jawab dan peran seorang wirausahawan dengan sukses.

Studi saat ini berusaha untuk meningkatkan pemahaman tentang ESE dan pengaruhnya terhadap niat berwirausaha dengan mengembangkan ukuran multi-dimensi dari ESE dalam kerangka kerja proses penciptaan usaha empat tahap. Keandalan dan validitas instrumen kemudian diuji, menggunakan sampel yang beragam yang mencakup pengusaha pemula—individu yang terlibat dalam aktivitas yang dimaksudkan untuk menghasilkan bisnis baru—dan pengusaha non-pemula.

2.5 Entrepreneurial Intentions

Intention atau niat merupakan sebuah sikap yang dilakukan karena seseorang merasa senang terhadap suatu hal (Aida, 2016). Dengan memperhatikan hal tersebut, faktor prediktor utama individu untuk niat adalah sifat-sifat personal, motivasi untuk pemenuhan pribadi, perspektif positif, *self-efficacy*, persepsi manajemen, locus of control, persepsi hambatan, dan pemikiran kreatif (Ferreira *et al.*, 2017).

Studi ini sejalan dengan studi lain yang mengkaji sampel serupa, yaitu mahasiswa sebagai subjek kewirausahaan yang sedang berkembang, dan juga menggunakan teori perilaku yang direncanakan, menunjukkan kekuatan penjelasannya. Selain itu, dengan fokus pada *self-efficacy*, ini menunjukkan dampaknya pada niat kewirausahaan dan menunjukkan peran potensial pendidikan kewirausahaan terhadap keinginan individu untuk memulai usaha mereka sendiri (Liu *et al.*, 2019; Lv *et al.*, 2021).

Pendidikan semacam itu dapat mempengaruhi tidak hanya kewirausahaan tradisional, tetapi juga kewirausahaan sosial, yang juga dapat memanfaatkan TPB untuk memajukan agenda penelitian yang solid dengan cara yang sama dengan yang dilakukan di sini (Chien-Chi *et al.*, 2020).

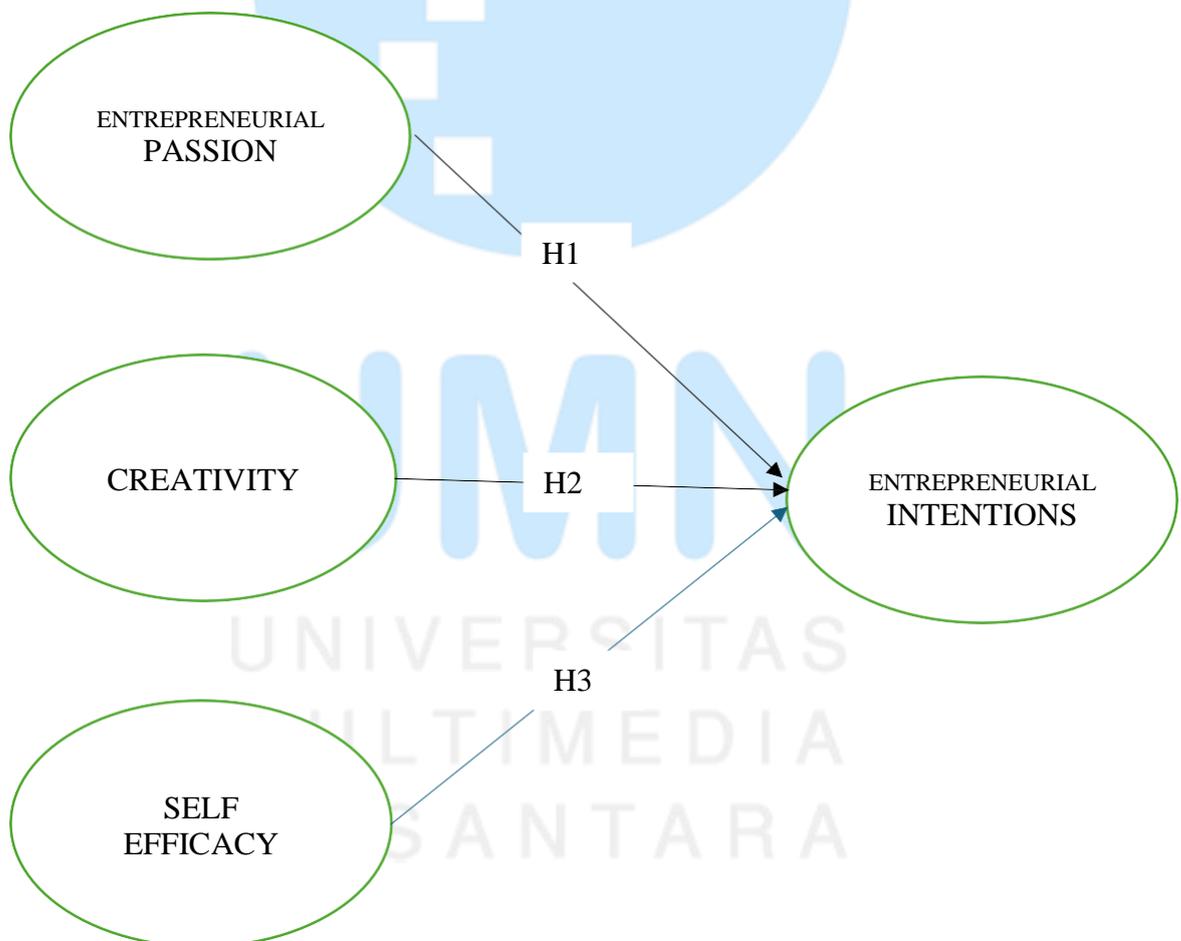
Menurut Slameto dalam Octavionica (2016), *entrepreneurial intention* dapat diukur dengan 3 (tiga) macam indikator sebagai berikut:

1. Kognisi meliputi ilmu wirausaha terhadap keinginan berwirausaha. Kognisi juga dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap sesuatu yang didapatkan dari proses berpikir seseorang akan sesuatu.
2. Emosi, meliputi: perasaan senang, ketertarikan serta perhatian terhadap minat berwirausaha. Emosi juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang menggambarkan perasaan dari seseorang terhadap sesuatu.
3. Konasi meliputi keinginan, usaha dan keyakinan terhadap minat berwirausaha. Konasi dapat diartikan sebagai aktivitas fisik yang mengandung sikap aktif seseorang dalam mencapai tujuan hidup yang telah ditentukan.

Menurut Alfonso dan Cuevas dalam Rahmah (2017) menegaskan bahwa *entrepreneurial intention* memiliki peran yang sangat penting dalam memahami proses kewirausahaan, karena niat selalu menjadi faktor pendorong utama dalam perilaku kewirausahaan yang mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru melalui proses kewirausahaannya. Memulai suatu usaha atau bisnis selalu melibatkan berbagai risiko yang harus dihadapi, sehingga niat seseorang untuk menjadi pengusaha sangat menentukan dalam menilai kesiapan individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Dengan demikian, niat ini membantu individu untuk menetapkan tujuan yang ingin dicapai dan mengevaluasi kesiapan usaha untuk jangka waktu yang panjang (Ndofirepi, 2020).

2.6 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, setelah peneliti menguraikan dan menganalisis seluruh hipotesis yang ada diatas. Peneliti akan menggambarkan kerangka model penelitian yang peneliti contoh dari jurnal utama peneliti yaitu Macário Neri Ferreira-Neto, Jessyca Lages de Carvalho Castro, José Milton de Sousa-Filho and Bruno de Souza Lessa (2023) yang berjudul “The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions”. Pada penelitian ini, peneliti memiliki tujuan yang berbeda dan sederhana yaitu apakah *Entrepreneurial Passion*, *Creativity* dan *Self Efficacy* akan berpengaruh positif dengan *Entrepreneurial Intentions*? Namun peneliti tidak mengubah makna hasil yang tercantum pada jurnal utama sebagai acuan. (John *et al.*, 2018:138)



Gambar 2.1 Model Penelitian

2.7 Penelitian Terlebih Dahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terlebih Dahulu

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Manfaat Jurnal
1	Kusmintarti, A., Asdani, A., and Riwijanti, N. I. (2017)	Research Gate	<i>The relationship between creativity, entrepreneurial attitude and entrepreneurial intention (case study on the students of State Polytechnic Malang).</i>	Meningkatkan pemahaman tentang hubungan antara kreativitas, sikap kewirausahaan, dan niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa.
2	Lerch, C., Thai, M. T., Puhakka, V., and Burger-Helmchen, T. (2015)	Research Gate	<i>Re-examining creativity in entrepreneurship</i>	Mendekonstruksi konsep kreativitas dalam konteks kewirausahaan, memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih mendalam.
3	Liu, X., Lin, C., Zhao, G., and Zhao, D. (2019).	Research Gate	<i>Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention.</i>	Menyoroti pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam membentuk niat kewirausahaan mahasiswa, dengan mengeksplorasi hubungannya dengan efikasi diri kewirausahaan.
4	Lopes, J., Teixeira, S. J., Ferreira, J. J. M., Silveira, P., Farinha, L., and Lussuamo, J. (2020).	Research Gate	<i>University entrepreneurial intentions: mainland and insular regions – are they different? Educ. Train.</i>	Membandingkan niat kewirausahaan antara wilayah daratan dan pulau, memberikan wawasan tentang perbedaan faktor-faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan di kedua jenis wilayah tersebut.

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Manfaat Jurnal
5	Murad, M., Li, C., Ashraf, S. F., and Arora, S. (2021).	Springer	<i>The influence of entrepreneurial passion in the relationship between creativity and entrepreneurial intention.</i>	Memberikan wawasan baru tentang bagaimana gairah kewirausahaan dapat menjadi penghubung antara ide kreatif dan keputusan untuk memulai bisnis.
6	Syed, I., Butler, J. C., Smith, R. M., and Cao, X. (2020).	Research Gate	<i>From entrepreneurial passion to entrepreneurial intentions: the role of entrepreneurial passion, innovativeness, and curiosity in driving entrepreneurial intentions.</i>	Mendalaminya peran gairah kewirausahaan, inovasi, dan rasa ingin tahu dalam membentuk niat kewirausahaan, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha.
7	Elnadi, M., and Gheith, M. H. (2021)	Research Gate	<i>Entrepreneurial ecosystem, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention in higher education: Evidence from Saudi Arabia</i>	Mendorong pengembangan strategi intervensi yang lebih efektif dalam meningkatkan efikasi diri individu untuk mengubah perilaku yang tidak diinginkan atau mengadopsi perilaku yang diinginkan.
8	Chien-Chi, C., Sun, B., Yang, H., Zheng, M.,	Research Gate	<i>Emotional competence, entrepreneurial self-efficacy, and</i>	memberikan wawasan yang lebih dalam tentang hubungan antara

No	Nama Peneliti	Nama Jurnal	Judul Penelitian	Manfaat Jurnal
	and Li, B. (2020).		<i>entrepreneurial intention: a study based on China college students' social entrepreneurship project</i>	kompetensi emosional, self-efficacy kewirausahaan, dan niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa yang dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

