

**PENDIDIKAN BISNIS SERTA DAMPAKNYA TERHADAP
NIAT BERWIRAUSAHA DENGAN *FEASIBILITY* DAN
ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA MAHASISWA PRODI BISNIS
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI UNIVERSITAS
BRAWIJAYA**

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Magister



Oleh

MARLINA DELIANA
NIM. 156030201111005

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2019

LEMBAR PENGESAHAN

TESIS

**PENDIDIKAN BISNIS SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT
BERWIRAUSAHA DENGAN *FEASIBILITY* DAN *ENTREPRENEURIAL SELF-
EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MAHASISWA PRODI
BISNIS FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

Oleh:

Marlina Deliana
NIM. 156030201111005

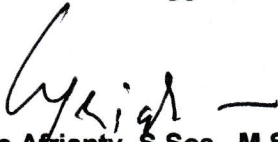
Telah Dipertahankan didepan penguji
pada tanggal 10 juli 2019
dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui
Komisi Pembimbing,

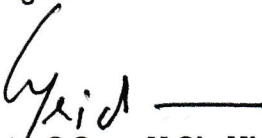
Ketua


Dr. Kusdi Raharjo, DEA.
NIP. 19570127 198403 1 001

Anggota


Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM, Ph.D
NIP. 19760404 199903 2 001

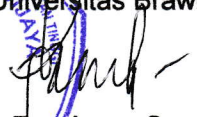
Ketua Program Magister Ilmu Administrasi Bisnis


Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM, Ph.D
NIP. 19760404 199903 2 001

Mengetahui.

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya




Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS
NIP. 19610905 198601 1 002

IDENTITAS PENGUJI

JUDUL TESIS

**PENDIDIKAN BISNIS SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT
BERWIRAUSAHA DENGAN *FEASIBILITY* DAN *ENTREPRENEURIAL
SELF-EFFICACY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA
MAHASISWA PRODI BISNIS FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

Nama Mahasiswa : Marlina Deliana

NIM : 156030201111005

Program Studi : Magister Administrasi Bisnis

Minat : Manajemen Sumber Daya Manusia

KOMISIS PEMBIMBING

Ketua : Kusdi Raharjo, DEA

Anggota : Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM, Ph.D

TIM PENGUJI

Dosen Penguji 1 : Dr. Kusdi Rahardjo, DEA

Dosen Penguji 2 : Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM, Ph.D

Dosen Penguji 3 : Mohammad Iqbal, MIB., DBA

Dosen Penguji 4 : M. Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D

Tanggal Ujian : 10 Juli 2019

PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah TESIS ini tidak terdapat Karya Ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah TESIS ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TESIS ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (MAGISTER) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan pertauran perundang-undangan yang berlaku.

(UU NO. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70)

Malang,

Mahasiswa



Nama : Marlina Deliana
NIM : 156030201111005
PS : Magister Ilmu Administrasi
PPSUB

MOTTO :

**“KESABARAN DAN DOA ADALAH KUNCI DARI
KEBERHASILAN”**

Karya Ini Kupersembahkan Kepada:

Ayahanda Yan Elly Poluan, S.Pt, Ibunda Dra. Nurhana

Nasution. Adinda Nadia Amelia Elyana Poluan, dan

sahabat-sahabat terkasih yang selalu mendukung dan

mendoakan



RIWAYAT HIDUP

Marlina Deliana, lahir pada tanggal 28 Maret 1991 di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Yan Elly Poluan dan Nurhana Nst. Masuk TK pada tahun 1996-1997, kemudian melanjutkan pendidikan dasar di SD Al-Azhar medan 1998-2003. Masuk Sekolah Menengah Pertama di SMP Al-Azhar Medan 2004-2006. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 2 Medan 2007-2009.

Melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di Universitas Sumatera Utara (USU) pada tahun 2009 dengan mengambil jurusan administrasi bisnis (Strata 1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) USU. Selama berada di bangku perkuliahan penulis aktif pada kegiatan club kampus yaitu *Fisip English Club* dan menjawab sebagai bendahara selama dua periode 2010-2011 dan 2011-2012. Kemudian penulis juga aktif dalam Ikatan Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (IMPRODIAS) sebagai sekretaris bidang informasi dan komunikasi periode 2011-2012. Sekarang ini penulis melanjutkan kembali ke perguruan tinggi program Magister pada tahun 2015 Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesempatan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini guna mendapat gelar Magister Administrasi Bisnis. Shalawat dan salam penulis sampaikan kepada junjungan nabi besar Rasulullah Muhammad SAW. Penulis menyadari tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak maka tulisan ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati izinkanlah penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih kepada orang-orang yang telah berjasa atas dukungan, bimbingan dan doanya bagi penulis dalam menyelesaikan tulisan ini :

1. Rektor Universitas Brawijaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk kuliah di kampus ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Brawijaya Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS.
3. Ibu Tri Wulida Afrianty, S.Sos., M.Si., MHRM., Ph.D, selaku ketua prodi program magister administrasi bisnis sekaligus pembimbing II yang telah meluangkan waktunya ditengah kesibukan yang padat untuk membimbing penulis serta dengan sabar telah mengarahkan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Bapak Yudha Prakarsa, S.AB., M.AB selaku sekretaris Prodi S2 Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
5. Bapak Dr. Kusdi Raharjo, DEA, selaku Ketua Komisi pembimbing (pembimbing I), yang selalu dengan sabar membimbing penulis. Ilmu yang diberikan akan selalu penulis ingat sebagai pengalaman hidup yang berharga.

6. Bapak Mohammad Iqbal, S.Sos, MIB, DBA, selaku penguji I yang telah memberikan masukan saran dan keritikan membangun untuk kesempurnaan tugas akhir ini
7. Bapak M Kholid Mawardi, S.Sos., M.AB., Ph.D, selaku penguji II yang telah banyak memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan tugas akhir penulis.
8. Seluruh Dosen Ilmu administrasi bisnis yang senantiasa memberikan tambahan ilmu selama perkuliahan
9. Staff Prodi Magister Ilmu Administrasi dan Fakultas Ilmu Administrasi yang telah dengan ramah melayani penulis dalam proses administrasi dan akademik.
10. Kedua orang tua (Yan Elly Poluan, S.Pt dan Dra. Nurhana Nst), yang selalu memberikan kepercayaan dan dukungan dengan memberikan doa yang tulus kepada Allah SWT agar penulis dapat mencapai cita-cita yang diharapkan.
11. Kepada adinda yang paling aku sayang (Nadia Amelia Elyana P, S.I.Kom) yang selalu menjadi tempat curahan hati dan memberikan hiburan.
12. Teman – teman seangkatan 2015 yang bersama bahu-membahu untuk selalu menguatkan dan selalu memberikan hiburan, terkhusus Maulina Agustin, S.AB., M.AB, Regina P Mharanie, S.AB., M.AB, kak wis Kurniawati Sene, S.E., M.AB dan kak Agnes Yunita Dea, S.AB., M.AB yang selalu ada disetiap momen dalam pembuatan tugas akhir ini.

Malang, Juli 2019

Penulis

Marlina Deliana

ABSTRAK

Marlina Deliana, 2015 Program Pascasarjana Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya "Pendidikan Bisnis Serta Dampaknya Terhadap Niat Berwirausaha Dengan *Feasibility* dan *Entrepreneurial Self-efficacy* sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Prodi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya". Komisi pembimbing, ketua komisi: Dr. Kusdi Rahardjo, DEA, Anggota: Tri Wulida Afrianty; S.Sos., M.Si., MHRM., Ph.D.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh pendidikan terhadap keinginan berwirausaha dengan *feasibility* dan *Entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel intervening dengan menggunakan pengembangan *Theory Planned Behavior* (TPB) Ajzen dan *Shapero Entrepreneurial Event* (SEE) milik Shapero dan Sokol. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Prodi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 321 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Proportionate stratified random sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner dan dianalisis dengan menggunakan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan bisnis memiliki pengaruh positif terhadap *feasibility*, pendidikan bisnis berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial self-efficacy*, *feasibility* memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha, *entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha, *entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *feasibility*, dan pendidikan bisnis memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha baik secara langsung maupun melalui *feasibility* dan *entrepreneurial self-efficacy*. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan semakin memahami *feasibility* dan *entrepreneurial self-efficacy* sehingga dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa Prodi bisnis FIA UB untuk memulai bisnis.

Kata Kunci: Pendidikan bisnis, *Feasibility*, *Entrepreneurial self-efficacy*, Niat berwirausaha

ABSTRACT

Marlina Deliana, 2015 Postgraduate Program of administrative science faculty, Brawijaya University "Business education and its impact on Entrepreneurial intention with Feasibility and Entrepreneurial self-efficacy as Intervening Variables for Business Study Program Students in Administrative Science Faculty Brawijaya University. Supervisor: Dr. Kusdi Rahardjo, DEA, Co-Supervisor: Tri Wulida Afrianty; S.Sos., M.Si., MHRM., Ph.D.

The purpose of this study is to examine education affect to entrepreneurial intention with feasibility and entrepreneurial self-efficacy as intervening variable. Theory Planned Behavior (TPB) Ajzen dan Shapero Entrepreneurial Event (SEE) Shapero dan Sokol being used in this study. This study was conducted on students of Business study program, Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. The number of sample used in this study were 321 students using proportionate stratified random sampling. Data were collected using questionnaires and analyzed using Partial Least Square (PLS).

The results of this study indicate business education has a positive influence on feasibility, business education has a positive effect on entrepreneurial self-efficacy, feasibility has a positive influence on entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy has a positive influence on entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy has a positive influence on feasibility and business education has a positive influence on entrepreneurial intention both directly and indirectly through feasibility and entrepreneurial self-efficacy. The results of this study are expected to further understand feasibility and entrepreneurial self-efficacy so that students can improve the ability of FIA UB's business study program to start a business.

Key Word: Business education, Feasibility, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada sang pemilik segala pujian yaitu Allah SWT, yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan dan nafas hidup hingga pada hari ini sehingga peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini guna mendapat gelar magister pada program studi ilmu administrasi bisnis. Berkat usaha, doa dan keridhoannya penelitian dengan judul “Pendidikan bisnis serta dampaknya terhadap Niat Berwirausaha dengan *Feasibility* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Prodi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya” dapat disajikan kepada pembaca.

Peneliti pun menyadari bahwa dalam penelitian ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki peneliti, sebab kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menerima kritik dan saran yang positif untuk penyempurnaan tulisan ini sehingga dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi sebagai mana mestinya. Akhir kata, selaku peneliti memohon maaf kekurangan serta keterbatasan dalam penulisan tesis ini.

Malang, Juli 2019

Peneliti,

Marlina Deliana

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
IDENTITAS PENGUJI	iii
ORISINALITAS	iv
MOTTO	v
RIWAYAT HIDUP	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	16
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II Tinjauan Pustaka	
2.1 Tinjauan Teoritis	20
2.1.1 Pendidikan Bisnis	20
2.1.1.1 Pengertian Pendidikan Bisnis	20
2.1.2 Persepsi	31
2.1.2.1 Pengertian Persepsi	31
2.1.3 Niat Berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>)	34
2.1.3.1 Pengertian Berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>)	34
2.1.3.2 Model Pembentukan Berwirausaha	37
2.1.3.3 Theory Planned Behavior (TPB) Ajzen	37
2.1.3.4 Model Shapero's <i>Entrepreneurial Event</i> (SEE)	40

2.1.3.5	Perkembangan TPB Ajen dan SEE dalam Entrepreneurial Intention	43
2.1.4	<i>Feasibility</i>	47
2.1.4.1	Pengertian <i>Feasibility</i>	47
2.1.5	<i>Self-Efficacy</i>	47
2.1.5.1	Pengertian <i>Self-Efficacy</i>	47
2.1.5.2	Sumber <i>Self-Efficacy</i>	50
2.1.5.3	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> (ESE)	54
2.2	Penelitian Terdahulu	55
2.3	Mapping Hasil Penelitian Terdahulu	73
BAB III KERANGKA KONSEP DAN HIPOTESIS		
3.1	Kerangka Konsep	82
3.2	Keterkaitan antar variabel Pendidikan Bisnis, <i>Entrepreneurial self-efficacy</i> dan Niat berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>)	89
3.2.1	Pengaruh Pendidikan Bisnis terhadap <i>Feasibility</i>	89
3.2.2	Pengaruh Pendidikan Bisnis terhadap <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	89
3.2.3	Pengaruh <i>Feasibility</i> terhadap niat berwirausaha	91
3.2.4	Pengaruh <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> terhadap Niat Berwirausaha	92
3.2.5	Pengaruh Pendidikan bisnis terhadap Niat berwirausaha	93
3.2.6	Pengaruh <i>Entrepreneurial Self-efficacy</i> Terhadap <i>Feasibility</i>	94
3.2.7	Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Kewirausahaan Melalui <i>Feasibility</i>	95
3.2.8	Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhdap Niat Kewirausahaan melalui <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	96
BAB IV MODEL PENELITIAN		
4.1	Jenis Penelitian	100
4.2	Lokasi Penelitian	100
4.3	Populasi dan Sempel	101
4.3.1	Populasi	101
4.3.2	Sempel	101
4.4	Pengumpulan Data	103
4.4.1	Sumber Data	103
4.4.2	Metode Pengumpulan Data	104
4.5	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	104
4.5.1	Variabel Penelitian	104
4.5.2	Definisi Oprasional Variabel	105
4.5.2.1	Variabel Independen	105
4.5.2.2	Variabel Intervening	105
4.5.2.3	Variabel Dependen	106
4.6	Skala Pengukuran	108
4.6.1	Skala Likert	109
4.7	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	110

4.7.1	Uji Validitas	110
4.7.2	Uji Reliabilitas	112
4.8	Metode Analisis Data	113
4.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	113
4.8.2	Analisis Statistik <i>Inferensial</i>	113
4.8.3	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	113
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		
5.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	118
5.1.1	Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	118
5.1.2	Karakteristik Umum Responden	119
5.1.2.1	Jenis Kelamin Responden	120
5.1.2.2	Usia Responden	121
5.1.2.3	Angkatan Responden	122
5.1.2.4	Daerah Asal Responden	123
5.1.2.5	Sekolah Asal Responden	124
5.1.2.6	Latar Belakang Responden	125
5.2	Analisis Data Hasil Penelitian	126
5.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian	126
5.2.1.1	Deskripsi Variabel Pendidikan Bisnis	127
5.2.1.2	Deskripsi variabel <i>Feasibility</i>	136
5.2.1.3	Deskripsi Variabel <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	142
5.2.1.4	Deskripsi Variabel Niat Berwirausaha	150
5.2.2	Analisis <i>Cross Table</i>	156
5.2.2.1	<i>Cross Table</i> Angkatan dengan Indikator	156
5.2.2.2	<i>Cross Table</i> Pendidikan Bisnis dengan Angkatan	158
5.2.2.3	<i>Cross Table Feasibility</i> dengan Pendidikan Bisnis	159
5.2.2.4	<i>Cross Table Entrepreneurial Self-Efficacy</i> dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan Angkatan	160
5.2.2.5	<i>Cross Table</i> Niat Berwirausaha dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan Angkatan	161
5.3	Analisis <i>Partial Square</i> (PLS)	163
5.3.1	Evaluasi Model Pengukuran atau <i>Measurment Outer Model</i>	163
5.3.2	<i>Discriminant Validity</i>	164
5.3.3	Evaluasi <i>Composite Realibility, Average variance Extracted</i> (AVE), dan <i>Cornbach Alpha</i>	166
5.3.4	Evaluasi Model Struktural atau <i>Structural Inner Model</i>	167
5.4	Pengujian Hipotesis	169
5.4.1	Pengajuan Hipotesis Secara Langsung	170
5.4.2	Pengajuan Hipotesis Secara Tidak Langsung	173
5.5	Pembahasan Hasil Penelitian	175
5.5.1	Pembahasan Variabel Penelitian	175
5.5.1.1	Pendidikan Bisnis	176
5.5.1.2	<i>Feasibility</i>	177
5.5.1.3	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	178
5.5.1.4	Niat Berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>)	179
5.5.2	Pembahasan Pengaruh Antar Variabel	181

5.5.2.1. Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap <i>Feasibility</i>	181
5.5.2.2. Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	183
5.5.2.3. Pengaruh <i>Feasibility</i> terhadap Niat Berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>).....	185
5.5.2.4. Pengaruh <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> terhadap Niat Berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>).....	187
5.5.2.5. Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Berwirausaha (<i>Entrepreneurial Intention</i>).....	188
5.5.2.6. Pengaruh <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Feasibility</i>	191
5.5.2.7. Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Berwirausaha Melalui <i>Feasibility</i>	193
5.5.2.8. Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Berwirausaha Melalui <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	195
5.6 Implikasi Penelitian.....	198
5.6.1. Implikasi Teoritis.....	198
5.6.2. Implikasi Praktis.....	199
BAB VI PENUTUP.....	200
6.1 Kesimpulan.....	201
6.2 Saran.....	202
6.3 Keterbatasan Penelitian.....	203
DAFTAR PUSTAKA.....	205
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Aktivitas Kewirausahaan di Indonesia 2015-2017.....	4
1.2	Ratio Rata-Rata Wirausaha di Asia.....	11
2.1	Perbedaan Kurikulum Pendidikan Bisnis.....	23
2.2	<i>Personal and Entreprise Development Objectives</i>	26
2.3	Mapping Hasil Penelitian Terdahulu.....	73
4.1	Daftar Jumlah Mahasiswa Prodi Bisnis Berdasarkan Angkatan.....	101
4.2	Variabel, Indikator, dan Item.....	107
4.3	Uji Validitas Variabel.....	111
4.4	Uji Realibilitas Variabel.....	112
5.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	120
5.2	Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	122
5.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	122
5.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	123
5.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Sekolah.....	125
5.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Berwirausaha.....	125
5.7	Interpretasi Rata-Rata jawaban Responden.....	127
5.8	Distribusi Frekuensi Variabel Pendidikan.....	127
5.9	Distribusi Variabel <i>Feasibility</i>	136
5.10	Distribusi Variabel <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	142

5.11	Distribusi Frekuensi Variabel Niat Berwirausaha.....	151
5.12	Cross Table Angkatan dengan Indikator.....	156
5.13	Cross Table Pendidikan Bisnis dengan Angkatan.....	158
5.14	Cross Table Feasibility dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan Angkatan.....	159
5.15	Cross Table Entrepreneurial Self-Efficacy dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan angkatan.....	160
5.16	Cross Table Niat Berwirausaha dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan Angkatan.....	161
5.17	Outer Loadings (Mean,STDV, T-Value).....	164
5.18	Nilai Discriminant Validity (Cross Loading).....	165
5.19	Goodness of Fit.....	166
5.20	Nilai R-Square.....	167
5.21	Path Coefficient (Mean,STDV, T-Values).....	170
5.22	Pengaruh Tidak Langsung.....	173

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	TEA Indonesia tahun 2006 – 2017.....	4
1.2	Pilihan Karir mahasiswa setelah tamat dan 5 Tahun setelah tamat.....	10
1.3	Pertumbuhan <i>Entrepreneurial Intention</i> di Indonesia.....	10
2.1	Proses Persepsi.....	33
2.2	<i>Model Entrepreneurial Intention</i> TPB Ajzen.....	39
2.3	Model SEE Shapero.....	43
2.4	Model Pengembangan SEE Shapero dan TPB Ajzen.....	46
3.1	Model Konsep Penelitian.....	88
3.2	Model Hipotesis Penelitian.....	98
5.1	Model Struktural (<i>Outer Model</i>)I.....	163
5.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	167

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sebagian orang percaya bahwa orang yang mampu berwirausaha hanya orang-orang yang berasal dari lingkungan pengusaha (keluarga atau kerabat) dan orang yang memang memiliki bakat dalam berwirausaha. Pandangan tersebut tidak sepenuhnya benar, karena untuk menjadi wirausaha juga dapat dipelajari dengan mengikuti pendidikan bisnis. Pendidikan bisnis selain dapat membentuk karakter sebagai pekerja professional juga mampu membentuk seseorang untuk menjadi pengusaha melalui program kewirausahaan. Menurut Erikson (2003) menyatakan bahwa asumsi penting yang mendasari program kewirausahaan ini adalah bahwa “pengusaha bisa dibuat, bahwa mungkin untuk belajar bagaimana menjadi pengusaha melalui program dan kebijakan pendidikan khusus yang berbeda dalam (Sanchez, 2013).

Hal yang paling penting untuk dimiliki seseorang dalam pendidikan bisnis adalah kepribadian (*personality*), komunikasi (*communication*), dan kemampuan teknis (*technical skill*) Raymond, et al., 1993). Dahulu pendidikan bisnis dianggap hanya berguna untuk membentuk karyawan dalam menambah kemampuan yang diperlukan di dunia profesional. Seiring dengan berjalannya waktu pendidikan bisnis diharapkan tidak hanya dapat menciptakan professional kerja namun juga seseorang yang memiliki keinginan berwirausaha.

Anggapan bahwa wirausaha bukanlah pilihan pekerjaan yang membanggakan masih ada dalam benak sebagian masyarakat Indonesia. Kebanyakan orang tua masih beranggapan bahwa menjadi karyawan disuatu perusahaan akan memiliki kebanggaan sendiri bagi keluarga, bahkan tidak sedikit

juga orang tua yang menginginkan anaknya untuk menjadi pegawai Negeri.

Padahal jumlah lapangan kerja di Indonesia sangat terbatas dibanding dengan jumlah lulusan sarjana yang bertambah setiap tahunnya. Terdapat beberapa hal yang menjadi sifat seseorang untuk menjadi pengusaha potensial, yaitu: *perceived opportunity, perceived capabilities, entrepreneurial intention, rate of fear of failure* (GEM, 2017).

Perkembangan ekonomi suatu negara juga dipengaruhi oleh banyaknya jumlah wirausahawan di Negara tersebut. Keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh wirausaha yang telah berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya (Alma, 2016). Indonesia juga berhasil keluar dari krisis ekonomi tahun 1998 diakibatkan karena banyaknya wirausaha kecil dan menengah yang membantu perekonomian Indonesia. Pendidikan bisnis, diharapkan mampu menumbuhkan keinginan untuk membuka usaha baru bagi generasi muda. Karena selain berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi suatu negara, kewirausahaan juga dapat membantu pemerintah dalam membuka lapangan kerja baru sehingga dapat mengurangi pengangguran terdidik di Indonesia. Berdasarkan dari GEM (2017) kerangka konseptual, *survey entrepreneurial activity* menggunakan tiga indikator *Total Early Stage Entrepreneurial Activity* (TEA), *the proportion Established Business* (EB) diantara responden, *Entrepreneurial Employee Activity* (EEA). Rata-rata indikator tersebut merefleksikan pola aktivitas kewirausahaan yang berbeda berdasarkan dari regional dan ekonomi (*Annual Report*, GEM, 2017).

Kewirausahaan telah dijadikan sebagai materi dalam pendidikan bisnis yang dapat diajarkan, baik ditingkat sekolah dasar, sekolah menengah pertama,

sekolah menengah atas kejuruan dan umum maupun di perguruan tinggi.

Tujuannya agar paradigma berpikir peserta didik berubah (Saiman, 2009).

Perubahan yang dimaksud adalah untuk para lulusan tidak lagi berpikir bagaimana mendapatkan pekerjaan tapi memiliki keinginan dan minat untuk melakukan wirausaha. Sehingga pada akhirnya akan berdampak pada terbukanya lapangan pekerjaan baru.

Penentuan karir bagi seseorang didasarkan dari kebutuhan dan keinginan individu. Alderfer dalam Winardi mengatakan bahwa kebutuhan manusia terdiri dari tiga hal, yaitu kebutuhan akan eksistensi, kebutuhan akan hubungan dan kebutuhan akan pertumbuhan (Sandhria, et al., 2013). Sebagian besar mahasiswa di Indonesia masih sedikit berfikir untuk memilih karir sebagai pengusaha sebagai pemenuhan kebutuhannya. Jumlah pengusaha di Indonesia didominasi oleh orang yang sudah berumur atau telah memiliki pengalaman bekerja dan ibu-ibu yang membutuhkan tambahan pemasukan keluarga. Sangat jarang ditemukan wirausaha muda yang baru tamat menempuh pendidikan. Karena rata-rata lulusan sekolah kejuruan atau perguruan tinggi berkeinginan menjadi seorang pegawai atau karyawan.

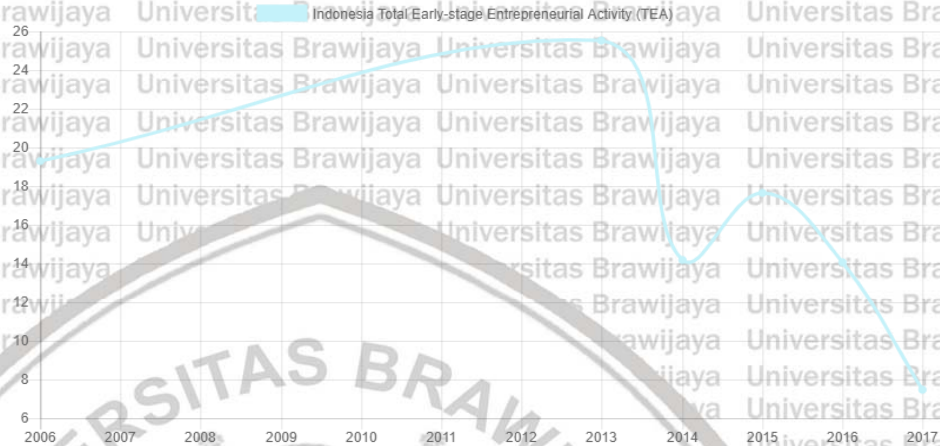
Berdasarkan dari pengertian *Total Early Stage Entrepreneurial Activity* (TEA) oleh GEM tingkat rata-rata usia individu dalam populasi yang secara aktif terlibat dalam bisnis adalah 18-64 tahun (GEM, 2017). Disadari bahwa di Indonesia untuk menjadi seorang pengusaha memiliki kendala tersendiri. Selain pola pikir yang berorientasi pekerja ditambah lagi kurangnya sosialisasi pemerintah tentang program permodalan usaha ditambah proses perijinan yang berbelit belit, melunturkan niat seseorang untuk menjadi seorang wirausaha.

Gambaran TEA Indonesia bisa dilihat pada gambar 1.1 sedangkan aktivitas

kewirausahaan di Indonesia dilihat dari TEA tahun 2015-2017 terdapat pada tabel

1.1 berikut:

Gambar 1.1 TEA Indonesia tahun 2006 - 2017



Sumber : GEM,2017

Tabel 1.1 Aktivitas kewirausahaan di Indonesia tahun2015-2017

Activity	Value %	Rank
Total Early-stage Entrepreneurial Activity (TEA)		
TEA 2017	7.5	41/54
TEA 2016	14.1	20T/65
TEA 2015	17.7	13T/60
Established business ownership rate	10.4	14T/54
Entrepreneurial Employee Activity - EEA	1.8	31T/54

Sumber: Gem,2017

Pendidikan dapat mempengaruhi niat seseorang dalam mengambil keputusan, terutama keputusan untuk menjadi seorang pengusaha. Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan yang kurang memadai mengakibatkan timbulnya rasa rendah diri dan perasaan tidak yakin bahwa mereka akan mampu mencapai kemapanan status sosial suatu hari kelak (Hakim, 1998). Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi serta pendidikan, pertumbuhan minat untuk berwirausaha semakin meningkat. Salah satu faktor yang menjadi

pendorong tumbuhnya minat untuk berwirausaha adalah pendidikan kewirausahaan yang diberikan dalam program pendidikan bisnis. Kurikulum pendidikan bisnis yang diajarkan pada mahasiswa administrasi bisnis terdapat materi pendidikan kewirausahaan yang bertujuan untuk membentuk karakter mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha.

Pendidikan bisnis berisi metode-metode pembelajaran yang berhubungan dengan pembelajaran mahasiswa tentang fundamental, teori, dan proses bisnis.

Pendidikan bisnis bagi mahasiswa sangatlah penting, terutama bagi mahasiswa yang memiliki keinginan untuk menjadi pengusaha. Terdapat beberapa alasan yang menunjukkan pentingnya pendidikan bisnis diantaranya, dunia bisnis saat ini sering menghadapi usaha kecil dengan perusahaan besar yang diatur secara profesional dengan konsumen yang sama. Pendidikan bisnis memberikan pengusaha seperangkat pemahaman tentang manajemen yang bisa digunakan untuk menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha kecil menengah, termasuk analisis ekonomi, pengetahuan pemasaran, perencanaan strategis, dan kemampuan negosiasi (encyclopedia business education,nd).

Farrel (1994) menyatakan Siswa lebih menyukai pendidikan bisnis yang berfokus pada program yang terintegrasi yang mengajarkan kemampuan praktek untuk memulai dan memperluas usaha bisnis dalam (Jones & English, 2004).

Pendidikan bisnis tradisional memiliki program yang lebih cenderung terlalu menekankan teknik kuantitatif dan perusahaan dengan mengorbankan keterampilan yang lebih kreatif dan tidak memperhatikan perubahan lingkungan bisnis (Jones dan English, 2004). Pendidikan bisnis tradisional menekankan pada perusahaan besar yang telah berdiri dibandingkan pada perusahaan kecil dan perusahaan yang baru merintis. Sedangkan pada pendidikan bisnis modern

terdapat program pendidikan kewirausahaan yang lebih menekankan pada imajinasi, kreativitas, dan pengambilan resiko. Pendidikan kewirausahaan dapat dilihat secara lebih luas lagi dalam istilah kemampuan yang dapat diajarkan dan karakteristik yang dapat ditimbulkan pada individu yang akan memungkinkan individu untuk mengembangkan rencana baru dan inovatif (Jones & English, 2004).

Pendidikan bisnis dengan materi kewirausahaan diharapkan dapat meningkatkan keinginan berwirausaha mahasiswa dan bisa menstimulasi akumulasi kemampuan dan pengetahuan, yang bisa dimanfaatkan untuk mengatasi berbagai norma subjektif dan hambatan sumber daya perusahaan (Solesvik, 2013). Vesper (1986) menyatakan pendidikan bisnis dengan materi kewirausahaan di USA telah diajarkan secara intensif selama beberapa tahun silam, diperluas melalui berbagai model berbeda didalam dan diluar dari pendidikan (Gibb, 1987). Pendidikan kewirausahaan yang menjadi program pada pendidikan bisnis dapat mendorong seseorang untuk memiliki niat memulai usaha.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan terhadap keinginan untuk memulai usaha. *European Commision* (2006) menyatakan diperkirakan lebih jauh lagi bahwa tingkat kewiraswastaan yang tinggi dapat dicapai melalui pendidikan, terutama pendidikan bisnis dengan program pendidikan kewirausahaan (Sanchez, 2013).

Seseorang yang memiliki tingkat pendidikan tinggi cenderung memiliki *self-efficacy* yang tinggi. *Self-efficacy* membentuk kepribadian seseorang, dan kepercayaan dirinya tentang keyakinan dan keputusan seseorang dalam menyelesaikan tugasnya. *Self-efficacy* menjadi konstruksi penting dalam penelitian kewirausahaan. Walaupun, terdapat kekurangan terhadap *self-efficacy*

dan bagaimana mengkonseptualisasi ukuran *self-efficacy*. Masih terdapat ketidakjelasan apakah focus *self-efficacy* terhadap tugas atau hasil (Drnovsek et.al, 2010). Oleh karena itu, dikembangkanlah *entrepreneurial self-efficacy* yang digunakan dalam penelitian kewirausahaan. *Entrepreneurial self-efficacy* yang didasarkan dari teori socio-cognitive dapat mengusulkan model yang dapat diuji secara empiris untuk konteks kewirausahaan.

Krueger dkk (2000) menyatakan konsep *self-efficacy* juga terkait erat dengan hasil kewirausahaan seperti, niat untuk memulai (Drnovsek et.al, 2010).

Hal ini akan berpengaruh pada timbulnya niat seseorang untuk memulai usaha sendiri. Mc Stay (2008), menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah konstruksi dinamis yang dapat ditingkatkan dengan belajar dan akumulasi pengetahuan dan pengalaman secara bertahap. Oleh karena itu, Boissin dan Emin (2006) berpendapat bahwa program pelatihan kewirausahaan cukup efektif untuk menyediakan kebutuhan dalam memulai bisnis baru (Boukamcha, 2015).

Keinginan untuk berwirausaha memiliki beberapa faktor penentu yang telah dikenali oleh para ilmuwan. Diantara beberapa penelitian yang pernah dilakukan, pengaruh pendidikan terhadap keinginan berwirausaha masih memiliki keterbatasan. McIntyre dan Roche (1999), mendefenisikan pendidikan kewirausahaan yang terdapat dalam program pendidikan bisnis sebagai proses menyediakan individu dengan konsep dan keterampilan untuk mengenali peluang yang telah diabaikan orang lain dan harga diri untuk bertindak dimana orang lain masih ragu. Niat untuk melakukan wirausaha (*Entrepreneurial Intention*) timbul karena adanya dorongan dari faktor-faktor pembentuk perilaku seseorang.

Beberapa teori yang biasa digunakan dalam pembentukan niat kewirausahaan

(*Entrepreneurial Intention*) adalah teori *Planned Behavior* milik Ajzen, *entrepreneurial event* milik Shapero, *entrepreneurial intention* milik Bird.

Keinginan berwirausaha (*entrepreneurial intention*) memiliki hubungan terhadap perilaku seseorang. Perilaku ini merupakan hasil dari proses psikologis yang akan mempengaruhi pola pikir seseorang dalam mengambil tindakan.

Melihat dari teori *entrepreneurial event* milik Shapero, dalam proses pembentukan niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) terdapat *feasibility* sebagai salah

satu faktor pembentuk niat kewirausahaan. *Feasibility* ini memiliki kemiripan dengan *self-efficacy* milik Bandura. Namun, dalam penelitian ini *feasibility* dan *self-efficacy* memiliki peranan yang berbeda dalam proses pembentukan niat

kewirausahaan. *Self-efficacy* dijelaskan sebagai keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri sedangkan *feasibility* lebih menjelaskan bahwa bisnis yang akan dibentuk memungkinkan untuk dijalankan dan diwujudkan. Selain itu, *self-efficacy* juga dapat mempengaruhi *feasibility* seseorang. Orang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung berpikir bahwa dia dapat menunjukkan kemampuannya dan akan mampu untuk menyelesaikan tugas yang dimiliki.

Beberapa penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara pendidikan dengan keinginan untuk memulai usaha. Farashah (2013) menyatakan

bahwa penyelesaian satu program kewirausahaan meningkatkan kemungkinan memiliki keinginan berwirausaha sebesar 1,3 kali. Selosvik (2012) menemukan

bahwa individu yang berpartisipasi dalam program kewirausahaan cenderung memiliki motivasi wirausaha yang lebih tinggi dan lebih cenderung menjadi

pengusaha, *subjective norm* dan *perceived behavior control* menjadi variabel mediasi antara hubungan persepsi motivasi kewirausahaan dengan keinginan

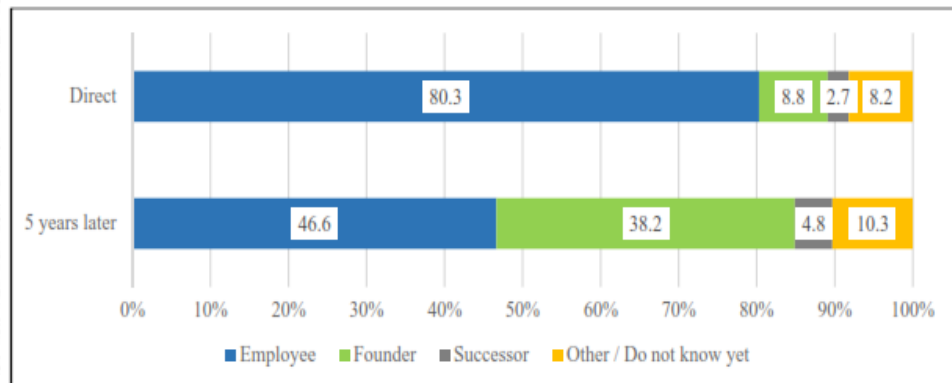
berwirausaha. Sedangkan Wu (2008) memiliki pendapat lain tentang keinginan

memulai usaha, bahwa keinginan untuk memulai usaha berbeda pada setiap orang berdasarkan perilaku dan latar belakang pendidikan yang dimiliki.

Fayolle (2004) dalam Boukamcha (2015) menyatakan pendidikan bisnis yang menekankan pada kewirausahaan adalah penting lebih jauh lagi dapat mempengaruhi kognisi peserta pelatihan dan meningkatkan kesediaan mereka untuk memulai bisnis mereka sendiri. Ini memfasilitasi penciptaan dari *start-up* dengan mengubah pola pikir siswa dan mengembangkan orientasi wirausaha mereka (Boukamcha, 2015). Beberapa bukti menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pendidikan bisnis terhadap keinginan berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Krueger dan Brazeal (1994) menyatakan beberapa studi juga menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dalam program pendidikan bisnis dapat meningkatkan persepsi *feasibility* untuk kewirausahaan dengan mempromosikan *self-efficacy* untuk karir kewirausahaan (Izquierdo & Buelens, 2008).

Pengusaha muda dikalangan sarjana masih sangat jarang dan sedikit. Riset yang dilakukan Asnadi (2005) terhadap 5 perguruan tinggi negeri di Indonesia ditemukan bahwa hampir 75% responden (mahasiswa) tidak memiliki rencana yang jelas setelah lulus (Dharmawati, 2016). Hal ini diperkuat dengan data *Global University Entrepreneurial Spirit Survey* (GUESS) yang menyatakan bahwa 80,3% mahasiswa yang telah lulus lebih memilih untuk bekerja di dalam organisasi (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger, 2016). Untuk lebih jelasnya pemilihan karir mahasiswa secara langsung dan rencana kedepannya sebagai pilihan karir terdapat pada gambar 1.2 berikut:

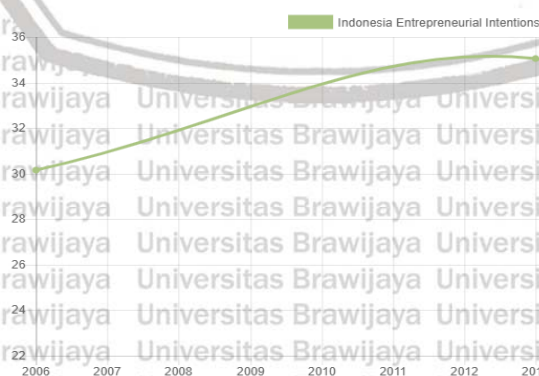
Gambar 1.2 Pilihan Karir mahasiswa setelah tamat dan 5 Tahun setelah tamat



Sumber: Global University Entrepreneurial Spirit Survey (GUESS, 2016)

Sebagian besar lulusan perguruan tinggi hanya bergantung pada lapangan kerja yang tersedia terutama di Indonesia. Padahal perguruan tinggi telah memberikan pendidikan bisnis dengan materi kewirausahaan bagi mahasiswa. Hal ini diharapkan akan membantu mahasiswa untuk berkembang dan memiliki niat untuk memulai berwirausaha setelah lulus dari perguruan tinggi. Namun, hal ini sepertinya masih kurang efektif untuk menumbuhkan minat mahasiswa menciptakan usaha sendiri. Tingkat pertumbuhan niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) di Indonesia dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut:

Gambar 1.3 Pertumbuhan *Entrepreneurial Intention* di Indonesia



Sumber: GEM 2017

Ratio pertumbuhan wirausaha di Indonesia masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan ratio wirausaha Negara lain. Walaupun tingkat pertumbuhan wirausaha di Indonesia 3,1% telah melampaui 2% dari populasi penduduk, sebagai syarat minimal suatu masyarakat akan sejahtera (Humas Kementrian Koperasi dan UKM, 2017 march 11). Namun dengan gencarnya usaha pemerintah yang dibantu dengan peran pendidikan bisnis yang diberikan baik ditingkat sekolah sampai perguruan tinggi angka ini terbilang masih kecil. Ratio pertumbuhan 3,1% adalah jumlah wirausaha keseluruhan yang ada di Indonesia, sedangkan untuk jumlah wirausaha baru khususnya dikalangan mahasiswa masih sangat kecil.

Bahkan pemerintah berencana untuk membuat RUU kewirausahaan yang diharapkan akan membantu para pengusaha dalam menghadapi kepentingan pasar dan diharapkan mampu melahirkan pengusaha baru di Indoneisa (Sudarsono, 2018, march 08). Perbandingan ratio rata-rata wirausaha tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2 Ratio rata-rata wirausaha di Asia

No	Nama Negara	Presentase pertumbuhan wirausaha
1	Jepang	12 persen
2	China	10 persen
3	Singapura	7 persen
4	Malaysia	5 persen
5	Indonesia	3,1 persen

Sumber: Humas Kementrian koperasi dan UKM, 2017 March 11

Program-program kewirausahaan yang telah dirancang pemerintah seharusnya bisa membantu pertumbuhan wirausaha muda dikalangan mahasiswa ataupun sarjana perguruan tinggi. Seperti program skim kredit murah seperti KUR dengan suku bunga 9 persen, LPDB dengan suku bunga 0,2-0,3 persen perbulan,

maupun program baru yaitu kredit ultra mikro dengan maksimum pinjaman Rp. 10 juta yang telah disediakan oleh KOPERASI dan telah disampaikan oleh Menkop Puspayoga (Humas kementerian koperasi dan UKM, 2017, March 11). Direktorat Pendidikan Tinggi (DIKTI) Indonesia paham akan pentingnya pendidikan bisnis dengan materi pendidikan kewirausahaan dalam program mahasiswa wirausaha (PMW), *Co-operative*, Program Kreativitas Mahasiswa Kewirausahaan (PKM-K) dan banyak lagi. Ini diharapkan akan meningkatkan pengetahuan, niat dan aktivitas kewirausahaan pada mahasiswa (A. S. (2013, March 4). Namun sepertinya masih banyak mahasiswa ataupun sarjana yang masih kurang memanfaatkan program tersebut. Hal ini diakibatkan masih kurangnya minat dalam melakukan usaha.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan jumlah pengangguran di Indonesia sebesar 5,13% pada februari 2018. Meskipun ada penurunan dibanding dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 5,50% namun penurunan ini masih sangat kecil. Penduduk yang bekerja sebanyak 127,07 juta orang, tercatat sebanyak 7,64% masuk kategori setengah menganggur dan 23,83% pekerja paruh waktu. Masih tingginya tingkat pengangguran di Indonesia menunjukkan bahwa minat seseorang untuk memiliki usaha sendiri masih kecil. Tingkat pertumbuhan pengusaha sebesar 3,1% masih terbilang sangat rendah jika dilihat dari presentasi pengangguran terdidik di Indonesia. Hal ini menunjukkan masih banyaknya sarjana muda yang bergantung pada penyedia kerja dan tidak memiliki minat untuk memiliki usaha sendiri. Padahal berwirausaha selain berguna untuk diri sendiri juga dapat membantu membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran.

Pentingnya pendidikan kewirausahaan telah lama mendapat perhatian dari pemerintah. Hal ini terbukti dari banyaknya program-program pemerintah yang mendorong lahirnya pengusaha muda dari kalangan mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan menjadi bagian dalam kurikulum pendidikan bisnis di perguruan tinggi. Kurikulum pada pendidikan bisnis secara umum ditujukan pada fungsi menjalankan bisnis dibanding untuk pembentukan bisnis (Jones & English, 2004).

Sedangkan yang dibutuhkan oleh mahasiswa bisnis pada masa sekarang adalah kemampuan untuk menciptakan bisnis dan memperluas usaha bisnis. Oleh karena itu, memenuhi kekosongan pada pendidikan bisnis maka dibentuklah kurikulum pendidikan kewirausahaan untuk melengkapi mata kuliah lain seperti pemasaran, keuangan, kebijakan bisnis, Sumber Daya Manusia yang disusun dalam program pendidikan bisnis yang bertujuan agar mahasiswa tidak hanya mampu secara profesional kerja tetapi juga mampu menciptakan bisnis.

Peranan perguruan tinggi sangat berpengaruh dalam perkembangan pertumbuhan pengusaha muda di Indonesia. Salah satu universitas yang memiliki peranan penting tersebut adalah Universitas Brawijaya. Universitas Brawijaya merupakan satu-satunya perguruan tinggi negeri di Indonesia yang memiliki Fakultas Ilmu Administrasi. Terdapat jurusan Administrasi bisnis Universitas Brawijaya yang merupakan cikal bakal lahirnya ilmu administrasi bisnis yang telah berkembang pesat. Visi Fakultas Ilmu Administrasi pada periode 2016-2020 yaitu "menjadi institusi pendidikan, pengembangan ilmu administrasi berskala internasional yang berwawasan *entrepreneur* dan *smart faculty*".

Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Brawijaya merupakan salah satu kampus yang memiliki program kewirausahaan dan telah mendapatkan penghargaan dari *International Council for Small Bussiness* (ICSB) (Okezone,

2016). Hal ini berarti bahwa program kewirausahaan sangat penting dalam pembelajaran pengembangan mahasiswa khususnya bagi mahasiswa bisnis.

Pengembangan sikap kewirausahaan ini sudah ditanamkan pada mahasiswa FIA UB baik melalui perkuliahan maupun dalam kegiatan kampus yang dapat mengasah *mindset* mahasiswa untuk menumbuhkan niat berwirausahaan. Namun, apakah program kewirausahaan dalam pendidikan bisnis tersebut telah efektif pada mahasiswa program studi bisnis masih belum diketahui. Untuk membuktikan hal tersebut, maka peneliti ingin menjawab permasalahan ini dengan melakukan penelitian untuk membuktikan hal tersebut.

Keinginan berwirausaha mahasiswa Indonesia khususnya mahasiswa Brawijaya lebih tinggi daripada mahasiswa Malaysia pada Universitas Teknologi Malaysia lebih tinggi (Sadewo, et al., 2018). Perbedaan hasil antara keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) pada mahasiswa Indonesia sebesar 61,50 sedangkan untuk mahasiswa Malaysia sebesar 59,43. Jika dilihat dari besaran hasil tersebut seharusnya Indonesia memiliki lebih banyak jumlah wirausaha muda yang bertumbuh setiap tahunnya. Namun, data pertumbuhan wirausaha di Indonesia masih jauh dibawah Malaysia.

Oleh sebab itu, berdasarkan dari paparan diatas maka penelitian ini memiliki beberapa alasan untuk dilakukan. Pertama, untuk memenuhi *gap* penelitian pengaruh atau hubungan baik langsung ataupun tidak langsung tentang pengaruh pendidikan bisnis yang berfokus kewirausahaan terhadap niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) dengan variabel intervaning *Self-efficacy* dan *feasibility*. Masih sedikit penelitian yang membahas tentang pengaruh pendidikan terhadap niat berwirausaha seseorang khususnya penelitian yang

dilakukan di Indonesia. Beberapa penelitian masih menunjukkan hasil negatif tentang niat berwirausaha seseorang.

Boukamcha (2015) menyatakan bahwa *self-efficacy* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha seseorang. Fayolle dan Gailly (2015) menyatakan bahwa pendidikan memiliki pengaruh yang rendah pada niat berwirausaha seseorang. Piperopoulos dan Dimov (2014) menunjukkan bahwa antara *self-efficacy* dengan niat berwirausaha memiliki hubungan negatif. Selain itu, masih terdapat perbedaan pendapat tentang pengaruh pendidikan terhadap *feasibility* siswa. Farashah (2013) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pendidikan terhadap *feasibility* sebagai daya tarik pribadi untuk memulai bisnis. Sedangkan Hattab (2014) membuktikan bahwa pendidikan tidak berdampak terhadap *feasibility* siswa.

Alasan kedua, yang menjadi penyebab penelitian ini adalah masih rendahnya niat sarjana muda ataupun mahasiswa untuk memulai usaha. Riset yang dilakukan Asnadi (2005) terhadap 5 perguruan tinggi negeri di Indonesia ditemukan bahwa hampir 75% responden (mahasiswa) tidak memiliki rencana yang jelas setelah lulus (Dharmawati, 2016). Ratio rata-rata wirausaha di Indonesia masih sebesar 3.1 persen. Angka ini masih terbilang rendah jika dibandingkan dengan Negara lain. Program kewirausahaan dalam pendidikan bisnis yang semakin dikembangkan dan ditekankan untuk mahasiswa khususnya mahasiswa FIA UB sangat menarik untuk diteliti keefektifannya pada mahasiswa. Sesuai dengan misinya pendidikan berwawasan entrepreneur, program yang dirancang diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk menumbuhkan niat berwirausaha khususnya pada mahasiswa FIA UB. Kedepannya program

kewirausahaan yang diberikan pada mahasiswa dapat membantu untuk semakin meningkatkan pertumbuhan pengusaha muda di Indonesia.

Alasan ketiga yaitu kebanyakan penelitian terdahulu dilakukan di berbagai negara diluar Indonesia. Masih kurangnya penelitian mengenai niat kewirausahaan pada mahasiswa di Indonesia. Berdasarkan dari tiga alasan tersebut maka penelitian ini ingin membuktikan apakah ada pengaruh antara pendidikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi program studi bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan *feasibility*, dan *Self-efficacy* sebagai variabel intervening.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Pendidikan Bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap *feasibility* Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya?
2. Apakah pendidikan Bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap *self-efficacy* Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya?
3. Apakah *feasibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya?
4. Apakah *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya?
5. Apakah *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *feasibility* Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya?

6. Apakah pendidikan Bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya?
7. Apakah pendidikan bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya melalui *feasibility* sebagai variabel intervening?
8. Apakah pendidikan bisnis memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya melalui *self-efficacy* sebagai variabel intervening?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara pendidikan bisnis terhadap *feasibility* mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara pendidikan bisnis terhadap *self-efficacy* mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara *feasibility* terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara *self-efficacy* terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya

5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara *self-efficacy* terhadap *feasibility* mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
6. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara pendidikan bisnis terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
7. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara pendidikan bisnis terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya melalui *feasibility* sebagai variabel intervening
8. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh signifikan antara pendidikan bisnis terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya melalui *self-efficacy* sebagai variabel intervening

1.4 Manfaat penelitian

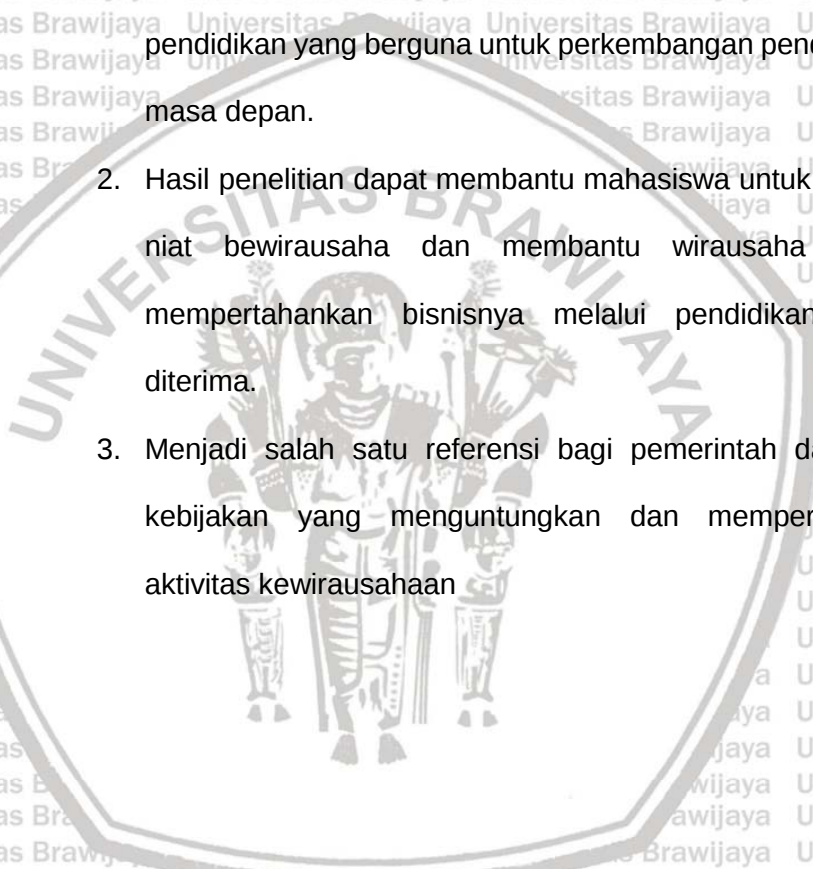
1. Aspek Akademis

1. Memberikan referensi baru dalam penelitian niat berwirausaha dengan menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian niat berwirausaha lain yaitu, pendidikan bisnis.
2. Memenuhi *research gap* penelitian yang masih memiliki perbedaan hasil penelitian yang menyatakan bahwa pendidikan bisnis memiliki pengaruh negatif terhadap niat berwirausaha baik langsung maupun tidak langsung.

3. Memberikan hasil penelitian terbaru tentang peran pendidikan bisnis terhadap niat berwirausaha dengan *feasibility* dan *self-efficacy* sebagai variabel intervening dengan penggunaan model pembentukan niat berwirausaha *Shapero Entrepreneurial Event*.

2. Aspek Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan yang berguna untuk perkembangan pendidikan bisnis di masa depan.
2. Hasil penelitian dapat membantu mahasiswa untuk menumbuhkan niat berwirausaha dan membantu wirausaha muda untuk mempertahankan bisnisnya melalui pendidikan bisnis yang diterima.
3. Menjadi salah satu referensi bagi pemerintah dalam membuat kebijakan yang menguntungkan dan mempermudah dalam aktivitas kewirausahaan



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

2.1.1. Pendidikan Bisnis

2.1.1.1. Pengertian Pendidikan Bisnis

Coombs dan Ahmed (1974) mendefinisikan Mode pembelajaran formal sebagai sistem pendidikan terstruktur, kronologis dan hierarkis, mencakup sekolah dasar yang lebih rendah dan sampai mencapai tingkat tinggi yaitu universitas. Pendidikan juga bergantung pada dukungan pemerintah untuk program tertentu dan biasanya dikenai sanksi oleh Negara (La Belle, 1982). Menurut Pittaway dan Edwards (2012) pendidikan didesain untuk meningkatkan dan mengembangkan kesadaran kewiraswastaan diantara lulusan sarjana dan juga untuk mempengaruhi pola pikir lulusan sarjana (European Commission, and Cooney and Murray, 2008) dalam (Mohamad, et al., 2015). Hytti dan O'Gorman (2004) melihat bahwa institusi pendidikan memiliki peran potensial dalam memberikan pendidikan kewirausahaan.

Pendidikan bisnis merupakan gabungan dari kata pendidikan dan bisnis. Pendidikan, seperti yang telah dijelaskan oleh *The European centre for development of Vocational training* (2008) sebelumnya sebagai struktur pembelajaran di institusi pendidikan dan diautentikasi dan disertifikasi oleh pemerintah. Sedangkan bisnis menurut Hughes dan Kapoor dalam (Alma, 2016) adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Peterson dan E.Gravenor bisnis adalah suatu

aktivitas yang dilakukan oleh sekelompok orang untuk merubah nilai barang dan jasa untuk memperoleh pendapatan atau laba (Supriyanto, M.Si., 2016).

Berdasarkan dari dua pengertian diatas, untuk dapat mempelajari bisnis maka diperlukan pendidikan bisnis. Sehingga, pengertian pendidikan pendidikan bisnis adalah istilah yang mencakup sejumlah metode yang digunakan untuk mengajarkan siswa dasar-dasar praktis bisnis (encyclopedia business education,nd) Tujuan akhir dari pendidikan ini adalah agar seseorang mampu menerapkan dasar-dasar bisnis untuk membuka usaha bisnis baru. Pendidikan bisnis berisi metode pembelajaran, kurikulum yang di desain sedemikian rupa sehingga dapat diterima dan diterapkan oleh peserta didik dalam menjalankan bisnis. Salah satu diantara kurikulum tersebut adalah memberikan kemampuan kewirausahaan melalui program kewirausahaan yang diajarkan baik secara teori maupun praktik kepada mahasiswa bisnis.

Bennis dan O'Toole (2005) menyatakan selama abad ke 20, pendidikan bisnis secara umum berfokus pada profesional dan bergantung pada praktisioner dan pengusaha untuk memberikan pengajaran (Farashahi & Tajeddin, 2018).

Gaedeke dan Tootelian (1989) menemukan bahwa pemberi kerja memberikan lima kriteria penting yang paling diinginkan untuk dimiliki oleh seseorang adalah antusiasme/motivasi, *interpersonal skill*, inisiatif, kemampuan berkomunikasi, dan kedewasaan. Sedangkan, terkait dengan pendidikan kewirausahaan kriteria yang dimiliki oleh siswa adalah kemampuan berkomunikasi, antusiasme/motivasi, kepercayaan diri, ambisi, dan kewirausahaan (Raymond, et al., 1993).

Terdapat program pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis, dimana pendidikan kewirausahaan ini berguna untuk membangun kriteria siswa bisnis. Melalui program-program yang telah dirancang dalam pendidikan bisnis

mampu menumbuhkan keinginan mahasiswa untuk menjadi pengusaha.

Perbedaan bisnis dan kewirausahaan dapat dilihat dari perbedaan definisi

keduanya. Dijelaskan sebelumnya bahwa bisnis merupakan kegiatan yang

dilakukan seseorang untuk meningkatkan nilai suatu barang yang bertujuan

untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan mencari keuntungan. Sedangkan

Kewirausahaan lebih kepada sifat mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam

meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya, memiliki kemampuan

kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar untuk mencari peluang menuju sukses

(Dharmawati, 2016). Menurut Joseph Schumpeter dalam Bygrave (1994:1)

kewirausahaan adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi dengan

memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk

organisasi yang baru atau mengolah bahan baku yang baru (Alma, 2016).

Sedangkan Jhon J.Kao (1993) mendefinisikan kewirausahaan

(*Entrepreneurship*) sebagai usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan

kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko, dan melalui keterampilan

komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang, dan bahan baku

atau sumber daya lain yang diperlukan (Saiman, 2009).

Kewirausahaan dalam perguruan tinggi merupakan bagian dari program

pendidikan bisnis. Baik di Indonesia maupun diluar negeri pendidikan

kewirausahaan menjadi salah satu kurikulum mata kuliah yang wajib bagi

mahasiswa. Kewirausahaan merupakan bagian dari pendidikan bisnis selain

manajemen, pengorganisasian, keterampilan komunikasi serta pengambilan

resiko yang terdapat dalam kurikulum yang diajarkan. Hal ini bertujuan untuk

melatih mahasiswa untuk mampu melihat peluang bisnis sehingga mampu

menciptakan usaha baru. Beberapa kurikulum bisnis yang biasa digunakan oleh salah satu universitas di Indonesia dan diluar negeri adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1 Perbedaan kurikulum pendidikan bisnis

	Kurikulum bachelor degree of business administration	Kurikulum administrasi bisnis di Indonesia
	• <i>Leadership and decision making under uncertainty</i> • <i>Strategic Management</i> • <i>Business Communication</i> • <i>Decision Analytics Using Spreadsheets</i> • <i>Business Analytics Models & Application</i> • <i>Managerial Economics</i> • <i>Global Economy</i> • <i>Accounting for Decision Makers</i> • <i>Legal Environment of Business</i> • <i>Principles of Marketing</i> • <i>Organisational Behaviour</i> • <i>Finance</i> • <i>Operations and Technology Management</i>	• Hukum Bisnis • Pengantar Administrasi Bisnis • Aplikasi Matematika Bisnis • Akuntansi • Perilaku dan Pengembangan Organisasi • Etika Bisnis • Ekonomi Makro • Kewirausahaan • Filsafat Bisnis • Statistika Bisnis • Komunikasi Bisnis • Kreativitas dan inovasi • Teori Organisasi dan Administrasi • Ekonomi Makro • Negosiasi Bisnis • Sistem Informasi • Manajemen • Teori Pengambilan Keputusan • Operasi Bisnis • Analisis Bisnis • Sumber Daya Manusia • Keuangan Bisnis • Pemasaran

	Kurikulum bachelor degree of business administration	Kurikulum administrasi bisnis di Indonesia
		• Perencanaan dan Pengembangan Bisnis • Perpajakan • Kepemimpinan • Permodalan Bisnis • Strategi dan Kebijakan Pemasaran • Perilaku Komunikasi • Analisis dan Desain Sistem Informasi • Perencanaan dan Pengembangan SDM • Sumber Daya Internasional • Analisis Laporan Keuangan • Strategis dan Kebijakan Bisnis • Pemasaran Internasional • Penelitian Pemasaran • Sistem Informasi Strategik • Manajemen Kinerja dan Kompensasi • Manajemen Investasi • Metode Penelitian Bisnis dan Teknik Penulisan Laporan
Spesialisasi	• Finance • Marketing • Leadership and Human Capital Management • Operations and Supply Chain Management • Business Analytics • Business Economics • Innovation and Entrepreneurship	• Sistem Informasi Manajemen • Sumber Daya Manusia • Keuangan • Kebijakan Bisnis

Sumber: National University of Singapore (NUS) (2017) dan FIA UB (2013/2014)

Perbedaan dari kedua kurikulum diatas terletak pada pembagian spesialisasi atau kekhususan bidang. Dimana terlihat bahwa kewirausahaan

masuk dalam spesialisasi dalam kurikulum luar negeri sedangkan di Indonesia kewirausahaan masuk dalam kurikulum inti dalam pengajaran pendidikan bisnis.

Pemamparan kurikulum diatas memperlihatkan posisi kewirausahaan merupakan bagian dari pendidikan bisnis. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan dalam metode pembelajaran pendidikan bisnis sangatlah penting. Selain dapat membentuk karakter professional juga dapat menumbuhkan keinginan mahasiswa untuk menjadi seorang pengusaha. Gabungan antara perkuliahan, studi kasus, dan simulasi bisnis dapat membantu perkembangan kemampuan seseorang untuk menjadi pengusaha. Parente, Stephen, dan Brown (2012), menyatakan bahwa perkembangan *hard skill* seperti perencanaan, pengorganisasian, pemecahan masalah, berfikir kritis dan manajemen pribadi, serta perkembangan *soft skill* seperti; komunikasi, kerja sama, resolusi konflik dan kemampuan interpersonal menjadi hal umum dalam dunia professional dari lulusan bisnis.

Kurikulum kewirausahaan memiliki beberapa tujuan, pertama belajar membangun ide dengan mengenali peluang bisnis, meneliti wawasan pelanggan, melakukan penilaian diri dari kreativitas pribadi, melakukan pembelajaran *feasibility*, dan mengidentifikasi berbagai macam strategi bisnis. Kedua, persiapan untuk memulai bisnis dengan menilai sumber daya pribadi dan status keuangan, meneliti dan mengevaluasi resiko untuk memulai bisnis, menulis perencanaan bisnis, mengumpulkan pendanaan dan sumber daya lainnya dari orang lain, Terakhir, membangun bisnis yang layak dengan pembelajaran mengalokasikan sumber daya, menggunakan berbagai macam stragegi pemasaran, dan mengatur modal dan karyawan (Jones & English, 2004).

Kurikulum pendidikan bisnis bertujuan untuk membangun kemampuan

mahasiswa baik dari karakter pribadi ataupun professional kerja. Hal tersebut terangkum pada tabel berikut:

Tabel 2.2 Personal and Enterprise Development Objectives

Personal Development	Enterprise Development
1. Concept of Entrepreneurship	1. Identifying and evaluating opportunities
2. Characteristic of an Entrepreneur	2. Commercialising a Concept
3. Value of Entrepreneurship	3. Developing entry strategies
4. Creativity and Innovation Skill	4. Constructing a business plan
5. Entrepreneurial and Ethical Self-assessment	5. Finding capital
6. Networking, negotiating and deal making	6. Initiating the business
	7. Growing the business
	8. Harvesting strategies

Sumber: Jones dan English, 2004

Siswa membangun pengetahuan mereka tentang praktik bisnis melalui permasalahan. Pembelajaran siswa dibantu oleh kemampuan untuk mengakses konten yang tepat pada waktu yang tepat. Siswa belajar mengenai konten yang tepat akan sangat berguna bagi mereka dalam manajemen pembelajaran permasalahan (Stinson & Milter, 1996). Gabungan antara pengajaran dalam perkuliahan, studi kasus dan simulasi tersebut terdapat dalam pendidikan kewirausahaan yang menjadi program dalam pendidikan bisnis. Program pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu untuk menumbuhkan keinginan berwirausaha mahasiswa, sehingga lulusan administrasi bisnis tidak hanya memiliki kemampuan profesional dalam manajerial tetapi juga memiliki jiwa kewirausahaan. Oleh karena itu, dalam pendidikan bisnis sangat perlu adanya pendidikan kewirausahaan.

Program dalam pendidikan administrasi bisnis memiliki berbagai konsentrasi atau bidang kajian utama, yakni: manajemen pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan lain-lain. Sesuai dengan perencanaan kompetensi kewirausahaan sebagai pusat keunggulan lulusan perguruan tinggi, maka bila

memungkinkan dapat dibuka bidang kajian utama atau konsentrasi baru yakni, kewirausahaan (Supriyanto, M.Si., 2016).

Pendidikan bisnis dengan materi pendidikan kewirausahaan didefinisikan secara sempit sebagai pendidikan yang menyediakan keterampilan yang dibutuhkan untuk menyiapkan bisnis baru (Cheng, et al., 2009). Pendidikan kewirausahaan lebih dari manajemen bisnis atau menciptakan usaha baru, tapi tentang pembelajaran. Pembelajaran tentang mengintegrasikan pengalaman, kemampuan dan pengetahuan untuk mempersiapkan penciptaan usaha baru (Cheng, et al., 2009). Kourilsky (1995) mendefinisikan pendidikan kewirausahaan sebagai pengenalan peluang (*opportunity recognition*), menyusun sumber daya dalam menghadapi resiko (*marshalling of resources in the presence of risk*), dan membangun bisnis venture. Bechard dan Toulouse (1998) mendefinisikan pendidikan kewirausahaan sebagai suatu kumpulan pelajaran formal yang menginformasikan, melatih, dan mendidik siapapun yang tertarik dalam pembentukan bisnis, atau pengembangan usaha kecil (Jones & English, 2004).

Menurut Hattab (2014) pendidikan kewirausahaan yang diberikan dalam program pendidikan bisnis merupakan pendidikan yang penting dan telah diperkenalkan ke institusi pembelajaran, baik disekolah, universitas maupun program pelatihan pascasarjana (Mohamad, et al., 2015). Linan (2004) mendefinisikan pendidikan kewirausahaan didefinisikan sebagai seperangkat aktifitas pelatihan didalam atau diluar sistem pendidikan, mencoba untuk meningkatkan motivasi peserta dan keinginan (*intention*) untuk melakukan aksi kewirausahaan atau beberapa pola kognitif yang mungkin berdampak pada keinginan seperti persepsi dari desirability dan feasibility kewirausahaan

(Boukamcha, 2015). Sedangkan menurut Deakin dan Freel (1998) pelatihan kewirausahaan adalah rangkaian fasilitas workshop yang berfokus pada kewirausahaan dan dipimpin oleh pelatih yang berbeda dalam penciptaan bisnis, strategi pemasaran, manajemen keuangan dan aspek teknis, dan legislative. Program pelatihan kewirausahaan bertujuan untuk mengubah sikap peserta pelatihan terhadap penciptaan usaha baru. Mengakui peran adaptif yang memungkinkan peserta untuk menyesuaikan diri pada lingkungan, pengalaman pembelajaran, dan hasilnya merubah tingkah laku (Boukamcha, 2015).

Pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis terdiri dari setiap program atau proses pendidikan untuk sikap kewirausahaan dan keterampilan (Fayolle, et al., 2006). Salah satu tujuan adanya program pendidikan kewirausahaan itu dapat meningkatkan kepedulian pelajar tentang memilih karir dan menumbuhkan keinginan untuk membuka usaha baru. Di UK pendidikan kewirausahaan diperkenalkan secara luas dalam pendidikan dasar, menengah, lanjut, dan tinggi. Bukan hanya untuk merangsang kwiraswastaan baik kepemilikan usaha kecil maupun pengembangan perusahaan, melainkan bertujuan untuk membantu mengembangkan orang yang giat khususnya untuk menanamkan sikap kemandirian melalui proses pembelajaran (Gibb, 1987).

Wang dan Verzat (2011) menyatakan bahwa kewirausahaan dapat didorong melalui pendidikan kewirausahaan (Mohamad, Lim, Yusof, & Soon, 2015). Menurut Mohamad, Lim, Yusof & Soon (2015), hubungan pendidikan dengan keinginan membuka usaha baru dipengaruhi oleh pendidikan formal dan pendidikan informal. Peran pemerintah dalam hal pendidikan dan pelatihan akan mempengaruhi keinginan dalam berwirausaha. Frinces (2011) menyatakan

beberapa langkah strategis yang bisa dilakukan pemerintah untuk dapat mencetak wirausaha dengan melakukan beberapa langkah strategis antara lain:

- a. Menyempurnakan dan mengefektifkan kegiatan lembaga pemerintah yang ada di berbagai kementerian dan dinas yang ada kaitannya dengan pencetakan (pendidikan/pelatihan) kewirausahaan.
- b. Bekerja sama dengan swasta (perusahaan-perusahaan, lembaga pendidikan tinggi dan menengah, dan yayasan-yayasan) membentuk/membiayai berdirinya unit-unit incubator bisnis untuk mencetak wirausaha baru
- c. Mereformasi sistem pendidikan, pengajaran dan kurikulum di Indonesia dengan memberikan muatan yang lebih banyak lagi bagi usaha pencetakan SDM untuk menjadi wirausaha, to be a real entrepreneur, bukan hanya sekedar mempelajari dan memahami perilaku, jiwa dan semangat seorang wirausaha, serta bukan hanya sekedar bisa membuat produk dan/atau jasa yang berkualitas, tetapi juga handal dalam memasarkan produk/jasa yang dihasilkan.

Frances (2009) menyebutkan bahwa salah satu proses untuk menjadi wirausaha adalah dibentuk lewat proses pendidikan (pelatihan, workshop, pelatihan khusus, pendidikan bidang khusus manajemen, bisnis, akuntansi kewirausahaan dan lain-lain). Artinya pendidikan bisnis dapat membantu seseorang untuk menjadi seorang wirausaha dan menjadi salah satu pendorong bagi seseorang untuk memiliki keinginan berwirausaha.

Pesatnya perkembangan dan pertumbuhan pendidikan kewirausahaan tidak hanya terjadi di Negara berkembang saja. Negara-negara maju seperti di Eropa dan Amerika pun memberikan pendidikan kewirausahaan. Mata kuliah entrepreneurship diberikan dalam bentuk kuliah umum, ataupun dalam bentuk konsentrasi program studi (Alma, 2016). Menurut Alma tujuan diberikannya mata kuliah kewirausahaan antara lain:

- a. Mengerti apa peran perusahaan dalam sistem perekonomian
- b. Keuntungan dan kelemahan berbagai bentuk perusahaan
- c. Mengetahui karakteristik dan proses kewirausahaan
- d. Mengerti perencanaan produk dan proses pengembangan produk
- e. Mampu mengidentifikasi peluang bisnis dan menciptakan kreativitas serta membentuk organisasi kerjasama
- f. Mampu mengidentifikasi dan mencari sumber-sumber
- g. Mengerti dasar-dasar marketing, financial, organisasi, produksi, mampu memimpin bisnis, menghadapi tantangan masa depan.

Pendidikan kewirausahaan, secara khusus berfokus pada *attitudes*, *intention*, dan proses *firm-creation*. Linan menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah keseluruhan aktivitas pendidikan dan latihan dengan atau tanpa sistem pendidikan yang mencoba mengembangkan keinginan peserta (*participants intention*) untuk melakukan perilaku kewirausahaan atau beberapa elemen yang berpengaruh terhadap keinginan (*intention*) tersebut seperti pengetahuan kewirausahaan (*entrepreneurial knowledge*), *desirability* aktivitas kewirausahaan, ataupun *feasibility*. Hal ini kemudian menunjukkan sejumlah karakteristik yang berguna sebagai referensi kerangka untuk analisis dan

klasifikasi berbagai inisiatif yang ada (Linan, 2007). McMullen dan Gillin (1998)

menspesifikasi enam elemen berbeda dari proyek pendidikan kewirausahaan:

- a. Tujuan yang ingin dicapai (*objective that are persued*)
- b. Fakultas atau tim pengajar yang akan menyampaikan (*faculty or teaching team who will be imparting it*)
- c. Murid peserta (*participant student*)
- d. Isi dari program (*content of the course*)
- e. Metode pengajaran (*teaching methods*)
- f. Dukungan spesifik bagi peserta yang memulai usaha mereka (*specific support activities for the participants to start their venture*)

Keenam elemen McMullen dan Gillin untuk proyek pendidikan kewirausahaan memiliki kesamaan dengan apa yang disampaikan oleh Fayolle (2008) tentang apa yang harus dimiliki oleh seorang pendidik dalam program kewirausahaan. Fayolle (2008) kerangka pendidikan untuk pendidikan kewirausahaan:

- a. Sasaran dan tujuan (*objective and goals*)
- b. Isi dan teori (*Contents and Theory*)
- c. Target dan peserta (*Target and audience*)
- d. Metode dan program (*method and program*)

2.1.2. Persepsi

2.1.2.1. Pengertian Persepsi

Menurut Stanton *et.al* (1998) persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan) yang kita terima melalui lima indra (Setiadi, S.E., M.M, 2008).

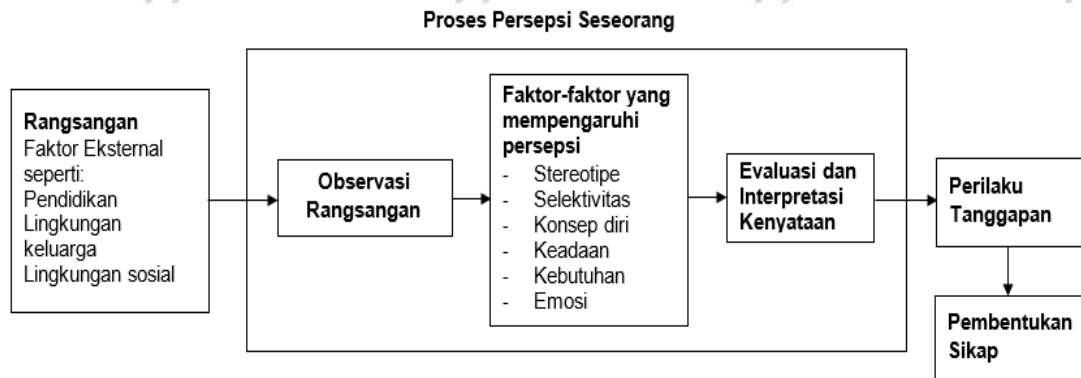
Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (thoha, 2015). Persepsi berperan dalam cara memperoleh pengetahuan khusus tentang obyek atau kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi ketika rangsangan mengaktifkan indera (Gibson, et al., n.d.).

Persepsi meliputi kognisi (pengetahuan), jadi dengan demikian persepsi mencakup penafsiran objek-objek, simbol-simbol dan orang-orang, dipandang dari sudut pengalaman penting. Dengan kata lain, persepsi meliputi aktivitas menerima stimuli, mengorganisasi stimuli, dan menerjemahkan atau menafsirkan stimuli yang terorganisasi tersebut sedemikian rupa, sehingga ia dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap (winardi, S.E, 2015). Secara umum diketahui bahwa proses persepsi merupakan salah satu yang sangat penting yang terjadi antara situasi dan perilaku.

Persepsi bersifat interaktif dan sangat kompleks. Persepsi ini memiliki subproses yang berhubungan satu sama lain. Subproses penting pertama adalah stimulus atau situasi. Persepsi dimulai saat seseorang dihadapkan dengan stimulus (Luthans, 2005). Dalam menumbuhkan keinginan berwirausaha pada diri seseorang stimulus yang diterima dalam proses persepsi ini salah satunya adalah pendidikan bisnis yang diterima oleh seseorang. Pendidikan bisnis yang diterima oleh seseorang menjadi stimulus yang kemudian akan diregistrasikan yang akan diinterpretasikan seseorang dan menghasilkan umpan balik dalam diri seseorang tersebut. Selama fenomena registrasi, mekanisme psikologis dipengaruhi. Kemampuan psikologis untuk mendengar dan melihat akan

mempengaruhi persepsi (Luthans, 2005). Proses persepsi dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Proses Persepsi



Sumber: Gibson, Ivancevich, & Donnelly

Dalam proses persepsi diketahui bahwa rangsangan yang diterima oleh seseorang akan membentuk sikap dan perilaku seseorang. Gambar 2.1 menunjukkan bahwa proses persepsi dimulai karena adanya rangsangan yang diterima oleh seseorang. Dalam pembentukan niat berwirausaha seseorang, rangsangan yang diterima berupa faktor eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, lingkungan keluarga, pendidikan dan lain-lain. Rangsangan pendidikan dalam hal ini menjadi salah satu faktor penting yang akan membentuk sikap seseorang dalam membentuk perilaku. Pendidikan dapat meningkatkan inspirasi kewirausahaan, kepedulian, pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan (Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

Terdapat model yang menggambarkan pengaruh eksternal yang memainkan peranan dalam perkembangan dari keyakinan dan perilaku seseorang terhadap kewirausahaan. Pada perkembangan pembentukan niat berwirausaha, peran proses persepsi dalam pembentukan niat terdapat dalam proses akhir yaitu perilaku. Perilaku merupakan bentuk dari sikap yang dimiliki oleh seseorang yang diakibatkan dari rangsangan yang diterima baik secara

eksternal berupa pendidikan, lingkungan sosial, role model maupun internal berupa budaya, keluarga dan lain-lain. Krueger dan Dickson (1994) menunjukkan bahwa meningkatkan persepsi perilaku kontrol (*perceived behavior control*) akan meningkatkan persepsi kesempatan, dalam hal ini adalah berwirausaha (Fayolle, et al., 2006). Niat tersebut timbul karena adanya perilaku yang timbul disebabkan oleh sikap. Sikap merupakan proses dari persepsi yang terjadi karena adanya rangsangan yang diterima oleh seseorang.

Pada proses persepsi untuk pembentukan perilaku, pendidikan bisnis sebagai stimulus eksternal memberikan rangsangan kepada seseorang sehingga membentuk stereotipe, konsep diri, kebutuhan, dan emosi seseorang sehingga menimbulkan motivasi yang membentuk *feasibility* dan *entrepreneurial self-efficacy*. Pada akhirnya dalam proses persepsi ini akan membentuk perilaku seseorang. Perilaku inilah yang kemudian akan membentuk niat seseorang untuk memiliki niat berwirausaha. Teori yang biasa digunakan dalam pembentukan niat berwirausaha ini adalah teori perilaku berencana (*Theory Planned Behavior*) milik Ajzen (1991) yang merupakan pengembangan dari teori teori tindakan beralasan (*Theory Reasoned Action*). Selain teori milik Ajzen terdapat teori *Entrepreneurial Event* milik Shapero (1982). Model pembentukan ini akan dibahas lebih lanjut pada pembahasan berikutnya.

2.1.3. Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

2.1.3.1. Pengertian Niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Soutaris dkk (2007) mengindikasikan bahwa niat berarti bahwa keinginan seseorang untuk memulai aktivitas berwirausaha. Moh.Rusli dkk (2013) menyatakan bahwa niat memainkan peranan untuk mengembangkan aktivitas kewirausahaan dan kemampuan untuk menjadi pengusaha yang sesungguhnya

(Mohamad, et al., 2015). Niat kewirausahaan adalah keadaan seseorang untuk berpikir bahwa orang tersebut memiliki keinginan untuk membuat perusahaan baru atau nilai baru yang menggerakkan organisasi dalam (Wu & Wu, 2008). Menurut Krueger dan Brazeal niat kewirausahaan mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan (Rahmawati & Mawardi, 2017).

Gerba (2012); Karimi dkk (2016) menyatakan bahwa keinginan berwirausaha adalah cerminan keadaan pikiran yang mendorong orang untuk melakukan kewiraswastaan dibandingkan menjadi seorang pekerja. Dinis dkk (2013) mendefinisikan niat kewirausahaan sebagai keterlibatan atau niat seseorang untuk memulai bisnis baru (Solesvik, 2013). Sedangkan menurut Bullough et al., (2014) niat adalah langkah fundamental dalam perencanaan kewirausahaan kapanpun seseorang memiliki niat untuk memulai bisnis baru. Thompson mendefenisikan niat berwirausaha sebagai pengakuan terhadap keyakinan diri sendiri bahwa mereka berniat untuk mendirikan usaha bisnis baru dan secara sadar berencana untuk melakukannya dimasa depan (Boukamcha, 2015).

Keinginan atau niat seseorang untuk melakukan tugas dan memulai sesuatu memiliki hubungan terhadap perilaku seseorang. Perilaku tersebut merupakan hasil dari proses psikologi yang akan mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan dalam memulai sesuatu. Penelitian tentang keinginan berwirausaha ini biasanya tentang bagaimana seseorang mengambil keputusan untuk menjadi seorang pengusaha atau seorang karyawan yang digaji oleh perusahaan. Lebih jauh disebutkan bahwa keinginan atau niat merupakan

hasil dari perilaku terencana. Ajzen menyatakan bahwa keinginan diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, ini mengindikasikan betapa sulitnya seseorang untuk mencoba seberapa banyak usaha yang mereka lakukan untuk melakukan perilaku tersebut, semakin kuat niat yang terlibat dalam perilaku maka semakin besar kemungkinan kinerjanya (Ajzen, 1991). Reynolds dan Miller (1992) berpendapat bahwa seseorang dengan niat untuk memulai bisnis dapat diidentifikasi dan dipelajari saat seseorang berkembang melalui proses berwirausaha lebih memiliki kesiapan daripada orang yang dari awal tidak memiliki niat (Prabhu, et al., 2012).

Sebelum terjadinya perilaku hal pertama yang muncul adalah niat dari dalam diri seseorang. Niat tersebut kemudian memunculkan perilaku individu. Ajzen menjelaskan bahwa niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, terdapat indikasi seberapa kuat seseorang mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka kerahkan untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Menurut Kim dan Hunter, Meta-analysis secara empiris menunjukkan bahwa niat seseorang secara sukses memprediksi perilaku dan sikap secara sukses memprediksi niat (Krueger, Jr, et al., 2000). Beberapa model teori yang biasa digunakan untuk dapat membentuk terjadinya niat dalam suatu perilaku. Model teori tersebut adalah *Shapero's Entrepreneurial Event* dari Shapero (1982), *Theory Planned Behavior* dari Ajzen (1991), dan teori dari Bird (1988) kombinasi dari faktor individu dan kontekstual (Izquierdo & Buelens, 2008). Penjelasan mengenai beberapa model tersebut akan dijabarkan lebih lanjut.

2.1.3.2. Model Pembentukan Niat Berwirausaha

Beberapa penelitian dalam bidang aktivitas kewirausahaan dan keputusan berwirausaha menggunakan beberapa model pembentukan niat berwirausaha, seperti model dari Shapero yang dikenal dengan *Shapero's Entrepreneurial Event*, Ajzen dengan TPB (*Theory Planned Behavior*), dan Bird yang menjelaskan niat muncul karena adanya pengaruh dari faktor individu dan kontekstual. Berikut akan dijelaskan tentang teori pembentukan niat kewirausahaan.

2.1.3.2.1 *Theory Planned Behavior* (TPB) Ajzen

Ajzen (1991) menyatakan TPB merupakan perluasan dari teori tindakan beralasan (*Theory Reasoned Action*), dibuat karena adanya keterbatasan model asli dalam menangani perilaku dimana seseorang memiliki kehendak kontrol yang tidak lengkap. Teori ini dibentuk untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks yang spesifik. Faktor pusat dalam *Theory Planned Behavior* (TPB) adalah niat seseorang untuk menunjukkan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). TPB dari Ajzen merupakan model pembentukan yang paling kuat dan memiliki bentuk yang valid. Teori ini juga sangat sering digunakan dalam penelitian tentang perilaku dan niat seseorang dalam melakukan aktivitas terutama kewirausahaan. Teori ini menjelaskan niat seseorang terbentuk karena tiga sebab yaitu: a) Sikap seseorang tentang perilaku kontrol, b) Norma subjektif, c) Persepsi seseorang terhadap perilaku kontrol (Izquierdo & Buelens, 2008).

a) *Attitude Toward Behavior*

Ajzen (1991) menjelaskan sikap seseorang terhadap perilaku mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau

penilaian yang menguntungkan atau tidak baik terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Krueger menyatakan bentuk ini mirip dengan harapan, persepsi keinginan pribadi untuk melakukan perilaku tersebut. Pada konstruksi tersebut, sikap ini tergantung pada harapan dan keyakinan tentang dampak pribadi dari hasil akibat perilaku tersebut (Krueger, Jr, et al., 2000).

b) Subjective Norm

Bentuk kedua dari teori TPB adalah norma subjektif, merupakan persepsi tentang apa yang penting dipikirkan seseorang tentang perilaku hidupnya (Krueger, Jr, et al., 2000). Norma subjektif ini mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Peran keinginan keluarga juga berpengaruh dalam konstruksi ini untuk menentukan pilihan karir termasuk untuk menjadi pengusaha. Untuk memeriksa validitas konstruksi, norma subjektif ini harus bergantung pada dukungan yang diharapkan dari orang lain yang signifikan (Krueger, Jr, et al., 2000). Norma subjektif ini biasanya ada dalam diri seseorang dipengaruhi oleh adanya panutan atau *role model* yang menjadi inspirasi seseorang, bisa dari lingkungan keluarga ataupun seseorang yang menjadi inspirasi dalam dunia bisnis.

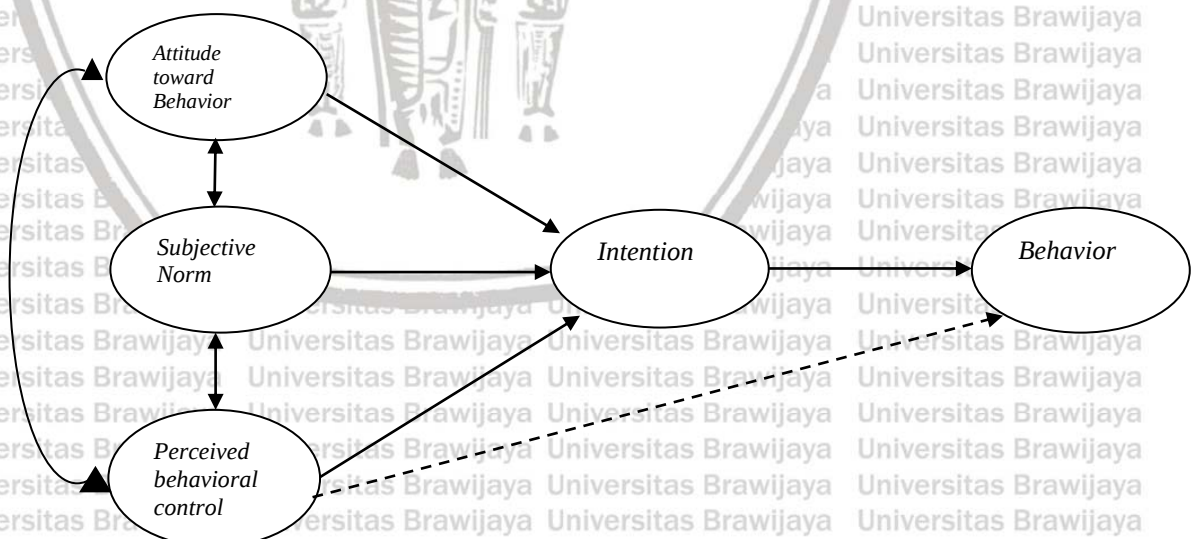
c) Percieved Behavioral Control

Percieved Behavioral Control adalah persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku yang diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan yang akan dihadapi (Ajzen, 1991). *Percieved Behavioral Control* memainkan

bagian penting dalam *Theory of Planned Behavior*. Persepsi seseorang terhadap perilaku kontrol dalam TPB sangat berbeda dari teori tindakan beralasan Ajzen sebelumnya dan teori *locus of control* milik Rotter (1966). Persepsi seseorang terhadap perilaku kontrol mengacu pada persepsi seseorang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diminati (Ajzen, 1991). Persepsi perilaku kontrol ini sejalan dengan teori *Self-Efficacy* milik Bandura, konsep dari *self-efficacy* Bandura (1982,p.122) adalah perhatian dengan penilaian seberapa baik seseorang dapat melakukan tindakan yang diperlukan untuk menghadapi situasi prospektif (Ajzen, 1991). Menurut teori persepsi perilaku kontrol, tidak hanya bisa menimbulkan niat seseorang tetapi juga dapat memprediksi perilaku prestasi.

Model Niat berwirausaha Ajzen dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Model *Entrepreneurial Intention* TPB Ajzen



Sumber: Icek Ajzen, 1991

2.1.3.2.2 Model Shapero's Entrepreneurial Event (SEE)

Model pembentukan niat berwirausaha yang biasa digunakan selain TPB Ajzen adalah model *Shapero's Entrepreneurial Event (SEE)*.

Pada model SEE, niat untuk memulai bisnis berasal dari persepsi keinginan dan kelayakan dari kecenderungan untuk bertindak atas berbagai peluang (Krueger, Jr, et al., 2000). Menurut Krueger (2000)

perilaku pilihan bergantung pada "kredibilitas" (*credibility*) relatif dari perilaku ditambah beberapa "kecenderungan untuk bertindak" (*propensity*

to act). Kredibilitas (*credibility*) membutuhkan perilaku yang dipandang sebagai hal yang diinginkan (*desirable*) dan layak dilakukan (*feasible*).

Shapero (1982) menyebutkan bahwa peristiwa kewirausahaan memerlukan potensi untuk memulai usaha (kredibilitas dan kecenderungan untuk bertindak) agar ada sebelum perpindahan dan kecenderungan untuk bertindak sesudahnya (Krueger, Jr, et al., 2000). Shapero dan Sokol

(1982) menyatakan bahwa penciptaan usaha adalah hasil dari interaksi diantara faktor kontekstual yang akan bertindak melalui pengaruhnya

terhadap persepsi individu (Hattab, 2014). Persepsi individu yang dipengaruhi oleh perubahan eksternal akan mempengaruhi pertimbangan

seseorang terhadap jawaban dari apa yang dirasakan dan bergantung pada reaksi mereka pada keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*) dan kelayakan yang dirasakan (*perceived feasibility*).

Berbeda dengan TPB yang tidak secara langsung berdampak pada niat atau perilaku, SEE memulai dari persepsi situasi seseorang dari

desirability dan *feasibility*. Krueger & Carsrud (1993) menjelaskan TPB

Ajzen dan model SEE Shapero memiliki perbedaan dalam memunculkan

niat berwirausaha. TPB Ajzen, menjelaskan niat (*intention*) adalah persyaratan yang diperlukan untuk perilaku target atas keinginan untuk membuka usaha baru, sedangkan model SEE Shapero niat (*intention*) merupakan keinginan menuntut pendiri usaha untuk menganggap bahwa kewiraswastaan sebagai alternative karir yang kredibel (Krueger & Carsrud, 1993). Oleh karena itu model Shapero *Entrepreneurial Event* terdiri dari tiga elemen, yaitu: a) Persepsi keinginan (*the perception of desirability*); b) kecenderungan untuk bertindak (*propensity to act*); c) Persepsi kemungkinan (*the perception of feasibility*) (Izquierdo & Buelens, 2008).

a) Persepsi keinginan (*The Perception of Desirability*)

Shapero mendefinisikan persepsi keinginan (*perception of desirability*) sebagai daya tarik pribadi untuk memulai bisnis, termasuk dampak intrapersonal dan ekstrapersonal (Krueger, Jr, et al., 2000). Shapero dan Sokol (1982) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat *desirability* yang tinggi merasa antusias tentang penciptaan bisnis baru (Boukamcha, 2015). Cooper dan Lucas (2008) berpendapat *desirability* berhubungan dengan bagaimana menghargai perilaku/tugas secara pribadi (Hattab, 2014). Menurut Linan et.al (2011) *desirability* mengacu pada sejauh mana seseorang merasakan ketertarikan untuk perilaku tertentu (dalam hal ini menjadi pengusaha). Persepsi keinginan (*Perceived desirability*) adalah penilaian sikap yang efektif dan faktor motivasional yang berkaitan dengan keyakinan individu tentang seberapa manfaat yang dimiliki melalui penciptaan usaha baru (Boukamcha, 2015).

b) Persepsi kemungkinan (*The Perception of Feasibility*)

Shapero mendefinisikan persepsi kemungkinan (*perception of feasibility*) adalah sejauh mana seseorang secara pribadi merasa mampu untuk memulai bisnis (Krueger, Jr, et al., 2000). Seseorang yang memiliki tingkat *feasibility* yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam keterampilan dan kemampuannya dalam menciptakan bisnis baru. Almqvist dan Bjornberg (2010) berpendapat bahwa persepsi *feasibility* merefleksikan tingkat kemampuan dan keterampilan seseorang untuk menghadapi tantangan potensial (Boukamcha, 2015). Menurut Linan et.al *feasibility* adalah tingkat dimana seseorang menganggap diri mereka sendiri mampu melakukan perilaku tertentu (Linan, Rodriguez-Cohar, & Cantuche, Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role for Education, 2011). *Feasibility* kewirausahaan (Emin, 2004) mengacu pada sejauh mana seorang individu berpikir bahwa bisnis mereka realistis dan dapat dikerjakan (Boukamcha, 2015).

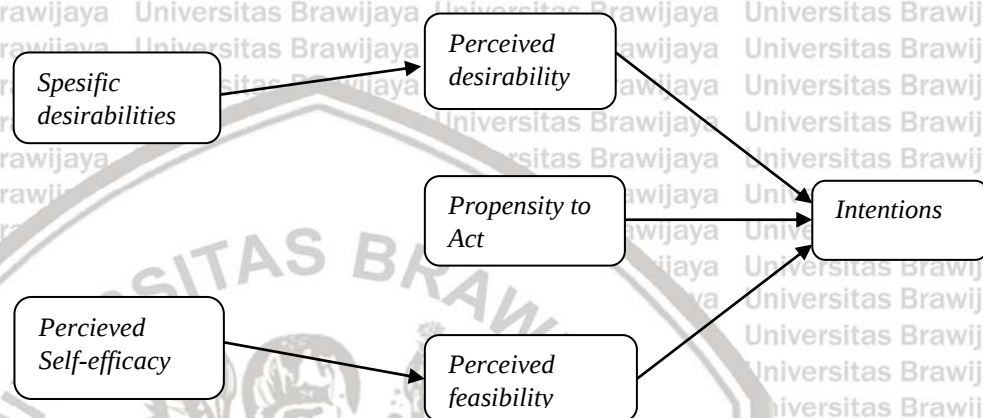
c) Kecenderungan untuk bertindak (*Propensity to Act*)

Konsep kecenderungan untuk bertindak (*propensity to act*) menurut Shapero adalah sebagai watak seseorang untuk bertindak terhadap suatu keputusan, sehingga mencerminkan aspek kehendak niat. Biasanya terbentuknya niat memiliki kecenderungan untuk bertindak. Secara konseptual, kecenderungan untuk bertindak berdasarkan suatu kesempatan yang bergantung pada persepsi kontrol, yaitu keinginan

untuk mendapatkan kontrol dengan mengambil tindakan (Krueger, Jr, et al., 2000).

Model niat berwirausaha SEE Shapero dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.2 Model SEE Shapero



Sumber: Krueger, Reilly, dan Carsrud, 2000

Diantara kedua model tersebut, yaitu *Shapero's Entrepreneurial Event* dari Shapero (1982), *Theory Planned Behavior* dari Ajzen (1991). Penelitian ini memutuskan untuk mengadopsi model *Shapero' Entrepreneurial Intention* (SEE).

Hal ini dikarenakan Model SEE milik Shapero ini lebih dekat menjelaskan tentang pembentukan niat kewirausahaan dan tidak bersifat umum.

2.1.3.3. Perkembangan TPB Ajzen dan SEE dalam *Entrepreneurial Intention*

Teori yang biasa digunakan dalam penelitian yang mempelajari tentang niat yang biasa digunakan adalah TPB ajzen dan SEE Shapero. TPB Ajzen telah banyak digunakan diberbagai penelitian terdahulu sebagai dasar teori perilaku dalam berbagai bidang ilmu. Tidak hanya dalam ilmu psikologi saja teori ini banyak digunakan peneliti untuk memprediksi perilaku dan niat (*intention*) khususnya penelitian yang berhubungan dengan pemilihan karir seseorang.

Salah satu pilihan karir seseorang adalah berwirausaha, yang muncul karena adanya tindakan berencana.

Pembentukan niat berwirausaha dengan teori TPB disebabkan oleh 3 faktor, yaitu *attitude* (tingkat dimana seseorang melakukan penilaian terhadap suatu perilaku), *subjective norm* (tekanan lingkungan untuk melakukan suatu tindakan), *perceived behavior control* (persepsi perilaku yang merefleksikan pengalaman masa lalu dalam mengantisipasi tantangan) dalam (Ajzen, 1991).

Hubungan dari ketiga faktor tersebut untuk dapat memprediksi niat seseorang akan berbeda di berbagai situasi.

TPB menjelaskan persepsi perilaku yang dapat membentuk niat seseorang dan biasa digunakan dalam berbagai bidang penelitian yang seperti, kesehatan, pemasaran, pemilihan karir dan sebagainya. TPB didesain untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks yang spesifik (Ajzen, 1991). Salah satu teori lain yang menjelaskan tentang timbulnya niat adalah model pembentukan niat Shapero *Entrepreneurial Event* (SEE). Shapero menjelaskan bahwa kewirausahaan sebagai pilihan karir yang kredibel terbentuk dari niat yang ada dalam diri seseorang. Kewirausahaan dikatakan sebagai pilihan karir yang kredibel tergantung dari persepsi apakah usaha tersebut diinginkan dan layak untuk dijalankan.

Shapero dan Sokol (1982) menyatakan dalam teori *Entrepreneurial Event* mempertimbangkan pembentukan perusahaan sebagai hasil dari interaksi diantara faktor kontekstual, yang mana dipengaruhi oleh persepsi individu (Linan, et al., 2011). Menurut Peterman dan Kennedy (2003) Pertimbangan dari opsi berwirausaha akan mengambil tempat sebagai konsekuensi dari beberapa perubahan eksternal. Jawaban seseorang terhadap event eksternal itu akan

bergantung pada persepsi pada alternative yang tersedia. Terdapat dua jenis persepsi dalam model SEE yaitu *feasibility* dan *desirability* (Linan, et al., 2011).

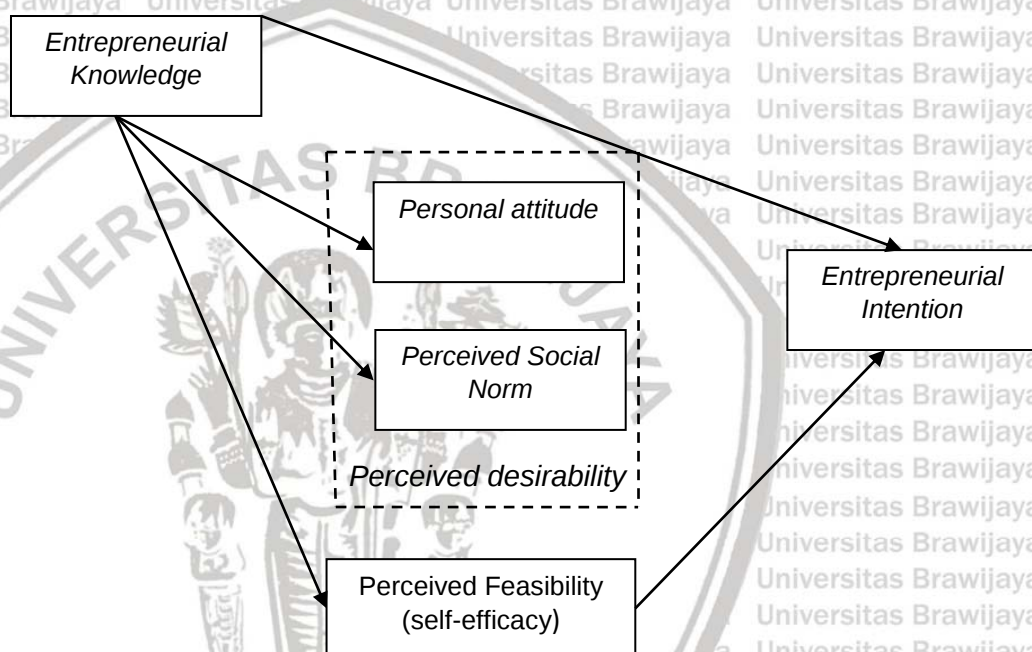
Shapero dan Sokol (1982) menyebutkan kedua jenis persepsi tersebut ditentukan oleh faktor budaya dan social melalui pengaruh mereka pada sistem nilai seseorang. Walaupun faktor eksternal tersebut tidak akan menentukan Perilaku untuk menciptakan usaha secara langsung, tetapi itu merupakan hasil analisis dari sadar atau tidaknya seseorang tentang *desirability* dan *feasibility* dari beberapa alternative yang memungkinkan dalam situasi tersebut (Linan, et al., 2011).

Kedua meodel pembentukan ini telah banyak digunakan dan memberikan kontribusi terhadap penelitian tentang niat berwirausaha. Krueger (2000) melakukan uji coba terhadap dua model pembentukan niat berwirausaha TPB milik Ajzen (1991) dan SEE Shapero Sokol (1982) dimana terbukti bahwa kedua model penelitian ini layak digunakan. Krueger (2000) menyebutkan semua ukuran yang digunakan pada SEE milik Shapero dan Sokol secara signifikan berhubungan dengan TPB milik Ajzen. Integrasi kedua model pembentukan berwirausaha tersebut dilakukan oleh Linan (2004) dan banyak diadopsi oleh peneliti lain setelahnya. Linan (2011) menyebutkan bahwa *feasibility* milik Shapero dan Sokol (1982) sesuai dengan *perceived behavioral control* Ajzen (1991) dan *desirability* Shapero dan Sokol (1982) sesuai dengan *attitude toward it* dan *subjective norm* milik Ajzen (1991).

Feasibility dalam model SEE dan *perceived behavioral control* dalam model TPB Ajzen cocok dengan *self-efficacy* Bandura (1977,1982). *Perceived behavioral control* sangat cocok dengan konsep persepsi *self-efficacy* Bandura yang berkaitan dengan penialain tentang seberapa baik seseorang dapat

melakukan tindakan yang diperlukan untuk menghadapi situasi yang diharapkan (Ajzen, 1991). TPB menempatkan konstruksi *self-efficacy* atau *perceived behavioral control* dengan kerangka yang lebih umum dari hubungan antara kepercayaan, sikap, niat, dan perilaku (Ajzen, 1991). Integrasi kedua model niat berwirausaha SEE Shapero dan TPB Ajzen dapat dilihat pada gambar 2.3 berikut:

Gambar 2.3 Model Pengembangan SEE Shapero dan TPB Ajzen



Sumber: Linan, 2011

Oleh karena itu, dikarenakan adanya persamaan antara *feasibility* dengan *self-efficacy* dalam konsepnya maka penelitian ini kemudian mengadopsi *Entrepreneurial self-efficacy* yang dalam penerapannya memang berhubungan dengan kewirausahaan dan bukan secara umum. *Entrepreneurial self-efficacy* digunakan dalam penelitian ini juga bertujuan untuk membedakan secara jelas *feasibility* dengan *Self-efficacy*.

2.1.4 Feasibility

2.1.4.1 Pengertian Feasibility

Feasibility dalam penelitian ini diambil dari model pembentukan niat kewirausahaan dari Shapro yaitu *Shapero's Entrepreneurial Event* (SEE). Shapero mendefinisikan persepsi kemungkinan (*perception of feasibility*) adalah sejauh mana seseorang secara pribadi merasa mampu memulai bisnis (Krueger, Jr, et al., 2000). Seseorang yang memiliki tingkat *feasibility* yang tinggi menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dalam keterampilan dan kemampuannya dalam menciptakan bisnis baru.

Feasibility yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *feasibility* kewirausahaan. *Feasibility* kewirausahaan (Emin, 2004) mengacu pada sejauh mana seorang individu berpikir bahwa bisnis mereka realistis dan dapat dikerjakan. Almqvist dan Bjornberg (2010) berpendapat bahwa persepsi *feasibility* merefleksikan tingkat kemampuan dan keterampilan seseorang untuk menghadapi tantangan potensial. Sedangkan menurut Vazquez et.al (2009) *feasibility* kewirausahaan adalah tingkat dimana pengusaha mempertimbangkan proyek usahanya sendiri mudah dicapai (Boukamcha, 2015). Menurut Linan et.al (2011) keberadaan *role model*, mentor dan rekan akan menentukan elemen dalam menetapkan tingkat *entrepreneurial feasibility* seseorang.

2.1.5. Self Efficacy

2.1.5.1 Pengertian Self Efficacy

Bandura (1977, 1997) menyatakan *self efficacy* dikenal sebagai teori *social cognitive* atau teori *social learning* adalah kepercayaan seseorang bahwa dia mampu melakukan tugas tertentu dengan sukses (Lunenburg, 2011).

Menurut Segal et. Al (2005) *self-efficacy* mencerminkan kepercayaan individu

terhadap kemampuannya sendiri untuk melakukan tindakan demi mencapai suatu tujuan. Wigfield dan Eccles (2000) menyoroti bahwa *self-efficacy* adalah seperangkat keyakinan kemampuan dan persepsi individu terhadap keahliannya pada tugas tertentu (Boukamcha, 2015).

Teori *self-efficacy* dikembangkan oleh Bandura dan teman-temannya (Bandura, 1982; Ozer dan Bandura, 1990; Bandura, 2001) untuk menjelaskan hal-hal berbeda yang dimiliki individu dalam mencapai tujuan. Keyakinan *self-efficacy* menentukan bagaimana perasaan orang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku.

Keyakinan semacam itu menghasilkan beragam efek melalui empat proses utama yaitu proses kognitif, motivasi, afektif dan seleksi (Bandura, 1994).

Bandura (1994) mengklasifikasikan *Self-efficacy* kedalam 2 (dua) bentuk, yaitu; *Self-efficacy* yang tinggi dan *self-efficacy* yang rendah dalam (Sugmawati & Afrianty, 2018). Seseorang yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi memiliki kemampuan dalam mengerjakan sesuatu dengan berhasil, segera bangkit dari keterpurukan dan selalu berani menerima tantangan serta yakin akan berhasil dengan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Sedangkan seseorang yang memiliki *Self-efficacy* yang rendah cenderung lama bangkit dari keterpurukan dan cenderung menghindari tantangan.

Self-Efficacy memiliki tiga dimensi: *magnitude*, tingkat kesulitan tugas yang seseorang percaya bisa mencapainya; *strenght*, keyakinan tentang besarnya kekuatan atau kelemahan; dan *generality*, sejauh mana ekspetasi umum itu terjadi di seluruh situasi (Lunenburg, 2011). Meskipun diperoleh secara bertahap melalui pengalaman dan pembelajaran, *self-efficacy* mempengaruhi tingkat dan aspirasi, tujuan dan keputusan pribadi yang dilakukan individu selama masa hidup mereka (Bandura et.al, 2001) dalam (LaViolette, et al.,

2012). *Self-efficacy* yang dirasakan mempengaruhi pilihan dari pengaturan perilaku. Harapan *efficacy* menentukan berapa banyak usaha yang akan dikeluarkan orang dan berapa lama mereka akan bertahan dalam menghadapi rintangan dan pengalaman yang tidak menyenangkan. Semakin kuat *self-efficacy* yang dirasakan, semakin aktif usaha (Bandura, 1977). *Self-efficacy* memiliki efek kuat terhadap pembelajaran, motivasi dan kinerja, karena orang mencoba untuk belajar dan hanya melakukan tugas yang mereka percaya akan dapat berkinerja dengan baik (Lunenburg, 2011).

Self-efficacy atau teori social kognitif ini juga berpengaruh pada pilihan seseorang terhadap karirnya. Hal ini dipengaruhi oleh perilaku keputusan seseorang tentang pilihan karirnya berdasarkan pendidikan yang dimiliki orang tersebut. Bandura dan Locke (2003) menyatakan penelitian tentang *self efficacy* menunjukkan bahwa semakin tinggi *self efficacy* yang dirasakan untuk memenuhi persyaratan pendidikan dan peran pekerjaan, semakin luas pilihan karir yang orang pertimbangkan untuk dikejar, semakin besar minat yang mereka miliki, semakin baik mereka mempersiapkan diri secara pendidikan untuk berbagai karir pekerjaan, dan semakin besar daya tahan mereka dalam mengejar karir (Bandura & Locke, 2003).

Peran *cognitive learning* ini juga berpengaruh dalam kewirausahaan. Mitchell et.al (2002) mendefinisikan *cognitive learning* dalam *entrepreneurship* sebagai struktur pengetahuan yang digunakan orang untuk membuat penilaian, atau keputusan yang melibatkan evaluasi kesempatan, penciptaan usaha dan pertumbuhan (Barbosa, Gerhardt, & Kickul, 2007). Boyd dan Vozikis (1994) menyatakan di bidang kewirausahaan, *self-efficacy* secara teoritis telah diusulkan untuk mengarah kepada wirausaha dan perilaku (Barbosa, et al., 2007).

2.1.5.2. Sumber *Self-Efficacy*

Self-efficacy memiliki dampak yang sangat penting dalam mempengaruhi seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu untuk memiliki *self-efficacy*, menurut Bandura (1994) terdapat empat sumber utama *self-efficacy*, yaitu: penguasaan pengalaman (*mastery experience*), pengalaman perwakilan (*vicarious experience*), persuasi social (*social persuasion*), emosi (*emotional*).

Berdasarkan sumber *self-efficacy* tersebut dibutuhkan peran pendidikan bisnis sebagai media yang mempermudah pembentukan *self-efficacy* dalam diri seseorang. Pendidikan bisnis menjadi media yang dapat menyediakan pembelajaran yang akan mempercepat peningkatan *self-efficacy* seseorang.

Cara yang paling efektif untuk membentuk *self-efficacy* yang kuat adalah melalui penguasaan pengalaman (*mastery experience*). Keberhasilan membangun kekuatan keyakinan *efficacy* pribadi seseorang, sedangkan kegagalan akan melemahkannya. Jika seseorang hanya mengalami kesuksesan dengan mudah mereka akan mengharapkan keberhasilan dengan cepat dan mudah menyerah karena kegagalan. Keuletan dari *efficacy* memerlukan pengalaman dalam mengatasi rintangan melalui usaha yang gigih. Seseorang menjadi kuat dan sukses karena pengalaman yang dimilikinya. Pengalaman seseorang mengajarkan bahwa untuk menjadi sukses seseorang membutuhkan ketekunan dan usaha yang berkelanjutan. Seseorang yang memiliki ketekunan, dalam menghadapi masalah dan kegagalan akan lebih cepat pulih. Dengan melalui masa-masa sulit itu seseorang akan lebih kuat dalam mencapai kesuksesan. Hal ini bisa dirasakan dalam pemberian tugas proyek bisnis pada materi kewirausahaan dalam pendidikan bisnis. Sehingga diharapkan mahasiswa dapat secara langsung merasakan pengalaman nyata dalam lingkungan bisnis.

Cara kedua untuk membentuk dan menguatkan keyakinan diri dari *efficacy* adalah melalui pengalaman perwakilan (*vicarious experience*) yang diberikan oleh model social. Peran pendidikan bisnis sangat dibutuhkan bagi mahasiswa untuk dapat bertemu langsung dengan *role model* yang sukses dalam dunia bisnis untuk dapat berbagi pengalaman tentang dunia bisnis dan cara memulai bisnis. Melihat orang-orang yang mendapatkan keberhasilan dengan usaha yang berkelanjutan meningkatkan keyakinan seseorang sehingga dia juga memiliki kemampuan untuk menguasai aktivitas yang sebanding untuk bisa meraih kesuksesan. Dampak dari model pada persepsi *self-efficacy* sangat dipengaruhi oleh persepsi yang sama dari model yang di idolakan. Jika perilaku model sangat berbeda dari yang diharapkan maka dampaknya bagi *self-efficacy* seseorang juga tidak akan begitu berpengaruh. *Role model* memberikan dampak pada kemampuan dan kompetensi seseorang melalui prilakunya dan cara mengekspresikan pemikiran, kemudian model tersebut menularkan pengetahuan, mengajarkan orang yang mengamati keahlian yang efektif dan strategi mengatur tuntutan lingkungan.

Persuasi sosial adalah cara ketiga untuk menguatkan keyakinan *efficacy* seseorang bahwa mereka memiliki apa yang diperlukan untuk sukses. Inilah yang menjadi alasan pentingnya pendidikan bisnis yang memiliki program kewirausahaan dalam membangun *self-efficacy* seseorang. Seseorang yang diyakinkan secara verbal bahwa mereka memiliki kemampuan untuk menguasai aktivitas yang diberikan cenderung memobilisasi usaha lebih besar. Dorongan persuasive dalam *self-efficacy* yang dirasakan membuat orang berusaha untuk sukses, mereka mempromosikan pengembangan keterampilan dan rasa *efficacy* pribadi. Kesuksesan *efficacy* yang dibangun lebih dari penyampaian penilaian

positif. Sebagai tambahan, untuk meningkatkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya, mereka menyusun situasi yang membawa kesuksesan dan menghindari menempatkan seseorang dalam situasi dimana mereka sering mengalami kegagalan. Mereka mengukur keberhasilan dalam hal peningkatan diri dan bukan dengan kemenangan atas orang lain.

Somatik dan emosional adalah hal terakhir yang mempengaruhi *efficacy* seseorang. Kemampuan seseorang sebagian juga bergantung pada keadaan somatik dan emosional. Somatik dan emosi merepresentasikan reaksi stress dan tekanan seseorang sebagai tanda dari kerentanan terhadap kinerja yang rendah.

Suasana hati juga berdampak terhadap penilaian seseorang terhadap *efficacy* pribadi. Suasana hati yang positif menambah persepsi *self-efficacy*, suasana hati yang putus asa mengurangi *self-efficacy*. Cara keempat untuk memodifikasi keyakinan diri terhadap *efficacy* adalah mengurangi reaksi stress seseorang dan mengubah kecendrungan emosional negative dan salah tafsir terhadap keadaan fisik mereka. Seseorang yang memiliki rasa *efficacy* yang tinggi cenderung melihat keadaan rangsangan afektif mereka sebagai fasilitator kinerja, sedangkan mereka yang diliputi keraguan diri menganggap gairah mereka sebagai debilitator. Pendidikan bisnis yang memiliki program kewirausahaan akan melatih mahasiswa untuk dapat bertahan dan tidak takut akan kegagalan. Sehingga mahasiswa akan terbiasa dengan tekanan yang diberikan baik dari lingkungan social ataupun dari dalam diri seseorang.

Bandura (1994) proses psikologi melalui keyakinan pribadi dari *efficacy* berdampak pada fungsi manusia, seperti: proses kognitif, proses motivasi, proses afektif, dan proses seleksi. Dampak *Self-efficacy* dalam proses kognitif berpengaruh pada perilaku manusia. Tujuan pribadi dipengaruhi oleh

kemampuan penilaian pribadi. Semakin kuat persepsi *self-efficacy* maka semakin tinggi tujuan yang ditantang seseorang untuk diri mereka sendiri dan semakin kuat komitmen mereka terhadap tujuan tersebut (Bandura, Self-Efficacy, 1994).

Keyakinan diri dari *efficacy* memiliki peran kunci dalam motivasi pribadi. Orang – orang memotivasi diri mereka sendiri dan mengarahkan tindakan antisipatif mereka dengan latihan pemikiran sebelumnya. Motivasi membentuk keyakinan orang tentang apa yang dapat mereka lakukan, mengantisipasi hasil dari perbuatan, menetapkan tujuan dan perencanaan yang bernilai untuk masa depan (Bandura, Self-Efficacy, 1994).

Proses seleksi menjelaskan bahwa sikap seseorang sebagian terbentuk karena lingkungannya, keyakinan seseorang terhadap *efficacy* pribadi dapat membentuk jalan hidup yang dibutuhkan dengan mempengaruhi jenis kegiatan dan lingkungan yang dipilih. Berdasarkan dari pilihan yang mereka buat, orang – orang menumbuhkan berbagai kompetensi, minat dan jejaring social yang menentukan jalan hidupnya. Perkembangan dan pilihan karir adalah satu contoh dari kekuatan keyakinan *self-efficacy* untuk mempengaruhi jalan kehidupan melalui proses pilihan. Semakin tinggi tingkat *self-efficacy* yang dirasakan seseorang semakin luas daerah pilihan karir yang secara serius mereka pertimbangkan, semakin besar ketertarikan mereka didalamnya dan semakin baik mereka mempersiapkan diri mereka secara pendidikan untuk mengejar pekerjaan yang mereka pilih dan mendapatkan kesuksesan yang lebih besar (Bandura, Self-Efficacy, 1994).

2.1.5.3 Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)

Self-efficacy merupakan hasil konstruksi dari teori *social learning* Bandura (1977). *Self-efficacy* banyak digunakan dalam berbagai penelitian termasuk

dalam penelitian kewirausahaan. Konstruksi *self-efficacy* yang kuat dan stabil dalam penelitian yang berhubungan dengan perilaku terutama dalam perilaku keputusan banyak diadopsi terutama dalam kewirausahaan. Namun, karena penggunaannya terlalu bersifat umum maka *self-efficacy* kemudian berkembang menjadi *entrepreneurial self-efficacy*. Pertama kali keterlibatan *self-efficacy* dalam niat berwirausaha *entrepreneurial intention* dilakukan oleh Boyd dan Vozikis (1994) dengan mengembangkan model niat berwirausaha milik Bird (1988). Mereka mengusulkan bahwa *self-efficacy* sebagai mediator penting untuk menentukan kekuatan dari niat berwirausaha dan kemungkinan yang niat tersebut akan hasilkan dalam aksi kewirausahaan (Drnovsek, et al., 2010).

Konstruksi *Entrepreneurial self-efficacy* berhubungan dengan hasil penting dari berwirausaha seperti niat untuk memulai bisnis baru dan menumbuhkan usaha serta kesuksesan pribadi wirausaha. Namun, masih lemahnya konstruksi *entrepreneurial self-efficacy* dan bagaimana konseptualisasi dan ukuran yang digunakan masih menjadi tantangan (Drnovsek, Wincent, & Cardon, 2010). *Entrepreneurial self-efficacy* yang berdasarkan pada teori *socio-cognitive* mengusulkan model yang dapat diuji secara empiris untuk konteks kewirausahaan yang dapat berfungsi untuk mengintegrasikan dan membentuk fondasi yang kuat untuk memperluas pengetahuan tentang *Self-efficacy*.

Boyd dan Vozikis (1994) menyatakan ESE mengacu pada seberapa kuat keyakinan individu bahwa dia mampu dengan sukses melaksanakan peran dan tugas kewirausahaan. ESE sebagai variabel penting dalam menentukan kekuatan dari niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) dan kemungkinan yang mengarahkan niat tersebut akan menghasilkan tindakan berwirausaha (Chen, Greene, & Crick, 1998). ESE melibatkan kepercayaan individu terhadap

kemampuan mereka untuk mencapai tujuan dan mengontrol kesadaran positif dan negatif yang dimiliki oleh seorang pengusaha selama proses memulai bisnis.

Dimensi pengukuran ESE masih belum memiliki ukuran yang jelas dalam penelitian dan berbeda pada setiap penelitian. Chen (1998) mengukur ESE dengan lima dimensi yaitu: *marketing*, *innovation*, *management*, *risk-taking*, dan *financial control*, sedangkan Drnovsek (2008) mengatakan bahwa setidaknya terdapat dua dimensi ESE yaitu: tipe dari keyakinan keberhasilan dan tipe dari kontrol keyakinan. Barbosa (2007) mengukur ESE dengan menggunakan *opportunity self-efficacy*, *relationship self-efficacy*, *managerial self-efficacy*, dan *tolerance self-efficacy*. Namun, dari ketiga alat ukur ESE yang digunakan oleh beberapa peneliti, alat ukur yang digunakan oleh Chen (1998) lebih dapat diterima dan sesuai dengan penelitian ini. McGee *et.al* (2009) mengadopsi ukuran ESE yang digunakan oleh Chen dalam penelitian yang dilakukannya yaitu:

1. *Marketing*
2. *Innovation*
3. *Management*
4. *risk-taking*
5. *financial control*

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu akan disajikan sebagai acuan dan bukti empiris dalam mendukung penelitian ini. Beberapa penelitian yang berhubungan dengan pendidikan, *Self-efficacy*, dan keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

a. Gender, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Career

Intention: Implication for Entrepreneurship Education (Fiona Wilson,

Jil Kickull, dan Deborah Marlino, 2007)

Tujuan dari penelitian ini untuk mengeksklore hubungan antara Pelatihan kewirausahaan dan *self-efficacy* dari mahasiswa magister bisnis. Hubungan antara gender, *entrepreneurial self-efficacy*, dan *entrepreneurial intention* diperiksa dari dua kelompok, yaitu: remaja dan orang dewasa mahasiswa magister bisnis. *Self-efficacy* berdasarkan pada persepsi kemampuan dan keahlian seseorang. Teori *Self-efficacy* dari bandura digunakan dalam penelitian ini. Menurut Bandura *self-efficacy* menggambarkan keyakinan seseorang terhadap kemampuan dan keahlian yang dimilikinya untuk dapat menyelesaikan tugas dengan baik, termasuk dalam memilih karir apa yang diminati oleh seseorang. Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, analisis data dilakukan pada data yang dikumpulkan dalam studi yang terpisah antara tahun 2002 dan 2004 dengan dua kelompok yang mewakili berbagai jalur pendidikan dan karir. Pertama, lebih dari 5000 siswa sekolah menengah keatas pada empat Negara bagian menjawab pertanyaan yang diberikan. Kelompok kedua, siswa MBA dalam tujuh program pascasarjana diberikan pertanyaan yang telah dikurangi dari sebelumnya. Hasil temuan menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat pada *gender* yang mempengaruhi keduanya baik *self-efficacy* maupun *entrepreneurial intention* pada siswa menengah keatas. Sedangkan pada mahasiswa MBA pengaruh dari pendidikan kewirausahaan terhadap *entrepreneurial self-efficacy* terbukti lebih kuat pada perempuan daripada laki-laki.

b. Ali Dehghanpour Farashah (The process of Impact of Entrepreneurship Education and Training on Entrepreneurship Perception and Intention, 2013)

Banyak studi yang mengatakan bahwa terdapat hubungan antara pendidikan kewirausahaan meningkatkan keinginan kewirausahaan namun, masih sedikit penelitian mengenai perkembangan konseptual dan teoritis. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dampak proses *Entrepreneurial Education and Training* (EET) terhadap sikap kewirausahaan, persepsi norma social, *self-efficacy* dan niat berwirausaha. Secara umum, pendidikan memiliki tiga kategori proses yaitu, pendidikan yang akan merubah pemahaman atau perilaku individu terhadap kewirausahaan, pendidikan yang akan memberikan pengetahuan, kemampuan dan keahlian tentang kewirausahaan dan pendidikan yang akan membuat seseorang semakin inovatif dan memiliki tanggung jawab dalam karirnya. Data dikumpulkan dari 601 orang di Iran oleh Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Menggunakan regresi binary logistic untuk mengevaluasi hubungan dari variabel. Hasil menunjukkan bahwa penyelesaian satu program kewirausahaan meningkatkan kemungkinan memiliki niat kewirausahaan 1.3 kali. Kriteria Wald menunjukkan takut akan kegagalan, keinginan karir kewirausahaan (*desirability*), status pengusaha dimasyarakat, *self-efficacy* dan pendidikan dan pelatihan merupakan predictor signifikan dari niat kewirausahaan. Kesempatan yang dirasakan bukanlah predictor yang kuat namun moderat.

c. Sizong wu dan Lingfei wu (The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intention of University Student in China, 2008)

Tujuan dari penelitian ini untuk menginvestigasi hubungan antara latar belakang pendidikan tinggi siswa universitas China dan niat berwirausaha mereka. Model *Theory Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen diadopsi dan diuji untuk formasi dari niat berwirausaha mahasiswa universitas china menggunakan struktur model equation. Data dikumpulkan dari mahasiswa Universitas Tongji di Shanghai, china. Hasil utama dari penelitian ini menyarankan bahwa keberagaman latar belakang pendidikan menawarkan penjelasan yang masuk akal mengenai perbedaan niat kewirausahaan dari mahasiswa universitas China. Institusi pendidikan tinggi harus mengembangkan pendekatan yang lebih fleksibel dengan focus pada kelompok berbeda dari mahasiswa disesuaikan dengan beragam latar belakang pendidikan.

d. Marina Z. Solesvik (Entrepreneurial Motivations and Intentions Investigating the Role of Education Major, 2012)

Tujuan dari studi ini adalah untuk mengeksplorasi perbedaan *entrepreneurial intention, perceived entrepreneurial motivations, and cognitive profiles (attitude towards entrepreneurship, perceived behavior control, and subjective norm)* antar individu yang berpartisipasi dalam program pendidikan perusahaan di universitas dan mereka yang tidak mengikuti program. Penelitian ini juga menginvestigasi peran mediasi dari *attitude towards entrepreneurship, perceived behavior control, dan subjective norm* berhubungan pada *entrepreneurial motivation* dan pembentukan niat berwirausaha. Survei dilakukan pada 321 siswa dari

tiga universitas di Ukraina. Menggunakan hirarki regresi berganda untuk menguji hipotesis. Seseorang yang berpartisipasi dalam program pendidikan perusahaan, cenderung memiliki motivasi kewirausahaan yang tinggi dan lebih cenderung menjadi pengusaha. Bukti empiris menunjukkan bahwa *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control* memediasi hubungan antara *perceived entrepreneurial motivation* dan *entrepreneurial intention*.

e. Hamid mahmood Galaidan, Aliyu Olayemi Abdullateef
(*Entrepreneurial Intention of Business Students in Malaysia: The Role of Self Confidence and Educational and Relation Support*, 2017).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) siswa di Malaysia dengan menguji dampak dukungan pendidikan (*educational support*) dan dukungan hubungan (*relation support*) pada niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) diantara siswa di universitas Malaysia dan apakah *self confidence* bisa memoderator hubungan tersebut. Menggunakan metode kuantitatif dan jumlah data yang dikumpulkan sebanyak 364 siswa universitas Utara Malaysia menggunakan teknik pengumpulan data random sampling. Dukungan pendidikan memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha ($\beta = 0.103$, $p < 0.05$). *Relation support* memiliki hubungan positif terhadap niat berwirausaha ($\beta = 0.140$, $p < 0.01$). *Self confidence* tidak memoderator hubungan antara *relation support*, *relation support*, dan *entrepreneurial intention*.

f. Noorkartina Mohamad Hock, Eam Lim Norhafezah, dan Yusuf Jan lan Soon (Estimating the Effect of Entrepreneur Education on Graduates' Intention to be Entrepreneurs, 2015)

Evaluasi dari dampak pendidikan kewirausahaan sangat diperlukan walaupun terdapat studi pada dampak pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha dari lulusan pelajar untuk menjadi pengusaha. Penelitian ini lebih banyak berfokus khususnya pada pendidikan kewirausahaan formal atau informal dan mungkin faktor penting lain. Penelitian ini bertujuan untuk berkontribusi dengan memperkirakan dampak dari pendidikan kewirausahaan (keduanya, formal dan informal) terhadap keinginan lulusan untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karirnya. Populasi dari penelitian ini merupakan mahasiswa lulusan Universitas Utara Malaysia berjumlah 5.819 lulusan dan sebanyak 2.300 terpilih menjadi sampel penelitian. Lulusan kewirausahaan memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menjadi wirausaha dibanding mereka yang bukan lulusan kewirausahaan. Serupa dengan mereka yang terlibat dalam aktivitas kewirausahaan selama masa belajar memiliki niat yang kuat untuk menjadi pengusaha.

g. Faycal Boukamcha (Impact of Training on Entrepreneurial Intention: an interactive Cognitive Perspective, 2015)

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi pengaruh dari *entrepreneurial training program* yang dilakukan oleh pemerintah Tunisia pada kognisi peserta pelatihan dan pengembangan niat kewirausahaan. Lebih khusus lagi, makalah ini bertujuan untuk

menyelidiki peran pelatihan kewirausahaan terhadap reaksi psikologis peserta pelatihan seperti persepsi tentang *self-efficacy*, *feasibility*, dan *desirability* yang mungkin mempengaruhi niat mereka untuk menciptakan usaha baru. Objek penting lainnya untuk mengeksplorasi interaksi antara kognisi peserta pelatihan dan dampak dari kombinasi mereka terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*). Melalui pelatihan seseorang dapat mengembangkan kemampuan dan pengetahuan dan juga memiliki lebih banyak peluang dan ide untuk lebih dikembangkan.

Shapero dan Sokol (1982) menyebutkan bahwa seseorang dengan *desirability* yang tinggi, mungkin merasa antusias tentang membuat usaha bisnis baru. Shapero dan Sokol (1982) dalam model *entrepreneurial eventnya* bahwa persepsi seorang individu dari *entrepreneurial feasibility* berhubungan kepada persepsi individu dari sumber daya bebas, seperti pengetahuan, persepsi *feasibility* juga dapat memprediksi *entrepreneurial intention* berdasarkan dari beberapa faktor.

Data dikumpulkan dari 240 peserta yang dideskripsikan berdasarkan, jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan. Hasil penelitian menunjukkan program pelatihan CEFE secara positif dan signifikan berpengaruh pada persepsi kemungkinan berwirausaha (*Perceived entrepreneurial feasibility*). Program pelatihan CEFE secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap persepsi *self efficacy* kewirausahaan.

Keinginan kewirausahaan (*entrepreneurial desirability*) secara positif berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Antara Kemungkinan berwirausaha (*entrepreneurial feasibility*) dan niat berwirausaha sangat rendah, peserta didik tidak memiliki niat untuk membuka usaha. *Self-*

efficacy tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk membuka usaha.

h. Rachel S.Shinnar, Dan K. Hsu, Benjamin C.Powell (Self-efficacy, Entrepreneurial intention, and Gender: Assesing The Impact of Entrepreneurship Education Longitudinally, 2014)

Peran pendidikan kewirausahaan dalam memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) dan *entrepreneurial intention* (EI).

Selain itu, sifat wirausaha antara ESE dan niat siswa untuk mengejar karir kewirausahaan dieksplorasi. Pada akhirnya, peran jenis kelamin dalam memoderator hubungan ini diuji. Data dikumpulkan pada awal dan akhir semester panjang, pengantar kursus kewirausahaan. Menunjukkan temuan bahwa ketika ESE naik pada kedua kelompok, kenaikan ini secara signifikan hanya pada siswa laki-laki. Selain itu, ketika *entrepreneurial intention* tidak berubah secara signifikan untuk kedua kelompok. Temuan mengungkapkan korelasi positif antara ESE dan EI, menunjukkan hubungan ini dimoderasi oleh jenis kelamin. Temuan ini menyarankan bahwa jenis kelamin harus dihubungkan dalam setiap studi ESE dan EI. Hasil juga menyiratkan bahwa saat ini program pendidikan kewirausahaan mungkin tidak secara efektif menjangkau perempuan dan mungkin membutuhkan perubahan desain.

i. Jose C.Sanchez (The Impact of Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention, 2013)

Studi ini untuk menyoroti peran kunci yang dimainkan oleh *entrepreneurship education program* pada *entrepreneurial competencies* dan *intention* siswa sekolah menengah untuk mengkonfirmasi (atau tidak

dikonfirmasi) kebijakan konvensional bahwa pendidikan kewirausahaan meningkatkan niat untuk memulai bisnis. Teori *Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen digunakan untuk mengkonfirmasi prediksi mendasar tentang hubungan antara kompetensi dan *intention*. Data terkumpul dari 729 siswa yang berpartisipasi, sebanyak 357 orang pada kelompok eksperimen dan 372 orang kelompok kontrol. Sampel akhir yang digunakan sebanyak 710 orang siswa dengan rincian, siswa laki-laki sebanyak 302 orang dan perempuan sebanyak 408 orang. Hasil mengkonfirmasi hipotesis bahwa siswa yang berada dalam kelompok eksperimen meningkatkan kompetensi dan *intention* mereka terhadap *self-employment*, dimana siswa yang berada di kelompok kontrol tidak terbukti.

j. **Alain Fayolle, dan Benoit Gailly (The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence, 2015)**

Tujuan dari penelitian ini untuk mempresentasikan dan mendiskusikan hasil dari eksperimen yang ditujukan untuk mengukur dampak program pendidikan kewirausahaan (EEP) yang singkat dan wajib serta faktor-faktor yang mempengaruhi dampak tersebut. Kontribusi teoritis utama dari penelitian ini adalah untuk mengkonfirmasi bahwa *intention model* dan lebih khusus lagi *Theory Planned Behavior* dapat dialihkan dari tujuan awalnya (predictor dari perilaku) agar bisa dijadikan indikator dari pengaruh EEP. Data dikumpulkan dari 275 siswa Prancis yang berasal dari berbagai macam program master manajemen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Entrepreneurial education program

berdampak pada perceived behavioral control dan attitudes toward behavior pada jangka menengah, EEP tidak berdampak pada pelajar jangka pendek apalagi jangka menengah, Dampak dari EEP terhadap entrepreneurial intention dan antecedentnya secara kuat berdampak pada tingkat awal niat siswa dan paparan kewiraswastaan sebelumnya, Dampak dari EEP pada tingkat niat secara signifikan berkorelasi negatif dengan tingkat awal niat, dengan kata lain EEP bisa memiliki dampak positif bagi beberapa siswa dimana untuk yang lain berdampak negatif untuk niat berwirausaha mereka.

k. **Eric Michael Laviolette, Miruna Radu Lefebvre, dan Olivier Brunel**
(The Impact of Story Bound Entrepreneurial Role Model on Self-efficacy and Entrepreneurial Intention, 2010)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh dari positif dan negatif kesamaan gender fiksi dari *role model* terhadap *self-efficacy* dan niat berwirausaha siswa. *Self-efficacy* diusulkan sebagai variabel antecedent dalam pengembangan niat kewirausahaan. *Efficacy* mempengaruhi perilaku dan berdampak pada entrepreneurial intention kemudian berubah menjadi tindakan. Sampel berupa siswa Prancis berjumlah 276 orang siswa. Teknik pemodelan persamaan structural digunakan untuk mengukur identifikasi *role model*, *attitude toward the role model*, *emotional arousal*, *entrepreneurial self-efficacy*, dan *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian mengungkapkan pemaparan terhadap *role model* memberi dampak positif pada *self-efficacy* dan niat perilaku jika siswa mengidentifikasi dengan *role model*, sikap positif terhadap pesan dan mengalami emosional yang positif. *Role model* yang

sukses memperkuat identifikasi model peran dan menghasilkan sikap yang baik terhadap pesan, sehingga meningkatkan *self-efficacy* dan kewirausahaan. *Role model* kewirausahaan yang tidak berhasil juga mendukung hubungan antara *self-efficacy* dan kewirausahaan. Frase pesan dan *role model* gender memberikan efek moderator pada hasil penelitian ini.

I. Mateja Drnovsek, Joakim Wlncent, dan Melissa S.Cardon
(Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Start Up: Developing a Multidimensional Defenition, 2008)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk secara kritis mereview dan mengidentifikasi gap dalam literature saat ini pada *entrepreneurial self-efficacy* memberikan defenisi dari *entrepreneurial self-efficacy* yang menangani beberapa dari gap tersebut dan mengeksplere peran dari *entrepreneurial self-efficacy* selama fase dari proses memulai bisnis. Peneliti berusaha untuk mendefenisikan *entrepreneurial self-efficacy* menggunakan tiga sumber dimensi. Pertama, mencakup aspek tertentu dari entrepreneurship, dimana *self-efficacy* diterapkan, apakah untuk memulai bisnis atau menumbuhkan aktivitas bisnis. Sumber kedua dari dimensi mengacu pada *self-efficacy* (tugas atau keyakinan dari tujuan hasil). Sumber ketiga adalah valansi dari keyakinan *entrepreneurial self-efficacy* (Positif atau negative dari keyakinan kontrol). Penelitian dibangun dari keaslian dan mekanisme konstruksi *self-efficacy* pada teori social kognitif dan sintesis dari pekerjaan dengan penggunaan *self-efficacy* dalam berwirausaha untuk mengajukan defenisi dari *entrepreneurial self-efficacy* bahwa itu adalah konteks yang spesifik dan dapat diuji secara

empiris. Temuan dalam penelitian ini adalah bahwa *entrepreneurial self-efficacy* paling baik dilihat sebagai konstruksi multidimensional yang terdiri dari tujuan dan keyakinan kontrol, dan proposition untuk bagaimana kedua dimensi berbeda akan memainkan peranan selama fase dalam proses pengembangan untuk memulai usaha baru.

m. Yun chen, dan yuangqiong He (The Impact of Strong ties on Entrepreneurial Intention an Imperical Study based on the Mediating Role Self-Efficacy, 2010)

Penelitian ini mencoba untuk berkontribusi kepada pengetahuan tentang bagaimana ikatan yang kuat (*strong ties*) mempengaruhi niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) berdasarkan pada bukti dari China yang merupakan satu dari transitional terbesar dan pertumbuhan ekonomi yang paling cepat. Ini memperkenalkan moderator penting, berbagai macam tipe *entrepreneurial self-efficacy* (ESE) untuk menguji hubungan antara ikatan yang kuat (*strong ties*) dengan niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*). Kerangka teoritis diusulkan untuk mengusulkan hubungan diantara *strong ties*, *self-efficacy* dan *entrepreneurial intention*. Barbosa et.al (2007) mengidentifikasi empat jenis tipe yaitu, *Opportunity-Identification Self-Efficacy* (OISE), *relationship self-efficacy* (RSE), *Managerial self-efficacy* (MSE), dan *tolerance self0efficacy* (TSE). Kuisisioner dikembangkan untuk mengumpulkan data dari sarjana di China. Selama Januari dan februari 2009, sebanyak 410 kuisisioner diterima dan total 327 digunakan dalam analisis akhir. Hasil empiris mengindikasikan bahwa *strong ties* memiliki pengaruh tidak langsung pada *entrepreneurial intention*. Semua tipe

spesifik dari *self-efficacy* (OISE, RSE, MSE) kecuali pada TSE memiliki dampak mediasi. OISE memiliki dampak mediasi yang paling besar.

n. Edgar Izuerdo, dan Marc Buelens (competing Model of Entrepreneurial Intention: The Influence of Entrepreneurial Self-efficacy and attitude , 2008)

Literatur yang ada telah menunjukkan bahwa memprediksi perilaku kewirausahaan dengan model karakteristik personality atau demographic menghasilkan penjelasan yang memiliki sedikit kekuatan.

Model intentional dilain pihak disarankan sebagai alternative lain untuk memprediksi aktivitas kewirausahaan (Krueger dan Carsrud,1993). Ajzen (1991), *intention* adalah sebagai antiseden langsung dari perilaku actual.

Penelitian ini mengusulkan dan menganalisis dua model untuk membandingkan kemampuan memprediksi niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*).

Menggunakan teori dasar dari TPB Ajzen, model pertama berasal dari Bird (1984) yang lebih jauh dikembangkan oleh Boyd dan Vozikis (1994), dimana attitude dan self-efficacy mempengaruhi entrepreneurial intention. Model kedua dimulai dengan

self-evaluation inti yang diusulkan oleh Judge, Locke, Durham dan Kluger (1998), dimana *general self-efficacy* merupakan predictor utama dalam kepuasan kerja. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 470 siswa S1 dan

sampel yang digunakan sebanyak 236 siswa. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SEM (Structural Equation Model) dengan teknik (LISREL, 8.8 software package) untuk mengumpulkan data siswa S1.

Data dikumpulkan dari siswa yang mengikuti kursus kewirausahaan yang berfungsi sebagai intervensi pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan

Hubungan antara persepsi kompetensi dengan self-efficacy signifikan, Hubungan antara entrepreneurial self efficacy dengan entrepreneurial intention signifikan, Attitudes toward entrepreneurial acts dengan entrepreneurial intention memiliki hubungan yang positif.

o. Jeffrey McGee, Mark Petterson, Stephen L. Mueller, dan Jennifer M. Sequera (Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure, 2009)

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pemahaman ESE dan pengaruhnya pada niat berusaha (*venture intention*) dengan mengembangka ukuran multidimensidari ESE dalam empat fase dalam proses pembuatan perusahaan. ESE merupakan konstruksi yang mengukur keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk berhasil membuka perusahaan. ESE sangat berguna karena menggabungkan kepribadian serta faktor lingkungan dan dianggap sebagai predictor kuat dari niat kewirausahaan dan pada akhirnya menimbulkan tindakan (Bird, 1988: Boyd dan Vozikis). Empat fase aktivitas kewirausahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *searching*, *planning*, *marshaling*, dan *implementing* (Mueller dan Goic). Data dikumpulkan dari tiga sumber berbeda, sumber pertama berasal dari website dan tiga perusahaan bersedia menjadi responden. Dari ketiga perusahaan tersebut responden yang terkumpul sebanyak 93 orang yang terhubung secara online. Sumber kedua, berasal dari organisasi yang menjadi sponsor dalam penyediaan bantuan untuk memulai bisnis, terdapat 111 responden yang berhasil dikumpulkan. Sumber ketiga, data dikumpulkan dengan menggunakan metode snowball dan data yang terkumpul sebanyak 185

responden. Pengusaha baru menunjukkan tingkat yang lebih tinggi pada dimensi ESE daripada rekan mereka dalam kelompok baseline. Bahwa terdapat hubungan positif antara pengusaha baru dan konstruksi ESE serta sikap berani untuk membuka usaha.

p. Nancy G.Boyd dan George S. Vozikis (The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intention and Actions, 1994)

Tujuan dari penelitian ini untuk lebih jauh mengembangkan model niat kewirausahaan milik Bird dengan menambahkan *individual self-efficacy*, dimana didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk melaksanakan tugas (Gist,1987). Pengaruh proses kompleks dari pembuatan usaha baru. Menyarankan konsep *self-efficacy*, berasal dari teori pembelajaran social oleh Bandura, memainkan peranan penting pada perkembangan niat dan tindakan kewirausahaan. Penelitian ini menambah aplikasi dari teori pembelajaran social untuk memasukkan konsep yang lebih luas dari *self-efficacy* dalam pemeriksaan penciptaan usaha baru. Penelitian deskriptif yang menjelaskan dan menjabarkan teori Bird yang berhubungan dengan pengaruh self efficacy terhadap kemungkinan niat berwirausaha sampai pada melakukan tindakan terhadap niat tersebut. Seperti yang disarankan dari model Bird, hubungan antara self-efficacy dan kinerja (atau perilaku) memiliki implikasi langsung untuk perkembangan dari niat berwirausaha dan tindakan kewirausahaan. Integrasi konsep dari self-efficacy ke dalam studi kewirausahaan melalui revisi model Bird yang melampaui penelitian deskriptif dalam menyelidiki pengembangan usaha baru.

q. **Panagiotis Piperopoulos, dan Dimo Dimov (Burst Bubble or Built Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention, 2014)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkontekstualisasikan hubungan antara keyakinan *self-efficacy* siswa dan niat kewirausahaan dalam konten dan program kursus kewirausahaan. Menggunakan logika teori focus, berpendapat bahwa sifat dari kursus kewirausahaan apakah berorientasi teori atau praktek untuk membuat kerangka motivasional yang berbeda untuk berwirausaha dalam, promosi atau pencegahan. Ketika dipasangkan dengan keyakinan *self-efficacy* siswa, kerangka ini dapat menguatkan atau melemahkan niat mereka untuk usaha kewirausahaan dimasa depan. Survey dilakukan pada 114 siswa yang terdaftar dalam kursus kewirausahaan yang berbeda pada jurusan di universitas British. Hasil menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* dikaitkan dengan niat kewirausahaan yang lebih rendah pada kursus yang berorientasi teoritis dan niat kewirausahaan yang lebih tinggi dalam kursus yang berorientasi praktek.

r. **Hala W. Hattab (Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of University Students in Egypt, 2014)**

Tujuan utama studi ini adalah untuk menginvestigasi pendidikan kewirausahaan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa universitas untuk memulai bisnis menggunakan model Linen. Penelitian dilakukan sebelum dan sesudah siswa mendapatkan pendidikan formal kewirausahaan. Kemudian setelah menyelesaikan pendidikan tersebut

apakah berdampak pada niat kewirausahaan mahasiswa atau tidak.

Mengintegrasikan teori TPB Ajzen dan SEE Shapero, sehingga *personal attitude* dan *social norm* menjadi dibawah *desirability*, dan *feasibility* merepresentasikan *self-efficacy*.

s. Francisco Linan, Juan Carlos Rodriguez-Cohard, dan Jose M. rueda-Cantuche (*Factors Affecting Entrepreneurial Intention Level: a role for Education*, 2011)

Tujuan penelitian ini untuk mencari faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* dengan peran pendidikan. Peran pendidikan disebut sebagai salah satu kunci untuk meningkatkan perilaku kewirausahaan seseorang. Pendidikan dianggap menjanjikan untuk meningkatkan potensi pengusaha dan pengusaha baru. Namun, masih terdapat variabel yang kurang untuk menentukan keputusan individu dalam memulai usaha, penelitian ini bertujuan untuk memenuhi kekurangan tersebut. *Entrepreneurial intention* sebagai variabel dependen menggunakan teori TPB Ajzen dan SEE Shapero. *Feasibility* (Shapero) sangat sesuai dengan *perceived behavioral control* (Ajzen), *personal Attitude* dan *perceived social norm* sesuai dengan *desirability* (SEE).

t. Zhang, Y; Duijesters, G.M; Cooldt, M.M.A.H (*The Role of Entrepreneurship Education as a Predictor of University Students' Entrepreneurial Intention*, 2013)

Menggunakan TPB Ajzen dan SEE Shapero serta teori kewirausahaan, penelitian ini mencoba mengidentifikasi hubungan antara *entrepreneurial*

education, prior entrepreneurial exposure, perceived desirability dan feasibility dan Entrepreneurial intention pada siswa Universitas.

Desirability secara signifikan berdampak terhadap EI sedangkan feasibility tidak memiliki dampak signifikan terhadap EI. Entrepreneur education memiliki dampak positif dan signifikan terhadap EI.



2.3 Mapping Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3 Mapping Jurnal

No	Peneliti dan tahun	Judul	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Fiona Wilson, Jill Kickull, dan Deborah Marlino (2007)	Gender, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Career Intention: Implication for Entrepreneurship Education	Variabel bebas Pendidikan Kewirausahaan Variabel Moderator Gender <i>Self-efficacy</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif Sampel penelitian yaitu murid SMA dan mahasiswa bisnis dengan pengumpulan data dilakukan terpisah pada tahun 2002 dan 2004 pada pelajar yang mewakili pendidikan dan pilihan karirnya	- Berdasarkan gender diketahui bahwa laki-laki memiliki self-efficacy lebih tinggi daripada perempuan, berdasarkan gender juga diketahui bahwa laki-laki memiliki keinginan untuk berwirausaha lebih tinggi daripada perempuan pada murid SMA - Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa mahasiswa bisnis memiliki self-efficacy yang tinggi pada laki-laki daripada perempuan. Pada mahasiswa bisnis diketahui bahwa pendidikan secara signifikan meningkatkan dan menguatkan self-efficacy pada perempuan dibanding dengan laki-laki
2	Ali Dehghanpour Farashah (2013)	The Process of Impact of Entrepreneurship Education and Training on Entrepreneurship Perception and Intention	Variabel bebas Entrepreneurship education training Variabel moderator <i>Desirability Feasibility</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelesaian suatu program kewirausahaan meningkatkan keinginan memiliki wirausaha sebesar 1.3 kali. Kriteria Wald menunjukkan bahwa takut gagal, keinginan berwirausaha, status pengusaha di masyarakat, self-efficacy dan pendidikan dan pelatihan merupakan predictor signifikan dari niat kewirausahaan. Kesempatan yang datang bukanlah predictor yang kuat namun moderat.

Lanjutan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
3	Sizong Wu dan Lingfei Wu (2008)	The Impact of Higher Education on Entrepreneurial Intention of University Students in China	Variabel bebas <i>Education</i> Variabel intervening <i>Personal attitude</i> <i>Subjective norm</i> <i>Perceived behavioral control</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif	Hasil utama penelitian menunjukkan bahwa keragaman latar belakang pendidikan menawarkan penjelasan yang masuk akal mengenai perbedaan niat kewirausahaan mahasiswa China. Institusi pendidikan tinggi harus mengembangkan pendekatan yang lebih fleksibel dengan focus pada berbagai kelompok siswa sesuai dengan berbagai latar belakang pendidikan mereka
4	Marina Z. Solesvik (2012)	Entrepreneurial Motivations and Intentions Investigating the Role of Education Major	Variabel bebas Motivasi (<i>Education major</i>) Variabel intervening <i>Attitude</i> <i>Subjective Norm</i> <i>Perceived behavioral control</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif Sampel sebanyak 321 pelajar di ukraina, Menggunakan Hierarchical multiple regression untuk membuktikan hipotesis	Seseorang yang berpartisipasi dalam program kewirausahaan cenderung memiliki motivasi kewirausahaan lebih tinggi dan lebih cenderung untuk menjadi pengusaha. Bukti empiris menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi perilaku kontrol memediasi hubungan antara persepsi motivasi kewirausahaan dan niat berwirausaha

Lanjutan

No	Peneliti dan Tahun	Judul penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5	Hamid Mahmood Gelaian, Aliyu Olayemi Abdullateef (2017)	Entrepreneurial Intention of Business Students in Malaysia: The Role of Self- Confidence and Educational and Relation Support	Variabel bebas <i>Educational support</i> <i>Relatioin support</i> Variabel intervening <i>Self-confidence</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif	- Dukungan pendidikan memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha ($\beta = 0.103$, $p < 0.05$) - Dukungan relasi memiliki hubungan positif terhadap keinginan berwirausaha ($\beta = 0.140$, $p < 0.01$) Self-confidence tidak memoderasi hubungan antara dukungan pendidikan, dukungan relasi, dan niat berwirausaha
6	Noorkartina Mohamad Hock, Eam Lim Norhafezah, Yusof Jan Ian Soon (2015)	Estimating The Effect of Entrepreneur Education on Graduates' Intention to be Entrepreneurs	Variabel bebas <i>Formal education</i> <i>Informal education</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i>	Deskriptif Kuantitatif Model regresi berganda digunakan untuk memeriksa dampak pendidikan terhadap niat berwirausaha	Lulusan kewirausahaan memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menjadi wirausaha dibanding mereka yang bukan lulusan kewirausahaan. Serupa dengan mereka yang terlibat dalam aktivitas kewirausahaan selama masa belajar memiliki niat yang kuat untuk menjadi pengusaha
7	Rachel S. Shinnar, Dan K. Hsu, Benjamin C. Powell (2014)	Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention and Gender: Assessing The Impact of Entrepreneurship Education Longitudinally	Variabel bebas <i>Entrepreneurship education</i> Variabel Moderator <i>Self-efficacy</i> <i>Gender</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i>	Kuantitatif Dengan pengambilan data diambil dua kali selama sepanjang semester di awal dan diakhir kursus	Terjadi peningkatan Entrepreneurial self-efficacy pada laki-laki dan perempuan, tetapi dilihat secara statistik kenaikan pada laki-laki lebih signifikan dan terdapat korelasi positif antara Entrepreneurial self-efficacy dengan niat berwirausaha (Entrepreneurial Intention)

Lanjutan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
8	Faycal Boukamcha (2015)	Impact of Training on Entrepreneurial Intention: an Inetractive Cognitive Perspective	Variabel bebas <i>Entrepreneurial training</i> Variabel moderator <i>Desirability</i> <i>Perceived self-efficacy</i> <i>Perceived feasibility</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i>	Kuantitatif	• Program pelatihan CEFE secara positif dan signifikan berpengaruh pada persepsi kemungkinan berwirausaha (Perceived entrepreneurial feasibility) • Program pelatihan CEFE secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap persepsi self efficacy kewirausahaan • Keinginan kewirausahaan (entrepreneurial desirability) secara positif berpengaruh terhadap niat berwirausaha • Antara Kemungkinan berwirausaha (entrepreneurial feasibility) dan niat berwirausaha sangat rendah, peserta didik tidak memiliki niat untuk membuka usaha • Self-efficacy tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk membuka usaha
9	Jose C. Sanchez (2013)	The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competencies and Intention	Variabel bebas <i>Entrepreneurship education</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurship competence</i> <i>Entrepreneurial intention</i>	Kuantitatif Sebanyak 710 pelajar menjadi sampel, 302 laki-laki dan 408 perempuan	• Niat (intention) untuk bekerja sendiri secara positif dan signifikan berhubungan dengan self-efficacy • Hasil menunjukkan bahwa nilai rata-rata dari sampel program dalam uji post untuk self-efficacy, pro activeness, risk aking dan intention of self employment secara signifikan lebih tinggi dalam kaitannya dengan pre test

Lanjutan

No	Nama Peneliti dan tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian
10	Alain Fayolle, Benoit Gailly (2015)	The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence	Variabel bebas Variation of intention Antecedent of intention Variabel terikat Initial level of intention Prior Entrepreneurial exposure	Kuantitatif	• Entrepreneurial education program berdampak pada perceived behavioral control dan attitudes toward behavior pada jangka menengah • EEP tidak berdampak pada pelajar jangka pendek apalagi jangka menengah • Dampak dari EEP terhadap entrepreneurial intention dan antecedentnya secara kuat berdampak pada tingkat awal niat siswa dan paparan kewiraswastaan sebelumnya • Dampak dari EEP pada tingkat niat secara signifikan berkolerasi negative dengan tingkat awal niat, dengan kata lain EEP bisa memiliki dampak positif bagi beberapa siswa dimana untuk yang lain berdampak negative untuk niat berwirausaha mereka
11	Eric Michael Laviolette, Miruna Radu Lefebvre, dan Olivier Brunel (2010)	The Impact of Story Bound Entrepreneurial Role Models on Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention	Variabel bebas <i>Role model</i> Variabel moderator <i>Self-efficacy</i> Variabel terikat Entrepreneurial intention	Experimental research pada 276 orang murid dengan memberikan pertanyaan berupa kuisioner	Model peran fiksi berdampak baik pada self-efficacy dan niat perilaku jika siswa diidentifikasi terhadap model peran, memegang sikap yang baik terhadap pesan dan mengalami emosi positif. Model peran yang sukses memperkuat identifikasi peran model dan menghasilkan sikap positif terhadap pesan, sehingga meningkatkan self-efficacy dan kewirausahaan. Model peran kewirausahaan yang tidak berhasil juga mendukung hubungan antara self-efficacy dan kewirausahaan

Lanjutan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
12	Mateja Drnovsek, Joakim Wincent, dan Melissa S. Cardon (2008)	Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Start Up: Developing a Multidimensional definition	Variabel bebas <i>Entrepreneurial self-efficacy</i> Variabel terikat Entrepreneurial intention	Studi empiris Membangun mekanisme dari bentuk self-efficacy dalam Teori social kognitif	Entrepreneurial self-efficacy paling baik dilihat sebagai konstruksi multidimensional yang terdiri dari keyakinan dan proposisi tujuan dan kontrol untuk bagaimana dimensi yang berbeda ini akan berperan selama fase dalam proses memulai bisnis baru berkembang.
13	Yun chen dan Yuanqiong He (2010)	The Impact of Strong ties on Entrepreneurial Intention an Imperical Study based on the Mediating Role Self-Efficacy	Variabel bebas <i>Strong ties</i> Variabel moderator <i>Entrepreneurial self-efficacy</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i>	Kuantitatif Kuisisioner dibagikan kepada 410 mahasiswa di China	- Strong ties memiliki dampak positif terhadap opportunity identification self-efficacy (OISE), relation self-efficacy(RSE), manajerial self-efficacy (MSE) - OISE, RSE dan MSE memiliki dampak positif terhadap niat berwirausaha - Strong ties memiliki dampak positif terhadap tolerance self-efficacy (TSE) tetapi TSE tidak secara signifikan berhubungan pada niat berwirausaha - Strong ties tidak secara signifikan berhubungan langsung kepada niat berwirausaha

Lanjutan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
14	Edgar Izuierdo, Marc Buelens (2008)	Competing Models of Entrepreneurial Intention: The Influence of Entrepreneurial self-efficacy and attitudes	Variabel bebas <i>Perceived competencies Students antecedent</i> Variabel moderator <i>Entrepreneurial self-efficacy Attitude toward entrepreneurial acts</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i>	Kuantitatif Menggunakan SEM Pengumpulan data pada mahasiswa	• Hubungan antara persepsi kompetensi dengan self-efficacy signifikan • Hubungan antara entrepreneurial self efficacy dengan entrepreneurial intention signifikan • Attitudes toward entrepreneurial acts dengan entrepreneurial intention memiliki hubungan yang positif
15	Jeffrey McGee, Mark Peterson, Stephen L. Mueller, dan Jennifer M. Sequera (2009)	Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure	Variabel bebas <i>Entrepreneurial self-efficacy</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i>	Kuantitatif	Pengusaha baru menunjukkan tingkat yang lebih tinggi pada dimensi ESE daripada rekan mereka dalam kelompok baseline. Bahwa terdapat hubungan positif antara pengusaha baru dan konstruksi ESE serta sikap berani untuk membuka usaha

Lanjutan

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
16	Nancy G.Boyd dan George S. Vozikis (1994)	The Influence of Self-efficacy on the development of Entrepreneurial Intention and Actions	Variabel bebas <i>Self-Efficacy</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial intention</i> <i>Entrepreneurial action</i>	Penelitian deskriptif Menejelaskan dan menjabarkan teori Bird yang berhubungan dengan pengaruh self efficacy terhadap kemungkinan niat berwirausaha sampai pada melakukan tindakan terhadap niat tersebut	Seperti yang disarankan dari model Bird, hubungan antara self-efficacy dan kinerja (atau perilaku) memiliki implikasi langsung untuk perkembangan dari niat berwirausaha dan tindakan kewirausahaan. Integrasi konsep dari self-efficacy ke dalam studi kewirausahaan melalui revisi model Bird yang melampaui penelitian deskriptif dalam menyelidiki pengembangan usaha baru
17	Panagiotis Piperopoulos, dan Dimo Dimov (2014)	Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention	Variabel bebas <i>Entrepreneurial education</i> Variabel terikat <i>Self-efficacy</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara self-efficacy dengan niat berwirausaha memiliki hubungan yang negative secara orientasi kursus teori dan positif secara orientasi kursus praktek

Lanjutan

No	Nama dan Tahun penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil penelitian
18	Hala W. hattab (2014)	Impact Of Entrepreneurship education on entrepreneurial intention university student in egypt	Variabel bebas <i>Entrepreneurship education</i> Variabel intervening <i>Desirability</i> <i>Feasibility</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif Kuisisioner diberikan kepada 376 siswa Univeritas British Egypt	- Ditemukan hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan terhadap <i>entrepreneurial intention</i> - Ditemukan hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan terhadap <i>desirability</i> - Ditemukan hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan terhadap <i>feasibility</i> <i>Feasibility</i> dan <i>desirability</i> memiliki pengaruh terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
19	Francisco Linan, Juan Carlos Rodriguez-Cohard, dan Jose M, Rueda-Cantuche (2011)	Factors Affecting Entrepreneurial Intention Level: a Role for Education	Variabel bebas <i>Entrepreneurial knowledge</i> Variabel intervening <i>Desirability</i> <i>Feasibility</i> Variabel terikat <i>Entrepreneurial Intention</i>	Kuantitatif Kuisisioner diberikan kepada 354 mahasiswa akhir ekonomi dan bisnis	<i>Personal Attitude</i> yang dalam penelitian ini sama dengan <i>desirability</i> dan <i>Perceived behavioral control</i> yang disesuaikan dengan <i>feasibility</i> merupakan faktor yang paling relevan dalam menjelaskan <i>entrepreneurial intention</i>. - Pendidikan memiliki pengaruh dalam mengembangkan <i>attitude</i> dan <i>intention</i> kewirausahaan.
20	Zhang, Y.; Duijsters, G.M; dan Cloudt, M.M.A.H (2013)	The Role of Entrepreneurship Education as a Predictor of University students' Entrepreneurial Intention	Variabel bebas <i>Entrepreneurial Intention</i> Variabel terikat <i>Desirability</i> <i>Feasibility</i> <i>Prior Entrepreneurial Exposure</i> <i>Entrepreneur Education</i>	Kuantitatif Kuisisioner dibagikan kepada 494 siswa di Universitas	<i>Desirability</i> secara signifikan berdampak terhadap <i>Entrepreneurial intention</i> sedangkan <i>Feasibility</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. <i>Entrepreneurial Education</i> memiliki dampak positif dan signifikan terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>

BAB III

KERNAGKA KONSEP DAN HIPOTESIS

3.1. Kerangka Konsep

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh pendidikan terhadap keinginan berwirausaha mahasiswa perguruan tinggi. Hubungan pendidikan terhadap keinginan berwirausaha baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki pengaruh terhadap keinginan seseorang untuk melakukan kewirausahaan. Pendidikan bisnis bertujuan untuk menumbuhkan minat seseorang untuk memulai usaha. Pendidikan bisnis juga menjadi sarana bagi seseorang untuk menambah kemampuan, keterampilan, pengetahuan, dan mengasah kepekaan seseorang terhadap peluang berwirausaha.

Indonesia merupakan Negara yang besar dengan sumber daya yang melimpah baik sumber daya alam maupun sumber daya manusia seharusnya mampu untuk mengembangkan kemampuan melalui pendidikan bisnis untuk membuka bisnis baru. Dibandingkan dengan Negara asia lain seperti Malaysia, Indonesia masih tertinggal dalam hal jumlah wirausahaan. Terdapat data statistic yang menunjukkan bahwa pertumbuhan pengusaha Indonesia masih kalah jauh dibandingkan dengan Negara asia lain. Padahal jika melihat hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sadewo, et al., 2018) menyatakan bahwa mahasiswa Brawijaya memiliki niat untuk berwirausaha lebih tinggi daripada mahasiswa dari Universitas Teknologi Malaysia. Namun, berbeda dengan data dari Humas Kementerian Koperasi dan UKM yang menyatakan bahwa Indonesia masih berada dibawah Malaysia untuk tingkat pertumbuhan wirausaha.

Munculnya niat berwirausaha dalam diri seseorang dikarenakan adanya persepsi. Persepsi merupakan awal dari terbentuknya perilaku seseorang.

Persepsi meliputi kognisi (pengetahuan), jadi dengan demikian persepsi mencakup penafsiran objek-objek, simbol-simbol dan orang-orang, dipandang dari sudut pengalaman pribadi. Dengan kata lain, persepsi meliputi aktivitas menerima stimuli, mengorganisasi stimuli, dan menerjemahkan atau menafsirkan stimuli yang terorganisasi tersebut sedemikian rupa, sehingga ia dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap (Winardi, S.E, 2015). Rangsangan yang diterima berupa faktor eksternal seperti lingkungan sosial, budaya, lingkungan keluarga, pendidikan dan lain-lain. Rangsangan pendidikan dalam hal ini menjadi salah satu faktor penting yang akan membentuk sikap seseorang dalam membentuk perilaku. Pendidikan dapat meningkatkan inspirasi kewirausahaan, kepedulian, pengetahuan dan kemampuan yang dibutuhkan (Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

Dalam hal pembentukan niat berwirausaha yang menjadi rangsangan atau pemberi stimuli dalam diri seseorang salah satunya adalah pendidikan bisnis. Pendidikan bisnis mencakup program pendidikan kewirausahaan yang biasa diberikan kepada mahasiswa untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan keahlian mahasiswa. Linan (2004) mendefinisikan pendidikan kewirausahaan sebagai seperangkat aktifitas pelatihan didalam atau diluar sistem pendidikan, mencoba untuk meningkatkan motivasi peserta dan keinginan (*intention*) untuk melakukan aksi kewirausahaan atau beberapa pola kognitif yang mungkin berdampak pada keinginan seperti persepsi dari *desirability* dan *feasibility* kewirausahaan (Boukamcha, 2015). Hal inilah yang kemudian menjadi pembentuk sikap dan perilaku seseorang dalam pembentukan niat berwirausaha.

Feasibility dalam proses persepsi merupakan hasil dari observasi dari rangsangan atau stimuli yang membentuk konsep diri, emosi dan keadaan dalam diri seseorang. Pada pembentukan niat berwirausaha *Feasibility* merupakan salah satu faktor dalam pembentukan niat berwirausaha dalam model *Shapero Entrepreneurial Event* (SEE). Shapero mendefinisikan persepsi kemungkinan (*perception of feasibility*) adalah sejauh mana seseorang secara pribadi merasa mampu untuk memulai bisnis (Krueger, Jr, et al., 2000). Dalam proses persepsi *feasibility* merupakan hasil dari observasi rangsangan yang akan membentuk perilaku seseorang.

Niat berwirausaha merupakan perilaku tanggapan dalam proses persepsi seseorang. Terdapat teori perilaku berencana (*Theory Planned Behavior*) milik Ajzen dan teori *Shapero Entrepreneurial Event* (SEE) milik Shapero yang biasa digunakan untuk menjelaskan perilaku seseorang. Keinginan yang muncul dalam diri seseorang memunculkan perilaku yang akan berakibat pada terjadinya aktivitas kewirausahaan. Ajzen menjelaskan bahwa niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, terdapat indikasi seberapa kuat seseorang mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka kerahkan untuk melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Teori yang sering digunakan dalam menimbulkan niat berwirausaha adalah *Theory Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (1991) atau Model *Entrepreneurial Event* (SEE) dari Shapero (1984). Teori ini banyak digunakan karena memiliki model dasar yang kuat terhadap niat berwirausaha dan aktivitas kewirausahaan.

TPB Ajzen merupakan perluasan dari *Theory Reasoned Action* (TRA) Ajzen. Awalnya TRA milik ajzen menyatakan bahwa perilaku seseorang dalam pembentukan niat disebabkan oleh *Attitude Toward Behavior* dan *Subjective*

Norm, kemudian diperluas menjadi TPB dengan penambahan faktor lain dalam pembentukan perilaku yaitu *Perceived Behavioral Control* (PBC) (Sutton, 1998).

Perluasan teori dari TRA menjadi TPB mengakibatkan semakin bertambah kuatnya perilaku seseorang untuk melakukan tindakan tertentu secara positif, dan dengan ditambahkan PBC dalam teori TPB maka akan menambah prediksi perilaku yang akan berdampak terhadap niat.

Timbulnya niat berwirausaha merupakan hasil dari tindakan berencana (*planned behavior*) yang kemudian akan melahirkan terciptanya bisnis baru.

Aktivitas kewirausahaan secara jelas merepresentasikan perilaku berencana yang akan menghasilkan niat. Penggunaan TPB ini sebagai dasar dari pembentukan niat berwirausaha diadopsi oleh Krueger (1993) untuk membuktikan bahwa kewirausahaan sebagai tindakan berencana (*planned behavior*). Model penelitian Krueger menggambarkan perilaku dipengaruhi oleh beberapa hal, yaitu, kemampuan, *role model*, kepribadian, pengetahuan serta beberapa faktor lain yang akan mempengaruhi sikap seseorang terhadap perilaku kemudian menghasilkan niat (*intention*). Hal yang sama diungkapkan oleh Sutton (1998) terjadinya niat mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil sikap (Sutton, 1998). Faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya niat dalam pembentukan perilaku yaitu, perilaku masa lalu, kebiasaan, dan identitas pribadi. Faktor-faktor tersebut timbul karena adanya faktor eksternal seperti, pendidikan, demografi, lingkungan social dan sebagainya.

Selain TPB, salah satu teori lain yang menjelaskan tentang timbulnya niat adalah model pembentukan niat Shapero *Entrepreneurial Event* (SEE). Model Shapero *Entrepreneurial Event* menjelaskan bahwa kewirausahaan sebagai pilihan karir yang kredibel terbentuk dari niat yang ada dalam diri seseorang.

Kewirausahaan dikatakan sebagai pilihan karir yang dipercaya memberikan keuntungan tergantung dari persepsi apakah usaha tersebut diinginkan dan layak untuk dijalankan. Krueger (2000) menyebutkan semua ukuran yang digunakan pada SEE milik Shapero dan Sokol secara signifikan berhubungan dengan TPB milik Ajzen. Linan (2011) menyebutkan bahwa *feasibility* milik Shapero dan Sokol (1982) sesuai dengan *perceived behavioral control* Ajzen (1991) dan *desirability* Shapero dan Sokol (1982) sesuai dengan *attitude toward it* dan *subjective norm* milik Ajzen (1991).

Munculnya keinginan berwirausaha dalam diri seseorang juga didorong dengan *self-efficacy* yang dimiliki. Bandura (1977,1997) menyatakan *self-efficacy* dikenal sebagai teori *social cognitive* atau teori *social learning* yaitu kepercayaan seseorang bahwa dia mampu melakukan tugas tertentu dengan sukses (Lunenburg, 2011). *Self-efficacy* menunjukkan bagaimana seseorang memiliki kemampuan, kepercayaan diri, dan motivasi terhadap suatu tujuan. Seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung memiliki keyakinan untuk berhasil. Selain itu, *self-efficacy* juga berpengaruh terhadap pilihan karir seseorang. Seseorang biasanya cenderung memilih karir yang sesuai dengan pendidikan dan kemampuan yang mereka miliki. Krueger et.al (2000) dalam Boukamcha (2015) menyatakan seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung merasakan peluang bisnis yang ada, sehingga meningkatkan persepsi *feasibility* kelayakan usaha.

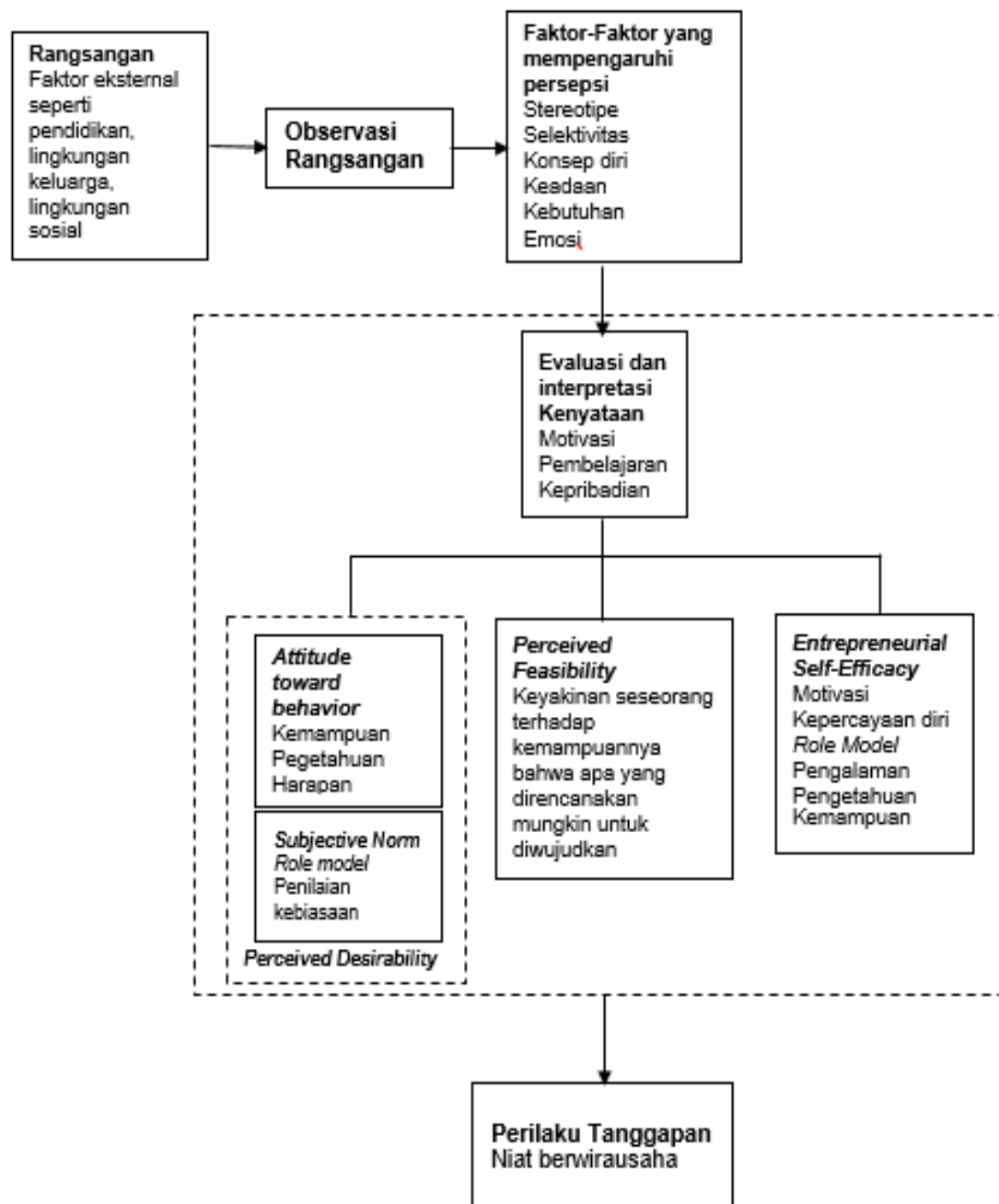
Self-efficacy dalam kewirausahaan secara teori, mengarahkan pada niat dan perilaku kewirausahaan (Boyd & Vozikis, 1994). Menurut Chen et.al/ (1998) secara empiris ditemukan hubungan positif pada niat untuk berwirausaha (Barbosa, et al., 2007). Boyd dan Vozikis (1994) menyatakan *Self-efficacy*

kewirausahaan (*entrepreneurial self efficacy*) bisa didefinisikan sebagai kekuatan keyakinan individu bahwa dia mampu secara sukses melakukan peran dan tugas dari pengusaha (Prabhu, et al., 2012). Adanya persamaan antara *feasibility* dengan *self-efficacy* dalam pengertiannya sehingga penelitian ini mencoba membedakannya dengan menggunakan *entrepreneurial self-efficacy*.

Variabel pendidikan bisnis yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan Fayolle (2008). Fayolle (2008) menyatakan bahwa pendidikan menjadi sangat penting diberbagai tempat khususnya untuk perkembangan kewirausahaan. Pendidikan bisnis mempengaruhi segala aspek terutama niat berwirausaha. Bandura dan Locke (2003) menyatakan beberapa penelitian tentang *self-efficacy* menunjukkan bahwa semakin tinggi *self-efficacy* yang dirasakan untuk memenuhi persyaratan pendidikan dan peran pekerjaan, semakin luas pilihan karir yang orang pertimbangkan untuk dikejar, semakin besar minat yang mereka miliki, semakin baik mereka mempersiapkan diri secara pendidikan untuk berbagai karir pekerjaan (Bandura & Locke, 2003). Pentingnya pendidikan juga berpengaruh pada niat berwirausaha seseorang, Krueger menggambarkan perilaku dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu, kemampuan, *role model*, kepribadian, pengetahuan serta beberapa faktor lain yang akan mempengaruhi sikap seseorang terhadap perilaku kemudian menghasilkan niat (*intention*).

Berdasarkan dari penjelasan tentang niat berwirausaha sebelumnya, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini dikembangkan dari teori niat berwirausaha milik Shapero yang merupakan pengembangan dari teori perilaku Ajzen (TPB). Teori SEE Shapero ini memiliki kemiripan dengan teori TPB milik Ajzen. Dalam perkembangannya TPB milik Ajzen dan SEE milik Shapero ini dapat

diintegrasikan dan digunakan dalam penelitian kewirausahaan. Berdasarkan teori tersebut dapat digambarkan model konsep penelitian sebagai berikut dalam gambar 3.1 :



Gambar 3.1 Model Konsep Penelitian

3.2 Keterkaitan antar variabel Pendidikan Bisnis, *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan Niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

3.2.1 Pengaruh Pendidikan Bisnis terhadap *Feasibility*

Shapero dan Sokol (1982) menunjukkan dalam model *Entrepreneurial Event*, persepsi *feasibility* yang dimiliki seseorang berhubungan dengan persepsi sumber daya yang tersedia yang dimiliki seseorang seperti pengetahuan (Boukamcha, 2015). Krueger dan Brazeal's (1994) menunjukkan bahwa *self-efficacy* adalah pusat dari niat (*intention*) terhadap kewirausahaan dan secara khusus mempengaruhi persepsi *feasibility* dari memulai bisnis (Farashah, 2013).

Boukamcha (2015) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pendidikan pelatihan terhadap *Feasibility*. Linan et.al (2011) menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap *feasibility* mahasiswa. Beberapa penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara pendidikan terhadap *feasibility* mahasiswa.

H1: Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap *feasibility*

3.2.2. Pengaruh Pendidikan Bisnis terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Terdapat teori yang mengindikasikan bahwa target pendidikan dapat memainkan peranan penting dalam mengembangkan tingkat *self-efficacy* (Wilson, et al., 2007). McStay (2008) menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah konstruksi dinamis yang bisa ditingkatkan dengan belajar dan akumulasi bertahap dari pengetahuan dan pengalaman (Boukamcha, 2015). Oleh karena itu, program pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis secara efektif bisa menjadi tempat untuk menambah pengetahuan dan membantu dalam membuka usaha baru. Pendidikan bisnis memainkan peranan penting dalam mengembangkan *self-efficacy* pada individu. Menurut Bandura (1994) sumber *Self-efficacy* terdiri dari

empat faktor utama yaitu, pengalaman, panutan, persuasi social, dan perubahan emosi (Wilson, et al., 2007). Pengalaman dipengaruhi oleh peran pendidikan dan mendapatkan pembelajaran seiring dengan berjalannya waktu yang memberikan pengalaman tentang kewirausahaan. Pengembangan rencana bisnis dan simulasi praktik bisnis.

Malebana dan Swanepoel (2014) menjelaskan bahwa persepsi self-efficacy berhubungan dengan apa yang seseorang bisa lakukan dengan kemampuan yang didapat dan keahlian yang terutama berasal dari program pelatihan. Seseorang yang mengikuti pelatihan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis cenderung memiliki persepsi self-efficacy yang tinggi dalam membuka usaha (Boukamcha, 2015). Wilson, Kickull dan Marlino (2007) yang dilakukan di empat negara (New England, Illinois, California, Texas/Florida/Tennessee) mulai November 2003 sampai dengan April 2004 menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pendidikan terhadap *Entrepreneurial self-efficacy*. Shinnar, Hsu dan Powell (2014) yang dilakukan pada mahasiswa U.S University semester 2011/2012 yang menyatakan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* meningkat pada siswa setelah menyelesaikan pendidikan kewirausahaan selama satu semester. Shinnar, Hsu, dan Powell (2014) menjelaskan bahwa pendidikan bisa memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* seseorang dalam beberapa cara. Pertama, Pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis memberikan keuntungan berulang kali dalam sebuah tugas mengembangkan kepercayaan diri pada kemampuan seseorang untuk mengerjakan suatu tugas dengan sukses dimasa depan. Kedua, pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis melibatkan pemaparan model peran melalui pembicaraan tamu atau studi kasus dari pengalaman nyata. Ketiga, pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis

memberikan persuasi social melalui umpan balik dari orang lain pada diskusi kelas atau kinerja pada tugas kursus. Boukamcha (2015) melakukan penelitian pada siswa yang mengikuti CEFE (*Creation des Entreprises et Formation des Entrepreneurs*) di Tunisia menyatakan bahwa pendidikan pelatihan memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

H2: Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Self-efficacy*

3.2.3 Pengaruh *Feasibility* terhadap niat berwirausaha

Feasibility menjadi salah satu pembentuk *entrepreneurial intention*. Shapero dan Sokol (1993) menyatakan bahwa *feasibility* merupakan faktor pembentuk dari *entrepreneurial event* yang membangun niat kewirausahaan (JR, et al., 2000). Almqvist dan Bjornberg (2010) menyebutkan bahwa seseorang yang memiliki *perceived feasibility* yang tinggi pada tingkat *entrepreneurial* menunjukkan tingkat kepercayaan diri pada kemampuannya dan keahliannya untuk membentuk bisnis baru dan seseorang yang memiliki *feasibility* yang tinggi menunjukkan kesediaan yang lebih tinggi untuk menciptakan aktivitas ekonomi yang baru (Boukamcha, 2015). Hattab (2014) melakukan penelitian terhadap mahasiswa *British University* di Mesir dari tiga fakultas (teknik, studi bisnis, dan ilmu komputer) yang menyatakan bahwa *feasibility* memiliki pengaruh terhadap keinginan untuk memulai bisnis. Kemudian Linan et.al (2011) dilakukan pada sampe sebanyak 354 mahasiswa yang berasal dari Universitas Seville Spanyol sebanyak 323 dan sisanya sebanyak 31 responden berasal dari Universitas Pablo Olavide jurusan ilmu ekonomi dan bisnis. Linan et.al menyatakan bahwa *Feasibility* secara positif berhubungan dengan niat berwirausaha mahasiswa.

H3: *Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan

3.2.4 Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Niat berwirausaha

Bandura (1997) *self-efficacy* secara konsisten ditunjukkan sebagai variabel penjasar mengapa orang mengejar tugas yang diberikan dan bertahan dalam usaha mereka untuk berhasil dalam hal tersebut (Prabhu, et al., 2012). Menurut Segal et. al (2005) *self-efficacy* mencerminkan kepercayaan individu terhadap kemampuannya sendiri untuk melakukan tindakan demi mencapai suatu tujuan. Oleh karena itu, bukan penilaian objektif terhadap kemampuan yang mendorong perilaku, tetapi persepsi subyektif yang memotivasi untuk bertindak berdasarkan *self-efficacy* dalam diri seseorang.

Self-efficacy jika dipandang sebagai kunci utama bagi wirausaha disebut sebagai *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) (Boyd dan Vozikis, 1994; Chen et.al, 1998) dalam (Chen & He, 2011). Chen dan He (2010) membuktikan bahwa *self-efficacy* menjadi penghubung antara ikatan yang kuat (*strong ties*) dengan niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Prabhu (2011) menunjukkan bahwa hubungan *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) berhubungan signifikan terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Boyd dan Vozikis (1994) mengatakan bahwa niat seseorang untuk membuka usaha akan lebih kuat ketika orang tersebut memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi hasil dari pengalaman, melihat panutan (*role model*), persuasi social, dan penetapan tujuan yang tinggi.

Wilson (2007) yang dilakukan pada mahasiswa di empat negara (New England, Illinois, California, Texas/Florida/Tennessee) mulai November 2003 sampai dengan April 2004 menyatakan terdapat hubungan antara *Self-efficacy* terhadap keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) pada mahasiswa laki-laki. Kemudian Farashah (2013) melakukan penelitian terhadap 601 warga Iran yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan dan menyatakan

bahwa *Self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Kemudian, Izquierdo dan Buelens (2008) yang dilakukan pada 236 mahasiswa Ghent University yang menyatakan bahwa keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) dipengaruhi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy*. McGee et.al (2009) yang dilakukan pada 142 laki-laki yang berusia rata-rata 33,1 dan 161 perempuan berusia rata-rata 34,2 yang berasal dari berbagai ras dan etnik yang menyatakan bahwa ESE memiliki hubungan positif terhadap keinginan berwirausaha.

H4: *Entrepreneurial Self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*)

3.2.5 Pengaruh Pendidikan bisnis terhadap Niat berwirausaha

Hubungan pendidikan kewirausahaan dengan niat berwirausaha seseorang menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Persepsi dari pendidikan formal kewirausahaan memiliki hubungan yang kuat dan positif yang dimediasi oleh self-efficacy (Izquierdo & Buelens, 2008). Beberapa penelitian empiris menunjukkan bahwa pendidikan secara general dan program kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap niat kewirausahaan siswa. Cho (1998) menunjukkan bahwa pendidikan mempromosikan EI karena kewirausahaan berhubungan dengan pengetahuan dan keahlian menstimulasi motivasi individu untuk menciptakan usaha baru (Y, et al., 2014).

Farashah (2013) pada 601 warga Iran yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan yang menyatakan bahwa seseorang yang mengikuti pada program EET lebih berkeinginan untuk memulai bisnis sendiri. Kemudian Wu dan Wu (2008) yang melakukan penelitian pada mahasiswa Universitas Tongji di Shanghai China, menyatakan bahwa responden yang lulusan sarjana dan diploma

lebih tertarik untuk memulai bisnis. Solesvik (2012) yang melakukan penelitian pada 321 pelajar di Ukraina menyatakan bahwa seseorang yang berpartisipasi dalam program kewirausahaan pada pendidikan bisnis cenderung menjadi pengusaha. Gelaidan dan Abdullateef (2017) melakukan penelitian pada mahasiswa di Malayasia dan menyatakan bahwa pendidikan memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha. Selain itu, Hock, nurhafezah dan Soon (2015) melakukan penelitian pada mahasiswa yang telah lulus dari Universitas Utara Malaysia, hasil penelitian ini menyatakan bahwa lulusan kewirausahaan memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menjadi wirausaha dibanding mereka yang bukan lulusan kewirausahaan. Hattab (2014) juga mengkonfirmasi bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap niat kewirausahaan siswa di universitas yang dilakukan pada 376 mahasiswa *British University* di Mesir.

H5: Pendidikan bisnis berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan.

3.2.6 Pengaruh *Entrepreneurial Self-efficacy* Terhadap *Feasibility*

Bandura (1977) dalam Dinther dkk (2010) mengasumsikan *self-efficacy* berdampak pada pilihan keputusan yang dibuat, cara seseorang bertindak, usaha yang mereka kerjakan, dan ketekunan seseorang. Menurut Eden (1992) Peningkatan *self-efficacy* mengarah pada peningkatan inisiatif dan ketekunan kinerja, *self-efficacy* yang rendah mengurangi usaha dan kinerja (Krueger, Jr, et al., 2000). Menurut Krueger (2000) menyatakan bahwa seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung merasakan peluang bisnis yang ada, sehingga meningkatkan persepsi *feasibility* kelayakan usaha dalam (Boukamcha, 2015). Menurut Teori *Planned Behavior* Ajzen disebutkan bahwa persepsi *behavioral control* merefleksikan persepsi *entrepreneurial feasibility* dan ini berhubungan dengan persepsi *self-efficacy*. Individual dengan *self-efficacy* yang tinggi merasa

mampu untuk melaksanakan tugas kewirausahaan mereka dengan baik dan mereka percaya bahwa tugas tersebut *feasible* (Boukamcha, 2015).

Boukamcha (2015) menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *feasibility*. Nilai koefisien regresi *self-efficacy* terhadap *feasibility* sebesar $(0.623 > 0.5)$ yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *self-efficacy* terhadap *feasibility*. Berdasarkan dari apa yang dijelaskan sebelumnya dan didukung dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa orang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi memiliki persepsi *feasibility* yang tinggi juga untuk melaksanakan tugas kewirausahaan yang dapat dikerjakan.

H6: Entrepreneurial Self-efficacy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap feasibility

3.2.7 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Kewirausahaan Melalui Feasibility

Shapero dan Sokol (1982) menunjukkan bahwa dalam model *Entrepreneurial Event* (SEE), persepsi *feasibility* yang dimiliki seseorang berhubungan dengan persepsi sumber daya yang tersedia yang dimiliki seseorang seperti pengetahuan (Boukamcha, 2015). Pengetahuan disini bisa didapat melalui pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa dalam bentuk praktek bisnis atau teori yang diajarkan dalam perkuliahan. Dengan adanya sumber pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang maka akan menimbulkan *feasibility* pada diri seseorang. Menurut Weng et.al (2011) dalam Boukamcha (2015) Jika *perceived feasibility* untuk memulai bisnis tinggi maka, niat yang dimiliki seseorang juga akan kuat. Pendidikan, dalam hal ini pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis tidak hanya dapat meningkatkan *perceived feasibility* tetapi juga konsep dari kewirausahaan, peran pengusaha dan perkembangan perusahaan setelah start-

up (Linan et.al, 2011). Peterman dan Kennedy (2003) menyatakan bahwa praktek yang paling bagus dari program kewirausahaan adalah dapat meningkatkan *perceived feasibility* dari peserta (Farashah, 2013).

Farashah (2013) pada 601 warga Iran yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan menyatakan bahwa penyelesaian suatu program kewirausahaan meningkatkan keinginan memiliki usaha dengan *Feasibility* sebagai variabel *predictor* yang signifikan. Selain itu, Hattab (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pendidikan terhadap *feasibility* yang mengakibatkan timbulnya niat berwirausaha pada mahasiswa Universitas British Egypt. Berdasarkan pernyataan dan penelitian terdahulu tersebut diketahui bahwa pendidikan bisnis memiliki pengaruh terhadap *feasibility* seseorang dalam memulai usaha baru.

H7: Pendidikan bisnis berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan melalui *feasibility*

3.2.8 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Kewirausahaan melalui

Entrepreneurial Self-Efficacy

Shinnar, Hsu, dan Powell (2014) menjelaskan bahwa pendidikan bisa memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* seseorang. McStay (2008) dalam Boukamcha (2015) menyebutkan bahwa pengetahuan kewirausahaan akan meningkatkan kemampuan mengidentifikasi kesempatan dari peserta dan secara positif meningkatkan *Self-efficacy* kewirausahaan mereka. Bandura (1994) proses psikologi melalui keyakinan pribadi dari *efficacy* berdampak pada fungsi manusia, seperti: proses kognitif, proses motivasi, proses afektif, dan proses seleksi.

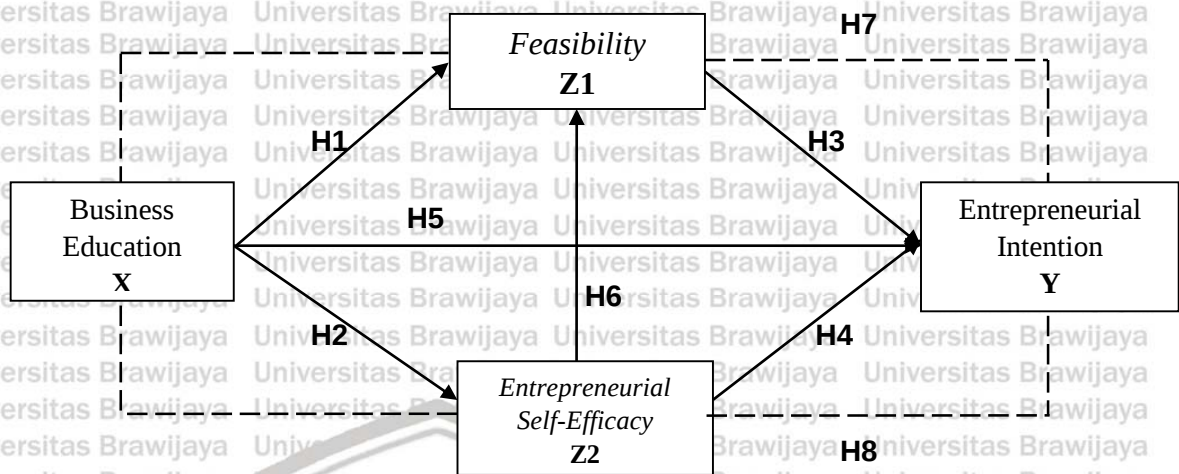
Semakin kuat persepsi *self-efficacy* maka semakin tinggi tujuan yang ditantang seseorang untuk diri mereka sendiri dan semakin kuat komitmen mereka terhadap

tujuan tersebut. Keyakinan diri dari *efficacy* memiliki peran kunci dalam motivasi pribadi. Motivasi membentuk keyakinan orang tentang apa yang dapat mereka lakukan, mengantisipasi hasil dari perbuatan, menetapkan tujuan dan perencanaan yang bernilai untuk masa depan (Bandura, 1994).

Farashah (2013) menyatakan bahwa faktanya program kewirausahaan di Iran mencapai 29.1% untuk orang dewasa dan 50.4% untuk pengusaha baru yang mengikuti program kewirausahaan dapat meningkatkan *self-efficacy*. Oleh karena itu, dari penjelasan sebelumnya yang dikemukakan oleh Bandura jika seseorang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi maka juga akan berpengaruh pada motivasi seseorang. Jika seseorang memiliki motivasi dalam dirinya akan berpengaruh pada keyakinan dan tujuan seseorang dalam menetapkan tujuan masa depan, seperti niat seseorang untuk memulai wirausaha. Dari pernyataan ini dapat diketahui bahwa pendidikan bisnis secara langsung ataupun tidak langsung melalui *self-efficacy* berpengaruh terhadap niat seseorang untuk memulai bisnis.

H8: Pendidikan bisnis berpengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan melalui *Entrepreneurial self-efficacy*

Berdasarkan dari tinjauan pustaka dan pengembangan teori pada model konsep penelitian tentang analisis pengaruh pendidikan terhadap keinginan berwirausaha dengan variabel intervening *feasibility* dan *Self-Efficacy*, maka konsep penelitian ini digambarkan seperti gambar 3.2 dibawah ini :



Gambar 3.2 Model Hipotesis Penelitian

Berdasarkan dari model hipotesis 3.2 dan keterkaitan antar variabel, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendidikan bisnis (X) terhadap *feasibility* (Z1)
- H2: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendidikan bisnis (X) terhadap *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2)
- H3: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *feasibility* (Z1) terhadap niat berwirausaha (Y)
- H4: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) terhadap niat berwirausaha (Y)
- H5: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendidikan bisnis (X) terhadap niat berwirausaha (Y)
- H6: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Entrepreneurial self-efficacy* (Z1) terhadap *feasibility* (Z2)
- H7: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendidikan bisnis (X) terhadap niat kewirausahaan (Y) melalui *feasibility* (Z1)

H8: Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendidikan bisnis (X) terhadap niat kewirausahaan (Y) melalui *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2)



BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Explanatory* dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian *explanatory* adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Putu Agung, M.Si, 2012). Penelitian *explanatory* atau *exploratory research* dalam bisnis biasanya dilakukan untuk mengklarifikasi situasi yang ambigu atau menemukan kesempatan potensial dalam bisnis (Zikmund, et al., 2013). Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Cresswell, 2016). Dimana dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keterkaitan antara variabel Pendidikan bisnis terhadap niat kewirausahaan dimana *feasibility*, dan *entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel intervening.

4.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Penelitian ini mengambil lokasi di Fakultas Ilmu Administrasi (FIA) Universitas Brawijaya JL. MT. Haryono 163, Malang, Jawa Timur. Alasan pemilihan FIA UB sebagai lokasi penelitian adalah dikarenakan FIA UB merupakan cikal bakal lahirnya ilmu administrasi di Indonesia dan telah memiliki banyak lulusan administrasi bisnis. Alasan lainnya adalah untuk mengetahui apakah Administrasi Bisnis dalam pembelajaran dan pendidikan kewirausahaan telah efektif membangun niat mahasiswa untuk menciptakan usaha baru.

4.3 Populasi dan Sampel

4.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010).

Berdasarkan dari pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015-2018. Banyaknya jumlah mahasiswa per-angkatan akan dijelaskan lebih rinci dalam tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Daftar jumlah mahasiswa Prodi Bisnis berdasarkan angkatan

No	Angkatan	Jumlah
1	Angkatan 2015	379 mahasiswa
2	Angkatan 2016	500 mahasiswa
3	Angkatan 2017	360 mahasiswa
4	Angkatan 2018	374 mahasiswa
Jumlah		1613 mahasiswa

Sumber : Akademik FIA UB, 2018

4.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2010). Penelitian ini menggunakan *probability sampling*. Teknik *probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012). Model teknik pengambilan *probability sampling* dalam penelitian ini menggunakan *Proportionate stratified random sampling*. *Proportionate stratified random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel apabila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan bertingkat secara proporsional (Sugiyono, 2012). Jumlah besaran sampel yang digunakan dalam

penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dalam (Suharso, 2009) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Di mana uarian dari rumus tersebut adalah:

n = besar sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentasi kelonggaran karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir (5% atau 0,05)

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan taraf kesalahan 5% adalah :

$$n = \frac{1613}{1 + 1613 \cdot (0,05)^2} = 320,5$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini kemudian dibulatkan menjadi 321 mahasiswa, karena penelitian ini memiliki populasi berstrata sehingga, sampel yang diambil juga berstrata. Oleh karena itu, jumlah masing-masing sampel untuk setiap tingkatan adalah sebagai berikut:

$$\text{Angkatan 2015} = \frac{379}{1613} \times 321 = 75,4 = 76 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Angkatan 2016} = \frac{500}{1613} \times 321 = 99,5 = 100 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Angkatan 2017} = \frac{360}{1613} \times 321 = 71,6 = 72 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Angkatan 2018} = \frac{374}{1613} \times 321 = 74,4 = 75 \text{ mahasiswa}$$

Sehingga jumlah total sampel dalam penelitian ini sebanyak 323 mahasiswa, dikarenakan terjadi pembulatan untuk setiap angkatan sehingga jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini menjadi 323 mahasiswa.

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan nomer acak untuk penarikan sampel penelitian. Metode ini dilakukan dengan cara memberikan

nomer pada subjek kemudian menggunakan excel untuk penarikan sampel dengan menggunakan rumus RANDBETWEEN. Data yang diberikan oleh akademik FIA UB telah berurut sesuai NIM sehingga populasi tidak perlu lagi diberikan nomer untuk penarikan nomer. Penggunaan rumus RANDBETWEEN dilakukan untuk menarik sampel pada setiap angkatan, dimulai dari angkatan 2015 yang diurutkan berdasarkan NIM.

Data diinput kedalam Ms.Excel sesuai urutan NIM kemudian menggunakan rumus RANDBETWEEN untuk mendapatkan angka acak. Jika telah mendapatkan angka acak untuk angkatan 2015, hal yang sama dilakukan kembali untuk angkatan 2016. Data angkatan 2016 yang telah diberikan telah berurut sesuai dengan NIM sehingga untuk menarik sampel pada angkatan 2017 digunakan ms.excel dengan menggunakan rumus RANDBETWEEN untuk mendapatkan angka acak. Selanjutnya untuk angkatan 2017 juga dilakukan hal yang sama dengan menggunakan rumus RANDBETWEEN pada ms.excel untuk menarik sampel sampel. Sama halnya dengan penarikan sampel pada angkatan sebelumnya, angkatan 2018 juga menggunakan rumus RANDBETWEEN pada ms.excel untuk melakukan penarikan sampel.

4.4 Pengumpulan Data

4.4.1 Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi dua jenis, yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh peneliti dari mahasiswa Prodi Bisnis Fakultas Ilmu administrasi Universitas Brawijaya langsung melalui kuisisioner melalui metode survey.

- b. Data sekunder, yakni data mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2015-2018 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang didapat melalui akademik FIA UB.

4.4.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan instrument penelitian yaitu kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012). Kuisisioner digunakan dalam pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

4.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel

4.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Agung, Anak Agung Putu, 2012:18).

Variabel penelitian ini dibagi menjadi:

1. Variabel independen atau biasa disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2012). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pendidikan bisnis.
2. Variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan dependen, sehingga variabel independen tidak langsung

mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012). Variabel intervening dalam penelitian ini adalah *feasibility*, dan *self-efficacy*.

3. Variabel dependen atau biasa disebut variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

4.5.2 Defenisi Operasional Variabel

4.5.2.1 Variabel Independen

1. Pendidikan Bisnis

Pendidikan bisnis dalam penelitian ini merupakan istilah yang mencakup sejumlah teori dan metode yang diajarkan dengan tujuan agar seseorang lebih memahami peran dan fungsi dalam menjalankan kewirausahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pendidikan bisnis dalam penelitian ini diadopsi dari Fayolle (2008), yaitu:

- a) tujuan (*goals*)
- b) teori (*theories*)
- c) Metode (*methods*)

4.5.2.2 Variabel Intervening

1. *Feasibility*

Tingkat *feasibility* yang tinggi menunjukkan keterampilan dan kemampuan seseorang dalam menciptakan bisnis baru yang mungkin untuk diwujudkan.

Feasibility dalam penelitian ini mengacu pada sejauh mana seorang individu berpikir bahwa bisnis mereka realistis dan dapat dikerjakan. Untuk mengukur

variabel *feasibility* digunakan skala yang dari Emin (2003) yang diadopsi oleh Boukmcha (2015):

- a. Kemampuan membuka usaha baru
- b. Kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan

2. *Entrepreneurial Self-efficacy*

Self-efficacy adalah konstruksi yang berasal dari teori sosial kognitif Bandura yang kemudian berkembang menjadi *Entrepreneurial self-efficacy*.

Entrepreneurial self-efficacy menentukan bagaimana perasaan seseorang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku untuk melaksanakan tugas kewirausahaan.

Seseorang yang memiliki *Entrepreneurial Self-efficacy* yang tinggi biasanya akan lebih termotivasi dalam mengembangkan niat (*intention*) yang kuat terhadap perilaku keinginan. Untuk mengukur *Entrepreneurial self-efficacy* dalam penelitian ini, mengadopsi skala *Entrepreneurial self-efficacy* dari Chen et.al (1998) yaitu:

- a. Inovasi (*Innovation*)
- b. Pengambilan Resiko (*Risk-Taking*)

4.5.2.3 Variabel Dependen

1. Niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*)

Niat kewirausahaan merupakan pengakuan terhadap keyakinan diri sendiri bahwa mereka berniat untuk mendirikan usaha bisnis baru dan secara sadar berencana untuk melakukannya dimasa depan. Niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, terdapat indikasi seberapa kuat seseorang mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka kerahkan untuk melakukan perilaku. Untuk mengukur variabel niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) dalam penelitian ini digunakan skala *entrepreneurial intention* oleh Chen et.al (1998) yang diadopsi oleh Boukamcha (2015) :

a. *Behavioral Intention*

b. *Self Prediction*

Tabel 4.2 Variabel, Indikator, dan Item

Variabel	Indikator	Item
Pendidikan Bisnis (X) Fayolle (2008)	Tujuan	1. Meningkatkan kepedulian terhadap dunia usaha/bisnis 2. Menambah pengetahuan tentang bisnis 3. Pemahaman sifat wirausaha
	Teori	4. Memahami teori yang diberikan tentang bisnis 5. Mengarahkan penciptaan bisnis baru 6. Membahas perkembangan isu-isu bisnis baru
	Metode	7. Metode pembelajaran yang digunakan lebih interaktif 8. Banyak mengundang orang-orang yang telah sukses dalam berbisnis sebagai pembicara 9. Banyak diberikan studi kasus tentang bisnis dan masalah bisnis 10. Memberikan tugas proyek bisnis atau perencanaan bisnis
<i>Feasibility</i> (Z1) Emin (2003); Boukamcha (2015)	Kemampuan membuka usaha baru	1. Membuka bisnis sepertinya layak untuk saya 2. Saya memiliki kepercayaan pada kemampuan saya untuk mencapai penciptaan bisnis
	Kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan	3. Saya yakin dengan kesuksesan bisnis saya di masa depan 4. Saya pikir kesuksesan bisnis saya tergantung pada kemauan saya 5. Saya yakin keberhasilan bisnis saya tergantung pada kemampuan saya dalam menyelesaikan tugas kewirausahaan

Lanjutan tabel 4.2

Variabel	Indikator	Item
Entrepreneurial Self-efficacy (Z2) Chen et.al (1998)	Inovasi (Innovation)	1. Saya memiliki ide baru untuk memulai bisnis
		2. Saya yakin produk yang saya ciptakan adalah produk yang inovatif
		3. Saya yakin produk saya akan diterima pasar yang menjadi tujuan produk saya
		4. Saya akan memakai metode pemasaran yang inovatif dan menarik konsumen
Niat kewirausahaan (Entrepreneurial intention) (Y) Chen et.al (1998); Boukamcha (2015)	Pengambilan Resiko (Risk Taking)	5. Saya telah memperhitungkan risiko yang akan dihadapi
		6. Saya berani mengambil resiko bisnis yang akan muncul ketika saya memulai bisnis
		7. Saya akan bertanggung jawab atas segala keputusan yang saya ambil
		8. Saya mampu bekerja dibawah tekanan dalam mengelola bisnis saya nanti
	Behavioral Intention	1. Saya tertarik untuk menjadi seorang pengusaha
		2. Saya berniat untuk menjadi seorang pengusaha
		3. Saya siap untuk memulai bisnis saya sendiri
	Self-Prediction	4. Saya cenderung menjadi seorang pengusaha
		5. Saya cenderung berusaha sangat keras untuk menjadi seorang pengusaha
		6. Aku akan segera menjadi seorang pengusaha

4.6. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan

data kuantitatif (Sugiyono, 2012). Suatu skala adalah suatu alat atau mekanisme yang dapat digunakan untuk membedakan individual-individual kedalam variabel-variabel yang akan digunakan dalam riset (Hartono, M.B.A., Ak, 2017 edisi 6).

Terdapat empat macam tipe dasar dari skala yaitu:

- Nominal, yaitu bernilai klasifikasi. Misalnya: laki, perempuan, untuk gender
- Ordinal, yaitu bernilai klasifikasi, order (ada urutannya). Misalnya (kurang, baik, sangat baik).
- Interval, yaitu bernilai klasifikasi, order (ada urutannya), dan berjarak (perbedaan dua nilai berarti). Misalnya skala likert 1 sampai dengan 5, dengan jarak 1 sampai dengan 2 mempunyai jarak yang sama dengan 3 dan seterusnya.
- Rasio, yaitu bernilai klasifikasi, order, *distance* (berjarak) dan mempunyai nilai awal (*origin*). Misalnya unit waktu sebesar 20 menit yang mempunyai nilai awal 0. Rasio dalam hal ini tidak harus dalam pembagian.

Penelitian ini menggunakan tipe skala interval dengan metode skala likert.

Alasan dipilihnya skala likert dalam penelitian ini adalah dikarenakan skala likert lebih cocok dan lebih mudah dipahami oleh subjek penelitian serta tidak banyak memakan waktu. Data yang diperoleh dari responden juga memiliki skala interval yang sama yaitu dari 1 sampai dengan 5.

4.6.1 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan digunakan akan diukur dijabarkan menjadi indikator

variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2012). Skala pengukuran dalam penelitian ini untuk mengukur variabel penelitian menggunakan skala likert memiliki gradasi sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| a) Sangat setuju atau selalu diberi skor | 5 |
| b) Setuju atau sering diberi skor | 4 |
| c) Ragu-ragu atau kadang-kadang diberi skor | 3 |
| d) Tidak setuju atau hampir tidak pernah diberi skor | 2 |
| e) Sangat tidak setuju atau tidak pernah diberi skor | 1 |

4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

4.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010). Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara masing-masing pertanyaan satu variabel dengan total skor, menggunakan rumus korelasi "*Product Moment*" sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n(\sum x^2) - (\sum x)^2)(n(\sum y^2) - (\sum y)^2)}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi

x = skor jawaban tiap item

y = skor total

n = jumlah responden

Dikatakan valid jika koefisien r lebih besar dari r kritis (r tabel) pada taraf signifikan 5% (Singarumbun, 2005) Hasil dari uji validitas dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel

No	Item	r Hitung	Sig.	r Tabel	Keterangan
1	X1.1.1	0.801	0.000	0.3	Valid
2	X1.1.2	0.779	0.000	0.3	Valid
3	X1.1.3	0.773	0.000	0.3	Valid
4	X1.2.1	0.696	0.000	0.3	Valid
5	X1.2.2	0.754	0.000	0.3	Valid
6	X1.2.3	0.724	0.000	0.3	Valid
7	X1.3.1	0.726	0.000	0.3	Valid
8	X1.3.2	0.671	0.000	0.3	Valid
9	X1.3.3	0.736	0.000	0.3	Valid
10	X1.3.4	0.699	0.000	0.3	Valid
11	Z1.1.1	0.844	0.000	0.3	Valid
12	Z1.1.2	0.844	0.000	0.3	Valid
13	Z1.2.1	0.842	0.000	0.3	Valid
14	Z1.2.2	0.675	0.000	0.3	Valid
15	Z1.2.3	0.731	0.000	0.3	Valid
16	Z2.1.1	0.750	0.000	0.3	Valid
17	Z2.1.2	0.754	0.000	0.3	Valid
18	Z2.1.3	0.779	0.000	0.3	Valid
19	Z2.1.4	0.733	0.000	0.3	Valid
20	Z2.2.1	0.722	0.000	0.3	Valid
21	Z2.2.2	0.689	0.000	0.3	Valid
22	Z2.2.3	0.700	0.000	0.3	Valid
23	Z2.2.4	0.641	0.000	0.3	Valid
24	Y1.1.1	0.884	0.000	0.3	Valid
25	Y1.1.2	0.907	0.000	0.3	Valid
26	Y1.1.3	0.858	0.000	0.3	Valid
27	Y1.2.1	0.897	0.000	0.3	Valid
28	Y1.2.2	0.907	0.000	0.3	Valid
29	Y1.2.3	0.875	0.000	0.3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Dari Tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r indikator pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid,

sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian

4.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Kuisisioner dikatakan *reliable* atau *handal* bila jawaban dari responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selalu konsisten atau stabil. Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,60 atau lebih (Ghozali, 2006). Untuk melakukan uji reliabilitas dilakukan dengan rumus:

$$r_i = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \sum \frac{ab^2}{at^2} \right]$$

Dimana :

r_i = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan dan banyaknya soal

ab^2 = jumlah varian butir

at^2 = jumlah varian total

Jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis (*significant degree* $\alpha = 0,60$), maka alat pengukur tersebut dikatakan reliabel dan sebaliknya jika nilai koefisien lebih kecil dari nilai kritis maka alat ukur tersebut tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan.

Tabel 4.4
Uji Realibilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Pendidikan Bisnis (X1)	0.905	Reliabel
2	<i>Feasibility</i> (Z1)	0.838	Reliabel
3	<i>Entrepreneurial self-efficacy</i> (Z2)	0.868	Reliabel
4	Niat Berwirausaha (Y)	0.945	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah 2019

Tabel 4.4 dapat terlihat bahwa nilai dari alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

4.8 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul.

4.8.1. Analisis statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeksripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012). Analisis deskriptif merupakan gambaran dari jawaban responden yang berisi nilai skor untuk setiap pertanyaan atau pernyataan.

4.8.2. Analisis statistik inferensial

Statistik inferensial sering juga disebut statistik induktif yaitu teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya dapat berlaku untuk seluruh populasi (Sinambela, 2014)

4.8.3. Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Penelitian ini menggunakan alat uji statistik yaitu dengan uji persamaan struktural berbasis *variance* atau yang lebih dikenal dengan nama *Partial Least Square* (PLS) menggunakan *software SmartPLS 2.0*. PLS. Pengujian model struktural. Pemilihan metode PLS didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian ini seluruh variabel yang digunakan merupakan variabel laten yang dibentuk dengan indikator formatif dan bukan refleksif. Metode *Partial Least*

Square (PLS) dikembangkan pertama kali oleh Wold pada tahun 1960an sebagai metode umum untuk mengestimasi *path model* yang menggunakan konstruk laten dengan multiple indikator (Garson, 2016). PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena tidak mengasumsikan distribusi tertentu, dapat digunakan pada setiap jenis skala data (nominal, ordinal, interval dan rasio) dan jumlah sampel yang kecil. PLS merupakan teknik yang sesuai digunakan ketika tujuan penelitiannya adalah prediktif atau pemodelan *explanatory* (Garson, 2016).

Pemilihan metode PLS didasarkan pada pertimbangan bahwa dalam penelitian ini terdapat tiga variabel laten yang dibentuk dengan indikator *formative* dan membentuk efek mediasi. Model refleksif men gasumsikan bahwa konstruk atau variabel laten mempengaruhi indikator, dimana arah hubungan kausalitas dari konstruk ke indikator atau manifest (Ghozali, 2006). Ghozali (2006) selanjutnya menyatakan bahwa model formatif mengasumsikan bahwa indikator mempengaruhi konstruk, dimana arah hubungan kausalitas dari indikator ke konstruk. Pendekatan PLS didasarkan pada pergeseran analisis dari pengukuran estimasi parameter model menjadi pengukuran prediksi yang relevan, sehingga fokus analisis bergeser dari hanya estimasi dan penafsiran signifikan parameter menjadi validitas dan akurasi prediksi. Langkah pengujian PLS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengkonstruksi diagram jalur

Hasil perancangan model struktural dan model pengukuran dinyatakan dalam bentuk diagram jalur.

2. Model Pengukuran

a. Model pengukuran (Outer model)

Outer model, yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya.

b. Model struktural (Inner model)

Inner model, yaitu spesifikasi hubungan antar variabel laten (*structural model*) berdasarkan teori substantif penelitian.

3. Estimasi koefisien jalur, loading factor, dan weight

Metode pengukuran parameter (estimasi) di dalam PLS adalah metode Alternating Least Square (ALS). Pendugaan parameter di dalam PLS meliputi 3 (tiga) hal, yaitu:

- a. Weight estimate digunakan untuk membuat skor variabel.
- b. Estimasi jalur (path estimate) digunakan untuk menghubungkan antar variabel laten.
- c. Estimasi muatan dan weight (loading Factor dan weight estimate) digunakan untuk menghubungkan antara variabel laten dengan indikatornya.

4. Evaluasi Goodness of Fit

a. Evaluasi Model Pengukuran (Outer model)

- **Convergent Validity**

Korelasi antara skor reflektif dengan skor variabel latennya. Loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup, pada jumlah item per konstruk tidak besar (Ghozali, 2011).

- **Discriminant Validity**

Membandingkan nilai Loading Factor indikator pada masing-masing variabel dengan korelasi indikator dengan variabel laten lainnya. Jika Loading Factor indikator pada masing-masing variabel lebih besar dari

korelasi indikator dengan variabel lainnya maka dapat dikatakan memiliki discriminant validity yang baik. (Ghozali, 2011).

- **Composite Reliability**

Nilai ini menunjukkan internal consistency yaitu nilai composite reliability yang tinggi menunjukkan nilai konsistensi dari masing-masing item dalam mengukur konstruksinya. Nilai $\rho_c > 0.7$ maka indikator dinyatakan reliable dalam mengukur variabelnya (Ghozali, 2011).

- **Cronbach Alpha**

Uji reliabilitas diperkuat dengan adanya cronbach alpha dimana konsistensi setiap jawaban diujikan. Cronbach alpha dikatakan baik apabila $\alpha \geq 0,6$ (Ghozali, 2011).

b. Evaluasi Model Struktural (Inner model)

Goodness of Fit Model diukur menggunakan Q-Square predictive relevance untuk model struktural yang digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel eksogen dalam menjelaskan variabel endogennya. Nilai Q-square > 0 menunjukkan model memiliki predictive relevance; sebaliknya jika nilai Q-Square < 0 menunjukkan model kurang memiliki predictive relevance. Perhitungan Q-Square dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Di mana $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$ adalah R-square variabel endogen dalam model persamaan. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik (Ghozali, 2011).

5. Pengujian hipotesis

Berdasarkan tujuan-tujuan penelitian, maka rancangan uji hipotesis dibuat merupakan rancangan uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan berdasarkan tujuan penelitian. Level of significance atau alpha yang digunakan adalah 5%, sehingga menghasilkan nilai t-tabel sebesar 1,96. Dengan demikian Jika nilai t-statistik > nilai t-tabel (1,96), maka hipotesis diterima (ada pengaruh signifikan eksogen terhadap endogen).



BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

5.1.1. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya didirikan pada tanggal 15 September 1960 dengan nama Fakultas Administrasi Niaga (FAN). Fakultas Administrasi Niaga ini lah yang kemudian menjadi cikal bakal dibuka Administasi di Indonesia. Pada tahun 1962 terjadi perubahan Fakultas Administrasi Niaga menjadi Fakultas Ketatanegaraan dan Ketetaniagaan (FKK) pada tanggal 30 September 1962. Tahun 1982, berdasarkan konsorium Ilmu-Ilmu Sosial, Fakultas Ketatanegaraan dan Ketetaniagaan (FKK) diubah namanya menjadi Fakultas Ilmu Administrasi (FIA). Seiring dengan perubahan nama tersebut, dalam perjalanannya hingga kini FIA terus berkembang baik menyangkut pengembangan institusi maupun pengembangan akademik. FIA UB telah menjadi pelopor dan sekaligus mengembangkan jaringan dengan berbagai asosiasi, misalnya ASPA, Asosiasi Ilmu Administrasi Bisnis (AIABI), Indonesian Association for Public Administration (IAPA) dan lain-lain. Pengembangan institusi melalui kerjasama dengan berbagai asosiasi tersebut telah berlangsung dengan kurun waktu yang lama.

Terkait dengan pengembangan akademik, FIA UB hingga saat ini telah berkembang sesuai dengan perkembangan keilmuan dan tuntutan praktis. Sejak dibukanya program Administrasi Bisnis (niaga) pada tahun 1960 sampai saat ini telah memiliki program Magister Administrasi Bisnis yang dibuka pada tahun 1995 dan program esktnensi Sarjana. FIA UB pada periode 2016 – 2020 memiliki visi

“Menjadi institusi pendidikan, pengembangan ilmu administrasi berskala internasional yang berwawasan *Entrepreneur* dan *Smart Faculty Governance*

pada tahun 2020”. Melalui misi FIA UB ini tergambar jelas bagaimana peran FIA UB dalam menciptakan mahasiswa yang berdaya saing yang tinggi dalam menciptakan lapangan pekerjaan sebagai seorang *entrepreneur*. Misi fakultas Ilmu Administrasi periode 2016 – 2020 adalah :

1. Terwujudnya kemajuan intelektualitas melalui peningkatan *core competence* dan inovasi bidang ilmu administrasi.
2. Terwujudnya peningkatan kualitas pendidikan guna menghasilkan lulusan yang berwawasan nasional dan berdaya saing global.
3. Terwujudnya peningkatan jumlah dan mutu penelitian dan pengabdian di bidang ilmu administrasi yang berorientasi pada perbaikan kualitas hidup masyarakat.
4. Terselenggaranya sistem pengelolaan fakultas berbasis *smart faculty governance*.

Fakultas Ilmu Administrasi UB berupaya untuk menghasilkan lulusan yang berdaya saing secara nasional maupun global serta memiliki kemampuan dalam memecahkan permasalahan social masyarakat. Salah satunya permasalahan yang ada ditengah masyarakat adalah masalah lapangan pekerjaan. Oleh karena itu, lulusan FIA UB mampu menjadi pencipta lapangan kerja untuk membantu memecahkan masalah social masyarakat sesuai dengan visi FIA UB.

5.1.2. Karakteristik Umum Responden

Karakteristik umum responden dapat di deskripsikan berdasarkan hasil dari penyebaran kuisisioner yang dilakukan terhadap mahasiswa Fakultas Ilmu

Administrasi program studi Administrasi Bisnis angkatan 2015 – 2018. Sebanyak 322 jumlah responden yang digunakan sebagai sampel penelitian dan mengisi kuisioner yang telah disebar pada mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi UB angkatan 2015, 2016, 2017, dan 2018. Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Angkatan, daerah asal, SMA asal responden, dan latar belakang responden apakah memiliki keluarga sebagai pengusaha atau tidak. Berdasarkan dari paparan tersebut, diperoleh gambaran umum responden sebagai berikut:

5.1.2.1. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden hasil penelitian untuk jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 5.1 di bawah ini:

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	124	38.01
2	Perempuan	199	61.99
3	Total	323	100

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.1 di atas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki – laki sebanyak 124 responden (38,01%), sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 199 responden (61,99%). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki. Diketahui dari data keseluruhan populasi jumlah mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan jauh lebih banyak dari mahasiswa berjenis kelamin laki-laki. Jumlah keseluruhan mahasiswa angkatan 2015 sebanyak 379 mahasiswa dengan perincian perempuan sebanyak 207 orang dan laki-laki sebanyak 172 orang. Jumlah

keseluruhan mahasiswa angkatan 2016 sebanyak 500 mahasiswa dengan perincian perempuan sebanyak 271 orang dan laki-laki sebanyak 229 orang. Jumlah keseluruhan angkatan 2017 adalah sebanyak 360 mahasiswa dengan perincian mahasiswa perempuan sebanyak 212 orang dan mahasiswa laki-laki sebanyak 148 orang. Sedangkan mahasiswa angkatan 2018 sebanyak 374 mahasiswa dengan perincian perempuan sebanyak 219 orang dan laki-laki sebanyak 155 orang.

Berdasarkan dari data tersebut, terlihat bahwa jumlah mahasiswa perempuan jauh lebih banyak dari jumlah mahasiswa laki-laki. Sehingga dalam penarikan sampel kemungkinan sampel perempuan lebih banyak terambil daripada laki-laki sangat mungkin terjadi. Data responden berdasarkan jenis kelamin ini didapatkan berdasarkan secara keseluruhan jumlah mahasiswa Fakultas Administrasi Bisnis UB program studi bisnis angkatan 2015 – 2018.

5.1.2.2. Usia Responden

Karakteristik responden berdasarkan usia terbagi atas beberapa kelompok usia. Untuk menentukan distribusi frekuensi pada tabel 5.2 digunakan rumus sturges untuk menentukan besaran interval kelas, yaitu sebagai berikut:

$$\begin{aligned} (c) &= (X_n - X_1) : k \\ &= (22-17) : 2 \\ &= 2,5 \end{aligned}$$

Dimana:

C = perkiraan besaran

X_n = nilai skor tertinggi

X_1 = nilai skor terendah

K = banyaknya kelas

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 – 19,4 Tahun	146	45.17
2	19,5 - 22 Tahun	177	54.83
3	Total	323	100

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.2 menunjukkan bahwa responden yang berusia 16 – 19 tahun sebanyak 146 responden (45,17%), sedangkan responden yang berusia 20 – 23 tahun sebanyak 177 responden (54,83%). Data ini merupakan hasil keseluruhan dari jumlah responden mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi UB program studi bisnis angkatan 2015 – 2018.

5.1.2.3. Angkatan Responden

Karakteristik responden berdasarkan Angkatan terbagi atas 4 kelompok. Berikut data responden berdasarkan angkatan:

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Frekuensi	Persentase
	2015	76	23.36
	2016	100	31.15
	2017	72	22.43
	2018	75	23.05
	Total	323	100

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.3 menunjukkan bahwa responden yang angkatan 2015 sebanyak 76 responden (23,36%), angkatan 2016 sebanyak 100 responden (31,15%), angkatan 2017 sebanyak 72

responden (22,43%), dan angkatan 2018 sebanyak 75 responden (23,05%). Dilihat dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini diketahui bahwa angkatan 2016 memiliki jumlah sampel yang lebih banyak dibanding dengan angkatan yang lain. Hal ini dikarenakan jumlah angkatan 2016 lebih banyak dari angkatan yang lain yaitu berjumlah 500 mahasiswa.

5.1.2.4. Daerah Asal Responden

Berdasarkan data kuisioner responden maka, karakteristik responden berdasarkan daerah asal terbagi atas beberapa daerah asal yang dibagi dalam enam pulau besar di Indonesia. Berikut karakteristik responden berdasarkan daerah asal:

Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Daerah Asal

No	Daerah Asal	Frekuensi	Persentase
1	Sumatera	31	9.66
2	KEPRI	3	0.93
3	DKI Jakarta	43	13.39
4	Jawa Barat	30	9.35
5	Banten	13	4.05
6	Jawa Tengah	19	5.92
7	DI Yogyakarta	7	2.18
8	Jawa Timur	157	48.29
9	Kalimantan	9	2.80
10	Sulawesi	6	1.87
11	Bali	5	1.56
	Total	323	100

Sumber: Data primer diolah, 2019

Data karakteristik responden berdasarkan daerah asal pada Tabel 5.4 menjelaskan karakteristik responden berdasarkan daerah asal mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis yang paling dominan berasal dari daerah Jawa Timur, yaitu sebanyak 157 orang atau 48,29% dari jumlah

keseluruhan responden. Kemudian sebanyak 43 orang atau 13,39% menjadi daerah kedua terbanyak yaitu, DKI Jakarta. Daerah ketiga yang menjadi daerah yang paling banyak jumlah responden berasal dari Sumatera, yaitu sebanyak 31 responden atau 9,66%. Sedangkan responden yang berasal dari Jawa Barat sebanyak 30 atau 9,35% dan menjadi daerah keempat yang dominan dari jumlah keseluruhan responden. Kemudian sebanyak 19 responden atau 5,92% responden berasal dari daerah Jawa tengah, daerah selanjutnya yang menjadi daerah asal responden yaitu Banten sebanyak 13 responden atau 4,05%. Selanjutnya daerah asal responden yaitu Kalimantan sebanyak 9 responden atau 2,80%, sebanyak 7 responden atau 2,18% responden berasal dari daerah D.I Yogyakarta. Daerah kedua yang memiliki responden paling sedikit berasal dari Bali, yaitu sebanyak 6 responden atau 1,56%, daerah ketiga yang memiliki responden yang paling sedikit yaitu Sulawesi 6 responden atau 1,87%. Sedangkan daerah yang memiliki responden yang paling sedikit adalah KEPRI, yaitu sebanyak 3 responden atau 0,93% dari jumlah keseluruhan mahasiswa Prodi bisnis yang menjadi responden pada penelitian ini.

5.1.2.5. Sekolah Asal Responden

Karakteristik Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi UB program studi Bisnis yang menjadi responden digolongkan berdasarkan Sekolah Asal terbagi atas 2 kelompok. Berikut karakteristik responden berdasarkan asal sekolah

Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan asal sekolah

No	Asal Sekolah	Frekuensi	Persentase
1	Negeri	270	83.49
2	Swasta	53	16.51
	Total	323	100

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.5 di atas menunjukkan bahwa responden yang berasal dari sekolah Negeri sebanyak 270 responden (83,49%), sedangkan berasal dari sekolah swasta sebanyak 53 responden (16,51%).

5.1.2.6. Latar Belakang Responden

Karakteristik responden berdasarkan Latar belakang ini digunakan untuk mengetahui apakah responden memiliki anggota keluarga yang memiliki usaha. Berikut karakteristik responden berdasarkan Latar belakang berwirausaha:

Tabel 5.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang berwirausaha

No	Latar belakang berwirausaha	Frekuensi	Persentase
1	Ya	233	71.96
2	Tidak	90	28.04
	Total	323	100

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.6 di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki latar belakang wirausaha sebanyak 233 responden (71,96%), sedangkan yang tidak memiliki latar belakang wirausaha sebanyak 90 responden (28,04%). Berdasarkan presentase diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa yang menjadi responden memiliki keluarga yang memiliki usaha. Diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki latar belakang wirausaha. Hal ini berarti ada beberapa responden

yang memiliki orang tua yang melakukan wirausaha ataupun juga memiliki kerabat yang memiliki usaha. Hal inilah yang menjadi alasan banyak mahasiswa prodi Bisnis FIA UB memilih untuk kuliah di FIA.

5.2 Analisis Data Hasil Penelitian

5.2.1. Deskripsi Variabel penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui sebaran hasil jawaban responden melalui penyebaran kuisisioner yang dilakukan terhadap 321 responden penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Pendidikan bisnis, *Feasibility*, *Self-efficacy*, dan Niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Berdasarkan kuisisioner yang telah diberikan kepada 321 orang responden, maka untuk mengetahui interval jawaban responden pada masing-masing item dapat diketahui dengan rumus sturges sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas (c)} = (X_n - X_1) : k$$

dimana

c = perkiraan besarnya

k = banyaknya kelas

X_n = nilai skor tertinggi

X_1 = nilai skor terendah

$$c = (5-1) : 5$$

$$c = 4 : 5 = 0,8$$

Tabel 5.7 Interpretasi Rata-Rata Jawaban Responden

Interval rata-rata	Kategori
1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Baik
$\geq 1,8 - 2,6$	Tidak Setuju/ Tidak baik
$\geq 2,6 - 3,4$	Ragu-Ragu
$\geq 3,4 - 4,2$	Setuju / Baik
$\geq 4,2 - 5$	Sangat Setuju / Sangat Baik

Berikut persentase distribusi untuk masing – masing item penelitian. Seperti terlihat pada tabel.

5.2.1.1 Deskripsi Variabel Pendidikan Bisnis (X)

Pada Variabel pendidikan bisnis terdapat 10 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Jawaban dari pernyataan yang diberikan kepada responden dapat dilihat pada tabel 5.8 berikut:

Tabel 5,8 Distribusi Frekuensi Variabel Pendidikan Bisnis (X)

Indikator	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Item	Indikator
Tujuan	X1.1.1	128	39.63	157	48.61	28	8.67	9	2.79	1	0.31	323	100	4.24	4.31
	X1.1.2	162	50.15	136	42.11	19	5.88	5	1.55	1	0.31	323	100	4.40	
	X1.1.3	131	40.56	155	47.99	31	9.60	6	1.86	0	0.00	323	100	4.27	
Teori	X1.2.1	51	15.79	189	58.51	77	23.84	6	1.86	0	0.00	323	100	3.88	3.89
	X1.2.2	60	18.58	177	54.80	75	23.22	10	3.10	1	0.31	323	100	3.88	
	X1.2.3	69	21.36	177	54.80	61	18.89	13	4.02	3	0.93	323	100	3.92	
Metode	X1.3.1	64	19.81	170	52.63	77	23.84	10	3.10	2	0.62	323	100	3.88	3.88
	X1.3.2	79	24.46	173	53.56	49	15.17	21	6.50	1	0.31	323	100	3.95	
	X1.3.3	83	25.70	176	54.49	53	16.41	10	3.10	1	0.31	323	100	4.02	
	X1.3.4	39	12.07	157	48.61	107	33.13	18	5.57	2	0.62	323	100	3.66	
	Grand Mean													4.01	

Sumber: Data primer diolah 2019

Keterangan:

X1.1.1 = Meningkatkan kepedulian terhadap dunia usaha

X1.1.2 = Menambah pengetahuan dunia bisnis

X1.1.3 = Pemahaman sifat wirausaha

X1.2.1 = Pemahaman teori pendidikan bisnis

X1.2.2 = Penciptaan bisnis baru

- X1.2.3 = Membahas isu-isu terbaru dunia bisnis
- X1.3.1 = Metode pembelajaran interaktif
- X1.3.2 = Mengundang pengusaha sukses
- X1.3.3 = Pemberian studi kasus dan permasalahan bisnis
- X1.3.4 = Tugas proyek dan perencanaan bisnis

Variabel pendidikan bisnis terdiri dari tiga indikator penelitian yang berisi 10 item pernyataan. Berdasarkan Tabel 5.8 di dapatkan bahwa nilai rata – rata variabel Pendidikan Bisnis sebesar 4,01. Nilai rata – rata tersebut menunjukkan bahwa variabel Pendidikan Bisnis memiliki kategori yang baik. Dimana dari nilai rata-rata variabel tersebut diketahui bahwa nilai rata-rata indikator yang paling tinggi sebesar 4,31 untuk indikator tujuan. Hal ini berarti indikator tujuan memiliki nilai yang sangat baik berdasarkan dari nilai interpretasi. Sementara itu, nilai rata-rata indikator teori sebesar 3,89. Berdasarkan nilai interpretasi maka nilai indikator teori tersebut menunjukkan nilai yang baik. Sedangkan indikator metode memiliki nilai terendah dari semua indikator yaitu sebesar 3,88. Meskipun begitu, berdasarkan nilai interpretasi, nilai rata-rata pada indikator metode termasuk dalam kategori yang baik. Oleh karena itu secara keseluruhan didapat nilai rata-rata variabel sebesar 4,01 yang mengindikasikan bahwa variabel pendidikan bisnis termasuk dalam kategori yang baik berdasarkan nilai interpretasi. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi Pendidikan Bisnis sudah dapat dilakukan dengan baik.

Berdasarkan pada data pada tabel 5.8 terlihat item pertama dari indikator tujuan menunjukkan bahwa dari 323 responden, sebanyak 157 responden atau 48,91% responden menjawab setuju bahwa pendidikan bisnis dapat meningkatkan kepedulian terhadap dunia bisnis, sebanyak 128 responden atau 39,63% menyatakan sangat setuju, menyatakan ragu-ragu sebanyak 28 responden atau 8,72%, sebanyak 9 responden atau 2,80% menyatakan tidak setuju, sedangkan

yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 0,31%. Terlihat bahwa jawaban responden terbanyak menyatakan setuju yaitu sebanyak 157 atau 48,61% responden dari 323 responden. Oleh karena itu, diketahui bahwa pendidikan bisnis dapat meningkatkan kepedulian dunia bisnis bagi mahasiswa. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata item sebesar 4,24.

Item kedua dari indikator tujuan menunjukkan bahwa dari 323 responden sebanyak 162 responden atau 50,15% menjawab sangat setuju bahwa pendidikan bisnis menambah pengetahuan bisnis responden. Sedangkan sebanyak 136 responden atau 42,37% menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut, sebanyak 19 responden atau 5,92% menyatakan ragu-ragu, dan sebanyak 5 responden atau 1,56% menyatakan tidak setuju, sisanya sebanyak 1 responden atau 0,31%. Diketahui bahwa jawaban terbanyak responden sebesar 50,15% atau sebanyak 162 responden menyatakan sangat setuju terhadap item pernyataan X1.1.2. Hal ini berarti bahwa hampir keseluruhan dari jumlah sampel yaitu 323 responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan nilai rata-rata item sebesar 4,40 disimpulkan bahwa pendidikan bisnis dapat menambah pengetahuan bisnis mendapat tanggapan sangat setuju oleh responden.

Item ketiga, pemahaman sifat wirausaha mendapat tanggapan sebanyak 155 responden atau 48,29% menyatakan setuju, sebanyak 131 responden atau 40,56% menyatakan sangat setuju, 31 responden atau 9,66% menyatakan ragu-ragu dan sisanya sebanyak 6 responden atau 1,87% menyatakan tidak setuju dengan pernyataan pendidikan bisnis dapat meningkatkan pemahaman sifat wirausaha. Diketahui dari paparan jawaban responden terlihat modus jawaban terbanyak sebesar 48,29% atau sebanyak 155 responden menyatakan setuju dengan item pernyataan X1.1.3. Hal ini berarti hampir keseluruhan jumlah sampel

penelitian yaitu sebanyak 323 responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Berdasarkan dari hasil tersebut diketahui bahwa nilai rata-rata untuk item ini sebesar 4,27 yang menunjukkan bahwa responden setuju bahwa pendidikan bisnis dapat meningkatkan pemahaman sifat wirausaha. Secara keseluruhan terlihat bahwa nilai rata – rata indikator Tujuan Pendidikan Bisnis sebesar 4,31. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa Pendidikan bisnis yang diberikan sudah memiliki tujuan yang jelas sehingga mampu memberikan hasil yang baik.

Item keempat merupakan item indikator teori menunjukkan bahwa dari 323 jumlah responden sebanyak 189 responden atau 58,51% menyatakan setuju, sedangkan 77 responden atau 23,84% menyatakan ragu-ragu, sebanyak 51 responden atau 15,79% menyatakan sangat setuju, dan sisanya sebanyak 6 responden atau 1,86% menyatakan tidak setuju bahwa pendidikan bisnis meningkatkan pemahaman terhadap teori pendidikan bisnis. Diketahui bahwa dari hasil paparan jawaban responden sebanyak 189 responden atau 58,51% memberikan tanggapan setuju sebagai tanggapan terbanyak terhadap item pernyataan X1.2.1. Namun berdasarkan jawaban responden, sebanyak 77 atau 23,84% responden menjawab ragu-ragu. Jika dilihat secara keseluruhan, responden yang menjawab ragu-ragu lebih banyak dari pada responden yang menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa PRODI Bisnis FIA UB masih ragu-ragu dengan pemahaman teori yang diberikan oleh dosen. Hal ini mungkin terjadi karena terdapat angkatan 2018 yang menjadi sampel dalam peneltian ini, dimana mahasiswa angkatan 2018 masih sedikit menerima pendidikan bisnis sehingga ini berpengaruh terhadap jawaban responden. Berdasarkan dari hasil tersebut item ini memiliki nilai rata-rata sebesar 3,89. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju

dengan pernyataan item yang menyatakan pendidikan bisnis meningkatkan pemahaman tentang teori pendidikan bisnis responden.

Item kelima, yaitu teori yang diajarkan dapat mengarahkan untuk menciptakan bisnis baru mendapat tanggapan Setuju dari 177 responden atau 54,80%, sebanyak 75 responden atau 23,36% memberikan tanggapan Ragu-Ragu, sedangkan sebanyak 60 responden atau 18,58% menyatakan sangat setuju, sebanyak 10 responden atau 3,10% menyatakan tidak setuju, dan sisanya 1 responden atau 0,31% memberi tanggapan sangat tidak setuju.

Berdasarkan jawaban responden pada item X1.2.2, diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab ragu-ragu lebih banyak dari pada responden yang menjawab sangat setuju. Sebanyak 75 atau 23,22% responden menjawab ragu-ragu sedangkan sebanyak 60 atau 18,58% responden menjawab sangat setuju. Meskipun begitu, terdapat jawaban terbanyak yaitu sebesar 54,80% atau sebanyak 177 responden yang memberikan tanggapan setuju. Besarnya Nilai ini menunjukkan bahwa mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB masih memiliki rasa ragu-ragu bahwa teori yang diajarkan oleh dosen dalam pendidikan bisnis kan mengarahkan mahasiswa untuk menciptakan bisnis baru. Hal ini mungkin saja terjadi mengingat terdapat mahasiswa angkatan 2018 sebagai sampel penelitian dimana mahasiswa angkatan 2018 masih sedikit mendapatkan pendidikan bisnis. Oleh karena itu, hal ini berdampak pada nilai rata-rata item pernyataan X1.2.2. Berdasarkan hasil tersebut diketahui nilai rata-rata dari item ini sebesar 3,88 yang menunjukkan bahwa teori yang diajarkan dapat mengarahkan untuk menciptakan bisnis baru.

Item keenam, yaitu teori yang diajarkan membahas tentang isu-isu terbaru dalam dunia bisnis. Item ini mendapat tanggapan setuju dari responden sebanyak

177 atau 54,80%, sebanyak 69 responden atau 21,36% memberi tanggapan sangat setuju, sebanyak 61 responden atau 18,89% menyatakan ragu-ragu, sedangkan sebesar 13 responden atau 4,02% memberikan tanggapan tidak setuju, dan sisanya sebanyak 3 responden atau 0,93% memberi tanggapan sangat tidak setuju. Item ini memiliki nilai rata-rata sebesar 3,92 yang menunjukkan responden setuju bahwa teori yang diajarkan membahas tentang isu-isu terbaru dalam dunia bisnis.

Dilihat dari presentasi jawaban responden pada item X1.2.3 yang menjawab ragu-ragu sebanyak 61 responden atau sebesar 18,89% menunjukkan bahwa masih banyak responden yang merasa ragu bahwa teori yang mereka terima dari dosen banyak membahas tentang isu-isu terbaru dalam dunia bisnis. Mengingat terdapat mahasiswa angkatan 2018 yang menjadi sampel penelitian sehingga masih terdapat mahasiswa yang menjawab ragu-ragu terhadap item pernyataan tersebut. Hal ini disebabkan masih rendahnya pemahaman mahasiswa angkatan 2018 terhadap pendidikan bisnis. Meskipun demikian, jawaban sebanyak 177 responden atau 54,80% memberikan tanggapan setuju dan menjadi jawaban responden terbanyak untuk item pernyataan ini yang kemudian berpengaruh terhadap nilai item tersebut. Oleh karena itu, nilai rata-rata indikator teori pada variabel Pendidikan Bisnis sebesar 3,92. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa indikator ini sudah baik dan menunjukkan bahwa Pendidikan bisnis yang diberikan sudah mampu memberikan pemahaman kepada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB tentang bisnis baru yang sedang berkembang sesuai dengan pertumbuhan generasi.

Item ketujuh merupakan item dari indikator metode pada variabel pendidikan bisnis. Item ketujuh mendapat tanggapan Sangat setuju sebanyak 64

responden atau 19,81%, responden yang memberikan tanggapan Setuju sebanyak 170 responden atau 52,63%, sebanyak 77 responden atau 23,84% menyatakan ragu-ragu, sedangkan 10 responden atau 3,10% menyatakan tidak setuju, dan sisanya 2 responden atau 0,62% menyatakan sangat tidak setuju.

Pada item X1.3.1 pada indikator metode terlihat bahwa jumlah responden yang menjawab ragu-ragu cukup banyak yaitu 77 responden atau 23,84%. Oleh karena itu diperlukan metode pembelajaran yang lebih menarik yang banyak melibatkan mahasiswa selama pembelajaran pendidikan bisnis terutama pada mahasiswa angkatan 2018 sebagai mahasiswa baru yang masih rendahnya pengetahuan tentang pendidikan bisnis. Diharapkan dikemudian hari akan ada perkembangan dalam metode pembelajaran yang diberikan kepada mahasiswa agar mahasiswa merasa pendidikan bisnis yang diterima dapat berguna dalam pemahaman pembentukan bisnis baru. Meskipun begitu, terdapat sebanyak 170 responden atau sebesar 52,63% yang memberikan jawaban setuju yang menjadi jawaban dengan modus terbanyak pada item pernyataan X1.3.1. Oleh karena itu, Item ini memiliki nilai rata-rata sebesar 3,88 yang berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa metode pembelajaran yang diberikan interaktif menurut responden.

Item kedelapan, yaitu mengundang pengusaha sukses sehingga pemahaman dunia bisnis semakin luas. Tanggapan responden terhadap item ini Sangat setuju sebanyak 79 responden atau 24,46%, sedangkan tanggapan setuju sebanyak 173 responden atau 53,56%, sebanyak 49 responden atau 15,17% menyatakan ragu-ragu, dan sebanyak 21 responden atau 6,50% menyatakan tidak setuju, sisanya 1 responden atau 0,31 menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan dari penjabaran tanggapan responden didapat nilai rata-rata item

sebesar 3,95 dimana sebagian besar responden setuju bahwa dengan mengundang pengusaha sukses pemahaman dunia bisnis responden semakin luas.

Terdapat jawaban ragu-ragu dari responden sebanyak 49 atau 15,17% yang merasa ragu bahwa dengan mengundang orang sukses dapat menambah pemahaman mahasiswa pada dunia bisnis. Hal ini perlu dilakukan tinjauan ulang terhadap mahasiswa yang merasa bahwa dengan mengundang orang sukses akan menambah luas pemahaman mahasiswa pada dunia bisnis. Oleh karena itu, perlu kerja sama dan komunikasi yang baik antara mahasiswa dan dosen tentang apa yang sebaiknya yang dilakukan selain mengundang orang-orang sukses yang dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa sehingga dapat meningkatkan keinginan mahasiswa pada dunia bisnis. Meskipun demikian, sebanyak 173 responden atau sebesar 53,56% memberi tanggapan setuju dan menjadi modus terbanyak dalam menjawab item ini.

Item kesembilan, yaitu pemberian studi kasus dan permasalahan bisnis responden memberikan tanggapan Sangat Setuju sebesar 83 responden atau 25,70%, sedangkan sebanyak 176 responden atau 54,49% menyatakan setuju, menyatakan ragu-ragu sebanyak 53 responden atau 16,41%, dan sebanyak 10 responden atau 3,10% menyatakan tidak setuju, sisanya sebanyak 1 responden atau 0,31% menyatakan Sangat Tidak Setuju.

Sebanyak 53 atau 16,41% responden yang memberikan jawaban ragu-ragu terhadap item pernyataan X1.3.3. Hal ini berarti bahwa masih terdapat keraguan pada mahasiswa terhadap pemberian studi kasus dan masalah bisnis membuat mahasiswa menjadi terbiasa dengan masalah yang ada dunia bisnis.

Hal ini mungkin terjadi mengingat terdapat angkatan 2018 yang menjadi bagian

dari sampel penelitian ini. Dimana diketahui bahwa angkatan 2018 masih sedikit mendapatkan pendidikan bisnis, sehingga hal tersebut berpengaruh terhadap jawaban responden. Berdasarkan dari jawaban responden terhadap pernyataan ini diketahui nilai rata-rata item sebesar 4,02 dimana responden setuju bahwa pemberian studi kasus dan permasalahan bisnis bisa membantu responden untuk terbiasa dengan dunia bisnis.

Item kesepuluh, yaitu tugas proyek dan perencanaan bisnis sebanyak 39 responden atau 12,07% menyatakan sangat setuju, responden yang menyatakan setuju sebanyak 157 atau 48,61%, responden yang menyatakan ragu-ragu 107 atau 33,13%, sedangkan sebanyak 18 responden atau 5,57% menyatakan tidak setuju, dan sisanya sebanyak 2 responden atau 0,62% menyatakan sangat tidak setuju.

Berdasarkan dari jawaban responden diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberikan jawaban ragu-ragu pada pernyataan ini cukup banyak, yaitu 107 atau 33,13% responden. Jumlah ini merupakan yang paling banyak diantara item yang lain. Banyak mahasiswa yang masih ragu bahwa Item X1.3.4 yang merupakan pemberian tugas dan proyek bisnis membuat mahasiswa terbiasa dengan dunia bisnis. Hal ini mungkin dapat menjadi pertimbangan kedepannya dalam pemberian tugas proyek bisnis. Dilihat dari banyaknya mahasiswa yang memberikan tanggapan ragu-ragu pada item ini menjadi gambaran bahwa kedepannya diharapkan lebih banyak lagi tugas proyek bisnis sehingga dapat menghilangkan keraguan pada mahasiswa. Oleh karena itu, dikedepannya perlu menjadi acuan bagi dosen untuk semakin meningkatkan pemberian tugas proyek bisnis pada mahasiswa sehingga mahasiswa dapat terbiasa pada dunia bisnis.

Besarnya jawaban ragu-ragu responden pada item X1.3.4 sangat berpengaruh pada nilai rata-rata indikator pada variabel ini. Meskipun demikian sebesar 48,61% atau sebanyak 157 responden memberikan tanggapan setuju dan menjadi jawaban dengan modus terbanyak pada item pernyataan ini. Sehingga, nilai rata-rata dari item ini sebesar 3,66 menyatakan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa tugas proyek dan perencanaan bisnis akan membuat responden merasa terbiasa terhadap dunia bisnis. Nilai rata – rata indikator Metode Pendidikan Bisnis sebesar 3,88. Penilaian tersebut menunjukkan bahwa metode yang telah diterapkan dengan mendatangkan pebisnis yang sukses untuk berbagi pengalaman sudah mampu meningkatkan pengetahuan responden.

5.2.1.2 Deskripsi variabel *Feasibility* (Z1)

Variabel *Feasibility* memiliki dua indikator yang terdiri dari 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 5.9 berikut:

Tabel 5.9 Distribusi Variabel *Feasibility* (Z1)

Indikator	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata	
		f	%	f	%	F	%	F	%	f	%	Jumlah	%	Item	Indikator
Kemampuan membuka usaha baru	Z1.1.1	67	20.74	155	47.99	95	29.41	5	1.55	1	0.31	323	100	3.87	3.88
	Z1.1.2	73	22.60	149	46.13	94	29.10	6	1.86	1	0.31	323	100	3.89	
Kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan	Z1.2.1	80	24.77	160	49.54	77	23.84	6	1.86	0	0.00	323	100	3.97	3.92
	Z1.2.2	112	34.67	186	57.59	19	5.88	4	1.24	2	0.62	323	100	4.24	
	Z1.2.3	55	17.03	120	37.15	98	30.34	41	12.69	9	2.79	323	100	3.53	
	Grand Mean													3.90	

Sumber: data primer diolah, 2019

Keterangan:

Z1.1.1 = Mampu membuka bisnis

Z1.1.2 = Kepercayaan pada kemampuan untuk menciptakan bisnis

Z1.2.1 = Keyakinan kesuksesan bisnis

Z1.2.2 = Kemampuan dalam mengelola bisnis

Z1.2.3 = Keberhasilan bisnis tergantung pada kemampuan menyelesaikan tugas

Terdapat dua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Feasibility*, yaitu kemampuan membuka usaha baru dan kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan. Nilai rata-rata indikator kemampuan membuka usaha sebesar 3,88 dimana nilai ini menunjukkan bahwa indikator kemampuan membuka usaha berada dalam kategori baik. Sedangkan indikator kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan memiliki nilai rata-rata indikator sebesar 3,92 dimana nilai ini berarti bahwa indikator ini berada dalam kategori baik. Oleh karena itu secara keseluruhan didapat nilai rata-rata variabel *Feasibility* sebesar 3,90 yang mengindikasikan bahwa variabel *Feasibility* termasuk dalam kategori yang baik berdasarkan nilai interpretasi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki keyakinan dan kepercayaan untuk mewujudkan usaha bisnis yang dimilikinya.

Item pertama menunjukkan bahwa dari 323 responden sebanyak 67 atau 20,74% responden menjawab sangat setuju bahwa responden memiliki kemampuan untuk membuka usaha baru, sedangkan sebanyak 155 responden atau 47,99% menyatakan setuju, yang menyatakan ragu-ragu sebanyak 95 atau 29,41%, dan sebanyak 5 responden atau 1,55% menyatakan tidak setuju, sedangkan sisanya 1 responden atau 0,31 menyatakan sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Berdasarkan dari jawaban responden pada item Z1.1.1 terdapat sebanyak 95 atau 29,41% responden yang memberikan jawaban ragu-ragu pada pernyataan bahwa mahasiswa layak untuk membuka usaha sendiri. Hal ini terjadi karena sampel yang dilakukan pada penelitian ini juga berasal dari angkatan 2018 yang merupakan mahasiswa baru dan masih belum banyak mendapatkan pendidikan bisnis. Sehingga hal ini membuat mahasiswa masih ragu apakah dia layak untuk

menjadi seorang wirausaha. Hasil ini juga dapat menjadi pertimbangan kedepannya agar pendidikan bisnis yang diberikan lebih menekankan pada tugas bisnis. Meskipun demikian, sebanyak 155 responden atau sebesar 47,99% sebagai jawaban terbanyak menyatakan setuju terhadap item pernyataan tersebut. Jumlah ini lebih besar dari jumlah jawaban lain dan hampir setengah dari jumlah sampel penelitian. Oleh karena itu, diketahui bahwa nilai rata-rata item sebesar 3,87 yang berarti sebagian besar responden setuju bahwa responden layak dan memiliki kemampuan untuk membuka usaha.

Item kedua Z1.1.2, yaitu percaya pada kemampuan untuk menciptakan bisnis. Sebanyak 73 responden atau 22,60% menyatakan sangat setuju, sedangkan 149 responden atau 46,13% menyatakan setuju, sedangkan 94 responden atau 29,10% menyatakan ragu-ragu, dan sebanyak 6 responden atau 1,86% tidak setuju, sisanya 1 responden atau 0,31% menyatakan sangat tidak setuju. Hasil jawaban responden ini diketahui sebanyak 94 atau 29,10% responden menjawab ragu-ragu pada item Z1.1.2 yang berisi pernyataan bahwa mahasiswa percaya pada kemampuannya untuk menciptakan bisnis baru. Hal ini bisa terjadi mengingat mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini terdapat mahasiswa baru angkatan 2018 yang masih memiliki sedikit pengetahuan dan pemahaman dalam dunia bisnis. Selain itu, masih kurangnya pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa angkatan 2018 berakibat pada tidak percaya dirinya mahasiswa terhadap kemampuan yang dimilikinya dalam menciptakan bisnis baru. Oleh karena itu, perlu menjadi perhatian kedepannya untuk lebih memfokuskan metode pembelajaran pendidikan bisnis pada mahasiswa yang masih memiliki keraguan akan kemampuannya dalam menciptakan bisnis.

Meskipun demikian, terdapat jawaban terbanyak dari pernyataan ini sebesar 46,13% atau sebanyak 149 responden yang memberikan tanggapan setuju. Hal tersebut yang kemudian mempengaruhi nilai rata-rata indikator dan berpengaruh pada nilai rata-rata variabel. Sehingga, berdasarkan hasil dari jawaban responden diketahui bahwa nilai rata-rata dari item sebesar 3,89 yang berarti bahwa sebagian besar responden setuju bahwa responden percaya pada kemampuannya untuk menciptakan bisnis. Selanjutnya, indikator pertama yaitu, membuka usaha baru memiliki nilai rata-rata indikator sebesar 3,88 yang berarti variabel ini masuk dalam kategori baik. Penilaian ini menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan dalam membuka usaha baru serta memiliki kepercayaan pada kemampuannya untuk menciptakan bisnis baru.

Item ketiga yaitu keyakinan kesuksesan bisnis, dari 323 responden sebanyak 80 responden atau 24,77% menyatakan sangat setuju, sedangkan sebanyak 160 responden atau 49,54% menyatakan setuju, sebanyak 77 responden atau 23,84% menyatakan ragu-ragu, dan sisanya sebanyak 6 responden atau 1,86% menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan paparan jawaban responden, diketahui sebanyak 77 atau 23,84% responden menyatakan ragu-ragu terhadap item Z1.2.1 yang berisi pernyataan bahwa mahasiswa yakin dimasa depan bisnisnya akan sukses dengan kemampuan yang dimilikinya. Keraguan yang dimiliki oleh mahasiswa akan kesuksesan bisnisnya dimasa depan bisa diakibatkan karena kurangnya keyakinan yang dimiliki oleh mahasiswa bahwa dia memiliki kemampuan untuk mensukseskan bisnisnya nanti. Hal ini bisa terjadi karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa angkatan 2015-2018. Dimana diketahui bahwa mahasiswa angkatan 2018 masih sedikit mendapatkan pendidikan bisnis,

sehingga masih terdapat jawaban responden yang ragu terhadap pernyataan tersebut. Meskipun demikian, jumlah terdapat jumlah responden yang paling banyak memberikan tanggapan setuju terhadap item pernyataan ini, yaitu sebesar 49,54% atau sebanyak 160 responden. Jika dilihat dari jumlah keseluruhan sampel, maka jumlah ini sudah mencakup setengah dari sampel penelitian. Berdasarkan dari paparan jawaban responden pada item ketiga ini, diketahui bahwa nilai rata-rata item sebesar 3,97 yang menunjukkan bahwa responden setuju bahwa responden memiliki keyakinan dengan kemampuannya untuk bisnis dimasa depan.

Item keempat yaitu kemampuan dalam mengelola bisnis. Pada item ini sebanyak 112 responden atau 34,67% menyatakan sangat setuju, sedangkan sebanyak 186 responden atau 57,59% menyatakan setuju, yang memberi tanggapan ragu-ragu sebanyak 19 responden atau 5,88%, sebanyak 4 responden atau 1,24% menjawab ragu-ragu dan sisanya sebanyak 2 responden atau 0,62% memberi tanggapan sangat tidak setuju. Nilai rata-rata item sebesar 4,24 yang menunjukkan bahwa responden setuju bahwa agar bisnis sukses responden harus memiliki kemampuan dalam mengelola bisnis. Berdasarkan dari jawaban responden ini maka item ini dikatakan sangat baik dilihat dari nilai rata-rata item.

Item Kelima yaitu keberhasilan bisnis tergantung pada kemampuan dalam menyelesaikan tugas. Item ini mendapat tanggapan dari responden sebanyak 55 atau 17,03% menyatakan sangat setuju, sedangkan yang menanggapi setuju sebanyak 120 responden atau 37,15%, sementara 98 responden atau 30,34% memberi tanggapan ragu-ragu, dan sebanyak 41 responden atau 12,69% menyatakan tidak setuju, sedangkan sisanya sebanyak 9 responden atau 2,79% memberi tanggapan sangat tidak setuju.

Tanggapan dari responden pada item Z1.2.3 yang berisi pernyataan bahwa keberhasilan bisnis mahasiswa nantinya bergantung dari kemampuannya dalam menyelesaikan tugas kewirausahaan yang diberikan dosen, mendapatkan tanggapan ragu-ragu sebanyak 98 atau 30,34% responden dan tidak setuju sebanyak 41 atau 12,69% responden. Hal ini menunjukkan bahwa banyak mahasiswa merasa dalam keberhasilan bisnis tidak ada hubungannya dengan kemampuan mahasiswa dalam menyelesaikan tugas kewirausahaan. Sebagian mahasiswa beranggapan bahwa tugas kewirausahaan yang diberikan oleh dosen tidak akan banyak membantu nantinya dalam permasalahan bisnis yang akan dihadapi oleh mahasiswa ketika memulai bisnis. Untuk itu, perlu diadakan perbaikan dalam sistem pendidikan bisnis yang lebih mengarahkan mahasiswa pada permasalahan yang sering terjadi dalam dunia bisnis sebagai tugas yang diberikan dosen kepada mahasiswa.

Meskipun tanggapan ragu-ragu dan tidak setuju cukup banyak pada item ini, namun sebanyak 120 responden atau sebesar 37,15% menyatakan setuju dan merupakan tanggapan dengan modus terbanyak pada item pernyataan ini.

Sehingga, berdasarkan dari paparan jawaban responden tersebut didapat nilai rata-rata item sebesar 3,53 yang berarti bahwa responden setuju bahwa keberhasilan bisnis bergantung pada kemampuan responden dalam menyelesaikan tugas. Dilihat dari jawaban responden dapat diinterpretasikan bahwa item ini dikatakan baik. Selain itu, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata indikator kedua sebesar 3,92. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan responden akan berpengaruh kepada kesuksesan bisnis dimasa depan karena memiliki kepercayaan diri kepada kemampuan.

5.2.1.3 Deskripsi Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* (Z2)

Variabel *Entrepreneurial self-efficacy* memiliki delapan item pertanyaan dibentuk dari dua indikator yaitu inovasi dan pengambilan resiko yang diberikan kepada 321 responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada

Tabel 5.10 berikut:

Tabel 5.10 Distribusi Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* (Z2)

Indikator	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata	
		f	%	f	%	f	%	F	%	F	%	Jumlah	%	Item	Indikator
Inovasi	Z2.1.1	49	15.17	175	54.18	83	25.70	14	4.33	2	0.62	323	100	3.79	3.85
	Z2.1.2	46	14.24	167	51.70	102	31.58	7	2.17	1	0.31	323	100	3.77	
	Z2.1.3	41	12.69	187	57.89	90	27.86	4	1.24	1	0.31	323	100	3.81	
	Z2.1.4	72	22.29	199	61.61	46	14.24	5	1.55	1	0.31	323	100	4.04	
Pengambilan Resiko	Z2.2.1	49	15.17	195	60.37	74	22.91	4	1.24	1	0.31	323	100	3.89	3.99
	Z2.2.2	45	13.93	221	68.42	52	16.10	4	1.24	1	0.31	323	100	3.94	
	Z2.2.3	74	22.91	223	69.04	22	6.81	4	1.24	0	0.00	323	100	4.14	
	Z2.2.4	52	16.10	221	68.42	43	13.31	7	2.17	0	0.00	323	100	3.98	
Grand Mean														3.92	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Keterangan:

Z2.1.1 = Ide baru untuk memulai bisnis

Z2.1.2 = Menciptakan barang atau jasa yang inovatif

Z2.1.3 = Barang atau jasa yang diciptakan dapat diterima oleh pasar target

Z2.1.4 = Barang dan Jasa dapat menarik konsumen dengan metode pemasaran yang inovatif

Z2.2.1 = Mampu memprehitungkan resiko pasar

Z2.2.2 = Berani mengambil resiko bisnis

Z2.2.3 = Bertanggung jawab atas segala keputusan yang diambil

Z2.2.4 = Mampu bekerja dibawah tekanan

Berdasarkan Tabel 5.10 di dapatkan bahwa nilai rata – rata variabel *Entrepreneurial self-efficacy* sebesar 3,92. Nilai rata – rata tersebut menunjukkan bahwa variabel *Entrepreneurial self-efficacy* memiliki kategori yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden mampu melakukan pemasaran yang inovatif dan menarik konsumen serta berani mengambil resiko ketika sedang memulai bisnis.

Nilai indikator Inovasi pada variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 3,85. Nilai

ini merupakan nilai rata-rata yang rendah diantara indikator variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Namun, nilai ini menunjukkan bahwa indikator ini memiliki makna baik berdasarkan nilai interpretasi. Sedangkan nilai rata-rata indikator pengambilan resiko diketahui sebesar 3,99 dimana indikator ini memiliki makna baik berdasarkan nilai interpretasi. Oleh karena itu secara keseluruhan didapat nilai rata-rata variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebesar 3,92 yang mengindikasikan bahwa variabel *Entrepreneurial Self-efficacy* termasuk dalam kategori yang baik. Berdasarkan nilai rata-rata ini diketahui bahwa responden memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi dan telah mengetahui resiko yang akan dihadapi ketika memulai bisnis.

Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki dua indikator yaitu inovasi dan pengambilan resiko yang terdiri dari delapan item pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Berdasarkan data yang tertera diketahui bahwa pada item pertama, sebanyak 49 atau 15,17% responden menjawab sangat setuju, sedangkan responden yang menjawab setuju sebanyak 175 atau 54,18% responden, sebanyak 83 responden atau 25,70% menjawab ragu-ragu, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 atau 4,33% responden, dan sisanya menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 0,62%.

Berdasarkan dari jawaban responden, diketahui bahwa sebanyak 83 atau 25,70% responden menjawab ragu-ragu pada item 22.1.1 yang menyatakan mahasiswa memiliki ide baru untuk memulai bisnis. Jawaban responden yang bersifat ragu-ragu menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang tidak memiliki kepercayaan bahwa dia memiliki ide bisnis untuk menciptakan bisnis baru. Hal ini bisa saja dipengaruhi oleh masih kurangnya kemauan dan motivasi

dari mahasiswa dalam menciptakan bisnis baru. Jawaban ragu-ragu responden ini sedikit banyak berpengaruh pada nilai rata-rata item penelitian.

Meskipun banyak mahasiswa yang masih memiliki keraguan dalam memiliki ide bisnis itu bukan menjadi tanggapan dengan modus terbanyak pada item ini. Sebesar 54,18% atau sebanyak 175 responden menjawab setuju dan menjadi jawaban dengan modus terbanyak. Jumlah ini jika dilihat secara keseluruhan dari jumlah sampel penelitian yang berjumlah 323 responden, lebih dari 50% memberikan tanggapan setuju pada pernyataan ini. Sehingga hal ini berpengaruh pada nilai rata-rata item pernyataan Z1.1.1 Oleh karena itu, nilai rata-rata dari item ini diketahui sebesar 3,79 yang menunjukkan bahwa responden setuju dengan pernyataan bahwa responden memiliki ide baru untuk memulai bisnis.

Item kedua, menciptakan barang atau jasa yang inovatif, mendapat tanggapan sangat setuju dari responden sebanyak 46 atau 14,24% responden, sebanyak 167 atau 51,70% responden mendapatkan tanggapan setuju, sedangkan untuk tanggapan ragu-ragu sebanyak 102 atau 31,58% responden, dan sebanyak 7 responden atau 2,17 % memberi tanggapan tidak setuju, sisanya 1 responden atau 0,31% menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan jawaban responden tersebut diketahui bahwa sebanyak 102 atau 31,58% responden menjawab ragu-ragu pada item Z2.1.2 dengan pernyataan bahwa mahasiswa memiliki keyakinan dapat menciptakan barang atau jasa yang inovatif. Jika dilihat berdasarkan paparan jawaban responden, nilai ini terbilang cukup besar, dari 323 jumlah responden sebanyak 102 merasa ragu dengan produk yang diciptakan akan dapat diterima oleh pasar. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang merasa tidak yakin dengan apa yang mereka miliki. Mahasiswa

merasa kurang memiliki motivasi terhadap diri sendiri dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, perlu diadakan suatu tindakan yang dapat meyakinkan mahasiswa dalam menciptakan barang atau jasa yang dapat diterima oleh pasar.

Meskipun masih banyak mahasiswa yang masih ragu-ragu untuk menciptakan barang yang dapat diterima, namun sebanyak 167 responden atau 51,70% memberikan tanggapan setuju dan menjadi jawaban dengan modulus terbanyak pada item pernyataan ini. Sehingga, nilai rata-rata dari item Z2.1.2 didapat sebesar 3,77 yang berarti bahwa item ini sudah baik dan sebagian besar responden setuju bahwa responden yakin barang atau jasa yang akan diciptakan adalah produk yang inovatif.

Item ketiga, barang atau jasa yang diciptakan dapat diterima oleh pasar target ditanggapi sangat setuju oleh responden sebanyak 41 atau 12,69% responden, yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 187 atau 57,89%, sedangkan jawaban ragu-ragu sebanyak 90 atau 27,85% responden, dan sebanyak 4 responden atau 1,24% memberikan tanggapan tidak setuju, sisanya 1 responden atau 0,31% memberi tanggapan sangat tidak setuju. Berdasarkan dari paparan jawaban responden sebanyak 90 atau 27,85% responden masih ragu terhadap item Z2.1.3 yang menyatakan bahwa barang atau jasa yang diciptakan dapat diterima oleh target pasar. Hal ini memperlihatkan bahwa masih banyak mahasiswa masih ragu terhadap keyakinan dan kemampuan yang mereka miliki untuk menciptakan barang atau jasa yang inovatif. Oleh karena itu, perlu adanya fokus pendidikan bisnis yang dapat meningkatkan keyakinan dan kemampuan mahasiswa terutama dalam penciptaan produk bisnis yang inovatif. Selain itu, terdapat mahasiswa baru angkatan 2018 yang masih sedikit mendapatkan

pendidikan bisnis sehingga ini berpengaruh terhadap jawaban responden dalam penelitian ini.

Meskipun responden yang menjawab ragu-ragu cukup banyak, namun jawaban setuju menjadi jawaban terbanyak yaitu 187 atau 57,89% responden.

Responden yang menjawab setuju mencapai hampir dari setengah jumlah sampel dalam penelitian ini, sehingga berdasarkan dari tanggapan responden dapat diketahui nilai rata-rata item sebesar 3,81. Hal ini berarti responden setuju bahwa barang atau jasa yang diciptakan nanti akan diterima oleh pasar target produk.

Item keempat, barang dan jasa dapat menarik konsumen dengan metode pemasaran yang inovatif mendapat tanggapan sangat setuju sebanyak 72 atau 22,29% responden total responden sebanyak 323, sedangkan responden yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 199 atau 61,61% responden, dan sebanyak 46 responden atau 14,24% memberi jawaban ragu-ragu, sedangkan jawaban tidak setuju sebanyak 5 atau 1,55% responden, sisanya 1 responden atau 0,31% memberikan tanggapan sangat tidak setuju. Berdasarkan paparan jawaban diatas diketahui bahwa jawaban setuju menjadi jawaban terbanyak dari responden yaitu sebesar 199 atau 61,61% yang setuju terhadap item Z2.1.4. Meskipun begitu sebanyak 46 atau 14,24% responden mahasiswa memberikan tanggapan ragu-ragu. Hal ini berarti bahwa masih ada beberapa mahasiswa yang masih memiliki keraguan bahwa pemasaran yang mereka lakukan dapat menarik konsumen. Oleh karena itu, perlu ditekankan dalam pendidikan bisnis tentang bagaimana agar pemasaran yang dilakukan dapat menarik konsumen.

Meskipun ada beberapa responden yang memberikan tanggapan kergauan pada item pernyataan ini, namun sebanyak 199 responden atau sebesar 61,61% responden memberikan tanggapan setuju dan menjadi jawaban dengan

modus terbanyak untuk item pernyataan ini. Jika dilihat dari jumlah respon terbanyak, lebih dari 50% responden setuju dengan pernyataan ini dari total keseluruhan sampel penelitian yang berjumlah 323 responden. Berdasarkan dari paparan jawaban responden diketahui bahwa nilai rata-rata item ini sebesar 4,04. Nilai rata-rata yang diperoleh menunjukkan bahwa responden setuju dengan barang atau jasa yang dipasarkan akan menarik konsumen jika menggunakan metode pemasaran yang inovatif. Walaupun terdapat mahasiswa yang memberikan jawaban ragu-ragu terhadap pernyataan yang diberikan namun nilai rata-rata indikator Inovasi yang membentuk item menunjukkan nilai sebesar 3,86 yang masuk kedalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa ide baru mengenai produk barang dan jasa dengan menggunakan metode pemasaran yang inovatif merupakan salah satu inovasi yang dilakukan responden dalam memasarkan prdouknya pada target pasar.

Item kelima, mampu memperhitungkan resiko pasar mendapatkan tanggapan sangat setuju sebanyak 49 atau 15,17% dari responden, sedangkan yang memberi tanggapan setuju sebanyak 195 atau 60,37% responden, sebanyak 74 atau 22,91% responden menyatakan ragu-ragu, dan sebanyak 4 responden atau 1,24% menyatakan tidak setuju, sisanya 1 responden atau 0,31% menyatakan sangat tidak setuju. Dari jawaban responden tersebut, diketahui bahwa masih terdapat sejumlah responden yang merasa ragu terhadap pernyataan item Z2.2.1 yaitu sebanyak 74 atau 22,91% responden. Hal ini dikarenakan masih terdapat mahasiswa baru angkatan 2018 yang masuk sebagai responden dalam penelitian ini. Meskipun demikian sebanyak 195 atau 60,37% responden setuju terhadap item pernyataan ini dan menjadi jawaban terbanyak dari jumlah keseluruhan sampel yaitu sebanyak 323 responden. Oleh karena itu,

berdasarkan paparan jawaban responden tersebut diketahui bahwa nilai rata-rata item sebesar 3,89. Nilai rata-rata item tersebut menunjukkan bahwa responden setuju bahwa responden mampu memrhitungkan resiko pasar yang akan dihadapi. Item keenam yaitu berani mengambil resiko mendapatkan tanggapan sangat setuju sebanyak 45 atau 13,93% responden, sedangkan sebanyak 221 atau 68,42% responden memberikan tanggapan setuju, sebanyak 52 responden atau 16,10% memberi tanggapan ragu-ragu, dan sebanyak 4 atau 1,24% responden memberi tanggapan tidak setuju, sisanya 1 responden atau 0,31 memberi tanggapan sangat tidak setuju.

Diketahui sebanyak 221 atau 68,42% memberikan tanggapan setuju menjadi jawaban terbanyak yang diberikan responden pada item Z2.2.2 yang menyatakan mahasiswa berani mengambil resiko dalam memulai bisnis. Sedangkan masih terdapat mahasiswa yang masih ragu dengan keyakinannya bahwa dia mampu menciptakan bisnis yang sukses, yaitu sebanyak 51 atau 16,10% responden. Mengingat dari semua sampel penelitian ini terdapat 25% dari jumlah sampel merupakan mahasiswa baru angkatan 2018 yang masih baru mendapatkan pendidikan bisnis. Oleh karena itu, berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh responden maka nilai rata-rata item ini didapat sebesar 3,94. Nilai rata-rata tersebut dapat diinterpretasikan bahwa responden setuju dengan berani mengambil resiko yang akan muncul ketika akan memulai bisnis.

Item ketujuh yaitu bertanggung jawab atas segala keputusan yang diambil ditanggapi sangat setuju oleh 74 atau 22,91% responden, sedangkan sebanyak 223 atau 69,04% mendapat tanggapan setuju, dan sebanyak 22 responden atau 6,81% memberikan tanggapan ragu-ragu, dan sisanya yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 4 atau 1,24% responden. Sebanyak 223 atau

69,04% responden menjawab setuju terhadap item pernyataan Z2.2.3 dan menjadi jawaban terbanyak. Jumlah ini jika dilihat dari keseluruhan sampel lebih dari 50% responden setuju terhadap item pernyataan ini. Namun, sebanyak 22 atau 6,81% responden memberikan tanggapan ragu-ragu. Hal ini memperlihatkan bahwa masih terdapat mahasiswa yang masih ragu bahwa mahasiswa dapat bertanggung jawab atas segala keputusan yang diambil pada saat memulai bisnis. Meskipun responden yang menjawab ragu tidak terlalu banyak dari jumlah keseluruhan sampel namun hal ini dapat menjadi pertimbangan kedepannya agar mahasiswa dapat meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap segala keputusan yang diambil saat akan memulai usaha. Berdasarkan dari jawaban responden pada tabel 5.10 diketahui nilai rata-rata 4,14. Nilai rata-rata item tersebut menunjukkan bahwa responden setuju akan mempertanggung jawabkan segala keputusan yang diambil.

Item kedelapan mampu bekerja dibawah tekanan, dari 323 responden sebanyak 52 atau 16,10% responden menyatakan sangat setuju, yang memberi tanggapan setuju sebanyak 221 atau 68,42% responden, sedangkan sebanyak 43 atau 13,31% responden memberikan tanggapan ragu-ragu, sisanya sebanyak 7 atau 2,17% responden memberikan tanggapan tidak setuju dan tidak ada responden yang menanggapi sangat tidak setuju terhadap item ini. Berdasarkan jawaban dari responden sebanyak 221 atau 68,42% responden menyatakan setuju dan jawaban tersebut menjadi jawaban terbanyak pada item pernyataan Z2.2.4 yang menyatakan mahasiswa mampu bekerja dibawah tekanan pada saat berwirausaha. Dilihat dari jumlah keseluruhan sampel penelitian yaitu 323 responden jawaban setuju menjadi jawaban terbanyak dan lebih dari setengah jumlah sampel setuju terhadap item pernyataan ini. Meskipun begitu terdapat 43

atau 13,31% responden yang masih merasa ragu bahwa mereka mampu bekerja dibawah tekanan. Hal ini, dapat menjadi pertimbangan kedepannya bagi dosen untuk dapat meningkatkan keraguan mahasiswa dan menjadi yakin bahwa mereka mampu menjalankan bisnisnya. Meskipun masih terdapat jawaban ragu-ragu dari mahasiswa, di dapat nilai rata-rata item sebesar 3,98. Nilai rata-rata ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka dapat bekerja dibawah tekanan.

Berdasarkan pada tabel 5.10 diketahui bahwa nilai rata-rata indikator pengambilan resiko yang membentuk item menunjukkan nilai sebesar 3,92 yang masuk kedalam kateori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden mampu memperhitnugkan resiko dan berani mengambil resiko saat akan memulai bisnis serta akan bertanggung jawab atas atas resiko tersebut dengan segala tekanan kerja dalam mengelola bisnis.

5.2.1.4 Deskripsi variabel Niat Berwirausaha (Y)

Variabel Niat Berwirausaha terdiri dari enam item pertanyaan dibentuk dari dua indikator yaitu, *Behavioral Intention* dan *Slef-Prediction* yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 5.11:

Tabel 5.11 Distribusi Frekuensi Variabel Niat Berwirausaha (Y)

Indikator	Item	SS		S		N		TS		STS		Jumlah		Rata-rata	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	Jumlah	%	Item	Indikator
Behavioral Intention	Y1.1.1	141	43.65	155	47.99	19	5.88	7	2.17	1	0.31	323	100	4.33	4.22
	Y1.1.2	136	42.11	147	45.51	33	10.22	4	1.24	3	0.93	323	100	4.27	
	Y1.1.3	99	30.65	152	47.06	65	20.12	7	2.17	0	0.00	323	100	4.06	
Self-Prediction	Y1.2.1	137	42.41	154	47.68	26	8.05	5	1.55	1	0.31	323	100	4.30	4.12
	Y1.2.2	106	32.82	151	46.75	57	17.65	7	2.17	2	0.62	323	100	4.09	
	Y1.2.3	95	29.41	141	43.65	75	23.22	8	2.48	4	1.24	323	100	3.98	
	Grand Mean													4.17	

Sumber: Data primer diolah, 2019

Keterangan:

Y1.1.1 = Tertarik untuk menjadi pengusaha

Y1.1.2 = Berniat menjadi pengusaha

Y1.1.3 = Siap untuk memulai bisnis

Y1.2.1 = Ingin menjadi pengusaha

Y1.2.2 = Berusaha menjadi pengusaha

Y1.2.3 = Secepatnya menjadi pengusaha

Berdasarkan tabel 5.11 diketahui bahwa nilai rata-rata indikator *Behavioral Intention* memiliki nilai sebesar 4,22 dimana nilai ini memiliki makna sangat baik.

Nilai rata-rata indikator ini juga merupakan yang tertinggi diantara indikator pada variabel niat berwirausaha. Nilai rata-rata indikator *Self-Prediction* sebesar 4,12 dimana nilai ini memiliki makna bahwa indikator ini masuk dalam kategori baik.

Oleh karena itu, nilai rata-rata variabel niat berwirausaha (Y) memiliki nilai sebesar 4,17. Nilai rata – rata tersebut menunjukkan bahwa variabel Niat Berwirausaha memiliki makna yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden sudah memiliki niat yang tinggi dalam melakukan wirausaha.

Item pertama Y1.1.1 dengan pernyataan bahwa mahasiswa tertarik untuk menjadi pengusaha dalam indikator *Behavioral Intention* menunjukkan hasil bahwa sebanyak 131 atau 43,65% responden memberi tanggapan sangat setuju, sementara sebanyak 155 atau 47,99% memberi tanggapan setuju, sedangkan sebanyak 19 atau 5,88% responden menjawab ragu-ragu, yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 atau 2,17% responden, dan sisanya 1 atau 0,31% responden menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan dari pemaparan jawaban responden diketahui bahwa modus jawaban terbanyak pada item ini sebanyak 155 responden atau sebesar 47,99% dengan memberi tanggapan setuju. Sehingga, nilai rata-rata item sebesar 4,33. Hal ini berarti bahwa nilai rata-rata item tersebut menunjukkan responden sangat setuju untuk menjadi pengusaha.

Item kedua Y1.1.2 yang berisi pernyataan mahasiswa berniat menjadi pengusaha menunjukkan hasil bahwa sebanyak 136 atau 42,11% responden memberikan tanggapan sangat setuju, sedangkan sebanyak 147 atau 45,51% responden memberikan tanggapan setuju, yang memberikan jawaban ragu-ragu sebanyak 33 atau 10,22% responden, dan sebanyak 4 atau 1,24% responden memberikan tanggapan tidak setuju, sisanya 3 atau 0,93% responden memberikan tanggapan sangat tidak setuju. Berdasarkan tanggapan yang diberikan oleh responden, sebanyak 33 responden atau sebesar 10,22% memberikan tanggapan ragu-ragu untuk menjadi pengusaha. Jika dilihat dari jumlah keseluruhan sampel penelitian yang berjumlah 323 responden, sebanyak 90 responden atau 28,04% responden tidak memiliki latar belakang wirausaha. Sehingga, hal ini dapat dimaklumi jika masih terdapat mahasiswa yang masih memiliki keraguan untuk menjadi pengusaha.

Meskipun masih terdapat responden yang memiliki keraguan untuk menjadi pengusaha, namun pada item Y1.1.2 terdapat jawaban denganodus terbanyak yaitu sebesar 45,51% atau sebanyak 147 responden memberikan tanggapan setuju. Selain itu responden yang memberikan tanggapan sangat setuju juga hampir sama banyaknya dengan responden yang memberikan jawaban setuju. Sehingga, responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu tidak terlalu mempengaruhi nilai rata-rata item pernyataan. Oleh karena itu, dilihat dari jumlah keseluruhan jawaban sampel dan tanggapan terbanyak maka diketahui nilai rata-rata item sebesar 4,27. Nilai rata-rata item ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap item pernyataan Y1.1.2.

Item ketiga yaitu siap untuk memulai bisnis, mendapatkan respon sangat setuju dari responden sebanyak 99 atau 30,65%, yang menjawab setuju sebanyak

152 atau 47,06% responden, sedangkan yang menjawab ragu-ragu sebanyak 65 atau 20,12% responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 7 atau 2,17% responden, dan tidak ada responden yang menanggapi sangat tidak setuju pada item ini. Berdasarkan dari paparan jawaban responden, terlihat bahwa terdapat responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 65 responden atau sebesar 20,12%. Hal ini dapat terjadi karena mengingat berdasarkan latar belakang responden, terdapat responden yang tidak memiliki latar belakang keluarga sebagai wirausaha. Selain itu, terdapat juga mahasiswa angkatan 2018 sebagai sampel dalam penelitian ini dimana angkatan 2018 masih sedikit mendapatkan pendidikan bisnis. Oleh karena itu, masih banyak mahasiswa yang masih ragu untuk memulai bisnis.

Dilihat dari tanggapan jawaban responden, masih terdapat mahasiswa yang memiliki keraguan untuk memulai bisnis, meskipun begitu tanggapan dengan modus terbanyak terhadap item pernyataan ini sebesar 47,06% atau sebanyak 152 responden dengan memberikan tanggapan setuju. Jika dilihat dari keseluruhan sampel penelitian yaitu sebanyak 323 responden, banyaknya responden yang memberikan tanggapan setuju hampir dari setengah jumlah keseluruhan sampel. Oleh sebab itu, di dapatkan nilai rata-rata item sebesar 4,06. Nilai rata-rata ini masuk dalam kategori baik dan menunjukkan bahwa responden setuju untuk memulai bisnis.

Walaupun terdapat sejumlah responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu pada item pernyataan indikator *Behavioral Intention*, namun, nilai rata-rata indikator pertama pada tabel 5.11 dilihat dari rata-rata item diketahui sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa pada indikator ini masuk dalam kategori sangat

baik dan responden sangat setuju dengan item pernyataan bahwa responden memiliki niat untuk menjadi seorang pengusaha dan memulai bisnis sendiri.

Item keempat Y1.2.1 yang berisi pernyataan bahwa mahasiswa ingin menjadi pengusaha, dibentuk berdasarkan indikator kedua yaitu *Self-Prediction* menunjukkan hasil sebanyak 137 atau 42,41% responden menjawab sangat setuju, sedangkan sebanyak 154 atau 47,68% responden memberi tanggapan setuju, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 26 atau 8,05% responden, dan sebanyak 5 atau 1,55% responden menjawab tidak setuju, sisanya sebanyak 1 atau 0,31% responden memberi tanggapan sangat tidak setuju. Nilai rata-rata item ini sebesar 4,30. Hal ini menunjukkan bahwa item ini termasuk dalam kategori sangat baik dan responden sangat setuju dengan pernyataan bahwa responden ingin menjadi seorang pengusaha.

Item kelima Y1.2.2 berisi pernyataan yaitu berusaha menjadi pengusaha ditanggapi sangat setuju oleh responden sebanyak 106 atau 32,82% responden, sedangkan yang memberi tanggapan setuju sebanyak 151 atau 46,75% responden, yang menjawab ragu-ragu sebanyak 57 atau 17,65% responden, sebanyak 7 atau 2,17% responden menjawab tidak setuju, dan sisanya sebanyak 2 atau 0,62% responden menanggapi sangat tidak setuju. Berdasarkan dari paparan jawaban responden, masih ada sejumlah responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu yaitu sebanyak 57 responden atau sebesar 17,65%. Hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa mahasiswa yang masih merasa ragu untuk berusaha menjadi pengusaha. Selain itu, jika dilihat dari latar belakang responden terdapat responden yang tidak memiliki latar belakang pengusaha yaitu sebanyak 90 responden atau sekitar 28,04% dari jumlah keseluruhan responden. Sehingga ini mempengaruhi jawaban dari responden terhadap pernyataan ini.

Meskipun masih terdapat sejumlah responden yang masih ragu untuk menjadi pengusaha, namun jika dilihat secara keseluruhan jawaban diketahui jawaban terbanyak yang diberikan responden adalah sebanyak 151 responden atau 46,75% yang menyatakan responden setuju dengan item pernyataan ini. Sehingga, terlihat bahwa hampir dari setengah responden dari seluruh sampel penelitian ini setuju dengan item ini. Oleh karena itu, nilai rata-rata item sebesar 4,09 yang berarti bahwa item ini masuk dalam kategori baik dan menunjukkan bahwa responden setuju untuk berusaha menjadi pengusaha.

Item keenam yaitu secepatnya menjadi pengusaha, menunjukkan sebanyak 95 atau 29,41% memberi tanggapan sangat setuju, yang memberi tanggapan setuju sebanyak 141 atau 43,65% responden, yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 75 atau 23,22% responden, sedangkan sebanyak 8 atau 2,48% memberi tanggapan tidak setuju, dan sisanya yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 atau 1,24% responden. Dilihat dari jawaban responden pada item ini diketahui sebanyak 75 responden atau sebesar 23,22% memberikan tanggapan ragu-ragu. Hal ini menunjukkan bahwa sejumlah mahasiswa masih ragu untuk segera menjadi pengusaha. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berasal dari mahasiswa angkatan 2015-2018. Dimana diketahui bahwa mahasiswa angkatan 2018 merupakan mahasiswa baru yang masih sedikit mendapatkan pendidikan bisnis sehingga keinginan mereka juga masih memiliki keraguan untuk bisa secepatnya menjadi pengusaha.

Meskipun jumlah responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu terhadap pernyataan ini, terdapat sebanyak 141 responden atau sebesar 43,65% responden yang memberikan tanggapan setuju dan menjadi jawaban terbanyak yang muncul dalam item pernyataan ini. Sehingga, nilai rata-rata item ini sebesar

3,98 yang berarti bahwa item ini masuk dalam kategori baik dan menunjukkan bahwa responden setuju untuk secepatnya menjadi pengusaha. Berdasarkan paparan jawaban responden pada indikator kedua diketahui bahwa nilai rata-rata indikator sebesar 4,12. Nilai rata-rata indikator ini dapat diinterpretasikan baik dan responden setuju untuk segera menjadi pengusaha dan berusaha dengan keras untuk secepatnya menjadi pengusaha.

5.2.2. Analisis Cross Table

5.2.2.1. Cross Table Angkatan dengan Indikator

Tabel 5.12 Cross Table Angkatan dengan Indikator

Indikator	Angkatan			
	2015	2016	2017	2018
X1.1	4.28	4.12	4.35	4.55
X1.2	3.91	3.78	3.88	4.03
X1.3	3.85	3.91	3.84	3.90
X	4.01	3.94	4.02	4.16
Z1.1	3.74	3.92	3.85	4.01
Z1.2	3.71	3.96	3.81	4.16
Z1	3.72	3.94	3.83	4.10
Z2.1	3.72	3.88	3.86	3.95
Z2.2	3.88	4.04	4.00	4.01
Z2	3.80	3.96	3.93	3.98
Y1.1	4.07	4.20	4.24	4.38
Y1.2	3.90	4.13	4.09	4.36
Y	3.98	4.17	4.16	4.37

Sumber: Data diolah, 2019

Data pada tabel 5.12 menunjukkan hubungan antara angkatan dengan indikator penelitian. Berdasarkan dari tabel interpretasi diketahui bahwa diantara keempat angkatan yang dipilih untuk menjadi sampel penelitian memiliki nilai yang tinggi. Namun diantara keempat angkatan yang menjadi sampel penelitian pada indikator X terlihat bahwa angkatan 2016 memiliki nilai yang lebih tinggi dibanding dengan angkatan lain, yaitu dengan nilai sebesar 4,16.

Sama halnya dengan nilai indikator pada variabel Z1, indikator-indikator pembentuk variabel Z1 memiliki nilai paling besar pada angkatan 2018 yaitu sebesar 4,10. Secara keseluruhan, nilai indikator pada angkatan 2018 lebih tinggi daripada nilai indikator pada angkatan lain. Indikator – indikator variabel Z2 diketahui juga memiliki nilai yang tinggi untuk angkatan 2018. Meskipun nilai variabel Z2 sebesar 3,98 namun masih lebih tinggi dibanding angkatan lain. Nilai indikator Z2 antara angkatan 2018 dengan angkatan lain terlihat tidak terlalu berbeda. Sedangkan pada indikator-indikator pembentuk variabel Y terlihat bahwa angkatan 2015 memiliki nilai yang paling rendah dibanding dengan angkatan lain, yaitu sebesar 3,98. Secara keseluruhan nilai indikator pada angkatan 2015 merupakan yang paling rendah dibanding dengan angkatan lain. Sedangkan untuk angkatan dengan nilai tertinggi terdapat pada angkatan 2018 dengan nilai sebesar 4,37. Hal ini secara keseluruhan angkatan 2018 memiliki nilai indikator yang tinggi dibanding dengan angkatan lain. Jika dibandingkan dengan angkatan sebelumnya, angkatan 2018 merupakan mahasiswa baru yang mendapatkan pendidikan bisnis lebih sedikit daripada angkatan lain. Namun jika dilihat dari nilai indikator angkatan 2018 memiliki nilai yang paling tinggi diantara angkatan lain. Perlu penelitian lebih lanjut untuk melihat apakah ada pengaruh lain yang mengakibatkan mengapa angkatan 2018 memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan angkatan lainnya.

5.2.2.2. Cross Table Pendidikan Bisnis dengan Angkatan

Tabel 5.13 Cross Table Pendidikan Bisnis dengan Angkatan

		Angkatan				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Pendidikan Bisnis	Rendah	2	0	1	1	4
	Sedang	13	22	14	10	59
	Tinggi	61	78	57	64	260
Total		76	100	72	75	323

Sumber: Data diolah, 2019

Data penelitian pada tabel 5.13 menunjukkan bahwa angkatan 2016 sebanyak 78 responden memiliki pemahaman pendidikan bisnis yang tinggi dibanding dengan angkatan yang lain. Sementara untuk angkatan 2018 merupakan responden dengan pemahaman pendidikan bisnis yang tinggi kedua yaitu sebanyak 64 responden dari jumlah sampel. Hal ini mungkin saja terjadi mengingat jumlah responden untuk angkatan 2016 lebih banyak dibanding angkatan lain. Selanjutnya angkatan 2015 sebanyak 61 responden memiliki tingkat pemahaman pendidikan bisnis yang tinggi yang didapat mahasiswa melalui pembelajaran selama perkuliahan. Angkatan 2015 masih memiliki responden yang memiliki pemahaman pendidikan bisnis yang rendah yaitu sebanyak 2 responden, sedangkan angkatan 2017 sebanyak 1 responden, sisanya 1 responden berasal dari angkatan 2018, sedangkan angkatan 2016 jumlah responden yang memiliki pemahaman yang rendah terhadap pendidikan bisnis tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa untuk dapat mendapatkan pemahaman tentang pendidikan bisnis yang tinggi tidak berhubungan dengan berapa lama mahasiswa mendapatkan pendidikan bisnis. Terdapat faktor lain diluar penelitian yang menjadi penyebab tingginya pemahaman pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa.

5.2.2.3. Cross Table Feasibility Dengan Pendidikan Bisnis

Berdasarkan Angkatan

Tabel 5.14 Cross Table Feasibility dengan pendidikan bisnis

		Pendidikan Bisnis				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Feasibility	Rendah	3	0	1	0	4
	Sedang	31	31	32	17	111
	Tinggi	42	69	39	58	208
Total		76	100	72	75	323

Sumber: Data diolah, 2019

Data penelitian pada tabel 5.14 menunjukkan bagaimana peran pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa terhadap feasibility mahasiswa berdasarkan angkatan mahasiswa. Responden yang memiliki tingkat feasibility yang tinggi terdapat pada angkatan 2016 yaitu sebanyak 69 responden. Sementara untuk angkatan 2018 merupakan rersponden dengan tingkat feasibility tinggi kedua yaitu sebanyak 58 responden dari jumlah sampel. Hal ini mungkin saja terjadi mengingat jumlah responden untuk angkatan 2016 lebih banyak dibanding angkatan lain. Sementara itu untuk responden yang memiliki tingkat feasibility yang rendah sebanyak 3 responden berasal dari angkatan 2015, 1 responden dari angkatan 2017, dan 1 responden berasal dari angkatan 2018, sedangkan angkatan 2016 jumlah rersponden yang memiliki tingkat *feasibility* rendah tidak ada.

Berdasarkan dari data pada tabel 5.14 menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki feasibility sedang sebanyak 31 mahasiswa untuk angkatan 2015 dan 2016, angkatan 2017 sebanyak 32 mahasiswa dan angkatan 2018 sebanyak 17 mahasiswa. Jumlah mahasiswa yang memiliki feasibility pada tingkat sedang ini secara keseluruhan sebanyak 111 mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan yang diterima oleh mahasiswa tidak sepenuhnya mengakibatkan tingginya tingkat feasibility mahasiswa. Jika dilihat secara perangkatan tingkat

feasibility yang tinggi justru pada angkatan 2016 terlepas dari jumlah sampel lebih banyak diantara angkatan yang lain. Hal ini juga menunjukkan bahwa pendidikan bisnis yang didapat oleh mahasiswa tidak sepenuhnya menjadi faktor utama yang mengakibatkan tingginya feasibility mahasiswa.

5.2.2.4. Cross Table Entrepreneurial Self-Efficacy dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan Angkatan

Tabel 5.15 Cross Table Entrepreneurial Self-Efficacy dengan Pendidikan Bisnis

		Pendidikan Bisnis				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Entrepreneurial self-efficacy	Rendah	2	0	1	0	3
	Sedang	22	23	18	22	85
	Tinggi	52	77	53	53	235
Total		76	100	72	75	323

Sumber: Data diolah, 2019

Data penelitian pada tabel 5.15 menunjukkan keterkaitan pendidikan bisnis terhadap *entrepreneurial self-efficacy* berdasarkan angkatan mahasiswa. Data pada tabel menunjukkan bahwa responden yang memiliki tingkat *Entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi berdasarkan pendidikan bisnis yang didapat terdapat pada angkatan 2016 yaitu sebanyak 77 responden. Sementara untuk angkatan 2017 dan 2018 memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* tinggi yang sama yaitu sebanyak 53 responden dari jumlah sampel. Sementara itu, angkatan 2015 mahasiswa yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi sebanyak 52 responden. Responden yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* yang sedang sebanyak 23 responden berasal dari angkatan 2016 sedangkan angkatan 2015 dan 2018 memiliki jumlah mahasiswa yang sama yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* sedang yaitu sebanyak 22 mahasiswa sisanya 18 mahasiswa berasal dari angkatan 2017 yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* sedang.

Tabel 5.15 juga menunjukkan tingkat *entrepreneurial self-efficacy* yang rendah sebanyak 2 responden dari angkatan 2015, dan 1 responden berasal dari angkatan 2017, sedangkan angkatan 2016 dan 2018 jumlah responden yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* rendah tidak ada. Hal ini perlu diteliti lebih dalam lagi apa yang menyebabkan angkatan 2015 masih terdapat mahasiswa yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* rendah dan hanya sedikit mahasiswa yang memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi.

Hal tersebut mungkin saja dipengaruhi oleh pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa yang berbeda. Berdasarkan dari hasil pada tabel 5.15 diketahui bahwa dari empat angkatan yang menjadi sampel penelitian, yang memiliki *entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi yaitu angkatan 2016 berdasarkan dari pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa. Hal ini mungkin saja terjadi mengingat angkatan 2016 memiliki jumlah mahasiswa yang lebih banyak dibanding angkatan lain, dan bisa saja terdapat faktor lain diluar penelitian yang mempengaruhi *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa.

5.2.2.5. Cross Table Niat Berwirausaha dengan Pendidikan Bisnis Berdasarkan Angkatan

Tabel 5.16 Cross Table Niat Berwirausaha dengan Angkatan

		Pendidikan Bisnis				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Niat Berwirausaha	Rendah	2	2	2	1	7
	Sedang	18	9	8	6	41
	Tinggi	56	89	62	68	275
Total		76	100	72	75	323

Sumber: Data diolah, 2019

Data penelitian pada tabel 5.16 menunjukkan keterkaitan antara pendidikan bisnis dengan niat berwirausaha mahasiswa berdasarkan angkatan.

Dari tabel 5.16 terlihat bahwa responden yang memiliki niat berwirausaha yang

tinggi terdapat pada angkatan 2016 yaitu sebanyak 89 responden. Sementara untuk angkatan 2018 merupakan responden dengan tingkat niat berwirausaha tinggi kedua yaitu sebanyak 68 responden dari jumlah sampel. Sementara itu untuk responden yang memiliki niat berwirausaha sedang sebanyak 18 mahasiswa dari angkatan 2015, 9 mahasiswa dari angkatan 2016, 8 mahasiswa dari angkatan 2017, dan 6 mahasiswa dari angkatan 2018. Responden yang memiliki niat berwirausaha rendah sebanyak 2 responden berasal dari angkatan 2015, 2 responden dari angkatan 2016, dan 2 responden berasal dari angkatan 2017, sedangkan angkatan 2018 jumlah responden yang memiliki niat berwirausaha rendah sebanyak 1 responden.

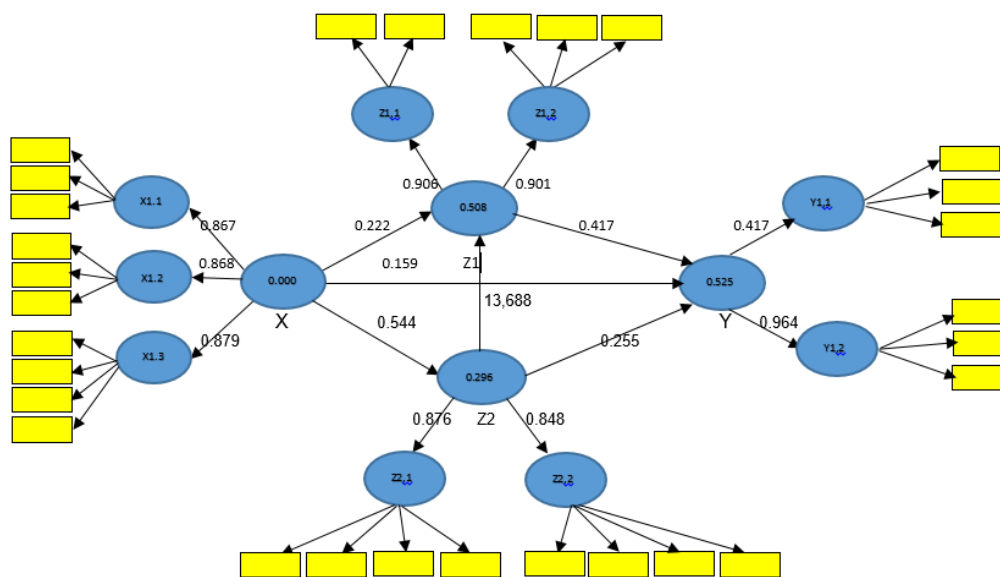
Hasil cross tabel pada tabel 5.16 terlihat bahwa yang paling dominan memiliki keinginan yang kuat untuk memulai bisnis adalah angkatan 2016. Hal ini sejalan dengan hasil cross table pendidikan bisnis, *feasibility*, dan *entrepreneurial self-efficacy* yang memiliki keinginan tinggi adalah angkatan 2016. Hal ini membuktikan bahwa pada tahun 2016 pendidikan bisnis yang didapat oleh mahasiswa dirasa sangat membantu mahasiswa dalam mengenal dunia bisnis sehingga dapat memunculkan keinginan berwirausaha yang tinggi pada mahasiswa. Sedangkan angkatan 2015 yang seharusnya telah lebih lama mendapatkan pendidikan bisnis justru memiliki keinginan berwirausaha yang rendah hal ini kemungkinan berhubungan dengan pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa pada saat itu belum inovatif dan menarik bagi mahasiswa untuk dapat menumbuhkan niat berwirausaha. Sedangkan pada angkatan 2017 dan 2018 bisa dibilang mengalami penurunan dari angkatan 2016 yang memiliki nilai yang tinggi untuk setiap variabel, menunjukkan bahwa perlu adanya perbaikan atau peningkatan pada pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa sehingga

feasibility, *entrepreneurial self-efficacy* dan niat berwirausaha mahasiswa bisa meningkat.

5.3. Analisis *Partial Square* (PLS)

Teknik analisis yang digunakan adalah Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS). *Software* PLS pada penelitian ini menggunakan *software* yang dikembangkan di *University of Hamburg* Jerman yang diberi nama *SMARTPLS* versi 2.0 M3. Dalam PLS memerlukan 2 tahap untuk menilai *Fit Model* dari sebuah model penelitian. Pada PLS terdapat dua tahapan, tahap pertama yaitu evaluasi *outer model* atau model pengukuran. Tahap kedua adalah evaluasi terhadap *inner model* atau model struktural. Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut:

5.3.1. Evaluasi Model Pengukuran atau *Measurment Outer Model*



Gambar 5.1 Model struktural (*Outer model*)

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2019

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant*

Validity dan Composite Reliability. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara *item score/component score* yang diestimasi dengan Software PLS. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Chin, 1998 (dalam Ghazali, 2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Penelitian ini menggunakan batas *loading factor* sebesar 0.50.

Tabel 5.17 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STERR)	p-value
X1.1 <- X	0.867	0.019	45.472	0.000
X1.2 <- X	0.858	0.020	44.048	0.000
X1.3 <- X	0.879	0.017	53.099	0.000
Y1.1 <- Y	0.963	0.005	189.348	0.000
Y1.2 <- Y	0.964	0.006	174.042	0.000
Z1.1 <- Z1	0.906	0.010	87.665	0.000
Z1.2 <- Z1	0.901	0.012	73.347	0.000
Z2.1 <- Z2	0.876	0.016	55.727	0.000
Z2.2 <- Z2	0.848	0.028	30.047	0.000

Sumber: Data primer diolah dengan PLS,2019

Tabel pada output tersebut menggambarkan nilai faktor loading (*convergent validity*) dari setiap indikator. Nilai faktor loading >0,7 dapat dikatakan valid, akan tetapi *rule of thumbs* intepretasi nilai faktor loading > 0,5 dapat dikatakan valid. Dari tabel ini, diketahui bahwa semua nilai faktor loading dari indikator Pendidikan Bisnis (X1), *Feasibility* (Z1), dan *Entrepreneurial self-efficacy* (Y) dan Niat Berwirausaha (Y) lebih besar dari 0,50. Hal ini menunjukan bahwa indikator – indikator tersebut valid.

5.3.2. Discriminant Validity

Setelah *convergen validity*, evaluasi selanjutnya adalah melihat *discriminant validity* dengan *cross loading*. Discriminant validity dari model

pengukuran dinilai berdasarkan pengukuran *cross loading* dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan pokok pengukuran (setiap indikatornya) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi indikatornya lebih baik daripada konstruk lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai *loading* dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling besar dengan nilai *loading* lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut:

Tabel 5.18 Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)

	X	Y	Z1	Z2
X1.1	0.867	0.504	0.449	0.448
X1.2	0.858	0.414	0.440	0.449
X1.3	0.879	0.433	0.489	0.516
Y1.1	0.476	0.963	0.651	0.614
Y1.2	0.524	0.964	0.653	0.597
Z1.1	0.454	0.632	0.906	0.626
Z1.2	0.505	0.591	0.901	0.617
Z2.1	0.489	0.548	0.638	0.876
Z2.2	0.448	0.537	0.545	0.848

Sumber: Data primer diolah dengan PLS, 2019

Berdasarkan nilai *cross loading*, dapat diketahui bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini (nilai yang dicetak tebal) telah memenuhi *discriminant validity* karena memiliki nilai *outer loading* terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan tidak pada variabel yang lain. Dengan demikian semua indikator di tiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*.

5.3.3. Evaluasi *Composite Reability*, *Average Variance Extracted (AVE)*, dan *Cornbach Alpha*

Evaluasi model pengukuran dengan *square root of average variance extracted* adalah membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk.

Jika nilai akar AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi di antara konstruk, maka *discriminant validity* yang baik tercapai. Selain itu, nilai AVE lebih besar dari 0,5 sangat direkomendasikan. Pengujian selanjutnya untuk menganalisis *outer model* adalah dengan melihat reliabilitas konstruk variabel laten yang diukur dengan dua kriteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun nilai *cronbach alpha* diatas 0,70. Berikut hasil *output composite reliability* dan *cronbach alpha* :

Tabel 5.19 Goodness of fit

	AVE	Composite Reliability	Cronbachs Alpha
X	0.754	0.902	0.837
Z1	0.817	0.899	0.776
Z2	0.744	0.853	0.656
Y	0.929	0.963	0.923

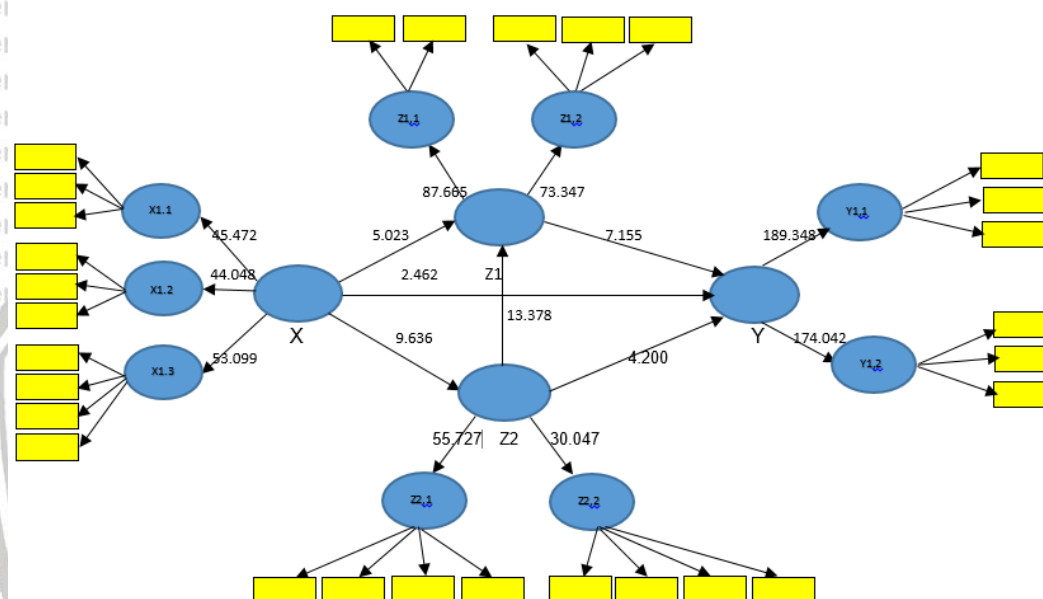
Sumber: data primer diolah dengan PLS, 2019

Nilai AVE untuk keempat konstruk tersebut lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa evaluasi pengukuran model memiliki diskriminan validity yang baik. Disamping uji validitas konstruk, dilakukan juga uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan uji criteria yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk yang dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun *cronbach alpha* di atas 0.70. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

5.3.4. Evaluasi Model Struktural atau *Structural Inner Model*

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian.

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.



Gambar 5.2 Model Struktural (*Inner Model*)

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2019

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian.

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Pengujian

terhadap model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan *uji goodness-fit model*.

Tabel 5.20 Nilai *R-Square*

Variabel	R Square
Z1	0.5075
Z2	0.2956
Y	0.5251

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2019

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) yang dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1), kemudian *Feasibility* (Z1) yang dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1) dan *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2), Demikian juga dengan variabel Niat Berwirausaha (Y) yang dipengaruhi oleh Pendidikan Bisnis (X1), variabel *Feasibility* (Z1), dan variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2). Tabel 5.19 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel *Feasibility* (Z1) yang dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1) diperoleh sebesar 0,5075. Nilai *R-square* menunjukkan bahwa 50,75% variabel *Feasibility* (Z1) dapat dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1) dan *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) sedangkan sisanya 49,25% di pengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti.

Nilai *R-Square* untuk variabel *Entrepreneurial Self-efficacy* (Z2) yang dipengaruhi oleh variabel Pendidikan bisnis (X) pada tabel 5.19 menunjukkan nilai yang diperoleh sebesar 0,2956. Nilai *R-square* menunjukkan bahwa 29,56% variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) dapat dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1) sedangkan sisanya 70,44% di pengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti

Tabel 5.19 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel Niat Berwirausaha (Y) yang dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1), variabel *Feasibility* (Z1), dan variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) diperoleh sebesar 0,5251. Nilai *R-square* menunjukkan bahwa 52,51% variabel Niat Berwirausaha (Y2) dipengaruhi oleh variabel Pendidikan Bisnis (X1), variabel *Feasibility* (Z1), dan variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) sedangkan sisanya 47,49% di pengaruhi oleh variabel lain di luar yang diteliti. Pada model PLS, penilaian *goodness of fit* secara keseluruhan diketahui dari nilai Q^2 (*predictive relevance*), dimana semakin tinggi

Q^2 , maka model dapat dikatakan semakin fit dengan data. Dari Tabel 5.19 dapat dihitung nilai Q^2 sebagai berikut:

$$\text{Nilai } Q^2 = 1 - (1 - R^2) (1 - R^2) (1 - R^2)$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai } Q^2 &= 1 - (1 - 0.5075) \times (1 - 0.2956) \times (1 - 0.5251) \\ &= 0.8352 \end{aligned}$$

Keterangan : Q^2 : nilai *Predictive Relevance*

R_1^2 : nilai *R-Square* variabel Kapabilitas Organisasi

R_2^2 : nilai *R-Square* variabel Kinerja Usaha

Dari hasil perhitungan diketahui nilai Q^2 sebesar 0.8352, artinya besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural adalah sebesar 83,52%, sedangkan sisanya 16,48% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Berdasarkan hasil ini, model struktural pada penelitian dapat dikatakan telah memiliki *goodness of fit* yang baik.

5.4. Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

Tabel 5.21 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STERR)	p-value
X -> Z1	0.222	0.044	5.023	0.000
X -> Z2	0.544	0.056	9.636	0.000
Z2 -> Y	0.256	0.061	4.200	0.000
X -> Y	0.159	0.065	2.462	0.014
Z1 -> Y	0.417	0.058	7.155	0.000
Z2 -> Z1	0.567	0.042	13.378	0.000

Sumber: Pengolahan data dengan PLS, 2019

Berdasarkan pada Tabel 5.16 di dapatkan hasil dari persamaan struktural yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Z1 = 0,222 X + 0,567 Z_2$$

$$Z2 = 0,544 X$$

$$Y = 0.159 X + 0,417 Z_1 + 0,256 Z_2$$

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output result for inner weight*. Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan t-statistik dengan t-tabel. T-tabel dapat diperoleh dari 323 responden yang pada akhirnya didapatkan t-tabel sebesar 1,960. Tabel 5.16 memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural.

5.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Langsung

A. Pengujian Hipotesis 1 (Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap *Feasibility*)

H1 : Pendidikan Bisnis (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Feasibility* (Z1)

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa hubungan variabel Pendidikan Bisnis (X) dengan *Feasibility* (Z1) menunjukkan nilai

koefisien jalur sebesar 0,222 dengan nilai t hitung sebesar 5,023. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa Pendidikan Bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Feasibility* yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama dimana Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap *Feasibility*. Hal ini berarti **Hipotesis 1 diterima**.

B. Pengujian Hipotesis 2 (Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial self-efficacy*).

H2 : Pendidikan Bisnis (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Self-efficacy*

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa hubungan variabel Pendidikan Bisnis (X) dengan *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,544 dengan nilai t sebesar 9,636. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa Pendidikan Bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial self-efficacy* yang berarti sesuai dengan hipotesis kedua dimana Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial self-efficacy*. Hal ini berarti **Hipotesis 2 diterima**.

C. Pengujian Hipotesis 3 (*Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha)

H3 : *Feasibility* (Z1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha (Y).

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa hubungan variabel *Feasibility* (Z1) dengan Niat Berwirausaha (Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,417 dengan nilai t sebesar 7,155. Nilai tersebut

lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa *Feasibility* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha yang berarti sesuai dengan hipotesis keempat dimana *Feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Hal ini berarti **Hipotesis 3 diterima**.

D. Pengujian Hipotesis 4 (*Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha)

H4 : *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*).

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa hubungan variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) dengan Niat Berwirausaha (Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,256 dengan nilai t sebesar 4,200. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa *Entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha yang berarti sesuai dengan hipotesis keempat dimana *Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Hal ini berarti **Hipotesis 4 diterima**.

E. Pengujian Hipotesis 5 (Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha)

H5 : Pendidikan bisnis (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hubungan variabel Pendidikan Bisnis (X1) dengan Niat Berwirausaha (Y) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,156 dengan nilai t sebesar 2,462. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa

Pendidikan Bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha yang berarti sesuai dengan hipotesis ketiga dimana Pendidikan Bisnis berpengaruh signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Hal ini berarti **Hipotesis 5 diterima.**

F. Pengujian Hipotesis 6 (*Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *Feasibility*)

H6 : *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Feasibility*

Hasil pengujian hipotesis keenam menunjukkan bahwa hubungan variabel *Entrepreneurial self-efficacy* (Z2) dengan *Feasibility* (Z1) menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,567 dengan nilai t sebesar 13,378. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa *Entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Feasibility* yang berarti sesuai dengan hipotesis keempat dimana *Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Feasibility*. Hal ini berarti **Hipotesis 6 diterima.**

5.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Tidak Langsung

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh tidak langsung Pendidikan Bisnis terhadap variabel Niat Berwirausaha yang melalui *Entrepreneurial self-efficacy* dan *Feasibility* dengan perhitungan Sobel dapat dilihat dalam Tabel 5.21 berikut :

Tabel 5.22 Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Koefisien Langsung		standar error		Koefisien Tidak Lanfsung	s.e Sobel	t Hitung	pa
	X→Z1→Y	X→Z2→Y	X→Z1→Y	X→Z2→Y				
X, Z1, Y	0.222	0.417	0.044	0.058	0.092	0.023	4.086	0.000
X, Z2, Y	0.544	0.256	0.056	0.061	0.139	0.036	3.835	0.000

Sumber: Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 5.16 di dapat pengaruh tidak langsung untuk menjawab hipotesis penelitian sebagai berikut:

G. Pengujian Hipotesis 7 (pengaruh Pendidikan Bisnis terhadap Niat Berwirausaha melalui *Feasibility*)

H7 : Pendidikan Bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha melalui *Feasibility*

Hasil pengujian hipotesis ketujuh menunjukkan bahwa hubungan variabel Pendidikan Bisnis dengan Niat Berwirausaha (Y) melalui *Feasibility* menunjukkan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,092 dengan nilai t sebesar 4,086. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa *Feasibility* memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjembatani Pendidikan Bisnis terhadap Niat Berwirausaha. Hal ini berarti **Hipotesis 7 diterima**.

H. Pengujian Hipotesis 8 (pengaruh Pendidikan Bisnis terhadap Niat Berwirausaha melalui *Entrepreneurial self-efficacy*)

H8 : Pendidikan bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha melalui *entrepreneurial self-efficacy*.

Hasil pengujian hipotesis kedelapan menunjukkan bahwa hubungan variabel Pendidikan Bisnis dengan Niat Berwirausaha (Y) melalui *Entrepreneurial self-efficacy* menunjukkan nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,139 dengan nilai t sebesar 3,835. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa *Entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh yang signifikan dalam menjembatani Pendidikan Bisnis terhadap Niat Berwirausaha. Hal ini berarti **Hipotesis 8 diterima**.

5.5. Pembahasan Hasil Penelitian

5.5.1 Pembahasan Variabel Penelitian

5.5.1.1 Pendidikan Bisnis

Pendidikan bisnis dalam penelitian ini merupakan istilah yang mencakup sejumlah teori dan metode yang diajarkan dengan tujuan agar seseorang lebih memahami peran dan fungsi dalam menjalankan kewirausahaan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pendidikan bisnis dalam penelitian ini diadopsi dari Fayolle (2008), yaitu:

- a. **Tujuan**, tujuan dari pendidikan bisnis terkait dengan peningkatan kepedulian kewirausahaan dengan mengajarkan siswa tentang kewirausahaan dan secara khusus peran dan fungsi mereka dalam ekonomi dan sosial. Selain itu, tujuan pendidikan bisnis juga tentang pengembangan atribut pengusaha sukses dalam diri siswa.
- b. **Teori**, Berhubungan dengan teori dan ilmu pengetahuan yang berguna untuk memahami fenomena kewirausahaan. Berisi tentang dampak dan efek dari kewirausahaan atau pertanyaan yang berhubungan pada proses dan fenomena kewirausahaan.
- c. **Metode**, dalam pendidikan bisnis, terdapat berbagai metode, pendekatan, dan cara yang telah diuji dan digunakan, hal ini termasuk penggunaan kasus kehidupan nyata atau virtual, peran (*role play*) dan masalah. Pendidikan bisnis juga melibatkan pendekatan tradisional dan interaktif, seperti wawancara dengan pengusaha atau membimbing pengusaha muda melalui dukungan untuk membantu mereka dalam proyek mereka. Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa dari beberapa indikator bisnis

yang digunakan terdapat indikator yang paling mendominasi. Indikator yang paling mendominasi atau yang memiliki nilai tertinggi adalah indikator tujuan dengan hasil distribusi frekuensi variabel pendidikan bisnis menunjukkan nilai rata-rata indikator tujuan sebesar 4,30. Hal ini menunjukkan bahwa memiliki tujuan dalam menumbuhkan niat berwirausaha dinilai sangat penting untuk mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tujuan yang kuat untuk menciptakan bisnis akan menumbuhkan keinginan untuk memulai berwirausaha.

Selain itu, terdapat indikator yang paling rendah nilainya yaitu metode. Berdasarkan dari hasil distribusi frekuensi variabel diketahui nilai rata-rata indikator metode sebesar 3,87. Hal ini mengindikasikan bahwa metode yang diterapkan pada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB untuk menumbuhkan niat berwirausaha masih kurang dapat diterima oleh mahasiswa. Oleh sebab itu, diperlukan adanya metode-metode pembelajaran baru yang lebih inovatif dan mudah diterima oleh mahasiswa sehingga tujuan pembelajaran pendidikan bisnis dapat tercapai sehingga dapat semakin meningkatkan *feasibility* dan *entrepreneurial self-efficacy* serta niat berwirausaha pada mahasiswa prodi bisnis FIA UB.

Seperti yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya terdapat proses persepsi yang menjadi pembentuk perilaku seseorang. Proses persepsi ini dirangsang melalui faktor eksternal yaitu lingkungan, budaya, pendidikan serta pengalaman pribadi. Pendidikan menjadi salah satu faktor eksternal dalam proses persepsi yang pada akhirnya akan membentuk perilaku. Oleh karena itu, berdasarkan dari karakteristik responden diketahui bahwa sebanyak 233 mahasiswa menyatakan memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha. Dimana perincian perangkatan sebanyak 60 mahasiswa angkatan 2015 memiliki latar belakang

keluarga wirausaha, 67 mahasiswa angkatan 2016 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, angkatan 2017 sebanyak 51 mahasiswa memiliki latar belakang wirausaha dan sebanyak 55 mahasiswa angkatan 2018 memiliki latar belakang keluarga wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk mendalami pendidikan bisnis dipicu karena adanya faktor lingkungan keluarga yang memiliki latar belakang wirausaha.

5.5.1.2 Feasibility

Tingkat *feasibility* yang tinggi menunjukkan keterampilan dan kemampuan seseorang dalam menciptakan bisnis baru yang mungkin untuk diwujudkan.

Feasibility dalam penelitian ini mengacu pada sejauh mana seorang individu berpikir bahwa bisnis mereka realistis dan dapat dikerjakan. Untuk mengukur variabel *feasibility* digunakan skala yang dari Emin (2003) yang diadopsi oleh Boukmcha (2015):

a. Kemampuan membuka usaha baru

Kemampuan yang dimiliki mahasiswa berdasarkan pengalaman dan pendidikan yang dimiliki untuk menciptakan bisnis yang mungkin untuk dijalankan. Ide-ide yang bisnis baru yang dimiliki dan mampu untuk diwujudkan.

b. Kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan

Tugas yang diberikan oleh dosen mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk menjadi seorang pengusaha. Tugas tersebut bisa berupa proyek-proyek penciptaan bisnis yang akan meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam membuka usaha.

Berdasarkan dari hasil temuan penelitian diketahui terdapat indikator yang mendominasi atau yang memiliki nilai yang lebih tinggi. Indikator kemampuan

melaksanakan tugas kewirausahaan memiliki nilai indikator yang tinggi berdasarkan dari data hasil distribusi frekuensi variabel *feasibility* yaitu sebesar 3,91. Nilai ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan yang tinggi dalam melaksanakan tugas kewirausahaan yang diberikan oleh dosen. Kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan ini nantinya akan berpengaruh pada keinginan mahasiswa dalam menciptakan bisnis.

Terdapat nilai indikator yang rendah sebesar 3,88 yaitu kemampuan membuka usaha baru. Nilai ini didapat berdasarkan dari distribusi frekuensi variabel *feasibility*. Hasil ini menunjukkan masih kurangnya kemampuan untuk membuka usaha baru. Hal ini dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat berpengaruh pada diri mahasiswa dan hasil ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi dosen untuk dapat mendorong mahasiswa memiliki kemampuan membuka usaha baru.

5.5.1.3 *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Self-efficacy adalah konstruksi yang berasal dari teori sosial kognitif Bandura yang kemudian berkembang menjadi *Entrepreneurial self-efficacy*. *Entrepreneurial self-efficacy* menentukan bagaimana perasaan seseorang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku untuk melaksanakan tugas kewirausahaan. Untuk mengukur *Entrepreneurial self-efficacy* dalam penelitian ini, mengadopsi skala *Entrepreneurial self-efficacy* dari (Chen, et al., 1998) yaitu:

- a. **Inovasi**, Melakukan inovasi baik terhadap ide bisnis maupun terhadap barang dan jasa yang akan diciptakan. Selain itu diperlukan juga inovasi dalam metode pemasaran yang inovatif untuk mempermudah dalam memasarkan barang dan jasa yang diciptakan.

b. **Pengambilan Resiko**, Sebagai seorang pengusaha atau yang akan memulai usaha, seseorang harus mampu melihat peluang dan bertanggung jawab atas segala resiko yang akan dihadapi.

Hasil temuan menemukan bahwa terdapat indikator yang mendominasi pada variabel *entrepreneurial self-efficacy*. Berdasarkan dari data distribusi frekuensi variabel ditemukan bahwa nilai indikator yang paling mendominasi sebesar dengan nilai rata-rata indikator sebesar 3,99. Hal ini menunjukkan bahwa pengambilan resiko dalam memulai usaha adalah hal yang paling penting yang harus dihadapi dan dipertanggung jawabkan oleh mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki keberanian dalam mengambil resiko diharapkan akan mampu bertahan dan sukses jika memulai bisnis.

Selain itu terdapat indikator inovasi yang memiliki nilai rata-rata indikator sebesar 3,86. Nilai ini lebih rendah daripada nilai indikator pengambilan resiko, ini berarti bahwa mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB masih rendah dalam hal melakukan inovasi. Diperlukan adanya dorongan dan penciptaan ide-ide baru yang didapat dari hasil diskusi terbuka atau dari masalah-masalah social yang sedang berkembang yang dapat membangkitkan kreativitas dan ide-ide baru untuk memulai bisnis.

5.5.1.1 Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Niat kewirausahaan merupakan pengakuan terhadap keyakinan diri sendiri bahwa mereka berniat untuk mendirikan usaha bisnis baru dan secara sadar berencana untuk melakukannya dimasa depan. Niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, terdapat indikasi seberapa kuat seseorang mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka kerahkan untuk melakukan perilaku. Untuk mengukur variabel niat berwirausaha

(*entrepreneurial intention*) dalam penelitian ini digunakan skala *entrepreneurial intention* oleh Chen et.al (1998) yang diadopsi oleh Boukamcha (2015) :

- a. **Behavioral Intention**, menunjukkan seberapa besar keinginan seseorang dalam melakukan suatu usaha, dalam hal ini menciptakan bisnis.
- b. **Self-Prediction**, menunjukkan bagaimana seseorang berusaha untuk menjadi apa yang diharapkannya dan mewujudkan keinginannya.

Munculnya niat berwirausaha pada mahasiswa tidak terlepas dari faktor eksternal pembentuk perilaku seseorang. Seperti yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya terdapat proses persepsi yang menjadi pembentuk perilaku seseorang. Proses persepsi ini dirangsang melalui faktor eksternal yaitu lingkungan, budaya, pendidikan serta pengalaman pribadi. Berdasarkan dari karakteristik responden diketahui bahwa sebanyak 233 mahasiswa menyatakan memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha. Dimana perincian perangkatan sebanyak 60 mahasiswa angkatan 2015 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, 67 mahasiswa angkatan 2016 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, angkatan 2017 sebanyak 51 mahasiswa memiliki latar belakang wirausaha dan sebanyak 55 mahasiswa angkatan 2018 memiliki latar belakang keluarga wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor penentu lain diluar pendidikan bisnis yang kemungkinan menjadi pemicu mahasiswa untuk melakukan wirausaha.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan, didapat nilai rata-rata indikator *Behavioral Intention* dari distribusi frekuensi variabel niat berwirausaha sebesar 4,21. Nilai ini merupakan nilai yang tinggi dan mendominasi diantara

kedua indikator yang digunakan dalam variabel niat berwirausaha, menunjukkan bahwa mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memiliki perilaku yang mengarahkan pada keinginan untuk dapat memulai bisnis. Selain itu, indikator *Self-prediction* memiliki nilai rata-rata indikator yang rendah, yaitu sebesar 4,12. Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memiliki prediksi yang rendah terhadap dirinya untuk segera memulai berwirausaha. Hal ini bisa diakibatkan oleh beberapa faktor pendorong lain yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk segera memulai usaha atau tidak.

5.5.2 Pembahasan Pengaruh Antar Variabel

5.5.2.1 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap *Feasibility*

Pada pengujian *SmartPLS*, menunjukkan bahwa pendidikan bisnis memiliki pengaruh yang positif terhadap *Feasibility* dengan koefisien jalur sebesar 0,222 dengan nilai *t* hitung sebesar 5,023. Hal ini mengartikan bahwa semakin baik pendidikan bisnis yang diterima mahasiswa maka akan semakin baik dan berdampak terhadap *Feasibility* mahasiswa. Oleh karena itu, dapat dimengerti bahwa pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB sangat baik dan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap *feasibility* mahasiswa. *Feasibility* menunjukkan keterampilan dan kemampuan seseorang dalam menciptakan bisnis baru yang mungkin untuk diwujudkan. Sehingga, dalam penelitian ini *Feasibility* kewirausahaan lebih mengacu pada sejauh mana seseorang berpikir bahwa bisnis yang akan dijalankannya realistis dan dapat dikerjakan.

Teori dan metode pengajaran pendidikan bisnis yang diberikan oleh dosen memiliki tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan mahasiswa dalam bidang kewirausahaan. Metode yang digunakan oleh dosen dalam

memberikan teori pendidikan bisnis lebih interaktif dan banyak membahas isu-isu terkini bisnis yang membantu mahasiswa semakin memahami dunia bisnis khususnya kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Shapero dan Sokol menunjukkan dalam model *Entrepreneurial Event*, persepsi feasibility yang dimiliki seseorang berhubungan dengan persepsi sumber daya yang tersedia yang dimiliki seseorang seperti pengetahuan. Pengetahuan bisa didapat oleh seseorang dari pendidikan yang dijalannya, dalam penelitian ini pengetahuan mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB didapat melalui pendidikan bisnis yang berikan oleh dosen.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Boukamcha (2015) yang dilakukan pada program *CEFE training (Creation des Entreprises et Formation des Entrepreneurs)* di Tunisia terhadap 80 siswa sekolah bisnis, menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pendidikan pelatihan terhadap *Feasibility*. (Linan, et al., 2011) melakukan penelitian pada 354 mahasiswa ilmu ekonomi dan bisnis di Universitas Seville Spanyol. Pendidikan berpengaruh terhadap *feasibility* mahasiswa (Linan, et al., 2011).

Pendidikan bisnis yang diberikan pada mahasiswa memberikan pengaruh pada *Feasibility* mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB. Tingginya *Feasibility* yang ada pada diri seseorang salah satunya akibat dari pengetahuan dan pemahaman yang didapatkannya melalui pendidikan yang dijalani. Jika dilihat dari tanggapan yang diberikan oleh responden melalui kuisisioner yang diberikan selain pendidikan bisnis, juga terdapat faktor lain yang menjadi pendorong mahasiswa dalam memiliki niat untuk melakukan bisnis. Sebanyak 231 responden atau 71,96% dari jumlah keseluruhan sampel memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha.

Hal ini berarti selain dari pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa latar belakang keluarga sebagai pebisnis juga menjadi faktor mahasiswa ingin melakukan bisnis. Namun keinginan seseorang dapat terwujud hanya jika seseorang tersebut memiliki keyakinan yang kuat bahwa bisnis yang akan dilakukan akan berhasil dan dapat dijalankan.

5.5.2.2 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Hasil pengolahan *SmartPLS* menunjukkan bahwa pendidikan bisnis memiliki pengaruh yang positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,544 dengan nilai *t* sebesar 9,636 nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,960). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pendidikan bisnis yang diberikan maka akan berdampak pada semakin tingginya *Entrepreneurial Self-Efficacy*. *Entrepreneurial self-efficacy* menentukan bagaimana perasaan seseorang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku untuk melaksanakan tugas kewirausahaan. Seseorang yang memiliki *Entrepreneurial Self-efficacy* yang tinggi biasanya akan lebih termotivasi dalam mengembangkan niat (*intention*) yang kuat terhadap perilaku keinginan. Pendidikan bisnis yang diberikan pada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB menunjukkan peran penting dalam pembentukan *Entrepreneurial Self-Efficacy* mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB. Tingginya *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada mahasiswa dapat terlihat pada motivasi mahasiswa dalam mengembangkan ide inovasi pada barang dan jasa yang akan diciptakan dalam memulai bisnis dan keberanian mahasiswa dalam mengambil resiko yang akan dihadapi dalam dunia bisnis.

Bandura (1992) menyebutkan bahwa kepercayaan diri seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan tugas dengan sukses berasal dari empat

sumber, yaitu *mastery experiences*, *modeling*, *social persuasion*, dan *judgments of our own physiological state* (Wilson et.al, 2007). Pendidikan dapat secara potensial memainkan peranan penting dalam meningkatkan *self-efficacy* seseorang melalui pengembangan perencanaan bisnis, dan berpartisipasi dalam menjalankan simulasi atau bisnis yang nyata. Selain itu, metode yang paling sering digunakan untuk meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy* diantaranya adalah dengan mengundang pembicara tamu untuk menjelaskan masalah-masalah yang ada dalam dunia bisnis.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Wilson, Kickull dan Marlino (2007) yang dilakukan pada mahasiswa di Universitas empat negara (New England, Illinois, California, Texas/Florida/Tennessee) mulai November 2003 sampai dengan April 2004 menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pendidikan terhadap *Entrepreneurial self-efficacy*. Shinnar, Hsu dan Powell (2014) yang dilakukan pada mahasiswa U.S University semester 2011/2012 yang menyatakan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* meningkat pada siswa setelah menyelesaikan pendidikan kewirausahaan selama satu semester. Pendidikan bisa memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* seseorang dalam beberapa cara.

Pertama, Pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis memberikan keuntungan berulang kali dalam sebuah tugas mengembangkan kepercayaan diri pada kemampuan seseorang untuk mengerjakan suatu tugas dengan sukses dimasa depan. Kedua, pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis melibatkan pemaparan model peran melalui pembicaraan tamu atau studi kasus dari pengalaman nyata. Ketiga, pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis memberikan persuasi social melalui umpan balik dari orang lain pada diskusi kelas atau kinerja pada tugas kursus (Shinnar, et al., 2014). Boukamcha (2015)

melakukan penelitian pada siswa yang mengikuti CEFE (*Creation des Entreprises et Formation des Entrepreneurs*) di Tunisia menyatakan bahwa pendidikan pelatihan memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Terdapat Teori yang juga mendukung hasil penelitian ini. Teori *self-efficacy* dikembangkan oleh Bandura untuk menjelaskan hal-hal berbeda yang dimiliki individu dalam mencapai tujuan. Keyakinan *self-efficacy* menentukan bagaimana perasaan orang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku. Pendidikan bisnis memainkan peranan penting dalam mengembangkan *self-efficacy* pada individu.

Pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memberikan pengaruh pada *Entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa dalam hal kewirausahaan.

Selain itu, latar belakang responden yang memiliki keluarga sebagai wirusaha juga menjadi faktor motivasi mahasiswa untuk melakukan wirusaha. Secara tidak langsung hal tersebutlah yang menjadi faktor pendorong awal mahasiswa untuk menjadi seorang wirusaha dan kemudian mahasiswa mengikuti pendidikan bisnis untuk menambah pengetahuan dan kemampuan bisnis. Hal ini menjadi bukti bahwa apa yang dikemukakan oleh teori dan penelitian terdahulu mendukung hasil dari penelitian ini, yang menyatakan bahwa pendidikan bisnis memberikan pengaruh terhadap *entrepreneurial self-efficacy* pada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB.

5.5.2.3 Pengaruh *Feasibility* terhadap Niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS* menunjukkan bahwa *Feasibility* memiliki pengaruh yang positif terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,417 dengan nilai *t* sebesar 7,155 nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,960). Seseorang yang memiliki

feasibility yang tinggi dapat mempengaruhi niat berwirausaha dalam diri seseorang. *Feasibility* menunjukkan keterampilan dan kemampuan seseorang dalam menciptakan bisnis baru yang mungkin untuk diwujudkan. Sehingga, dalam penelitian ini *Feasibility* kewirausahaan lebih mengacu pada sejauh mana seseorang berpikir bahwa bisnis yang akan dijalankannya realistis dan dapat dikerjakan. Mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB terbukti memiliki tingkat *Feasibility* yang tinggi sehingga berpengaruh terhadap niat mahasiswa dalam menciptakan bisnis baru. *Feasibility* yang dimiliki oleh mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB dapat menambah kemampuan mahasiswa untuk membuka usaha baru. Hal ini sebagian besar diperoleh melalui tugas-tugas kewirausahaan yang diberikan oleh dosen sehingga menambah kemampuan bisnis mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Linan *et.al* (2011) dilakukan pada sampel sebanyak 354 mahasiswa yang berasal dari Universitas Seville Spanyol sebanyak 323 dan sisanya sebanyak 31 responden berasal dari Universitas Pablo Olavide jurusan ilmu ekonomi dan bisnis. Linan *et.al* menyatakan bahwa *Feasibility* secara positif berhubungan dengan niat berwirausaha mahasiswa. Kemudian Hattab (2014) yang dilakukan pada mahasiswa *British University* di Mesir dari tiga fakultas (teknik, studi bisnis, dan ilmu komputer) yang menyatakan bahwa *feasibility* memiliki pengaruh terhadap keinginan untuk memulai bisnis. Hal ini juga didukung oleh teori *Entrepreneurial Event* milik Shapero dan Sokol (1993) yang menyatakan *Feasibility* menjadi salah satu pembentuk *entrepreneurial intention*. Shapero dan Sokol (1993) menyatakan bahwa *feasibility* merupakan faktor pembentuk dari *entrepreneurial event* yang membangun niat kewirausahaan.

Latar belakang responden juga mendukung timbulnya niat berwirausaha pada diri mahasiswa. Diketahui bahwa sebanyak 231 responden atau 71,96% dari

keseluruhan jumlah sampel memiliki latar belakang keluarga sebagai wirausaha.

Hal ini tentu saja secara tidak langsung dapat mempengaruhi seseorang untuk menimbulkan niat berwirausaha. Oleh karena itu, *Feasibility* yang dimiliki oleh mahasiswa secara tidak langsung dimulai karena adanya pengaruh dari keluarga dan kemudian diperkuat dengan adanya pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa yang pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk menimbulkan niat berwirausaha (*entrepreneurial intention*) pada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB.

5.5.2.4 Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Pengujian *SmartPLS* pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh positif niat terhadap berwirausaha dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,256 dengan nilai *t* sebesar 4,200 nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,960). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *Entrepreneurial Self-Efficacy* seseorang maka akan berpengaruh pada pembentukan niat berwirausaha. *Entrepreneurial self-efficacy* merupakan perkembangan dari teori *Self-efficacy* yang dikemukakan oleh Bandura. *Entrepreneurial self-efficacy* menentukan bagaimana perasaan seseorang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku untuk melaksanakan tugas kewirausahaan. Seseorang yang memiliki *Entrepreneurial Self-efficacy* yang tinggi biasanya akan lebih termotivasi dalam mengembangkan niat (*intention*) yang kuat terhadap perilaku keinginan. Dalam hal ini berarti bahwa mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memiliki *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang tinggi sehingga dapat menumbuhkan niat berwirausaha pada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wilson, Kickul & Marlino (2007) yang dilakukan pada mahasiswa di empat negara

(New England, Illinois, California, Texas/Florida/Tennessee) mulai November 2003 sampai dengan April 2004 menyatakan terdapat hubungan antara *Self-efficacy* terhadap keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) pada mahasiswa laki-laki. Kemudian Izquierdo dan Buelens (2008) yang dilakukan pada 236 mahasiswa Ghent University yang menyatakan bahwa keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) dipengaruhi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy*.). Kemudian, McGee et.al (2009) yang dilakukan pada 142 laki-laki yang berusia rata-rata 33,1 dan 161 perempuan berusia rata-rata 34,2 yang berasal dari berbagai ras dan etnik yang menyatakan bahwa ESE memiliki hubungan positif terhadap keinginan berwirausaha. Farashah (2013) melakukan penelitian terhadap 601 warga Iran yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan dan menyatakan bahwa *Self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap keinginan berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). Penelitian yang dilakukan oleh (Kristiansen & Indarti, 2004) pada siswa Indonesia dan siswa Norwegia menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh yang besar terhadap niat berwirausaha siswa. Dalam penelitian tersebut, *self-efficacy* yang dimiliki siswa Indonesia lebih tinggi dari pada siswa Norwegia, sehingga niat berwirausaha di Norwegia jauh lebih rendah daripada di Indonesia. Hal ini disebabkan karena Norwegia merupakan Negara maju dengan tingkat pengangguran yang rendah serta gaji karyawan yang bekerja sangat tinggi.

5.5.2.5 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS* menunjukkan bahwa pendidikan bisnis memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,156 dengan nilai t sebesar

2,462 nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Pendidikan bisnis dalam mencakup sejumlah teori dan metode yang diajarkan dengan tujuan agar seseorang lebih memahami peran dan fungsi dalam menjalankan kewirausahaan. Pendidikan bisnis dapat mendorong motivasi yang pada akhirnya akan menimbulkan niat untuk berwirausaha. Niat diasumsikan untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, terdapat indikasi seberapa kuat seseorang mencoba, seberapa banyak usaha yang mereka kerahkan untuk melakukan perilaku dalam hal ini berwirausaha.

Pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa FIA UB terbukti memiliki pengaruh pada pembentukan niat berwirausaha mahasiswa FIA UB. Hal ini tidak terlepas dari metode pengajaran yang diberikan oleh dosen FIA UB yang tidak hanya mengejarkan teori kewirausahaan tetapi juga memberikan tugas praktek bisnis kepada mahasiswa FIA UB. Berdasarkan dari pendidikan bisnis yang didapat ini niat berwirausaha mahasiswa semakin kuat dan berpengaruh pada terciptanya bisnis baru dikemudian hari. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wu dan Wu (2008) yang melakukan penelitian pada mahasiswa Universitas Tongji di Shanghai China, menyatakan bahwa responden yang lulusan sarjana dan diploma lebih tertarik untuk memulai bisnis. Solesvik (2012) yang melakukan penelitian pada 321 pelajar di Ukraina menyatakan bahwa seseorang yang berpartisipasi dalam program kewirausahaan pada pendidikan bisnis cenderung menjadi pengusaha. Farashah (2013) pada 601 warga Iran yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan yang menyatakan bahwa seseorang yang mengikuti pada program EET lebih berkeinginan untuk memulai bisnis sendiri. Hattab (2014) juga mengkonfirmasi bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap niat

kewirausahaan siswa di universitas yang dilakukan pada 376 mahasiswa *British University* di Mesir. Selain itu, Hock, nurhafezah dan Soon (2015) melakukan penelitian pada mahasiswa yang telah lulus dari Universitas Utara Malaysia, hasil penelitian ini menyatakan bahwa lulusan kewirausahaan memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menjadi wirausaha dibanding mereka yang bukan lulusan kewirausahaan. Kemudian Gelaidan dan Abdullateef (2017) melakukan penelitian pada mahasiswa di Malaysia dan menyatakan bahwa pendidikan memiliki hubungan positif dengan niat berwirausaha. Munculnya niat berwirausaha pada mahasiswa tidak terlepas dari faktor eksternal pembentuk perilaku seseorang. Seperti yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya terdapat proses persepsi yang menjadi pembentuk perilaku seseorang. Proses persepsi ini dirangsang melalui faktor eksternal yaitu lingkungan, budaya, pendidikan serta pengalaman pribadi.

Berdasarkan dari karakteristik demografi responden diketahui bahwa sebanyak 233 responden atau 71,96% mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha. Dimana perincian perangkatan sebanyak 60 mahasiswa angkatan 2015 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, 67 mahasiswa angkatan 2016 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, angkatan 2017 sebanyak 51 mahasiswa memiliki latar belakang wirausaha dan sebanyak 55 mahasiswa angkatan 2018 memiliki latar belakang keluarga wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor penentu lain diluar pendidikan bisnis yang kemungkinan menjadi pemicu mahasiswa untuk melakukan wirausaha. Pernyataan ini kemudian sejalan dengan (Kristiansen & Indarti, 2004) yang menyatakan bahwa faktor demografik berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Sehingga hal ini menjadi pertimbangan seseorang mengikuti pendidikan bisnis untuk mengasah kemampuan dan kepekaannya terhadap dunia

bisnis sehingga seseorang dapat menjadi seorang wirausaha dengan melihat peluang yang tersedia.

5.5.2.6 Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Feasibility*.

Pengujian *SmartPLS* pada *entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Feasibility* menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,567 dengan nilai *t* sebesar 13,378 nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,960). Hal ini menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap *Feasibility* mahasiswa FIA UB. *Entrepreneurial self-efficacy* menentukan bagaimana perasaan seseorang, berpikir, memotivasi diri dan berperilaku untuk melaksanakan tugas kewirausahaan. Seseorang yang memiliki *Entrepreneurial Self-efficacy* yang tinggi biasanya akan lebih termotivasi dalam mengembangkan niat (*intention*) yang kuat terhadap perilaku keinginan. Sedangkan *feasibility* mengacu pada sejauh mana seorang individu berpikir bahwa bisnis mereka realistis dan dapat dikerjakan. *Entrepreneurial self-efficacy* mempengaruhi *feasibility* sebagai motivasi yang ada pada diri seseorang untuk melaksanakan tugas kewirausahaan sehingga rencana bisnis yang diciptakan oleh seseorang dapat terwujud dan mungkin untuk dijalankan.

Bandura (1977) mengasumsikan *self-efficacy* berdampak pada pilihan keputusan yang dibuat. Menurut Teori *Planned Behavior* Ajzen disebutkan bahwa persepsi *behavioral control* merefleksikan persepsi *entrepreneurial feasibility* dan ini berhubungan dengan persepsi *self-efficacy*. Peningkatan *self-efficacy* mengarah pada peningkatan inisiatif. Seseorang yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung merasakan peluang bisnis yang ada. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Boukamcha (2015) menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *feasibility*. Individual dengan *self-efficacy* yang tinggi

merasa mampu untuk melaksanakan tugas kewirausahaan mereka dengan baik dan mereka percaya bahwa tugas tersebut *feasible*.

Entrepreneurial Self-Efficacy yang dimiliki mahasiswa mendorong mahasiswa untuk memiliki kemampuan dalam menciptakan ide baru yang inovatif dalam memulai bisnis dengan memperhatikan resiko yang mungkin akan dihadapi sehingga ide rencana bisnis tersebut mungkin untuk dijalankan. Oleh karena itu, ini menjadi bukti bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang dimiliki oleh mahasiswa FIA UB sudah sangat tinggi sehingga meningkatkan *Feasibility* mahasiswa FIA UB. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Boukamcha (2015) melakukan penelitian pada siswa yang mengikuti CEFE (*Creation des Entreprises et Formation des Entrepreneurs*) di Tunisia yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *Entrepreneurial self-efficacy* terhadap *feasibility*.

Diketahui bahwa sebanyak 231 atau 71,96% responden memiliki latar belakang keluarga yang berwirausaha. Latar belakang mahasiswa yang memiliki keluarga yang berwirausaha sedikit banyak mempengaruhi keinginan mahasiswa untuk berbisnis. Dimana diketahui bahwa salah satu sumber *self-efficacy* adalah belajar dari *role model*. Hal ini bisa didapat responden dari lingkungan keluarga sendiri, sehingga memunculkan motivasi di dalam dirinya. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memiliki *entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi yang mempengaruhi *feasibility* mahasiswa dalam berwirausaha.

5.5.2.7 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Berwirausaha Melalui *Feasibility*.

Hasil perhitungan dengan menggunakan *SmartPLS* menunjukkan bahwa pendidikan bisnis terhadap niat berwirausaha melalui *Feasibility* memiliki nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,092 dengan nilai *t* sebesar 4,086. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,960). Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan bisnis yang baik akan meningkatkan *Feasibility* mahasiswa yang berakibat pada timbulnya niat untuk berwirausaha mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB. Pengetahuan yang dimiliki oleh mahasiswa didapat melalui pendidikan bisnis yang dijalani, baik melalui teori atau praktek bisnis yang diberikan. Pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang maka akan menimbulkan *feasibility* pada diri seseorang. Menurut Weng et.al (2011) dalam Boukamcha (2015) Jika *perceived feasibility* untuk memulai bisnis tinggi maka, niat yang dimiliki seseorang juga kuat. Linan, et.al (2011) menyatakan bahwa pendidikan, dalam hal ini pendidikan kewirausahaan dalam pendidikan bisnis tidak hanya dapat meningkatkan *perceived feasibility* tetapi juga konsep dari kewirausahaan, peran pengusaha dan perkembangan perusahaan setelah *start-up*.

Pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB dapat membantu mahasiswa untuk semakin meningkatkan *feasibility* nya yang mana akan menambah kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa untuk semakin berusaha menjadi seorang pengusaha. Oleh karena itu, peran pendidikan dalam mengembangkan dan maningkatkan *feasibility* yang dimiliki oleh mahasiswa Prodi bisnis FIA UB untuk memulai bisnis sangatlah penting. Pendidikan bisnis diharapkan akan membantu mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan untuk membuka usaha dengan menyelesaikan tugas-tugas bisnis yang telah

diberikan oleh dosen sebagai suatu sarana untuk menguji kemampuan dan membiasakan diri mahasiswa dalam dunia usaha.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Farashah (2013) pada 601 warga Iran yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan menyatakan bahwa penyelesaian suatu program kewirausahaan meningkatkan keinginan memiliki usaha dengan *Feasibility* sebagai variabel *predictor* yang signifikan. Selain itu, Hattab (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara pendidikan terhadap *feasibility* yang mengakibatkan timbulnya niat berwirausaha pada mahasiswa Universitas British Egypt.

Peran keluarga juga berpengaruh dalam diri seseorang untuk memiliki niat berwirausaha. Diketahui bahwa sebagian besar dari responden penelitian ini memiliki latar belakang keluarga yang berwirausaha. Berdasarkan dari karakteristik responden diketahui bahwa sebanyak 233 responden atau 71,96% mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB menyatakan memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha. Dimana perincian perangkatan sebanyak 60 mahasiswa angkatan 2015 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, 67 mahasiswa angkatan 2016 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, angkatan 2017 sebanyak 51 mahasiswa memiliki latar belakang wirausaha dan sebanyak 55 mahasiswa angkatan 2018 memiliki latar belakang keluarga wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor penentu lain diluar pendidikan bisnis yang kemungkinan menjadi pemicu mahasiswa untuk melakukan wirausaha. Hal ini didukung dengan pernyataan (Kristiansen & Indarti, 2004) yang melakukan penelitian terhadap mahasiswa Indonesia dan norwegia menyatakan bahwa faktor demografik memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini yang mendukung penelitian sebelumnya dan didukung dengan teori terdahulu hal ini menunjukkan bahwa, pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB memiliki pengaruh terhadap peningkatan *feasibility* mahasiswa yang akan berdampak terhadap pembentukan niat berwirausaha mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB.

5.5.2.8 Pengaruh Pendidikan Bisnis Terhadap Niat Berwirausaha melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Hasil perhitungan *SmartPLS* menunjukkan bahwa pendidikan bisnis terhadap niat berwirausaha melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki nilai koefisien jalur tidak langsung sebesar 0,139 dengan nilai *t* sebesar 3,835. Nilai tersebut lebih besar dari *t* tabel (1,960). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pendidikan bisnis yang diberikan kepada mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB akan meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* mahasiswa yang akan berakibat pada timbulnya niat berwirausaha. Pendidikan bisnis yang diberikan oleh dosen terbukti mampu membangun *Entrepreneurial Self-Efficacy* mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB. Pendidikan bisnis yang diberikan oleh dosen mengarahkan mahasiswa untuk mampu berpikir kreatif untuk melahirkan ide baru berupa inovasi produk yang mampu diterima oleh konsumen. Selain untuk melakukan inovasi, mahasiswa juga dituntut untuk mampu menghadapi resiko yang akan dihadapinya di masa yang akan datang jika ingin memulai bisnis. Oleh karena itu, diperlukan adanya pendidikan bisnis yang dapat membiasakan mahasiswa menghadapi masalah masalah bisnis yang akan berguna bagi mahasiswa dalam menyelesaikan masalah yang akan dihadapinya nanti sehingga akan timbul niat dan rasa percaya diri untuk memulai bisnis.

Shinnar, Hsu, dan powell (2014) menjelaskan bahwa pendidikan bisa memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* seseorang. McStay (2008) dalam Boukamcha (2015) menyebutkan bahwa pengetahuan kewirausahaan akan meningkatkan kemampuan mengidentifikasi kesempatan dari peserta dan secara positif meningkatkan *Self-efficacy* kewirausahaan mereka. Semakin kuat persepsi *self-efficacy* maka semakin tinggi tujuan yang ditantang seseorang untuk diri mereka sendiri dan semakin kuat komitmen mereka terhadap tujuan tersebut (Boukamcha,2015). Keyakinan diri dari *efficacy* memiliki peran kunci dalam motivasi pribadi. Motivasi membentuk keyakinan orang tentang apa yang dapat mereka lakukan, mengantisipasi hasil dari perbuatan, menetapkan tujuan dan perencanaan yang bernilai untuk masa depan (Bandura,1994). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Wilson, Kickull dan Marlino (2007) melakukan penelitian di empat negara (New England, Illinois, California, Texas/Florida/Tennessee) mulai November 2003 sampai dengan April 2004 menyatakan bahwa pendidikan secara khusus menjadi pemicu calon pengusaha karena peran pendidikan yang kuat dalam meningkatkan *self-efficacy* dan akhirnya menarik mereka untuk memulai usaha sendiri.

Munculnya niat berwirausaha pada mahasiswa tidak terlepas dari faktor eksternal pembentuk perilaku seseorang. Seperti yang telah dijelaskan peneliti sebelumnya terdapat proses persepsi yang menjadi pembentuk perilaku seseorang. Proses persepsi ini dirangsang melalui faktor eksternal yaitu lingkungan, budaya, pendidikan serta pengalaman pribadi Pendidikan bisnis menjadi salah satu faktor eksternal dalam proses yang berakibat timbulnya perilaku dalam diri seseorang. Pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa FIA UB menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap pembentukan *entrepreneurial self-*

efficacy mahasiswa. *Entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi berakibat pada peningkatan motivasi pada diri mahasiswa untuk mencapai tujuannya yaitu menjadi wirausaha.

Latar belakang mahasiswa yang memiliki keluarga yang melakukan wirausaha harus menjadi pertimbangan lebih dalam. Peran keluarga juga berpengaruh dalam diri seseorang untuk memiliki niat berwirausaha. Diketahui bahwa sebagian besar dari responden penelitian ini memiliki latar belakang keluarga yang berwirausaha. Berdasarkan dari karakteristik responden diketahui bahwa sebanyak 233 responden atau 71,96% mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB menyatakan memiliki latar belakang keluarga yang memiliki usaha. Dimana perincian perangkatan sebanyak 60 mahasiswa angkatan 2015 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, 67 mahasiswa angkatan 2016 memiliki latar belakang keluarga wirausaha, angkatan 2017 sebanyak 51 mahasiswa memiliki latar belakang wirausaha dan sebanyak 55 mahasiswa angkatan 2018 memiliki latar belakang keluarga wirausaha. Hal ini yang harus diteliti lebih dalam lagi apakah keputusan mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB untuk memperoleh pendidikan bisnis salah satu pengaruhnya adalah faktor demografi, yaitu lingkungan keluarga yang memiliki latar belakang wirausaha.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kristiansen & Indarti, 2004) pada mahasiswa Indonesia khususnya mahasiswa UGM dengan mahasiswa Norwegia menunjukkan bahwa faktor demografi memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha. Meskipun dalam hasil penelitiannya mahasiswa Indonesia secara signifikan lebih tinggi daripada mahasiswa Norwegia untuk memulai bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa ada faktor penentu lain diluar pendidikan bisnis yang kemungkinan menjadi pemicu mahasiswa untuk melakukan wirausaha. Namun

meskipun begitu, berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa timbulnya niat berwirausaha mahasiswa Prodi bisnis FIA UB dipengaruhi oleh pendidikan bisnis yang diterima oleh mahasiswa yang dapat meningkatkan *entrepreneurial self-efficacy*.

5.6. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka implikasi terhadap teori dan praktis terhadap penelitian sebagai berikut:

5.6.1 Implikasi Teoritis

1. Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan bisnis mempengaruhi *Feasibility*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, dan niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*), yang mana dengan mendapatkan pendidikan bisnis dapat meningkatkan *Feasibility* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* dalam diri mahasiswa. Dimana, pendidikan bisnis yang diberikan oleh dosen dengan memberikan teori dan pemahaman tentang dunia bisnis sehingga mahasiswa menjadi terbiasa. Oleh karena itu, tugas-tugas kewirausahaan yang diberikan oleh dosen kepada mahasiswa diharapkan nantinya akan meningkatkan kemampuan mahasiswa sehingga dapat menumbuhkan niat berwirausaha dalam diri mahasiswa tersebut.
2. Makin banyaknya tugas kewirausahaan yang diselesaikan oleh mahasiswa FIA UB Prodi Bisnis dalam pendidikan bisnis, maka semakin meningkat pula *Feasibility* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* di dalam diri mahasiswa FIA UB Prodi Bisnis. Oleh karena itu, diharapkan agar dosen dapat memberikan metode pengajaran yang semakin menarik bagi mahasiswa dan tidak hanya terfokus pada pemberian

tugas dan diskusi kelompok saja, sehingga hal tersebut akan semakin memunculkan niat mahasiswa untuk memulai bisnis.

3. Semakin baik pendidikan bisnis yang diberikan oleh dosen kepada mahasiswa FIA UB Prodi Bisnis maka akan semakin meningkatkan keinginan mahasiswa untuk memulai bisnis dan memilih membuka bisnis sebagai pilihan karir yang menjanjikan.

5.6.2 Implikasi Praktis

1. Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa FIA UB Prodi Bisnis mengenai pentingnya pendidikan bisnis dalam pengaruhnya terhadap niat berwirausaha dan dapat meningkatkan *Feasibility*, dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* mahasiswa
2. Hasil penelitian ini dapat membantu menjadi referensi diluar dunia pendidikan, yaitu pada dunia bisnis yang dapat membantu pemerintah untuk membuat kebijakan yang menguntungkan bagi wirausaha baru.

BAB VI

PENUTUP

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dari penelitian yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Feasibility*
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Feasibility*
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) melalui *Feasibility*

8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

6.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa Prodi Bisnis FIA UB maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Berdasarkan dari hasil analisis data diketahui bahwa indikator metode pembelajaran pada variabel pendidikan bisnis memiliki nilai rata-rata yang rendah yaitu sebesar 3,88 dan kemudian indikator teori pada variabel pendidikan bisnis sebesar 3,89. Hal ini menunjukkan bahwa metode yang dipilih oleh dosen dalam memberikan pendidikan bisnis kepada mahasiswa masih kurang dipahami oleh mahasiswa sehingga tujuan dari pembelajaran tersebut belum tercapai dengan maksimal. Diperlukan adanya pengembangan metode pembelajaran agar pemberian materi pendidikan bisnis dapat diterima oleh mahasiswa dengan mudah sehingga tujuan pembelajaran dapat tercapai.
2. Perlu ditingkatkan lagi metode pengajaran yang dilakukan oleh dosen dengan menambah kegiatan yang dapat memicu minat mahasiswa untuk menjadi seorang pengusaha tidak hanya melakukan seminar kewirausahaan namun juga berperan aktif dalam mengikuti kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kewirausahaan. Metode dan teori yang diberikan oleh dosen berakibat pada *feasibility* mahasiswa dalam kemampuan mahasiswa untuk membuka usaha baru dan *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa untuk berinovasi dalam produk

bisnis, dimana hal tersebut dalam penelitian ini juga terbilang rendah meskipun masuk dalam kategori baik.

3. Pengajar juga diharapkan kedepannya lebih banyak membahas masalah teori yang berhubungan dengan kewirausahaan karena selain metode pengajaran yang masih kurang efektif, teori yang diterima oleh mahasiswa juga masih terbilang rendah. Hal ini terbukti dengan rendahnya nilai rata-rata indikator teori yaitu sebesar 3,89 dimana hal ini masih berhubungan dengan metode yang diberikan oleh pengajar.
4. Diharapkan hasil penelitian ini bagi instansi/pihak terkait bisa menjadi acuan dalam pengembangan pendidikan bisnis sehingga dapat lebih baik lagi dalam membantu mahasiswa untuk lebih memahami pendidikan bisnis dan perannya dalam membangun keinginan mahasiswa untuk menciptakan bisnis dikemudian hari.
5. Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain seperti budaya, lingkungan sosial atau lingkungan keluarga.

6.3. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya melihat pengaruh beberapa variabel yang memiliki hubungan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu yang telah dilakukan, masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa, dilihat dari lingkungan social, budaya dan demografis. Diharapkan kedepannya akan ada penelitian yang lebih luas lagi yang dapat memenuhi keterbatasan penelitian ini.

2. Karena penelitian ini dilakukan berdekatan dengan liburan tahun baru dan masuknya semester baru sehingga sedikit sulit bagi peneliti untuk bertemu dengan responden penelitian.

3. Terdapat faktor eksternal lain yang tidak menjadi focus penelitian dalam penelitian ini diantaranya daerah asal, latar belakang keluarga dan faktor demografi lain yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha seseorang dan hanya sedikit di eksplorasi dalam penelitian ini.

4. Diharapkan kepada penelitian selanjutnya lebih menekankan kepada hubungan antara latar belakang keluarga atau demografi sebagai pengembangan dari penelitian ini, sehingga hasil penelitian berikutnya dapat menjawab keterbatasan dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I., 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, pp. 179-211.

Alma, P. B., 2016. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Anon., 2018. *encyclopedia business education*. [Online]
Available at: <https://www.inc.com/encyclopedia/business-education.html>

Arikunto, P., 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT.Rinka Cipta.

Bandura, A., 1977. Self-Efficacy: Toward a unifying Theory of behavioral Change. *Psychological*, pp. 191-215.

Bandura, A., 1994. Self-Efficacy. *Human behavior*, pp. 71-81.

Bandura, A. & Locke, E. A., 2003. Negative Self-Efficacy and Goal Effects Revisited. *Journal of Applied Psychology*, pp. 87-99.

Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W. & Kickul, J. R., 2007. The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *Journal of Leadership of organizational Studies*, pp. 86-104.

Boukamcha, F., 2015. Impact of training on entrepreneurial intention: an interactive cognitive perspective", European.

Boyd, N. G. & Vozikis, G. S., 1994. The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory & Practice*, pp. 63-77.

Chen, c. C., Greene, P. G. & Crick, A., 1998. Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs From Managers?. *Journal of Business Venturing*, pp. 295 - 316.

Chen, G., Gully, S. M. & Eden, D., 2004. General Self-Efficacy and Self-Esteem: Toward Theoretical and empirical Distinction Between Correlated Self-Evaluation. *Journal of Organizational Behavior*, pp. 375-395.

Cheng, M. Y., Chan, W. S. & Mahmood, A., 2009. The Effectiveness of Entrepreneurship Education in Malaysia. *Education + Training*, pp. 555-566.

Chen, Y. & He, Y., 2011. The impact of strong ties on entrepreneurial intention An empirical study based on the mediating role of self-efficacy. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, pp. 147-158.

Dermawan, D., 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya.

Dharmawati, H. D. M., 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali pers.

Dinther, M. V., Dochy, F. & Segers, M., 2011. Factors affecting students' self-efficacy in higher education. *Educational Reaserch Review*, pp. 95-108.

Drnovsek, M., Wincent, J. & Cardon, M. S., 2010. Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, pp. 329-348.

Farashah, A. D., 2013. The process of impact of entrepreneurship education and training on entrepreneurship perception and intention Study of educational system of Iran. *Education + Training*, pp. 868-885.

Farashahi, m. & Tajeddin, M., 2018. Effectiveness of teaching methods in business education: A comparison study on the learning outcomes of lectures, case studies and simulations. *The International Journal of Management Education*, pp. 131-142.

Fayolle, A., 2008. Entrepreneurship Education At A Crossroads: Towards A More Mature Teaching Field. *Journal of Entreprising Culture*, pp. 325 - 337.

Fayolle, A. & Gailly, B., 2015. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of Small business management*, pp. 75-93.

Fayolle, A., Gailly, B. & Clerc, N.-L., 2006. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, Volume 30, pp. 701-720.

Fayolle, A., Gailly, B. & Clerc, N. L., 2006. Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Entrepreneurship Education Programmes*, pp. 701-720.

Frances, H. Z., 2011. *Be an Entrepreneur*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Garson, D. G., 2016. *Partial Least Square : Regression and Structural Equation Model*. North Carolina: Statistical Publishing Associate.

Gelaidan, H. M. & Abdullateef, A. O., 2017. Entrepreneurial intentions of business students in Malaysia: the role of self-confidence, educational and relation support. *Journal of Small business and Enterprise Development*, 24(1).

Ghozali, I., 2006. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gibb, A. A., 1987. Education For Enterprise : Training For Small Business Intention - Some Contrasts. *Journal Of Small Business & Entrepreneurship*, 4(3), pp. 42 - 47.

Gibson, J. L., Ivancevich, J. M. & Donnelly, Jr., J. H., n.d. ORGANISASI : Perilaku, Struktur, Proses. In: *ORGANISASI: Perilaku, Struktur, Proses*. Tangerang: Binarupa Aksara publisher, pp. 133-134.

Global Entrepreneurship Research Association (GERA), 2017/18. *GEM report*, global: GEM.

Hakim, R., 1998. *Dengan Wirausaha Menepis Krisis*. Jakarta: PT. Elex Media kompetindo.

Hartono, M.B.A., Ak, P. J., 2017 edisi 6. *Metode Penelitian Bisnis (Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman)*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

Hattab, H. W., 2014. Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*, pp. 1-18.

Henry, C., Hill, F. & Leitch, C., 2005. Entrepreneurship education and training: can entrepreneurship be taught? Part I. *Education + Training*, pp. 98-111.

Hills, G. S., 2005. The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*, pp. 1265-1272.

Izquierdo, E. & Buelens, M., 2008. competing Models of Entrepreneurial Intention : The Influence of Entrepreneurial Self-Efficacy and Attitudes. *Internationalizing Entrepreneurship Education and Training*, pp. 1-31.

Jones, C. & English, j., 2004. A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education. *Education + Training*, pp. 416 - 423.

JR, N. F. K., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L., 2000. Competing Models Of Entrepreneurial Intention. *Journal of Business Venturing*, pp. 411- 432.

Kristiansen, S. & Indarti, N., 2004. Entrepreneurial Intention Among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Entreprising culture*, pp. 55-78.

Krueger, Jr, N. F., Reilly, M. D. & Carsrud, A. L., 2000. Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, pp. 411-432.

Krueger, J. N. F. & Carsrud, A. L., 1993. Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, pp. 315-330.

La Belle, T. J., 1982. Formal, Nonformal and Informal education: A Holistic Perspective on Lifelong Learning. *International review of Education*, pp. 159-175.

LaViolette, E. M., Lefebvre, M. R. & Brunel, O., 2012. The impact of story bound entrepreneurial role models on self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, pp. 720-742.

Linan, F., 2007. The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial process. pp. 230-247.

Linan, F., Rodriguez-Cohar, J. C. & Cantuche, J. M. R.-., 2011. Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role for Education. *International Entrepreneurship Management*, pp. 195-218.

Lunenburg, F. C., 2011. Self-Efficacy in the Workplace: Implications for Motivation and Performance. *International Journal of Management, Business and Administration*, Volume 14, pp. 1-6.

Luthans, F., 2005. Organizational Behavior. In: *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi, pp. 195-198.

McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L. & Sequeira, J. M., 2009. Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory & Practice*, July, pp. 965-988.

Mohamad, N., Lim, H. E., Yusof, N. & Soon, J. J., 2015. Estimating The Effect of Entrepreneur Education Graduates' Intention to be Entrepreneurs. *Education + Training*, 57(8/9).

Ozaralli, N. & Rivenburgh, N. K., 2016. Entrepreneurial Intention: Antecedent to entrepreneurial behavior in the U.S.A and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, pp. 1-32.

Piperopoulos, P. & Dimov, D., 2015. Burst bubbles or build steam? Entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions. *Journal of Small business Management*, pp. 970-985.

Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A. & Kwong, K. K., 2012. Proactive Personality and Entrepreneurial Intent Is Entrepreneurial Self-Efficacy a Mediator or Moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, pp. 559-586.

Putu Agung, M.Si, D. A. A., 2012. In: *Metode Penelitian Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya Press, pp. 1-193.

Rahmawati, T. & Mawardi, M. K., 2017. Pengaruh Faktor Perilaku dan Faktor Kontekstual Terhadap Niat Berwirausaha (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Bisnis Angkatan 2014 dan 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Telah Menempuh Mata Kuliah Kewirausahaan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, pp. 115-121.

Raymond, M. A., McNabb, D. E. & Matthaiei, C. F., 1993. Preparing Graduates for the Workforce: The Role of Business Education. *Journal of Education for Business*, pp. 202-206.

Sadewo, S. T., Iqbal, M. & Sanawiri, B., 2018. Analisis The Anticendent Of Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswa (Survey Pada Kelompok Aktivitas Kewirausahaan Mahasiswa di Universitas Brawijaya dan Universitas Teknologi Malaysia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, pp. 98-106.

Saiman, L., 2009. *Kewirausahaan (Teori, Praktik, dan kasus-kasus)*. Jakarta: Salemba Empat.

Saiman, L., 2009. *Kewirausahaan (Teori,Praktik, dan kasus-kasus)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sanchez, J. C., 2013. The Impact of an Entrepreneurship Education Program on Entrepreneurial Competance and Action. *Journal of Small Business Management*, pp. 447 - 465 .

Sandhria, A. F., Rahardjo, K. & Utami, H. N., 2013. Pengaruh Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Karyawan PT.PLN (PERSERO) Distribusi Jawa

Timur Area Pelayanan dan Jaringan Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, pp. 219-227.

Segal, G., Borgia, D. & Schoenfeld, j., 2005. The Motivation To Become an Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, pp. 42 - 57.

Setiadi, S.E., M.M, D. N. J., 2008. PERILAKU KONSUMEN, Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen. In: *Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP, pp. 91-92.

Shinnar, R. S., Hsu, D. K. & powell, B. C., 2014. Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention, And Gender: Assessing The Impact Of Entrepreneurship Education Longitudinally. *The International Journal of Management Education*, pp. 1-10.

Sieger, P., Fueglistaller, U. & Zellweger, T., 2016. *Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries International Report of The GUESSS Project 2016*, s.l.: Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey.

Sinambela, L. P., 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Solesvik, M. Z., 2013. Entrepreneurial Motivations and Intentions: Investigating The Role of Education Major. *Education + Training*, 55(3), pp. 253 - 271.

Stinson, j. E. & Milter, R. G., 1996. Problem-Based Learning in Business Education: Curriculum Design and Implementation Issues. *New Direction for Teaching and Learning*, pp. 33-42.

Sudarsono, 2018. *Jumlah Wirausaha Indonesia Baru 3% , Kalah dengan Malaysia hingga Singapura*. [Online]

Available at: <https://economy.okezone.com/amp/2018/03/08/320/1869496/jumlah-wirausaha-indonesia-baru-3-kalah-dengan-malaysia-hingga-singapura>

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Sugmawati, D. & Afrianty, T. W., 2018. Pengaruh Self-Efficacy Terhadap In-Role Performance Karyawan Dengan Motivasi Kinerja Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada karyawan Bank Central Asia KCU Borobudur Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, pp. 20-28.

Suharso, P., 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan praktis*. Jakarta Barat: PT.Indeks.

Suprayanto, R. S. M., 2013. *Kewirausahaan (Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil)*. Bandung: Alfabeta.

Supriyanto, M.Si., D., 2016. *Retrospektif Ilmu Administrasi Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Sutton, S., 1998. Predicting and Explaining Intentions and Behavior: How Well Are We Doing?. *Journal of Applied Social Psychology*, pp. 1317-1338.

Suyitno, A., 2013. *Pendidikan Kewirausahaan*. [Online]
Available at: <https://www.kompasiana.com/adesuyitno/pendidikan-kewirausahaan>

thoha, M., 2015. In: *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Teori*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, pp. 141-142.

Wilson, F., Kickul, J. & Marlino, D., 2007. Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory & Practice*, pp. 387-406.

winardi, S.E, P. D. J., 2015. Manajemen perilaku organisasi. In: *Manajemen perilaku organisasi*. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, pp. 203-204.

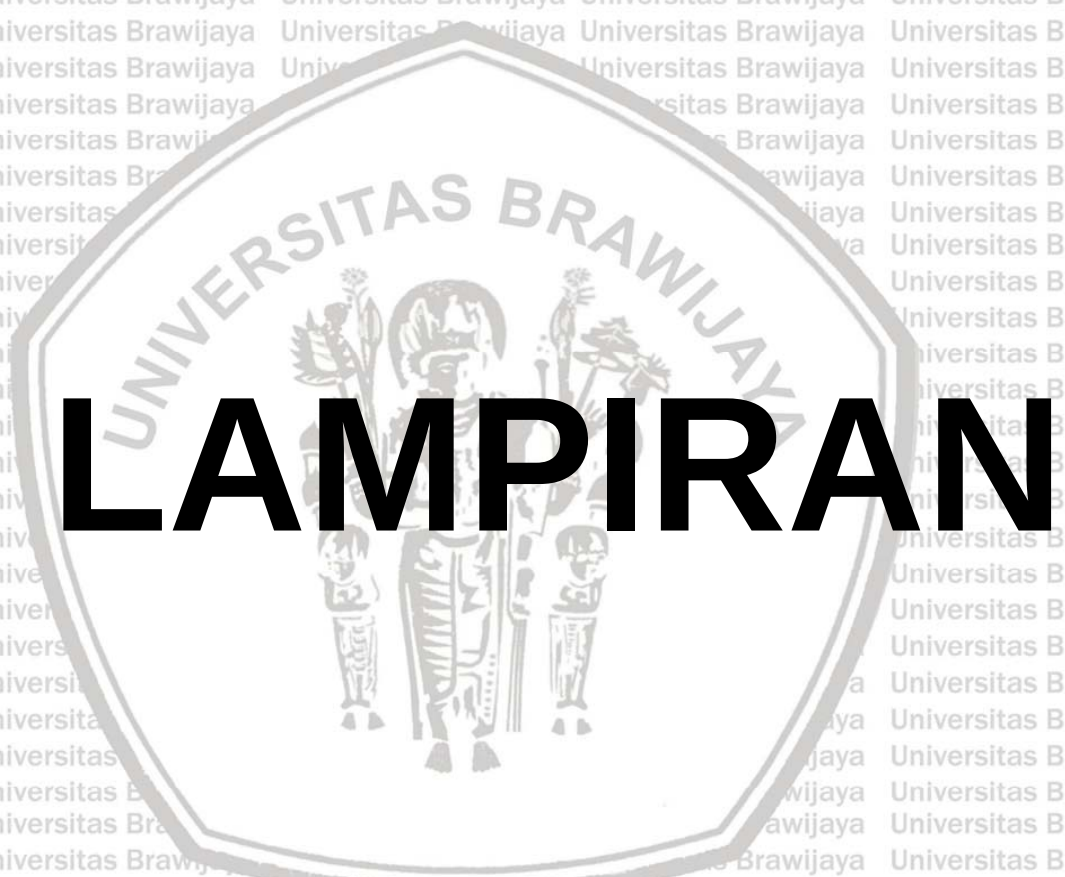
Wu, S. & Wu, L., 2008. The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, pp. 752-774.

Yuanquong He, Y. C., 2011. "The impact of strong ties on entrepreneurial intention", *Journal of Chinese Entrepreneurship*. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, pp. 147-158.

Y, Z., M, D. G. & H, C. M., 2014. The Role of Entrepreneurship Education as a Predictor of University Student' Entrepreneurial Intetnion. *International Entrepreneurship and Management Journal* , pp. 623- 641.

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C. & Griffin, M., 2013. In: *Business Research Methods*. United State: South-Western, Cengage Learning, pp. 51-52.





LAMPIRAN

No.Responden..... (diisi oleh peneliti)

KUISIONER PENELITIAN
PENDIDIKAN BISNIS SERTA DAMPAKNYA TERHADAP NIAT
BERWIRAUSAHA DENGAN FEASIBILITY DAN ENTREPRENEURIAL SELF-
EFFICACY SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Kuisisioner ini merupakan salah satu alat pengumpulan data penelitian yang bertujuan untuk meneliti peran pendidikan bisnis serta dampaknya terhadap niat berwirausaha dengan *feasibility* dan *entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel intervening pada mahasiswa PRODI Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi (FIA). Oleh karena itu, peneliti memohon kesediaan responden untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya sesuai dengan apa yang responden rasakan, Terima kasih.

I. Identitas Responden

1. NIM :
2. Jenis Kelamin :
3. Angkatan :
4. Semester :
5. Umur :
6. Daerah Asal :
7. Asal Sekolah :
8. Apakah anda memiliki keluarga yang berwirausaha : Ya ☐ Tidak ☐

II. Petunjuk Pengisian

1. Kuisisioner ini terdiri dari pernyataan yang terbagi dalam 5 (lima) bagian
2. Berilah tanda (X) pada kolom **Sangat Setuju (SS)**, **Setuju (S)**, **Ragu-Ragu (RR)**, **Tidak Setuju (TS)**, dan **Sangat Tidak Setuju (STS)** sesuai dengan keadaan yang sebenarnya

Pendidikan Bisnis (X)

No	Pernyataan	Skor				
	Tujuan (X1,1)	SS	S	RR	TS	STS
1	Pendidikan bisnis meningkatkan kepedulian saya terhadap dunia usaha/bisnis					
2	Saya merasa pendidikan bisnis menambah pengetahuan saya tentang bisnis					
3	Saya merasa lebih memahami sifat-sifat yang harus dimiliki untuk menjadi seorang pengusaha					

No	Pernyataan	Skor				
	Teori (X1,2)	SS	S	RR	TS	STS
4	Saya merasa paham dengan teori yang diajarkan dalam pendidikan bisnis					
5	Saya merasa teori yang diberikan mengarahkan saya untuk menciptakan usaha/bisnis baru					
6	Materi pendidikan bisnis yang diajarkan berisi tentang perkembangan isu-isu terbaru dalam dunia bisnis					
	Metode (X1,3)					
7	Saya merasa bahwa metode pembelajaran yang digunakan lebih interaktif sehingga memudahkan saya untuk memahami dunia bisnis/usaha					
8	Banyak mengundang orang-orang yang telah sukses dalam berbisnis sebagai pembicara sehingga pemahaman saya tentang dunia bisnis semakin luas					
9	Banyak diberikan studi kasus tentang bisnis dan masalah bisnis sehingga membuat saya menjadi terbiasa dengan masalah yang ada di dunia bisnis					
10	Saya merasa telah terbiasa dengan dunia bisnis karena tugas proyek bisnis atau perencanaan bisnis yang diberikan oleh dosen					

Feasibility (Z1)

No	Pernyataan	Skor				
	Kemampuan membuka usaha baru (Z1,1)	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya merasa bahwa saya mampu untuk membuka bisnis sendiri					
2	Saya memiliki kepercayaan pada kemampuan saya untuk menciptakan bisnis baru					
	Kemampuan melaksanakan tugas kewirausahaan (Z1,2)					
3	Saya yakin dengan kemampuan yang saya miliki, bisnis saya di masa depan akan sukses					

4	Saya pikir kesuksesan bisnis saya tergantung pada kemampuan saya dalam mengelola bisnis					
5	Saya yakin keberhasilan bisnis saya tergantung pada kemampuan saya dalam menyelesaikan tugas kewirausahaan yang diberikan oleh dosen					

Entrepreneurial Self-Efficacy (Z2)

No	Pernyataan	Skor				
	Inovasi (<i>Innovation</i>) (Z1,1)	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya memiliki ide baru untuk memulai bisnis					
2	Saya yakin barang atau jasa yang akan saya ciptakan adalah produk yang inovatif					
3	Saya yakin barang atau jasa saya akan diterima pasar yang menjadi target produk saya					
4	Dengan metode pemasaran yang inovatif saya yakin barang atau jasa yang akan saya pasarkan dapat menarik konsumen					
	Pengambilan Resiko (<i>Risk taking</i>)					
5	Saya mampu memperhitungkan resiko yang akan saya hadapi					
6	Saya berani mengambil resiko bisnis yang akan muncul ketika saya akan memulai bisnis					
7	Saya akan bertanggung jawab atas segala keputusan yang saya ambil					
8	Saya mampu bekerja dibawah tekanan dalam mengelola bisnis saya nanti					

Niat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*) (Y)

No	Pernyataan	Skor				
	Behavioral Intention (Y1,1)	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya tertarik untuk menjadi seorang pengusaha					
2	Saya berniat untuk menjadi seorang pengusaha					
3	Saya siap untuk memulai bisnis saya sendiri					
	Self-Prediction (Y1,2)					
4	Saya ingin menjadi seorang pengusaha					
5	Saya berusaha dengan sangat keras untuk menjadi seorang pengusaha					
6	Saya berusaha secepatnya untuk menjadi seorang pengusaha					

Lampiran 2. Frekuensi Jawaban Responden

Descriptives

	Statistic			
	Mean			
	Angkatan			
	2015.00	2016.00	2017.00	2018.00
X1.1	4.2763	4.1165	4.3478	4.5515
X1.2	3.9126	3.7835	3.8838	4.0309
X1.3	3.8520	3.9075	3.8438	3.9000
X	4.0134	3.9360	4.0249	4.1607
Z1.1	3.7368	3.9150	3.8542	4.0067
Z1.2	3.7103	3.9637	3.8099	4.1601
Z1	3.7211	3.9440	3.8278	4.0987
Z2.1	3.7204	3.8775	3.8611	3.9533
Z2.2	3.8816	4.0425	4.0035	4.0100
Z2	3.8028	3.9617	3.9344	3.9844
Y1.1	4.0659	4.1968	4.2358	4.3825
Y1.2	3.9030	4.1331	4.0926	4.3597
Y	3.9849	4.1650	4.1644	4.3708

Feasibility * Angkatan Crosstabulation

Count		Angkatan				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Feasibility	Rendah	3	0	1	0	4
	Sedang	31	31	32	17	111
	Tinggi	42	69	39	58	208
Total		76	100	72	75	323

Entrepreneurial self-efficacy * Angkatan Crosstabulation

Count		Angkatan				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Entrepreneurial self-efficacy	Rendah	2	0	1	0	3
	Sedang	22	23	18	22	85
	Tinggi	52	77	53	53	235
Total		76	100	72	75	323

Niat Berwirausaha * Angkatan Crosstabulation

Count		Angkatan				Total
		2015.00	2016.00	2017.00	2018.00	
Niat Berwirausaha	Rendah	2	2	2	1	7
	Sedang	18	9	8	6	41
	Tinggi	56	89	62	68	275
Total		76	100	72	75	323

Frequency Table

X1.1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.3	.3	.3
2.00	9	2.8	2.8	3.1
3.00	28	8.7	8.7	11.8
4.00	157	48.6	48.6	60.4
5.00	128	39.6	39.6	100.0
Total	323	100.0	100.0	

X1.1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.3	.3	.3
2.00	5	1.5	1.5	1.9
3.00	19	5.9	5.9	7.7
4.00	136	42.1	42.1	49.8
5.00	162	50.2	50.2	100.0
Total	323	100.0	100.0	

X1.1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	6	1.9	1.9	1.9
3.00	31	9.6	9.6	11.5
4.00	155	48.0	48.0	59.4
5.00	131	40.6	40.6	100.0
Total	323	100.0	100.0	

X1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	1.9	1.9	1.9
	3.00	77	23.8	23.8	25.7
	4.00	189	58.5	58.5	84.2
	5.00	51	15.8	15.8	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

X1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	10	3.1	3.1	3.4
	3.00	75	23.2	23.2	26.6
	4.00	177	54.8	54.8	81.4
	5.00	60	18.6	18.6	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

X1.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.9	.9	.9
	2.00	13	4.0	4.0	5.0
	3.00	61	18.9	18.9	23.8
	4.00	177	54.8	54.8	78.6
	5.00	69	21.4	21.4	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

X1.3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.6	.6	.6
	2.00	10	3.1	3.1	3.7
	3.00	77	23.8	23.8	27.6
	4.00	170	52.6	52.6	80.2
	5.00	64	19.8	19.8	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

X1.3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	21	6.5	6.5	6.8
	3.00	49	15.2	15.2	22.0
	4.00	173	53.6	53.6	75.5
	5.00	79	24.5	24.5	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

X1.3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	10	3.1	3.1	3.4
	3.00	53	16.4	16.4	19.8
	4.00	176	54.5	54.5	74.3
	5.00	83	25.7	25.7	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

X1.3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.6	.6	.6
	2.00	18	5.6	5.6	6.2
	3.00	107	33.1	33.1	39.3
	4.00	157	48.6	48.6	87.9
	5.00	39	12.1	12.1	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	5	1.5	1.5	1.9
	3.00	95	29.4	29.4	31.3
	4.00	155	48.0	48.0	79.3
	5.00	67	20.7	20.7	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	6	1.9	1.9	2.2
	3.00	94	29.1	29.1	31.3
	4.00	149	46.1	46.1	77.4
	5.00	73	22.6	22.6	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	1.9	1.9	1.9
	3.00	77	23.8	23.8	25.7
	4.00	160	49.5	49.5	75.2
	5.00	80	24.8	24.8	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.6	.6	.6
	2.00	4	1.2	1.2	1.9
	3.00	19	5.9	5.9	7.7
	4.00	186	57.6	57.6	65.3
	5.00	112	34.7	34.7	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z1.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	2.8	2.8	2.8
	2.00	41	12.7	12.7	15.5
	3.00	98	30.3	30.3	45.8
	4.00	120	37.2	37.2	83.0
	5.00	55	17.0	17.0	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.6	.6	.6
	2.00	14	4.3	4.3	5.0
	3.00	83	25.7	25.7	30.7
	4.00	175	54.2	54.2	84.8
	5.00	49	15.2	15.2	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	7	2.2	2.2	2.5
	3.00	102	31.6	31.6	34.1
	4.00	167	51.7	51.7	85.8
	5.00	46	14.2	14.2	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	4	1.2	1.2	1.5
	3.00	90	27.9	27.9	29.4
	4.00	187	57.9	57.9	87.3
	5.00	41	12.7	12.7	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	5	1.5	1.5	1.9
	3.00	46	14.2	14.2	16.1
	4.00	199	61.6	61.6	77.7
	5.00	72	22.3	22.3	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	4	1.2	1.2	1.5
	3.00	74	22.9	22.9	24.5
	4.00	195	60.4	60.4	84.8
	5.00	49	15.2	15.2	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	4	1.2	1.2	1.5
	3.00	52	16.1	16.1	17.6
	4.00	221	68.4	68.4	86.1
	5.00	45	13.9	13.9	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	1.2	1.2	1.2
	3.00	22	6.8	6.8	8.0
	4.00	223	69.0	69.0	77.1
	5.00	74	22.9	22.9	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Z2.2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	2.2	2.2	2.2
	3.00	43	13.3	13.3	15.5
	4.00	221	68.4	68.4	83.9
	5.00	52	16.1	16.1	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Y1.1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	7	2.2	2.2	2.5
	3.00	19	5.9	5.9	8.4
	4.00	155	48.0	48.0	56.3
	5.00	141	43.7	43.7	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Y1.1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.9	.9	.9
	2.00	4	1.2	1.2	2.2
	3.00	33	10.2	10.2	12.4
	4.00	147	45.5	45.5	57.9
	5.00	136	42.1	42.1	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Y1.1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	2.2	2.2	2.2
	3.00	65	20.1	20.1	22.3
	4.00	152	47.1	47.1	69.3
	5.00	99	30.7	30.7	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Y1.2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.3	.3	.3
	2.00	5	1.5	1.5	1.9
	3.00	26	8.0	8.0	9.9
	4.00	154	47.7	47.7	57.6
	5.00	137	42.4	42.4	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Y1.2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.6	.6	.6
	2.00	7	2.2	2.2	2.8
	3.00	57	17.6	17.6	20.4
	4.00	151	46.7	46.7	67.2
	5.00	106	32.8	32.8	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Y1.2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	1.2	1.2	1.2
	2.00	8	2.5	2.5	3.7
	3.00	75	23.2	23.2	26.9
	4.00	141	43.7	43.7	70.6
	5.00	95	29.4	29.4	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	124	38.0	38.0	38.0
	Perempuan	199	62.0	62.0	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Semester

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Semester 8	76	23.4	23.4	23.4
	Semester 6	100	31.2	31.2	54.5
	Semester 4	72	22.4	22.4	76.9
	Semester 2	75	23.1	23.1	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 – 19,4 Tahun	146	45.2	45.2	45.2
	19,5 - 22 Tahun	177	54.8	54.8	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2015	76	23.4	23.4	23.4
	2016	100	31.2	31.2	54.5
	2017	72	22.4	22.4	76.9
	2018	75	23.1	23.1	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Daerah Asal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sumatera	31	9.7	9.7	9.7
	KEPRI	3	.9	.9	10.6
	Jawa	267	83.2	83.2	93.8
	Kalimantan	9	2.8	2.8	96.6
	Sulawesi	6	1.9	1.9	98.4
	Bali	5	1.6	1.6	100.0
	Total	321	100.0	100.0	

Asal Sekolah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Negeri	270	83.5	83.5	83.5
	Swasta	51	15.9	15.9	99.4
	3.00	2	.6	.6	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

latar belakang berwirausaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	233	72.0	72.0	72.0
	Tidak	90	28.0	28.0	100.0
	Total	323	100.0	100.0	

Lampiran 3. Uji Validitas dan reliabilitas

Correlations

Correlations		
		X
X1.1.1	Pearson Correlation	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.1.2	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.1.3	Pearson Correlation	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.2.1	Pearson Correlation	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.2.2	Pearson Correlation	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.2.3	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.3.1	Pearson Correlation	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.3.2	Pearson Correlation	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.3.3	Pearson Correlation	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
X1.3.4	Pearson Correlation	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	323	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	323	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	10

Correlations

Correlations

		Z1
Z1.1.1	Pearson Correlation	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
Z1.1.2	Pearson Correlation	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
Z1.2.1	Pearson Correlation	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
Z1.2.2	Pearson Correlation	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323
Z1.2.3	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	323

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	323	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	323	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

Correlations

Correlations

	Z2
Z2.1.1 Pearson Correlation	.751**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.1.2 Pearson Correlation	.755**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.1.3 Pearson Correlation	.780**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.1.4 Pearson Correlation	.734**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.2.1 Pearson Correlation	.721**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.2.2 Pearson Correlation	.688**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.2.3 Pearson Correlation	.699**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Z2.2.4 Pearson Correlation	.640**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323

**. Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	323	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	323	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	8

Correlations

Correlations

	Y
Y1.1.1 Pearson Correlation	.884**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Y1.1.2 Pearson Correlation	.908**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Y1.1.3 Pearson Correlation	.859**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Y1.2.1 Pearson Correlation	.898**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Y1.2.2 Pearson Correlation	.908**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323
Y1.2.3 Pearson Correlation	.876**
Sig. (2-tailed)	.000
N	323

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Reliability

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	323	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	323	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	6

Lampiran 4. SEM PLS

1. Outer Model

	X	Y	Z1	Z2
X1.1	0.867			
X1.2	0.858			
X1.3	0.879			
Y1.1		0.963		
Y1.2		0.964		
Z1.1			0.906	
Z1.2			0.901	
Z2.1				0.876
Z2.2				0.848

	X	Y	Z1	Z2
X1.1	0.867	0.504	0.449	0.448
X1.2	0.858	0.414	0.440	0.449
X1.3	0.879	0.433	0.489	0.516
Y1.1	0.476	0.963	0.651	0.614
Y1.2	0.524	0.964	0.653	0.597
Z1.1	0.454	0.632	0.906	0.626
Z1.2	0.505	0.591	0.901	0.617
Z2.1	0.489	0.548	0.638	0.876
Z2.2	0.448	0.537	0.545	0.848

	AVE	Composite Reliability	R Square	Cronbachs Alpha	Communality	Redundancy
X	0.754	0.902		0.837	0.754	
Z1	0.817	0.899	0.5075	0.776	0.817	0.152
Z2	0.744	0.853	0.2956	0.656	0.744	0.219
Y	0.929	0.963	0.5251	0.923	0.929	0.130

	X	Y	Z1	Z2
X	1			
Y	0.519	1		
Z1	0.530	0.677	1	
Z2	0.544	0.629	0.688	1

2. Inner Model

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	p-value
X1.1 <- X	0.867	0.863	0.019	0.019	45.472	0.000
X1.2 <- X	0.858	0.858	0.020	0.020	44.048	0.000
X1.3 <- X	0.879	0.877	0.017	0.017	53.099	0.000
Y1.1 <- Y	0.963	0.963	0.005	0.005	189.348	0.000
Y1.2 <- Y	0.964	0.964	0.006	0.006	174.042	0.000
Z1.1 <- Z1	0.906	0.906	0.010	0.010	87.665	0.000
Z1.2 <- Z1	0.901	0.901	0.012	0.012	73.347	0.000
Z2.1 <- Z2	0.876	0.875	0.016	0.016	55.727	0.000
Z2.2 <- Z2	0.848	0.842	0.028	0.028	30.047	0.000

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)	p-value
X -> Z1	0.222	0.223	0.044	0.044	5.023	0.000
X -> Z2	0.544	0.546	0.056	0.056	9.636	0.000
Z2 -> Z1	0.567	0.562	0.042	0.042	13.378	0.000
X -> Y	0.159	0.155	0.065	0.065	2.462	0.014
Z1 -> Y	0.417	0.417	0.058	0.058	7.155	0.000
Z2 -> Y	0.256	0.255	0.061	0.061	4.200	0.000

Variabel	Koefisien Langsung		standar error		Koefisien Tidak Langsung	s.e Sobel	t Hitung	p
	X→Z1→Y	X→Z2→Y	X→Z1→Y	X→Z2→Y				
X, Z1, Y	0.222	0.417	0.044	0.058	0.092	0.023	4.086	0.000
X, Z2, Y	0.544	0.256	0.056	0.061	0.139	0.036	3.835	0.000

X1.1.2	X1.1.3	X1.1	X1.2.1	X1.2.2	X1.2.3	X1.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.3.3	X1.3.4	X1.3	X	Z1.1.1	Z1.1.2	Z1.1	Z1.2.1	Z1.2.2	Z1.2.3	Z1.2	Z1	Z2.1.1	Z2.1.2	Z2.1.3	Z2.1.4	Z2.1	Z2.2.1
5	4	4.67	4	5	5	4.67	4	4	4	4	4	4.44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4.33	4	4	3	3.67	3	3	3	5	3.5	3.83	4	4	4	3	5	3	3.67	3.8	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4.33	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	3	3	3	4	3.25	3
5	5	5	5	4	4	4.33	5	4	4	3	4	4.44	4	4	4	3	5	3	3.67	3.8	3	3	4	4	3.5	3
5	5	5	4	3	4	3.67	5	5	5	4	4.75	4.47	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	3	4	3.25	3
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4.75	4.58	4	4	4	5	5	5	4.6	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3.33	4	4	4	3	3.75	3.69	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	3	3	3	3.25	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4.33	4.6	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	3.92	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4.75	4
4	4	4	4	4	3	3.67	4	4	4	4	4	3.89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3.67	4	3	4	3.67	4	4	3	3	3.5	3.61	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4.33	3	4	4	3.67	4	5	5	3	4.25	4.08	5	5	5	4	4	3	3.67	4.2	4	3	4	5	4	4
5	4	4.33	4	4	5	4.33	4	4	5	4	4.25	4.31	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1.5	1.83	3	2	2.5	2	2	1	1.67	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	3	4	4	3.67	4	4	5	4	4.25	4.31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	3	3	3	3.67	3	3	4	3	3.25	3.64	4	3	3.5	2	4	1	2.33	2.8	3	3	3	4	3.25	4
5	5	5	3	4	4	3.67	4	5	5	4	4.5	4.39	3	3	3	3	4	4	3.67	3.4	5	5	4	4	4.5	4
4	3	3.67	3	3	3	3	3	4	3	3	3.25	3.31	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	4.67	4	4	4	4	3	4	4	3	3.5	4.06	3	3	3	4	4	3	3.67	3.4	4	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4.33	3	4	3	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	5	4	4	5	4.5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4.5	4.17	4	4	4	4	5	4	4.33	4.2	4	4	4	5	4.25	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.75	3.92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3.25	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4.5	4.17	5	5	5	5	4	2	3.67	4.2	4	3	4	4	3.75	4
5	5	5	4	5	4	4.33	4	4	5	5	4.5	4.61	5	5	5	5	4	3	4	4.4	5	5	5	5	5	4

5	4	4.67	4	5	4	4.33	4	4	5	4	4.25	4.42	4	4	4	5	5	4	4.67	4.4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4.33	4	5	5	4	4.5	4.61	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	3.33	3	4	3	4	3.5	3.61	3	4	3.5	5	4	4	4.33	4	4	4	3	4	3.75	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2.75	2.92	2	3	2.5	3	2	3	2.67	2.6	2	3	3	3	2.75	2
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2.67	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3
5	5	5	5	5	4	4.67	5	5	5	5	5	4.89	5	5	5	5	4	4	4.33	4.6	5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	4.67	5	5	5	4	4.75	4.81	3	3	3	3	5	4	4	3.6	5	3	3	5	4	5
5	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.11	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	4	4	4	4
5	5	4.67	3	3	4	3.33	3	4	4	3	3.5	3.83	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	3	4	4	3.75	4
4	4	4	4	3	4	3.67	3	2	4	3	3	3.56	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	2	2	2	2	2	4
4	4	4	4	3	4	3.67	4	4	4	3	3.75	3.81	3	3	3	3	4	4	3.67	3.4	3	3	3	3	3	3
4	3	3.67	3	4	4	3.67	4	4	3	3	3.5	3.61	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	3	4	3.25	3
1	2	1.33	2	1	1	1.33	1	2	1	1	1.25	1.31	1	1	1	2	1	1	1.33	1.2	1	1	1	1	1	1
5	5	4.67	4	4	3	3.67	3	4	3	3	3.25	3.86	2	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3.25	4
5	4	4.33	4	4	4	4	3	3	4	3	3.25	3.86	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	4	4	4	3
5	4	4.33	4	4	4	4	3	3	4	3	3.25	3.86	3	3	3	3	5	3	3.67	3.4	4	4	4	4	4	3
4	5	4.33	5	5	4	4.67	4	4	4	4	4	4.33	5	5	5	4	4	3	3.67	4.2	4	5	5	5	4.75	4
5	5	5	5	4	5	4.67	5	5	5	5	5	4.89	4	5	4.5	4	5	4	4.33	4.4	3	3	3	5	3.5	4
5	5	5	5	4	4	4.33	4	3	3	3	3.25	4.19	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	4	3	4	4	3.75	3
4	3	3.67	3	3	3	3	4	4	4	3	3.75	3.47	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	4
4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3.75	3.58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4.67	5	4	4	4	4.25	4.31	5	5	5	5	5	4	4.67	4.8	5	5	5	5	5	5
5	3	4.33	4	3	2	3	4	4	2	2	3	3.44	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3.5	3
4	4	4	4	5	4	4.33	3	4	3	4	3.5	3.94	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4.25	3
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4.25	4.42	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	4	3	4	3.5	4
5	5	5	5	4	5	4.33	4	5	5	4	4.5	4.61	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	3	4	3.25	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3.5	3.83	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	3	4	3.75	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3.5	3.83	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4
5	5	5	4	5	4	4.33	4	4	4	4	4	4.44	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3.5	5

4	4	4.33	4	4	2	3.33	3	3	4	4	3.5	3.72	4	3	3.5	4	4	4	4	3.8	3	3	3	3	4
5	5	5	4	3	4	3.67	3	5	5	3	4	4.22	5	5	5	5	4	3	4	4.4	4	4	4	4	4
5	4	4.33	4	4	4	4	4	5	5	5	4.75	4.36	5	4	4.5	4	5	5	4.67	4.6	4	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4.33	4	4	4	4	4	4.11	3	4	3.5	4	4	2	3.33	3.4	4	4	4	5	4.25
5	4	4.33	5	4	4	4.33	5	5	5	5	5	4.56	5	5	5	5	4	3	4	4.4	4	5	3	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	3
5	5	4.67	3	4	4	3.67	3	4	5	4	4	4.11	3	4	3.5	5	5	3	4.33	4	4	3	4	3	3.5
5	5	4.67	4	3	4	3.67	4	4	3	3	3.5	3.94	4	3	3.5	4	4	3	3.67	3.6	3	3	3	4	3.25
4	5	4.33	4	2	1	2.33	3	2	5	4	3.5	3.39	5	5	5	5	5	1	3.67	4.2	4	3	3	5	3.75
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4.67	4	4	4	5	5	5	5	4.6	5	5	4	5	4.75
5	5	5	5	3	5	4.33	3	4	4	4	3.75	4.36	3	3	3	4	5	5	4.67	4	4	4	4	4	4
4	5	4.33	5	3	1	3	4	1	4	3	3	3.44	4	5	4.5	5	5	1	3.67	4	5	4	4	4	4.25
3	4	3.33	4	2	2	2.67	4	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4.33	5	5	4	4	4.5	4.61	3	3	3	4	5	3	4	3.6	4	3	3	4	3.5
5	5	5	4	4	5	4.33	5	4	5	5	4.75	4.69	3	3	3	4	5	3	4	3.6	4	3	4	4	3.75
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3.75	3.92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3.33	5	4	4	4	4.25	3.86	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	5	5	5	5	5
4	3	3.67	3	3	4	3.33	2	2	3	2	2.25	3.08	3	4	3.5	4	4	2	3.33	3.4	4	4	4	4	3
5	4	4.67	4	4	4	4	3	3	4	3	3.25	3.97	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4.5	4.83	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4.25
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3.75	3.92	4	3	3.5	3	4	4	3.67	3.6	3	3	3	4	3.25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2.67	2.8	3	3	3	3	3
5	4	4.33	4	3	4	3.67	4	4	4	3	3.75	3.92	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3.5
5	5	4.67	4	3	5	4	4	5	4	5	4.5	4.39	4	4	4	4	4	5	4	4.33	4.2	5	3	3	4
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4.5	4.5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3.33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.44	4	3	3.5	3	4	2	3	3.2	2	2	4	5	3.25

aya 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
aya 5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4.5	4.5	4	3	3.5	4	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4	4	4
aya 4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4.33	3	3	2	2.67	4	4	3	4	3.75	3.58	4	4	4	3	5	3	3.67	3.8	4	3	4	4	3.75	4	
aya 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.5	4	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4.33	3	3	2	2.67	4	4	3	4	3.75	3.58	4	4	4	3	5	3	3.67	3.8	4	3	4	4	3.75	4	
aya 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4.4	4	4	4	4	4	5	
aya 4	4	4	3	3	4	3.33	4	4	4	4	4	3.78	3	3	3	4	5	4	4.33	3.8	5	3	3	4	3.75	4	
aya 4	4	4	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4	3.89	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	
aya 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4.75	4.92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4.75	5	
aya 4	3	3.33	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3.78	4	3	3.5	4	5	2	3.67	3.6	4	4	4	5	4.25	5	
aya 4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
aya 4	4	3.67	5	3	3	3.67	4	4	2	3	3.25	3.53	4	4	4	4	5	2	3.67	3.8	3	4	4	4	3.75	4	
aya 5	4	4.33	4	3	4	3.67	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3.67	3.4	3	4	3	4	3.5	4	
aya 4	3	3.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.78	4	3	3.5	4	4	3	3.67	3.6	3	3	4	4	3.5	4	
aya 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4.4	4	4	4	4	4	4	
aya 3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3.33	2	2	2	3	3	3	3	2.6	3	3	3	3	3	3	
aya 4	4	4	4	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4.11	5	5	5	5	5	2	4	4.4	4	4	4	4	4	5	
aya 4	4	4	3	4	4	3.67	4	4	4	3	3.75	3.81	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3.75	3.58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4.25	4	
aya 3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3.75	3.25	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3.75	4	
aya 4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4.33	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3.78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	
aya 4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3.5	3.83	3	3	3	3	4	4	3	3.67	3.4	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3.5	3.83	3	3	3	3	4	4	4	4	3.6	4	4	4	4	4	
aya 4	4	4	4	4	4	3	3.67	4	4	4	4	3.89	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	3	3	3	3	3	4	
aya 4	3	3.33	2	3	2	2.33	3	2	3	2	2.5	2.72	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	3	4	3.25	3	
aya 4	3	3.33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3.11	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	3	3	3.5	4	

3	4	3.67	4	4	4	4	3	2	2	3	2.5	3.39	4	4	4	4	4	5	4.33	4.2	4	5	4	4	4.25	4
3	3	3	4	3	3	3.33	3	4	4	3	3.5	3.28	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3.67	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3.75	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4.4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3.6	3	3	3	3	3	4
3	4	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3.89	4	4	4	5	5	4	4.67	4.4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4.5	4.17	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.75	3.92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	5	5	4.67	4	4	5	5	4.5	4.06	4	5	4.5	4	3	4	3.67	4	2	3	3	4	3	3
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4.5	4.5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	3.67	4	5	4	4.33	3	4	3	4	3.5	3.83	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4.25	3
5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	4	4.5	4.17	4	4	4	5	5	4	4.67	4.4	4	5	4	4	4.25	3
4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	5	4.5	3.83	4	5	4.5	4	4	3	3.67	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4.5	4.5	4	3	3.5	4	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	5	3.67	3	3	3	3	3	4	4	4	3.75	3.47	3	4	3.5	4	4	4	4	3.8	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3.25	4
4	4	4	3	4	4	3.67	4	4	4	3	3.75	3.81	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	4	4	4	4
5	5	4.67	4	5	5	4.67	5	5	5	3	4.5	4.61	5	5	5	5	5	3	4.33	4.6	5	5	5	5	5	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3.5	3.5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3.33	4	4	3	3	3.5	3.28	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	3	3	3	3
3	4	3.33	3	4	4	4	3	3	4	4	3.5	3.61	4	3	3.5	3	4	4	3.67	3.6	4	3	3	4	3.5	3
4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3.5	3.5	3	3	3	4	4	3	3.67	3.4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4	3.89	4	4	4	3	3	3	3	3.4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4	3.89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3	3.25	2.75	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	4	4	4	3

4	5	4.33	4	4	5	4.33	4	4	5	5	4.5	4.39	5	5	5	5	4	4	4.33	4.6	3	4	4	4	3.75	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4.33	3	4	3.5	4	4	4	4	3.8	4	4	5	4	4.25	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4.5	5	5	5	5	4.8	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3.67	3.4	3	3	4	4	3.5	4
4	3	3.67	4	2	3	3	2	4	4	3	3.25	3.31	3	2	2.5	3	4	2	3	2.8	2	3	3	2	2.5	4
5	4	4.33	4	5	4	4.33	4	3	5	4	4	4.22	3	3	3	4	5	4	4.33	3.8	4	5	4	4	4.25	5
5	4	4.67	5	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4.25	4
4	3	3.67	3	3	4	3.33	3	4	4	3	3.5	3.5	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	3	3	3	3
5	3	4.33	3	4	4	3.67	3	4	4	3	3.5	3.83	3	3	3	4	4	2	3.33	3.2	2	4	4	4	3.5	4
5	5	4.67	4	4	5	4.33	4	2	4	3	3.25	4.08	3	4	3.5	4	3	1	2.67	3	3	3	4	4	3.5	4
4	4	4.33	4	4	4	4	4	3	4	4	3.75	4.03	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	4	4	3	3	3.5	4
5	5	4.67	4	4	4	4	4	4	4	3	3.75	4.14	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	3	4	3.75	3
5	5	5	4	4	5	4.33	5	5	5	3	4.5	4.61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4.5	4
5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4.33	4	4	4	3	4	2	3	3.4	4	4	4	5	4.25	4
5	5	4.67	4	4	4	4	4	4	5	4	4.25	4.31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3.75	4
5	5	5	4	5	5	4.33	5	5	5	5	5	4.78	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	4	4	4	3
5	5	4.67	4	4	4	4.33	4	4	5	4	4.25	4.42	5	5	5	5	3	3	3.67	4.2	5	4	4	5	4.5	5
5	5	4.67	4	5	3	4	5	3	5	4	4.25	4.31	3	4	3.5	4	3	3	3.33	3.4	5	4	4	5	4.5	3
5	5	4.67	4	5	3	4	5	3	5	4	4.25	4.31	3	4	3.5	4	3	3	3.33	3.4	5	4	4	5	4.5	3
5	5	4.67	4	3	3	3.33	4	2	5	3	3.5	3.83	3	3	3	3	2	1	2	2.4	3	3	3	3	3	4
4	3	3.67	3	4	3	3.33	3	4	3	3	3.25	3.42	3	3	3	4	4	4	4	3.6	4	4	4	3	3.75	3
5	5	5	4	4	3	3.67	5	5	4	4	4.5	4.39	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	5	4	4	5	4.5	5
5	5	5	5	5	4	4.33	4	5	4	4	4.25	4.53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4.33	4	5	4	4.33	4	4	4	4	4	4.22	4	4	4	3	5	4	4	4	2	3	4	4	3.25	5
5	5	4.67	4	4	4	4	4	5	5	4	4.5	4.39	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	3	3	4	3.5	4
5	4	4.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.22	4	4	4	4	5	4	4.33	4.2	4	4	4	5	4.25	5

aya 4	4	4.33	3	3	3	3	4	4	3	3	3.5	3.61	3	4	3.5	4	4	4	4	3.8	4	4	4	4	4	4	
aya 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3.25	3	
aya 5	4	4.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.22	5	5	5	5	4	4	4.33	4.6	5	4	4	4	4.25	4	
aya 4	4	4.33	4	4	5	4.33	3	4	4	2	3.25	3.97	4	5	4.5	5	5	5	5	4.8	3	4	4	4	3.75	5	
aya 5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
aya 5	4	4.67	4	4	4	4	3	4	4	3	3.5	4.06	3	3	3	3	5	3	3.67	3.4	4	3	3	4	3.5	3	
aya 5	3	4.33	4	4	4	4	4	4	4	3	3.75	4.03	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3.5	4	
aya 2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2.25	2.08	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
aya 5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	3	4.5	4.5	4	4	4	3	4	2	3	3.4	3	3	4	4	3.5	4
aya 5	4	4.67	4	4	5	4.33	4	4	4	4	4	4	4.33	4	4	4	5	4	4	4.33	4.2	4	4	5	5	4.5	4
aya 5	4	4.67	4	4	4	4	4	4	3	4	3.75	4.14	5	5	5	5	4	5	5	4.67	4.8	5	5	5	4	4.75	4
aya 4	4	4	3	4	3	3.33	3	4	3	3	3.25	3.53	4	4	4	4	3	4	3	3.33	3.6	4	4	4	4	4	4
aya 4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2.75	3.25	4	4	4	4	3	4	3	3.33	3.6	3	3	4	4	3.5	3
aya 5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4.25	4.42	3	3	3	3	5	2	3.33	3.2	3	3	3	3	3	3	3
aya 5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	3.75	3.92	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	4	5	4.25	3	
aya 5	5	4.67	3	4	4	3.67	4	4	5	3	4	4.11	4	3	3.5	4	4	3	3.67	3.6	4	3	4	4	3.75	4	
aya 5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4.5	4.83	4	5	4.5	5	5	3	4.33	4.4	5	4	5	5	4.75	5	
aya 4	4	4	4	4	3	4	3.67	3	4	4	3.5	3.72	4	3	3.5	3	4	3	3.33	3.4	1	3	3	4	2.75	4	
aya 4	4	3.67	3	4	3	3.33	3	3	4	3	3.25	3.42	4	4	4	4	4	3	1	2.67	3.2	3	3	3	3	3	4
aya 4	3	3.67	4	4	3	3	3.33	3	4	4	3	3.5	3.5	4	4	4	4	3	3	3.33	3.6	4	3	4	4	3.75	4
aya 5	4	4.67	5	5	5	5	5	4	4	4	4.25	4.64	4	4	4	4	4	4	2	3.33	3.6	5	3	4	3	3.75	4
aya 4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	3	4.5	3.83	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	3	3	3.5	3	
aya 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3.6	3	3	3	4	3.25	4	
aya 5	4	4.67	4	4	5	4.33	4	3	4	3	3.5	4.17	5	5	5	5	5	3	4.33	4.6	3	4	3	5	3.75	4	
aya 5	5	5	5	4	5	5	4.67	4	3	3	3.25	4.31	4	4	4	4	3	5	3	3.67	3.8	3	3	3	4	3.25	3
aya 5	5	4.67	4	4	3	3.33	3	4	4	3	3.5	3.83	3	4	3.5	4	1	2	2.33	2.8	4	4	4	4	4	4	
aya 5	5	4.67	4	4	4	4	3	3	4	3	3.25	3.97	4	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	3	4	3.75	3
aya 5	4	4.33	4	4	4	4	3	3	4	4	3.5	3.94	3	4	3.5	4	4	3	3.67	3.6	3	4	4	4	3.75	3	
aya 5	4	4.33	4	4	4	4	3	4	4	2	3.25	3.86	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3.25	4	

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3.33	3.2	4	2	3	3	3	4
5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	4.67	5	4	4.5	4	4	4	3	3.67	4	3	3	3	4	3.25	5
4	5	4.67	4	5	5	4.67	4	4	4	5	4.25	4.53	4	4	4	5	5	4	4.67	4.4	5	4	5	5	4.75	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3.33	4	4	3	3.67	4	2	4	2	3	3.33	4	4	4	4	4	5	4.33	4.2	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4.33	5	5	5	5	5	4	4.67	4.8	4	4	4	5	4.25	5
4	4	4	3	3	4	3.33	4	4	4	3	3.75	3.69	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3.25	3.08	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	4	4	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4.67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4.67	4.8	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3.5	3.83	5	5	5	5	5	4	4.33	4.6	5	5	4	4	4.5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3.33	3	2	4	3	4	4	3	2	3.25	3.19	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	3	4	3.75	4
4	4	3.33	3	2	4	3	4	4	3	2	3.25	3.19	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	4	3	4	3.75	4
4	4	4	4	3	4	3.67	3	4	4	4	3.75	3.81	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	4	3	4	4	3.75	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.33	5	5	5	5	4	3	4	4.4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4.5	4.4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4.5	5	5	4	4.67	4.6	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3.33	3	4	3	3	3.25	3.53	4	3	3.5	4	4	4	4	3.8	3	4	4	4	3.75	3
4	5	4.33	3	3	4	3.33	4	5	4	3	4	3.89	3	3	3	3	5	2	3.33	3.2	3	3	3	3	3	4
4	4	4	3	4	4	3.67	3	4	4	3	3.5	3.72	3	3	3	3	4	4	3.67	3.4	3	4	4	4	3.75	3
5	5	4.67	3	4	5	4	3	3	4	3	3.25	3.97	4	4	4	4	5	4	4.33	4.2	2	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4.33	3.8	3	4	4	4	3.75	3
4	4	4	4	5	4	4.67	4	4	4	3	3.75	4.14	5	5	5	5	4	5	4	4.33	4.6	5	3	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	4.25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4.67	5	5	5	4	4.75	4.81	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4.75	5
5	5	5	4	4	5	4.33	4	5	5	4	4.5	4.61	4	4	4	4	5	4	4.33	4.2	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2.33	3	2	2	2	2.25	2.19	3	3	3	4	4	3	3.67	3.4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	4	5	4.67	5	4	4	4	4.25	4.64	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	4	4	4	3
5	4	4.33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.11	4	4	4	5	4	4	4.33	4.2	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	3.67	3	3	4	3	3.25	3.64	4	4	4	4	3	4	3.67	3.8	3	3	4	4	3.5	4
4	3	3.67	4	3	4	3.67	3	3	4	3	3.25	3.53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3.75	4
5	5	5	4	5	5	4.67	4	4	4	4	4	4.56	5	5	5	5	5	4	4.67	4.8	5	4	4	4	4.25	4
5	5	4.67	3	4	4	3.67	4	3	5	3	3.75	4.03	3	4	3.5	3	5	2	3.33	3.4	3	3	3	4	3.25	4
5	4	4.67	4	4	5	4.33	3	5	4	4	4	4.33	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	3.33	3	3	3	3	3	3.44	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	4	5	4.25	3
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4.67	4	4	4	5	5	4	4.67	4.4	4	4	5	4	4.25	4
5	5	5	4	5	4	4.33	5	5	5	4	4.75	4.69	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3.25	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4.75	4.92	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4.5	4
5	4	4.67	4	4	3	3.67	2	2	2	3	2.25	3.53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4.25	3
5	5	5	4	4	5	4.33	4	4	4	3	3.75	4.36	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	4	5	4.25	4
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	4.25	4	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3.75	3
5	5	5	4	4	5	4.33	5	4	4	4	4.25	4.53	4	4	4	5	5	5	5	4.6	4	4	4	4	4	5
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	4.25	3	3	3	4	5	4	4.33	3.8	3	3	4	5	3.75	4
5	4	4.67	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4.22	3	3	3	4	5	3	4	3.6	3	3	4	5	3.75	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3.67	3.4	3	4	3	5	3.75	4
4	4	4	4	4	4	3.67	5	5	4	4	4.5	4.06	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	4	5	4.25	4
4	4	3.67	4	4	4	4	4	3	3	3	3.5	3.72	3	3	3	3	4	3	3.33	3.2	3	3	4	4	3.5	3
4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2.5	2	4	3	3	2.8	4	3	4	4	3.75	3
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4.25	4.42	5	5	5	3	3	2	2.67	3.6	3	3	3	4	3.25	3
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4.25	4.42	3	3	3	4	4	4	4	3.6	4	4	4	4	4	4
5	4	4.67	3	4	3	3.33	4	5	4	4	4.25	4.08	4	4	4	4	5	5	4.67	4.4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4.33	3	5	5	3	4	4.11	5	5	5	5	4	4	4.33	4.6	3	4	3	3	3.25	4
5	5	5	4	4	5	4.33	4	4	4	4	4.44	4	5	5	5	4	4	4	4	4.4	4	5	5	5	4.75	4
5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3.5	4.5	4	4	4	5	5	5	5	4.6	3	3	3	3	3	4
5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3.5	4.17	4	3	3.5	5	4	3	4	3.8	2	3	3	4	3	4
5	5	5	4	4	3	3.67	3	4	4	3	3.5	4.06	4	3	3.5	5	5	3	4.33	4	4	4	4	5	4.25	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4.5	4.83	3	4	3.5	3	4	2	3	3.2	5	5	4	5	4.75	3	
4	4	4	2	3	2	2.33	3	2	3	4	3	3.11	4	4	4	5	4	2	3.67	3.8	3	3	3	3	3	2	
5	5	5	4	4	3	3.67	2	3	4	4	3.25	3.97	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3.5	4		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4.75	5	
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4.25	4.42	5	5	5	5	4	4	4.33	4.6	4	5	4	4	4.25	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
5	4	4.33	4	3	3	3.33	3	3	4	4	3.5	3.72	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	5	4	4.25	3	
5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3.75	4.25	3	3	3	3	4	4	3.67	3.4	2	2	3	3	2.5	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3.25	3.75	3	3	3	4	4	4	4	3.6	3	3	3	4	3.25	4	
4	4	4	3	3	4	3.33	3	2	5	4	3.5	3.61	5	5	5	4	5	4	4.33	4.6	5	5	4	5	4.75	3	
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.33	4	4	4	4	4	3	3.67	3.8	4	4	4	4	4	4	
5	5	4.67	3	4	4	3.67	4	3	3	3	3.25	3.86	3	3	3	4	5	2	3.67	3.4	3	4	3	3	3.25	4	
3	4	3.67	3	4	4	3.67	4	4	4	4	4	3.78	3	3	3	3	5	4	4	3.6	3	3	3	3	3	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3.67	3.4	3	3	3	5	3.5	4	
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3.5	3.83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	
5	4	4.33	3	4	4	3.67	5	5	4	5	4.75	4.25	4	5	4.5	5	5	4	4.67	4.6	5	5	5	5	5	5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3.5	5	4	4	4.33	4	4	4	4	5	4.25	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3.5	4	5	4	4.33	4	4	5	5	5	4.75	4	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4.33	4.6	5	5	5	5	5	3	
5	5	5	3	5	5	4.33	3	4	5	5	4.25	4.53	3	3	3	3	3	2	2.67	2.8	3	3	4	4	3.5	3	
5	5	5	4	5	4	4.33	4	5	4	4	4.25	4.53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3.5	3.83	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3.75	3	
5	5	5	4	4	5	4.33	4	5	5	4	4.5	4.61	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4.5	4	
5	5	5	5	3	3	3.33	5	4	4	3	4	4.11	5	5	5	5	4	5	3	4	4.4	5	4	5	3	4.25	5
5	3	4	3	4	5	4	2	4	4	2	3	3.67	5	5	5	5	4	4	2	3.33	4	4	4	4	4	3	
5	5	4.67	4	4	4	4	4	3	4	4	3.75	4.14	4	4	4	4	4	5	4	4.33	4.2	3	4	4	5	4	4
5	5	4.67	4	4	3	3.67	4	4	4	4	4	4.11	3	3	3	5	5	5	5	4.2	5	5	5	5	5	4	
5	5	5	5	4	4	4.33	5	4	5	4	4.5	4.61	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	



5	5	5	4	4	5	4.33	5	5	5	4	4.75	4.69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4.75	4
5	4	4.33	4	5	3	4	3	2	4	3	3	3.78	5	5	5	5	5	3	4.33	4.6	5	5	5	5	5	4
5	4	4.67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.22	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3.25	3
5	5	5	5	5	4	4.67	5	5	4	4	4.5	4.72	4	4	4	5	5	4	4.67	4.4	5	4	4	4	4.25	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4.33	4	4	4	5	5	5	5	4.6	3	3	3	3	3	4