

## PEMODELAN DETERMINAN NIAT BERWIRAUSAHA DAN EFEK PENGARUH EDUKASI KEWIRAUSAHAAN DI KALANGAN MAHASISWA

**Buddi Wibowo**

Pascasarjana Ilmu Manajemen FEB Universitas Indonesia

[buddi.wibowo@ui.ac.id](mailto:buddi.wibowo@ui.ac.id)

**Abstract.** Entrepreneurial intentions among undergraduates students need deeper study in order to reveal entrepreneurial intention formation model, intention determinant variables, and how those variables interact each other that affect intention formation process and intention strength level. Personal attitudes and social norms are the most important variable influencing entrepreneurial intentions, besides perceived behavioral control. These three variables are the most important entrepreneurial intentions determinant variable that directly are influenced by personal beliefs about these factors. Entrepreneurship educations are aimed to change all personal beliefs to be more positive to entrepreneurial activity so we could find strong entrepreneurial intentions among undergraduate students. Empirical test show that entrepreneurship education significantly influence personal attitude dan perceived behavior control to be more favorable in developing entrepreneurship education

**Keyword:** entrepreneurial intention, beliefs, education

**Abstrak.** Niat berwirausaha di kalangan mahasiswa memerlukan studi yang dapat mengungkap model pembentukan niat, variabel-variabel yang menjadi determinan niat serta bagaimana interaksi antar variabel tersebut menentukan proses pembentukan niat dan kekuatan niat yang dihasilkannya. Sikap personal dan norma sosial terhadap aktivitas entrepreneurial menjadi dua faktor yang sangat menentukan pembentukan niat berwirausaha selain kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri yang menjadi faktor ketiga yang secara bersamaan menentukan niat wirausaha. Ketiga faktor penentu niat tersebut pada gilirannya sendiri dipengaruhi oleh *beliefs* yang dimiliki seorang individu terhadap masing-masing faktor itu. Pengaruh dari edukasi kewirausahaan yang ada di kampus diduga dan dimaksudkan memang untuk dapat mengubah dan mengarahkan seluruh *beliefs* menjadi lebih positif terhadap aktivitas entrepreneurial sehingga niat berwirausaha dapat terbentuk lebih kuat di kalangan mahasiswa. Hasil uji empirik menunjukkan edukasi kewirausahaan secara signifikan memengaruhi pembentukan niat berwirausaha

**Kata kunci:** niat berwirausaha, kepercayaan, pendidikan

### PENDAHULUAN

Persentase jumlah orang yang menjalankan wirausaha mandiri (*entrepreneurship*) di suatu negara terbukti memberikan manfaat sosial-ekonomi yang besar (Carree dan Thurik, 2006). Dampak besar wirausaha terhadap peningkatan daya tahan ekonomi dan mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara menyebabkan banyak pemerintah di berbagai negara dan institusi pendidikan untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi niat dan tekad seseorang untuk menjadi seorang pengusaha (*entrepreneurial intentions*). Pemahaman atas faktor-faktor tersebut dapat mengungkap apa saja faktor pendorong dan penghambat munculnya kegiatan berusaha

(*entrepreneurial activity*) serta mampu menjelaskan mengapa seseorang atau sekelompok orang menunjukkan kegiatan usaha mandiri yang banyak sementara yang lain tidak (Verheul *et al.*, 2012).

Hasil pengamatan secara internasional menunjukkan indikasi masih ada peluang untuk mendorong penyebaran minat berusaha mandiri di tengah masyarakat luas khususnya kepada kelompok warga yang rendah aktivitas usahanya. Misalnya dalam laporan studi “Global Entrepreneurship Monitor 2011” (Kelley, Singer, dan Herrington, 2012) ditunjukkan adanya perbedaan yang sangat besar antara kegiatan wirausaha yang dilakukan oleh laki-laki dibandingkan wanita. Beberapa penelitian menunjukkan orang-orang dari latar belakang sub kultur tertentu menunjukkan prevalensi yang jauh lebih tinggi menjadi pengusaha dibandingkan dengan sub kultur yang lain (Edelman *et al.*, 2010). Usia dan pendidikan ditemukan juga memengaruhi keputusan menjadi seorang wirausaha (Liñán dan Chen, 2009). Penelitian yang dapat mengungkapkan proses pembentukan dan penguatan niat untuk menjadi wirausaha menjadi penting untuk dapat mendorong aktivitas entrepreneurial yang lebih intens pada kelompok masyarakat yang tertinggal dalam menjalankan aktivitas entrepreneurial (Carsrud dan Brännback, 2011).

Krueger (2007) menunjukkan urgensi untuk membangun pemahaman terhadap perilaku entrepreneurial dari teori kognitif yang berkembang di ilmu psikologi. Riset-riset tentang niat untuk menjadi wirausaha yang didasarkan pada teori-teori yang kuat telah muncul sebagai upaya untuk memahami proses pembentukan niat wirausaha dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Pertanyaan yang perlu dijawab adalah apakah proses kognitif dari pelaku wirausaha berbeda dari yang lain. Semakin baik pemahaman atas pembentukan dan penguatan niat menjadi wirausaha, maka dapat semakin paham munculnya perilaku entrepreneurial sebagai manifestasi niat.

Persepsi terhadap profesi wirausaha yang rata-rata dimiliki para mahasiswa sebagai calon pengusaha sangat menentukan aktivitas dan perilaku entrepreneurial yang akan mereka ambil setelah mereka lulus kelak. Bagaimana pandangan seseorang terhadap suatu perilaku sangat menentukan dorongan untuk melakukan perilaku tersebut (Krueger dan Day, 2010). Adagium “*people’s views do matter*” diterima secara luas pada kajian ilmu psikologi. Sikap atau *attitude* seseorang terhadap profesi sebagai wirausaha dipengaruhi langsung dari hasil atau akibat memilih menjadi wirausaha yang dipercaya dapat diperoleh bagi mereka yang menjalaninya. Selain dipercaya dapat memberikan manfaat secara finansial yang jauh lebih tinggi dibandingkan profesi lain, wirausaha dipercaya mampu memberikan otonomi dan kebebasan individual (Mueller dan Conway Dato-on, 2013).

Niat untuk menjadi pengusaha mandiri dipengaruhi juga secara langsung oleh karakteristik kepribadian individu, salah satunya adalah dorongan kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*). Menurut McClelland (1987), motivasi untuk melakukan sesuatu dapat didorong oleh beberapa karakteristik individual dalam menilai suatu kesuksesan (*need for achievement*), kekuasaan (*need for power*), dan kehangatan hubungan personal (*need for affiliation*). Pada kasus niat untuk menjadi pengusaha, karakteristik individual yang paling menentukan adalah adanya kebutuhan dan dorongan kuat dari seorang individu untuk dapat meraih kesuksesan dan membuktikan diri sebagai orang yang berhasil (Fayolle dan Gailly, 2014). Fayolle dan Gailly (2014) menunjukkan bahwa motivasi meraih kesuksesan menempati posisi kedua setelah motivasi otonomi yang merupakan motivasi terpenting yang membentuk sikap (*attitude*) seseorang terhadap aktivitas entrepreneurial.

Model pembentukan niat wirausaha yang relatif cukup banyak digunakan para peneliti adalah model yang diturunkan dari *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991, 2006). Dari sudut pandang teori ini, sebuah perilaku yang muncul secara sistematis dan beruntun tidaklah datang dari keputusan yang bersifat impulsif dan spontan melainkan telah melalui rangkaian langkah perencanaan, pembentukan dan penguatan niat serta kesiapan mental individual. Aktivitas entrepreneurial didahului terlebih dahulu oleh entrepreneurship intention yang mana dipengaruhi lagi oleh tiga variabel yaitu sikap (*attitudes*) seperti yang telah disinggung di atas, norma sosial, dan *perceived self-efficacy* yaitu penilaian subyektif seseorang terhadap kemampuannya yang dapat mengantarnya sukses sebagai pengusaha. Dengan menggunakan model dari *Theory of Planned Behavior* ini bagaimana dan faktor apa saja yang memengaruhi pembentukan niat sebagai wirausaha dapat lebih dipahami.

Setelah mempertimbangkan variabel karakteristik individual dalam pembentukan niat dengan menyoroti dan mengukur *attitude* seseorang terhadap aktivitas entrepreneurial, menurut Ajzen (2006) niat wirausaha dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sekitar dimana seseorang beraktivitas sehari-hari. Norma sosial didefinisikan sebagai probabilitas orang-orang yang dianggap penting oleh seorang individu untuk menyetujui, mendukung atau menolak sebuah aktivitas. Norma sosial ini sejalan dengan teori pembelajaran sosial (*social learning*) yang menyatakan bahwa seseorang cenderung untuk mengadopsi perilaku yang ditampilkan oleh keluarga, teman dekat, dan tokoh idola atau orang-orang yang dia hormati. Norma sosial ini mempunyai pengaruh yang sangat menentukan pada situasi yang tidak pasti atau yang sulit diprediksi keberhasilannya, persis seperti pada keputusan untuk menjadi pengusaha. Barnir, Watson dan Hutchins (2011) menunjukkan bahwa norma sosial yang dioperasionalkan dalam bentuk adanya pengalaman entrepreneurial di dalam keluarga, serta dukungan keluarga untuk menjadi pengusaha menjadi variabel-variabel terpenting dalam pembentukan niat untuk menjadi wirausaha.

Variabel anteseden lain yang memengaruhi niat adalah *perceived self-efficacy* atau *perceived behavioral control* yaitu penilaian subyektif seseorang terhadap kemampuan dirinya sendiri untuk mengatasi masalah dan mencapai keberhasilan pada situasi tertentu. Kepercayaan diri sendiri atas kapasitas individual berupa kecerdasan, kesabaran, keuletan, dan keluwesan dalam bergaul sangat menentukan pembentukan niat dan manifestasi niat tersebut menjadi tindakan-tindakan entrepreneurial (Carsrud dan Brännback, 2011). Kepercayaan atas kemampuan ini tidaklah harus selalu berarti memiliki kemampuan tersebut secara nyata dan terukur, namun hanya terbatas pada penilaian personal atas apa yang mungkin dapat dia lakukan dengan kemampuan yang ada (Barnir, Watson dan Hutchins, 2011). Hasil uji empirik menunjukkan kuatnya pengaruh *perceived self-efficacy* terhadap perilaku yang ditargetkan (Ajzen 2002)

Interaksi antara ketiga variabel anteseden dari niat untuk menjadi wirausaha di atas yaitu sikap (*attitudes*) terhadap aktivitas entrepreneurial, norma sosial dan *perceived behavioral control* memiliki dampak yang berbeda-beda pada setiap situasi dan latar belakang kultur serta budaya. Apabila mengikuti pembagian sub kultur berdasarkan Hofstede, Hofstede dan Minkov (2010) ada sub kultur yang menekankan ada individualisme dan di sisi lain ada sub kultur yang menjunjung tinggi kolektivisme. Pada sub kultur yang individualis, *attitudes* menjadi jauh lebih penting dalam membentuk niat sebagai wirausaha dibandingkan norma sosial, sebaliknya pada sub kultur kolektif atau komunal, norma sosial menjadi sangat penting karena setiap individu berorientasi pada penerimaan, persetujuan dan konformitas dengan lingkungannya. Berdasarkan klasifikasi Hofstede, Hofstede dan Minkov (2010),

Indonesia dapat digolongkan ke dalam kelompok budaya kolektif atau komunal. Oleh karenanya dapat diduga bahwa norma sosial memainkan peranan penting dalam pembentukan niat sebagai wirausaha.

Penelitian ini akan menguji secara empirik model pembentukan niat wirausaha di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis. Model pembentukan niat wirausaha menggunakan rerangka konseptual *Theory of Planned Behavior* dimana aktivitas entrepreneurial didahului oleh niat wirausaha (*entrepreneurship intention*) yang proses pembentukannya dipengaruhi oleh tiga variabel antesenden yaitu sikap terhadap aktivitas entrepreneurial, norma sosial, dan penilaian subyektif terhadap kemampuan individual untuk menjadi pengusaha yang sukses. *Personal attitude* adalah penilaian subyektif seseorang atas konsekuensi dari perbuatan yang diniatkannya, yang ujungnya akan menentukan seberapa besar seseorang suka atau tidak suka terhadap perbuatan tersebut. *Social norms* adalah persepsi individual terhadap opini orang lain yang dianggap penting oleh yang bersangkutan atas keputusan orang itu untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perbuatan tertentu. *Perceived behavioral control* mencerminkan penilaian subyektif seorang individu terhadap kemampuannya sendiri dan tingkat kesulitan melakukan perbuatan tertentu (Ajzen, 1991, 2006). Pengaruh edukasi kewirausahaan terhadap faktor-faktor pembentuk niat berwirausaha juga akan diuji sehingga dapat diketahui efektivitas edukasi kewirausahaan terhadap niat dan rencana mahasiswa untuk menjadi seorang pengusaha mandiri.

## KAJIAN TEORI

Beberapa riset niat wirausaha telah mencoba mempelajari asumsi-asumsi yang selama ini digunakan dalam memahami pembentukan niat misalnya Krueger (2007, 2009) dan Kautonen, Van Gelderen, dan Tornikoski (2013) sehingga dapat diperoleh pemahaman yang jauh lebih dalam tentang faktor-faktor determinan pembentuk niat serta berjalannya proses pembentukan niat itu sendiri. Beberapa riset seperti (Prabhu, McGuire, Drost, dan Kwong, 2012; Shinnar, Giacomini, dan Janssen, 2012) mengkaji dan menguji secara empirik besarnya pengaruh dan peran yang dimainkan oleh beberapa variabel prototipe kejiwaan, *cognitive scripts*, skema dan peta mental dalam pembentukan niat dan proses manifestasi niat menjadi aktivitas yang nyata. Dengan rerangka konseptual yang lebih kaya dan dalam, dapat dipahami secara lebih baik bagaimana proses pengambilan keputusan seorang individu (Krueger dan Day, 2010).

Ajzen, Csasz, dan Flood (2009) menunjukkan adanya korelasi yang kuat antara niat dengan aktivitas entrepreneurial namun beberapa ahli mengkritik model pembentukan niat wirausaha yang tidak mempertimbangkan lama jeda waktu antara niat wirausaha yang telah terbentuk dengan realisasi dari niat tersebut menjadi tindakan dan aktivitas nyata (Krueger et al., 2000). Jeda waktu yang terlampaui lama antara realisasi niat dengan pembentukan niat dapat menunjukkan tingkat kekuatan niat yang lemah (*low level of intention*). Namun kesimpulan atas tingkat kekuatan niat dengan melihat jeda waktu realisasi niat menjadi semakin kompleks karena peluang wirausaha tidak dapat diduga kedatangannya dan berbeda-beda intensitas yang dihadapi oleh setiap individu. Membangun bisnis baru perlu waktu dengan proses dan peristiwa-peristiwa yang saling berhubungan dan membutuhkan waktu yang berbeda-beda panjangnya, saling berjalani, dan bersama-sama selama proses kemunculan sebuah bisnis berjalan.

Niat sebagai wirausaha menentukan bagaimana seseorang berperilaku dalam setiap peristiwa dan tahapan proses tersebut dalam mengatur kecepatan, mengarahkan

dan menyelaraskan semua aktivitas yang perlu dilakukan dalam setiap tahapan. Pemahaman detail atas peran niat wirausaha dalam setiap tahapan proses kemunculan sebuah bisnis dapat dikatakan masih perlu riset yang lebih dalam (Kautonen et al, 2013; Laspita, Breugst, Heblich, dan Patzelt, 2012).

Salah satu kerangka teoritik yang dapat digunakan untuk dapat memahami proses pembentukan niat dan proses manifestasi niat menjadi aktivitas adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 1991 2002). TPB menjelaskan munculnya perilaku yang diniatkan (*intended behavior*) dipengaruhi oleh tiga faktor: pertama, penilaian subyektif seorang individu terhadap sebuah perilaku (*personal attitude*). Kedua, persepsi seseorang terhadap tekanan sosial yang ada untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku (*social norms*). Ketiga, persepsi atas tingkat kesulitan untuk melakukan atau mewujudkan suatu aktivitas (*perceived behavioral control*).

Ajzen (2002) menjelaskan lebih detail pada *indicator level* untuk memodelkan *antecedents* dari niat yaitu dengan cara menspesifikasi tiga kategori indikator yang berkaitan dengan kepercayaan *beliefs* seseorang terhadap perbuatan yang diniatkan (*intended behavior*). Kepercayaan individu yang memengaruhi pembentukan dan penguatan niat ada tiga jenis yaitu: pertama, kepercayaan atas konsekuensi yang mungkin muncul dari sebuah perbuatan (*behavioral beliefs*), kedua, kepercayaan atas ekspektasi normatif dari orang lain (*normative beliefs*) dan kepercayaan atas adanya elemen tertentu yang menghambat munculnya perbuatan tertentu (*control beliefs*). Secara agregat, kepercayaan-kepercayaan ini kemudian menghasilkan faktor-faktor: *personal attitude*, *social norms* dan *perceived behavioral control* yang secara berurutan merupakan sebuah fungsi dari *behavioral*, *normative* dan *control beliefs*. Indikator-indikator ini merupakan ukuran yang lebih baik atas berbagai aspek yang diwakili sebuah faktor. Misalnya, seseorang dapat melihat wirausaha merupakan pilihan yang menarik (ada pada level faktor) namun ketertarikan untuk menjadi pengusaha dapat karena didorong oleh alasan yang berbeda-beda antar individu: misal ada yang tertarik untuk menjadi pengusaha karena profesi pengusaha menjanjikan kekayaan, namun ada pula yang tertarik menjadi pengusaha karena menjanjikan kebebasan dan otonomi pribadi yang jauh lebih luas (*indicator level*).

*Behavioral beliefs (indicator level)* mendahului dan memengaruhi *personal attitude (factor level)* sebagai sebuah faktor yang membentuk niat untuk menjadi seorang pengusaha. *Beliefs* ini dibentuk dari penilaian subyektif seorang individu bahwa perilaku wirausaha akan memberikan hasil yang disukai dan perilaku wirausaha memiliki *attributes* yang dinilai positif oleh individu tersebut. Misalnya, seorang individu menilai sangat penting gaji yang tinggi dari profesi yang dipilihnya di masa depan dan karenanya akan sangat berharap wirausaha dapat memenuhi harapannya itu. Atribut yang sering memengaruhi pilihan sebagai pengusaha adalah manfaat personal berupa kesempatan untuk mewujudkan dan membuktikan kompetensi individual serta kebutuhan atas tantangan hidup dan pekerjaan. Selain manfaat personal, manfaat finansial seperti harta kekayaan finansial, peluang ekonomis, dan *financial security* merupakan atribut penting yang menentukan niat menjadi pengusaha (Kolvereid dan Isaksen, 2006; Krueger et al., 2000; Souitaris, Zerbinati, dan Al-Laham, 2007; Van Gelderen et al., 2008). Riset-riset sebelum ini menunjukkan hampir semua atribut tersebut cenderung *male-gendered* dimana fokus seorang pengusaha adalah sebagai jalan untuk memperoleh kemajuan hidup dalam arti uang, jabatan/prestise, dan kekuasaan yang dapat disebut sebagai faktor-faktor berciri maskulin (Harzing, 2004). Cromie (1987) menemukan bahwa baik pria maupun wanita mendambakan kebebasan, pencapaian (*achievement*), *job satisfaction* dan perolehan lain yang sifatnya non

ekonomi. Namun wanita tidak terlampau fokus pada memperoleh uang, melainkan memilih profesi pengusaha karena ingin mencari keseimbangan kemajuan karir pribadi dengan kepentingan anak-anak dan keluarga mereka. Budig (2006) menemukan bahwa wanita bekerja *self-employment* untuk menyeimbangkan pekerjaan dengan tuntutan keluarga. Clain (2000) menunjukkan wanita menilai aspek non gaji sebagai faktor yang lebih penting ketika mereka berwirausaha.

Kuat lemahnya faktor kepercayaan individual dalam membentuk niat wirausaha sangat dipengaruhi oleh dimensi kultural dimana seseorang berada. Menurut Hofstede, Hofstede, dan Minkov (2010) terdapat enam dimensi yang dapat mendiferensiasi kultur dan sub kultur yang ada di dalam sebuah komunitas. Enam dimensi kultur tersebut adalah: (1) *Power Distance*, yaitu kesadaran mental dan keyakinan bahwa ada perbedaan derajat antar manusia karena perbedaan atribut yang mereka miliki. (2) *Uncertainty Avoidance*, tingkat kesediaan untuk menerima dan menanggung tingkat kecemasan (stress) yang disebabkan karena adanya ketidakpastian masa depan. (3) *Individualism versus Collectivism*, yaitu tingkat integrasi dan konformitas individu ke dalam sebuah kelompok masyarakat yang homogen. (4) *Masculinity versus Femininity*, yaitu adanya pembagian peran yang ketat antara wanita dan pria. (5) *Long Term versus Short Term Orientation*, yaitu fokus upaya seseorang dalam konteks dimensi waktu yang menjadi perhatiannya: masa depan, sekarang, atau masa lalu. (6) *Indulgence versus Restraint*, yaitu kebebasan atau pembatasan dorongan manusiawi untuk menikmati hidup.

Kultur yang memiliki kesadaran *power distance* yang kuat yang dicirikan dengan adanya hierarki dan segregasi sosial yang ketat antar kelompok masyarakat, tentu tidak kondusif bagi bersemainya niat-niat wirausaha baru yang membutuhkan lingkungan yang egaliter dan terbuka dimana setiap usaha, kreativitas, dan produktivitas mendapat ganjaran yang sepadan tanpa perbedaan perlakuan dan pemberian kesempatan secara khusus kepada sekelompok orang saja. Geertz (2014) membagi masyarakat Jawa menjadi tiga kelompok yaitu abangan, santri, dan priyayi, yang tidak hanya menunjukkan orientasi religius mereka namun juga mencerminkan hierarki sosial dan kekuasaan yang ada di masyarakat Jawa. Kelompok priyayi yang berasal dari kelompok bangsawan penguasa turun menurun memiliki ciri yang menjauhi aktivitas entrepreneurial dan memilih sebagai pegawai pemerintahan. Sebagian besar priyayi bahkan menilai profesi pengusaha sebagai pekerjaan yang kurang terhormat dan tidak sesuai dengan derajat kebangsawanan yang mereka miliki.

Kultur yang lebih terbuka terhadap ide-ide baru, cara baru dalam memahami dan mengerjakan sesuatu persoalan lama, atau terbuka terhadap segala kemungkinan baru seperti tempat bekerja yang baru, teman bisnis dan pergaulan baru, ataupun tempat tinggal yang baru dengan adanya budaya merantau, akan lebih kondusif bagi munculnya niat sebagai wirausaha yang sering diawali dan bahkan selalu dinamis dengan segala kemungkinan yang dapat terjadi di masa depan. Kultur yang lebih menonjolkan keajegan, kepastian, dan pola hidup yang statis menjadi anti tesis dari lingkungan entrepreneurial yang kondusif. Berdasarkan pembagian dimensi kultur dari Hofstede et al (2010) tersebut di atas, kultur yang kondusif bagi persemaian niat wirausaha adalah kultur yang tingkat *uncertainty avoidance*-nya rendah. Ketidakpastian bukan sesuatu yang dihindari karena mengandung risiko, seorang entrepreneur justru melihat ketidakpastian sebagai sebuah peluang.

Faktor lain yang menjadi determinan niat wirausaha adalah norma sosial yang dibentuk dari *normative beliefs* yang dimiliki oleh seseorang. *Normative beliefs* adalah persepsi individu bahwa tokoh atau sekelompok orang yang dianggap penting oleh

dirinya akan menyetujui atau tidak menyetujui keputusannya untuk menjadi seorang pengusaha (Ajzen, 2002). Pengaruh setiap *normative belief* makin menguat ketika ada motivasi yang kuat untuk tunduk kepada pendapat dari *referant*. Verheul et al. (2009) menemukan kaum pria lebih terpengaruh oleh *social norms* untuk menjadi seorang pengusaha. Verheul et al. (2009) juga memasukkan pengaruh orang tua yang sudah berwirausaha dan menemukan bukti bahwa pria lebih terpengaruh oleh *normative role models* seperti ini. *Social norms (factor level)* dibentuk dari penjumlahan semua hasil interaksi dan eskalasi antara kepercayaan normatif dan motivasi untuk tunduk dan mengikuti tokoh dan kelompok yang menjadi referensi dirinya. Misalnya, seorang individu merasa bahwa tokoh yang dihormatinya tidak setuju jika dia menjadi seorang pengusaha, namun karena motivasi untuk tunduk dan mengikuti tokoh tersebut tidak terlampaui kuat, maka dia tidak akan mengikuti pendapat tokoh tersebut.

Bosma et al., (2012) menemukan bahwa *role models* yang sangat dipatuhi adalah yang memiliki gender yang sama. Dikarenakan wirausaha secara tradisi didominasi kaum pria (Kelley, Singer, dan Herrington (2012); Mueller dan Conway Dato-on, 2013), maka sedikit sekali jumlah pengusaha wanita yang dapat dijadikan *role model* yang dapat memengaruhi niat menjadi pengusaha di kalangan kaum wanita. Hartman dan Hartman (2008) menemukan *role models* yang kuat sangat penting dalam pemilihan pekerjaan (*occupational intentions*) oleh wanita pada profesi yang didominasi oleh pria seperti pada rekayasa (teknik). Barnir et al. (2011) menemukan hal yang sama pada kasus pemilihan karir sebagai pengusaha. Adanya *gender stereotypes*, membuat peran *role models* menjadi penting dalam memunculkan dan menguatkan niat wirausaha (Shinnar et al., 2012). Keduanya memengaruhi *normative beliefs* seseorang, dimana sering mendorong wanita “seharusnya” tidak berperilaku sebagai pengusaha dan karena wanita cenderung untuk selalu sepakat (*agreeable*) dengan lingkungannya maka perempuan menjadi cenderung tunduk pada norma sosial (Costa et al., 2001).

Konteks kultur di mana seorang individu berniat untuk menjadi pengusaha menentukan seberapa kuat dampak norma sosial terhadap niat wirausaha. Sub kultur yang menekankan kolektivitas dan konformitas semua individu yang ada di dalam sebuah komunitas, misalnya, akan menyebabkan dampak norma sosial dan *normative belief* menjadi sangat signifikan terhadap pembentukan niat sebagai pengusaha. Sebaliknya pada kultur yang memiliki ciri individualisme yang kuat, niat dan keputusan untuk mewujudkan niat tersebut menjadi rentetan tindakan lebih kuat dipengaruhi oleh pertimbangan individual dan tidak terlalu ditentukan oleh ada atau tidak adanya tekanan sosial.

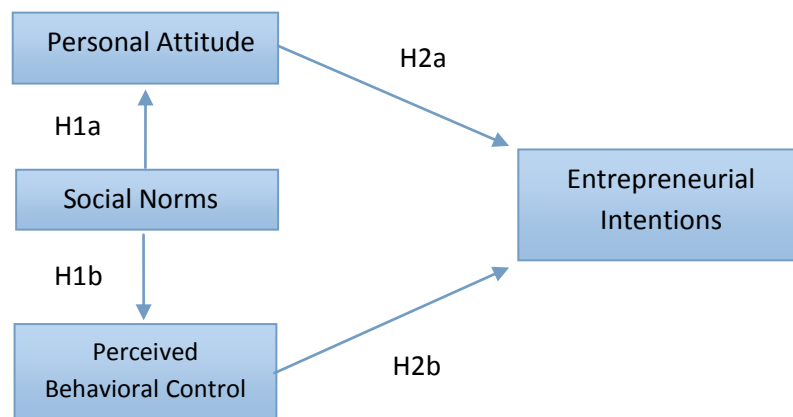
Determinan ketiga dari niat usaha adalah *perceived behavioral control* atau oleh beberapa peneliti disebut sebagai *perceived self-efficacy*. *Control beliefs (indicator level)* membentuk dasar persepsi atas behavioral control (*factor level*) dimana seseorang sudah punya perasaan tertentu yaitu merasa sulit atau mudah untuk melakukan *entrepreneurial behavior*. *Control beliefs* berkaitan dengan ada atau tidak adanya kesempatan dan sumber daya. *Control beliefs* dapat diukur sebagai perkalian antara masing-masing bobot kepentingan *control attribute* dengan *perceived power of control attribute* (Ajzen, 1991). Misalnya, seorang individu percaya bahwa seorang pengusaha sangat membutuhkan kemampuan manajemen sementara individu itu menilai dirinya tidak memiliki kemampuan itu, niat wirausaha akan sulit tumbuh di dalam dirinya.

Banyak riset sebelum ini mengukur *perceived behavioral control* sebagai *entrepreneurial self-efficacy* yaitu kepercayaan seseorang bahwa dirinya memiliki semua pra syarat sebagai seorang pengusaha (misalnya Kolvereid dan Isaksen, 2006;

Liñán dan Chen, 2009; Van Gelderen et al., 2008). Ukuran *self-efficacy* biasanya adalah kemampuan memecahkan masalah, membuat keputusan, mengelola uang, kreatif, mampu membuat orang untuk menjadi sepakat, dan menjadi pemimpin. Dalam konteks model TPB yang dikembangkan Ajzen (1991, 2002), kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya dipengaruhi dan dibentuk terlebih dahulu oleh apa yang disebut *control beliefs*. Ajzen membedakan antara *internal* dan *external control beliefs*. *Internal control beliefs* berkaitan dengan kepercayaan terhadap kapabilitas personal sementara *external control beliefs* berkaitan dengan karakteristik situasi yang harus dihadapi. Kepercayaan terhadap kapasitas pribadi tidak cukup untuk membentuk niat wirausaha jika situasi dan lingkungan yang harus dihadapi oleh seseorang untuk memulai usaha dinilai tidak cukup kondusif. Arenius and Minniti (2005) menunjukkan kendala-kendala eksternal mewujudkan menjadi kekuatan penghalang munculnya suatu perbuatan melalui efeknya terhadap persepsi atas *internal feelings of control* terlebih dahulu. Contoh *external control beliefs* adalah seseorang mempersepsikan sumber daya finansial sebagai keharusan untuk memulai sebuah usaha atau peran pemerintah dalam memfasilitasi dan membantu para pengusaha.

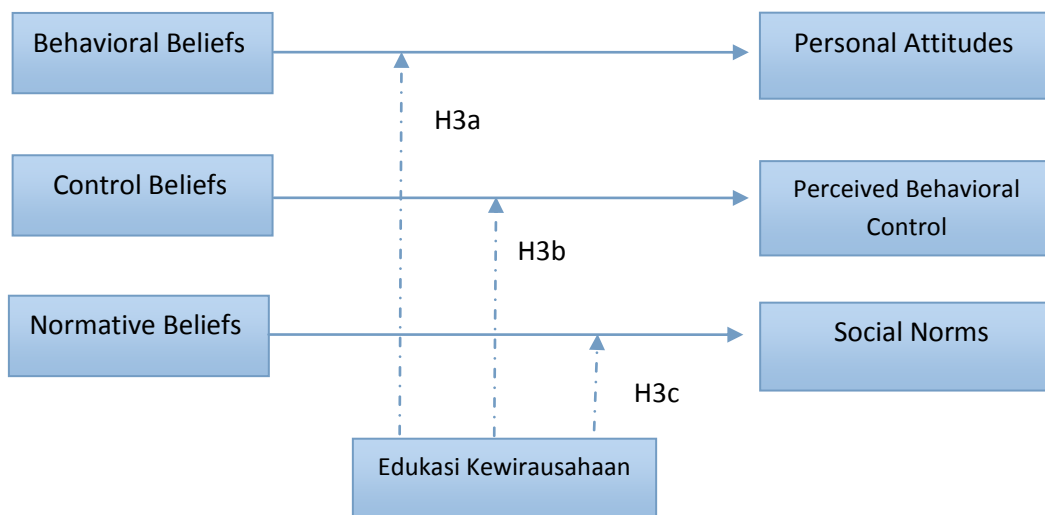
Riset sebelum ini menunjukkan indikasi bahwa wanita umumnya memiliki persepsi internal kontrol untuk menjadi pengusaha yang lebih rendah dibanding pria. Noguera, Alvarez, and Urbano (2013) menunjukkan probabilitas wanita untuk memulai usaha baru berhubungan positif dengan kesigapannya dalam menangkap peluang usaha yang ada dan penilaian mereka apakah mereka memiliki pengetahuan dan kemampuan yang memadai. Wilson et al. (2007) menemukan wanita memiliki skor yang lebih rendah pada *entrepreneurial intentions* dan *perceived self-efficacy* dibandingkan pria. Verheul et al. (2009) menunjukkan wanita cenderung memiliki *external locus of control* yang kuat ('kekuatan di luar saya menentukan apa yang terjadi pada diri saya') dan oleh karenanya wanita merasa banyak kendala eksternal untuk menjadi pengusaha. Kendala tersebut biasanya dalam bentuk administrasi hukum yang rumit dan iklim bisnis yang kurang bagus. Kourilsky and Walstad (1998) menunjukkan bahwa walau riset mereka menunjukkan baik pelajar pria dan wanita memiliki pengetahuan wirausaha yang rendah, namun pelajar wanita lebih sadar dan mengakui hal tersebut. Beberapa penelitian empirik menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam aspek sikap dan kekuatan niat dari mahasiswa yang sebelumnya telah mengikuti program pendidikan kewirausahaan dengan mereka yang tidak pernah mengikuti program seperti itu. Walaupun pertanyaan tentang generalisasi pengaruh pendidikan ataupun program penyuluhan kewirausahaan terhadap pembentukan niat wirausaha masih terus diperdebatkan karena spesifikasi program pendidikan kewirausahaan yang berbeda-beda (Zhao, Siebert, dan Hills, 2005). Fayolle and Gailly (2014) menunjukkan bahwa hubungan kausalitas antara edukasi wirausaha dengan niat untuk menjadi wirausaha masih belum mempertimbangkan beberapa aspek edukasi yang cukup penting seperti seleksi partisipan program edukasi, pengalaman menjadi wirausaha, isi program, metode pengajaran, profil pengajar, dan dukungan sarana dan prasarana edukasi. Riset di bidang ini juga mencoba menjawab hubungan resiprokal antara niat wirausaha yang ada di kalangan mahasiswa, kualitas pembelajaran wirausaha, dan kompetensi entrepreneurial yang dapat dihasilkan pada konteks disain pendidikan tertentu (Martin, McNally, dan Kay, 2013).

Berdasarkan tinjauan teoretis dan hasil uji empirik yang telah dipaparkan di atas model pembentukan niat wirausaha pada kalangan mahasiswa dapat digambarkan seperti yang ada pada Gambar 1 dan Gambar 2 di bawah ini



**Gambar 1.** Model Pembentukan Niat Wirausaha dan Hipotesis Level Faktor

Seluruh hubungan antar konstruk dirangkum dalam Gambar 1 (*factor level*) dan Gambar 2 (*indicator level*).



**Gambar 2.** Model Pengukuran Faktor Pembentuk Niat dan Hipotesis Level Indikator

- Hipotesis 1a: Norma sosial berpengaruh secara signifikan terhadap sikap personal terhadap perilaku entrepreneurial
- Hipotesis 1b: Norma sosial berpengaruh secara signifikan terhadap sikap personal terhadap persepsi kemampuan menjadi pengusaha
- Hipotesis 2a: Sikap personal terhadap aktivitas entrepreneurial memengaruhi secara signifikan niat berwirausaha
- Hipotesis 2b: Persepsi kemampuan menjadi pengusaha memengaruhi secara signifikan niat berwirausaha
- Hipotesis 3a: Sikap personal terhadap aktivitas entrepreneurial dipengaruhi secara signifikan oleh edukasi kewirausahaan yang membentuk behavioral beliefs
- Hipotesis 3b: Persepsi atas kemampuan menjalankan aktivitas entrepreneurial dipengaruhi secara signifikan oleh edukasi kewirausahaan yang membentuk control beliefs

Hipotesis 3a: Normative beliefs terhadap norma sosial atas aktivitas entrepreneurial dipengaruhi secara signifikan oleh edukasi kewirausahaan

## METODE

**Data Sample.** Riset ini dilakukan melalui survey atas sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia sebanyak 239 orang. Mata kuliah kewirausahaan adalah mata kuliah eklektif atau mata kuliah pilihan yang dapat diambil oleh mahasiswa secara bebas sejak tahun kedua perkuliahan. Mahasiswa yang telah mengambil dan lulus mata kuliah kewirausahaan sebanyak 58% dari sample penelitian. Seperti Krueger et al. (2000) dan Liñán and Chen (2009), penulis memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis karena mereka dapat dikategorikan sebagai kelompok orang yang memiliki minat terhadap bisnis (*nascent entrepreneur*) yang sedang berada pada tahapan hidup yang sangat menentukan dalam memutuskan profesi pekerjaan di masa depan yang akan mereka jalani. Seperti yang dijelaskan oleh Shinnar et al. (2012), sampel mahasiswa sangat cocok untuk penelitian niat wirausaha karena mahasiswa menghadapi langsung masalah pilihan karir setelah lulus kuliah dan selama menjalani proses perkuliahan secara terus menerus mempertimbangkan berbagai kemungkinan karir dan karir sebagai pengusaha adalah salah satu pilihan yang dipertimbangkan.

**Metode Pengukuran.** Instrumen survey diukur dengan enam skala Likert berkisar dari Sangat Tidak Setuju sampai Sangat Setuju. Pada level faktor determinan niat wirausaha, penulis mengukur konstruk TPB dengan beberapa ukuran yang dikembangkan oleh peneliti sebelum ini yaitu Liñán and Chen (2009) dan Van Gelderen et al. (2008) untuk ukuran *entrepreneurial intentions*; Krueger et al. (2000) untuk *personal attitude*; Kolvereid and Isaksen (2006) untuk *social norms*; Kraft, Rise, Sutton, and Roysamb (2005) untuk *perceived behavioral control*. Untuk faktor-faktor *personal attitude* dan *perceived behavioral control* penulis lebih jauh menspesifikasi *behavioral beliefs* dan *control beliefs*, yang memengaruhi kedua faktor tersebut secara berurutan.

Pengukuran *behavioral beliefs* dan *control beliefs* penulis mengikuti pendekatan Ajzen (2002). Indikator aktual yang digunakan untuk *behavioral belief* adalah hasil perkalian dari ekspektasi (*expectancy*) dan nilai (*value*) untuk item-item uang, otonomi dan selanjutnya. *Control beliefs* merupakan perkalian antara kekuatan (*strength*) dan keberdayaan (*power*) dari pengetahuan, keterampilan dan kondisi eksternal seperti peraturan hukum yang berlaku, dukungan pemerintah dan seterusnya.

**Metode Analisis.** Penulis menggunakan *structural equation modeling* yang memungkinkan untuk menguji beberapa model alternatif dengan menggunakan data yang ada dalam rangka menemukan peran dan seberapa penting *mediating variables* (seperti *personal attitude* misalnya). Penulis akan menggunakan *multi-group analysis* sehingga dapat membandingkan hasil antara dua kelompok yang telah memperoleh edukasi kewirausahaan.

*Structural equation modeling* dilakukan dalam dua tahap (McDonald dan Ho, 2002). Tahap pertama, mengevaluasi kecukupan (*adequacy*) dari instrumen pengukuran. Tahap kedua menguji hipotesis atas hubungan langsung maupun yang tidak langsung antar konstruk-konstruk yang ada di dalam model. Untuk mengukur *discriminant validity* dari konstruk-konstruk, *confirmatory factor analysis* dilakukan atas item-item *entrepreneurial intentions*, *personal attitude*, *motivation to comply*, *normative opinion* dan *perceived behavioral control*. Analisis menunjukkan kesesuaian dari model yang ditawarkan (*good fit of the suggested model*, Hu dan Bentler, 1998).

Pertama, SRMR-value (*standardized root mean square residual*) sebesar 0.03 yang berada di bawah *cut-off value* 0.08. Kedua, RMSEA (*root mean square error of approximation*) sama dengan 0.04 yang di bawah *cut-off value* of 0.06. Ketiga, CFI (*comparative fit index*) sama dengan 0.97 yang berada di atas *cut-off* 0.95. Kemudian, penulis menguji *measurement invariance* dari model, dengan membandingkan *measurement model* antara kelompok mahasiswa yang telah menerima edukasi kewirausahaan dan mahasiswa yang belum menerima edukasi kewirausahaan (Wu, Li, dan Zumbo, 2007). Penulis melakukan dua analisis *confirmatory factor analysis* secara terpisah, satu pada kelompok dan satu kelompok wanita. Hasil estimasi model pembentukan niat dibahas lebih detil pada sub bagaian di bawah ini.

Untuk menguji kekuatan indikator-indikator yang memengaruhi faktor-faktor pembentuk niat wirausaha, penulis meregres setiap indikator terhadap faktor yang dipengaruhinya. Perbedaan pola hubungan antara indikator dan faktor pembentuk niat yang ada pada kelompok mahasiswa yang telah lulus mata kuliah kewirausahaan dengan yang belum lulus dilihat dari besarnya koefisien regresi (beta) dan signifikansinya secara statistik. Dampak mata kuliah kewirausahaan terhadap persepsi mahasiswa dilihat dari perubahan pola hubungan indikator-faktor pembentuk niat wirausaha tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari total responden penelitian sebanyak 239 orang, 123 orang adalah mereka yang telah mengambil mata kuliah pilihan Kewirausahaan dan telah dinyatakan lulus mata kuliah tersebut. Mata kuliah ini bukanlah mata kuliah wajib sehingga pilihan untuk menganambil mata kuliah ini sepenuhnya adalah pilihan subyektif individual mahasiswa. Komposisi responden berjenis kelamin wanita sebanyak 63% dari total sampel.

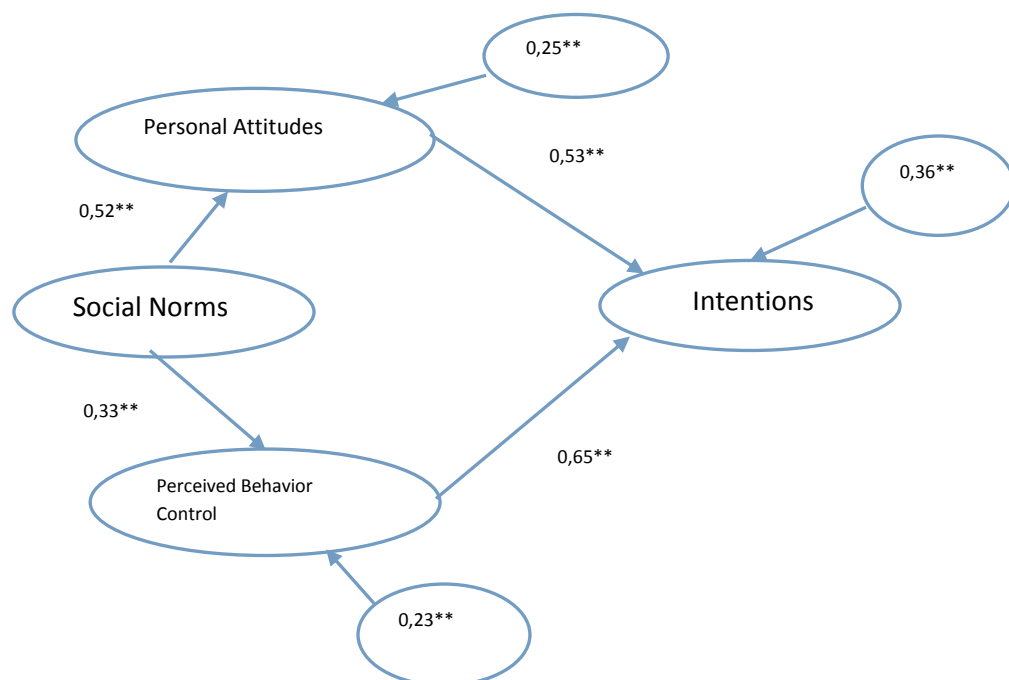
**Tabel 1.** Statistik Deskriptif Jawaban Responden

	Rata-rata	Standard Deviasi (SD)	Rata-rata Sudah tereduksi	Rata-rata Belum tereduksi
Niat Wirausaha	5,2	0,67	5,5	4,9
Sikap Personal	3,9	0,72	4,2	3,2
Norma Sosial	3,5	0,69	3,2	4,7
<i>Perceived Behavioral Control</i>	3,2	0,78	4,5	3,1
Gender (1=Pria)	0,42	0,50		

Tabel 1 menunjukkan rata-rata niat wirausaha cukup tinggi yaitu 5,2 dari skala likert 6. Ketiga variabel determinan Niat wirausaha yaitu Sikap Personal, Norma Sosial, dan *Perceived Behavioral Control*, semuanya punya skor yang relatif rendah, yaitu di bawah 4. Hal ini menunjukkan masih belum kondusifnya faktor-faktor yang memengaruhi niat wirausaha di kalangan mahasiswa walaupun niat berwirausaha cukup tinggi. Pada kelompok mahasiswa yang sudah menerima edukasi kewirausahaan memiliki persepsi kemampuan melaksanakan aktivitas entrepreneurial yang lebih tinggi (*perceived behavior control*) demikian pula sikap personal terhadap aktivitas entrepreneurial lebih kondusif. Sementara pada kelompok mahasiswa yang belum

menerima edukasi kewirausahaan menunjukkan pengaruh norma sosial yang lebih kuat. Temuan ini mirip dengan yang ditemukan oleh Prabhu et al., (2012) dan Fayolle dan Gailly (2014) yaitu edukasi kewirausahaan memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi atas kemampuan menjadi entrepreneur.

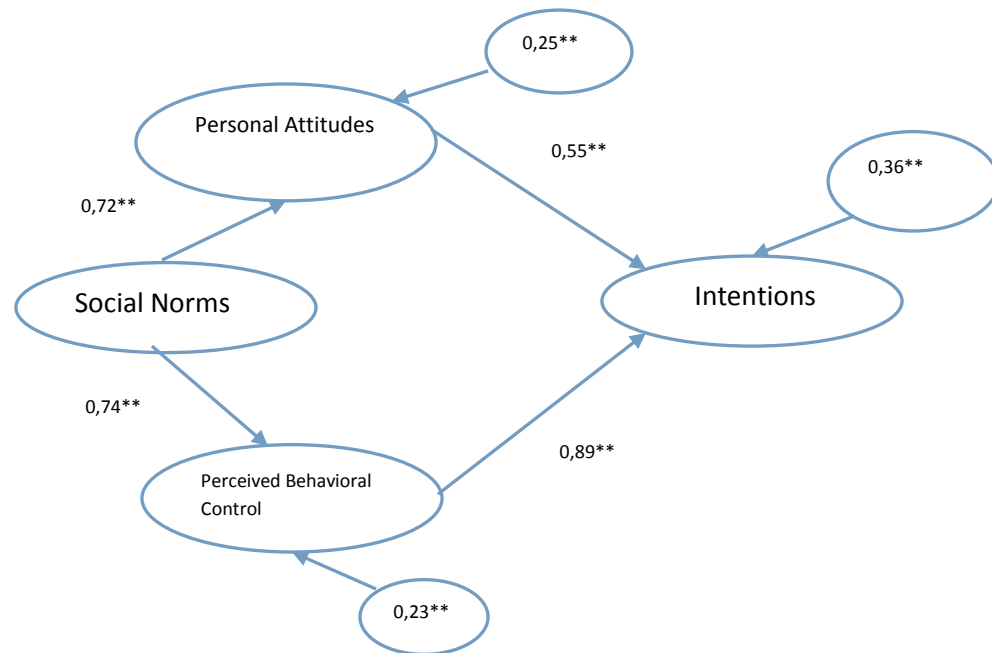
Hasil estimasi model pembentukan niat pada kelompok mahasiswa yang telah menerima edukasi kewirausahaan dapat dilihat pada Gambar 1. Norma sosial terbukti secara signifikan memengaruhi sikap personal dan *perceived behavior control*, baik pada kelompok mahasiswa yang telah menerima edukasi maupun yang belum menerima edukasi kewirausahaan dengan faktor *loading* yang lebih besar pada sikap personal. Besarnya faktor loading norma sosial jauh lebih besar pada kelompok yang belum menerima edukasi kewirausahaan, hal ini menunjukkan edukasi kewirausahaan mampu mengubah sikap personal dan persepsi terhadap kemampuan untuk berhasil sebagai pengusaha. Faktor *loading* norma sosial terhadap *perceived behavior control* pada kelompok mahasiswa yang telah menerima edukasi kewirausahaan jauh lebih rendah (0,33) dibandingkan mereka yang tidak mengikuti kuliah kewirausahaan (0,74). Hal ini menunjukkan mereka yang telah menerima edukasi kewirausahaan tidak terlampau dipengaruhi lagi oleh norma sosial yang tidak kondusif seperti yang ada pada Tabel 1.



**Gambar 3.** Hasil Model Pembentukan Niat Pada Kelompok Mahasiswa Yang Telah Teredukasi Entrepreneurial

Indeks model fit untuk kelompok mahasiswa yang sudah menerima edukasi kewirausahaan adalah SRMR = 0.05, RMSEA = 0.05, CFI = 0.95, sementara kelompok yang belum menerima edukasi kewirausahaan adalah SRMR = 0.04, RMSEA = 0.04, CFI = 0.96.

Menurunnya pengaruh norma sosial terhadap persepsi kemampuan diri sendiri dan sikap personal terhadap profesi wirausaha pada kelompok mahasiswa yang telah lulus edukasi wirausaha menunjukkan edukasi dapat mengubah cara pandang seseorang terhadap tekanan sosial yang ada di lingkungan sekitarnya. Edukasi dapat mendorong



**Gambar 4.** Hasil Model Pembentukan Niat Pada Kelompok Mahasiswa Yang Belum Teredukasi Entrepreneurial

orang untuk mempertimbangkan kembali dan memposisikan secara lebih logis harapan dan ukuran-ukuran yang ditetapkan secara sepihak oleh komunitas dimana seseorang hidup dan beraktivitas. Menurunnya tingkat pengaruh norma sosial di kalangan mahasiswa Indonesia akibat edukasi wirausaha cukup mengejutkan mengingat secara umum masyarakat Indonesia, seperti yang diklasifikasikan oleh Hofstede et al (2010), termasuk kelompok dengan kultur komunal yang kuat dimana peran lingkungan sosial sangat kuat dalam menentukan keputusan seseorang. Riset yang hampir mirip dilakukan oleh Edelman et al.,(2010) pada kelompok mahasiswa di Amerika Serikat yang menunjukkan penurunan pengaruh norma sosial namun penurunannya tidak sebesar yang ditemukan pada penelitian ini. Penurunan pengaruh norma sosial yang cukup besar pada kultur komunal (*collectivism*) akibat edukasi wirausaha patut diduga disebabkan edukasi dapat menghilangkan tekanan-tekanan sosial yang kurang berdasar dan tidak logis yang sebelumnya ada. Seperti yang dinyatakan oleh Fayolle dan Gailly (2014) norma sosial seringkali muncul dari prasangka sosial atau muncul karena ada penurunan persepsi antar generasi yang seringkali dilatarbelakangi pengalaman spesifik individual seperti yang ditemukan oleh Laspita et al (2012).

Mengacu Gambar 1 dan Gambar 2 dapat diketahui bahwa pengaruh variabel antesenden niat yaitu sikap personal dan persepsi individu terhadap kemampuan dirinya untuk dapat berhasil sebagai pengusaha terbukti signifikan dengan faktor *loading* yang cukup besar. Faktor *loading* pada kelompok mahasiswa yang belum mendapatkan edukasi kewirausahaan sangat besar pada variabel *perceived behavior control* (0,89) sementara mereka yang sudah menerima edukasi hanya (0,65). Hal ini menunjukkan edukasi kewirausahaan dapat mengubah persepsi terhadap kemampuan sebagai pengusaha, setidaknya mereka yang telah lulus kuliah kewirausahaan memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan yang belum mengambil mata kuliah tersebut. Temuan ini sejalan dengan yang ditemukan sebelumnya oleh Fayolle dan Gaily (2014), namun perubahan akibat edukasi kewirausahaan yang ditemukan pada penelitian ini jauh lebih signifikan dibandingkan yang ditemukan oleh Fayolle dan

Gailly (2014). Perubahan yang signifikan ini patut diduga disebabkan karena beberapa faktor yang belum diteliti lebih jauh dalam penelitian ini seperti kepribadian (*personality*) setiap individu, pengalaman personal, kecerdasan dan level kognisi. Selain itu, karena yang diukur pada penelitian ini adalah persepsi individual, perlu penelitian yang lebih lanjut apakah secara riil memang terjadi perubahan keterampilan dan pengetahuan menjalankan wirausaha pada kelompok mahasiswa yang telah lulus kuliah kewirausahaan.

Untuk dapat menggali lebih dalam perbedaan antara kelompok mahasiswa yang belum mengambil dan lulus kuliah kewirausahaan dengan mereka yang belum pada dua variabel determinan niat wirausaha yaitu sikap personal dan *perceived behavior control*, penulis menguji perbedaan dampak edukasi kewirausahaan terhadap kedua variabel antesenden niat wirausaha tersebut. Hasil uji dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Efek Indikator *Beliefs* Terhadap Faktor-Faktor Pembentuk Niat dan Efek Moderasi Edukasi Kewirausahaan

	Model Full		Perbedaan Dampak Edukasi Kewirausahaan			
	Beta	R2	Beta Pernah	Beta Belum Pernah	F value	Prob
Variabel Dependen: Sikap Personal						
Indikator:						
Otonomi	0,35		0,33	0,38	7,77	0,00
Uang	0,47		0,64	0,39	7,12	0,00
Tantangan	0,26		0,30	0,25	3,12	0,03
Keseimbangan Hidup	0,16	0,48	0,39	0,14	4,58	0,01
Variabel Dependen: <i>Perceived Behavioral Control</i>						
Indikator:						
Kompetensi individu	0,69		0,67	0,71	7,75	0,00
Koneksi Bisnis	0,75		0,54	0,87	7,67	0,00
Modal	0,79		0,47	0,89	7,23	0,00
Regulasi pemerintah	0,12	0,59	0,13	0,11	7,13	0,00

Sikap personal terhadap aktivitas entrepreneurial secara signifikan dipengaruhi oleh empat indikator yaitu: otonomi, uang atau harta, tantangan, dan keseimbangan hidup antara pekerjaan dan keluarga. Pengaruh otonomi dan tantangan terhadap sikap personal untuk menjadi pengusaha tidak terlampau berbeda antara kelompok mahasiswa yang belum pernah dan yang sudah lulus kuliah kewirausahaan. Hal ini dapat dilihat pada besarnya Beta Pernah dan Beta Belum Pernah pada kedua indikator tersebut yang hampir sama besarnya. Edukasi wirausaha tidak signifikan mengubah penilaian individu terhadap otonomi dan tantangan yang ditawarkan profesi entrepreneur. Temuan ini sejalan dengan yang ditemukan oleh Martin et al., (2013) dimana pemahaman dan persepsi terhadap kebebasan (otonomi) dan tantangan yang harus dihadapi sebagai pengusaha telah dipahami secara cukup baik oleh kebanyakan orang sehingga edukasi tidak terlampau banyak mengubah pemahaman itu. Sementara itu pada indikator uang dan keseimbangan hidup, mereka yang sudah lulus kuliah kewirausahaan memiliki koefisien regresi yaitu beta yang jauh lebih besar dibandingkan mereka yang belum mengambil mata kuliah tersebut. Hal ini

mengindikasikan kuliah kewirausahaan relatif berhasil membuka horison pemikiran peserta kuliah dalam melihat peluang-peluang bisnis dan besarnya keuntungan yang mungkin dapat diperoleh melalui sebuah aktivitas entrepreneurial serta membuka berbagai alternatif model bisnis yang memungkinkan pelaku wirausaha untuk dapat menjalankan bisnis yang memberikan waktu yang lebih banyak untuk berinteraksi bersama keluarga dan lingkungan sosial lainnya. Perubahan penilaian atas indikator uang atau harta kekayaan sebagai pembentuk sikap personal ditemukan juga oleh Martin et al., (2013) walaupun dengan perubahan yang jauh lebih kecil dibandingkan dengan yang ditemukan pada penelitian ini. Besarnya perubahan ini diduga dipengaruhi oleh latar belakang ekonomi (orang miskin secara relative akan menilai secara subyektif tambahan harta dengan nilai jauh lebih besar dibandingkan orang yang sudah kaya sebelumnya) dan status sosial (masyarakat yang sangat sadar atas status sosial dan memiliki *power distance* yang lebar akan menilai tambahan kekayaan jauh lebih penting dibandingkan masyarakat yang egaliter dan hierarki sosial yang longgar) setiap individu yang belum diteliti lebih jauh dalam penelitian ini (Hofstede et al., 2010)

Pengaruh edukasi kewirausahaan terhadap persepsi individual terhadap kemampuan menjalankan aktivitas entrepreneurial sangat besar pada indikator koneksi bisnis. Pada kelompok mahasiswa yang belum mengambil kuliah kewirausahaan terdapat persepsi yang sangat kuat bahwa kemampuan menjadi pengusaha dipengaruhi oleh ada atau tidak adanya koneksi bisnis dan modal usaha. Hal ini menjadi ciri khas dari masyarakat yang bercirikan *collectivism* yang kuat seperti Indonesia (Noguero et al., (2013).

Pada kelompok mahasiswa yang sudah lulus kuliah kewirausahaan terdapat koefisien yang jauh lebih rendah pada indikator koneksi bisnis dan modal. Hal ini menunjukkan kuliah kewirausahaan berhasil membuka pikiran mahasiswa untuk mengenali model-model bisnis yang dapat dijalankan tanpa perlu modal yang terlalu besar dan koneksi bisnis yang kuat melainkan pada kreativitas dan ide bisnis yang orisinal dan kuat.

Perubahan sikap personal dan persepsi atas kemampuan melaksanakan aktivitas entrepreneurial yang ditemukan pada kelompok mahasiswa yang telah memperoleh edukasi wirausaha dapat menjadi indikasi suksesnya edukasi wirausaha yang telah dijalankan. Walaupun demikian terdapat kritikan dari Fayolle dan Gailly (2014) terhadap temuan riset dampak edukasi seperti ini yaitu apakah perubahan tersebut bersifat persisten dan bukanlah histeria sementara sebagai respons dari kampanye wirausaha yang dilakukan pemerintah dan kalangan akademisi dengan menyelenggarakan kuliah kewirausahaan itu sendiri. Selain itu isu yang jauh lebih penting menurut Fayolle dan Gailly (2014) adalah bagaimana realisasi dari niat wirausaha tersebut menjadi aktivitas entrepreneurial yang riil. Untuk menjawab permasalahan itu diperlukan pengamatan antar waktu (longitudinal) atas individu yang diobservasi pada jangka waktu tertentu yang merupakan tantangan tersendiri dalam riset kewirausahaan.

## **PENUTUP**

Edukasi kewirausahaan terbukti secara efektif mengubah sikap personal dan persepsi individual terhadap kemampuan melaksanakan aktivitas entrepreneurial di kalangan mahasiswa strata 1. Perubahan terutama terdapat pada level indikator modal dan koneksi bisnis yang menjadi variabel yang sangat memengaruhi persepsi kemampuan menjalankan aktivitas entrepreneurial pada kelompok mahasiswa yang

belum mengikuti kuliah kewirausahaan. Walaupun pengaruh modal dan koneksi bisnis tetap masih cukup kuat, namun pada mahasiswa yang telah mengambil kuliah kewirausahaan terlihat *factor loading* yang jauh lebih kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa kuliah kewirausahaan cukup mampu membuka horison berpikir dan mengenalkan berbagai model bisnis kepada mahasiswa sehingga tidak terlampau bergantung pada ketersediaan modal yang besar dan koneksi bisnis untuk mengawali suatu bisnis. Mahasiswa yang telah mengambil kuliah kewirausahaan juga mengalami perubahan pada kesadaran pada peluang menciptakan kekayaan yang lebih besar dan keseimbangan hidup yang lebih baik.

Hasil estimasi model pembentukan niat berwirausaha menunjukkan bahwa variabel determinan norma sosial, walaupun tidak secara langsung memengaruhi niat berwirausaha, masih menjadi faktor yang sangat menentukan sikap personal terhadap aktivitas entrepreneurial dan persepsi individual terhadap kemampuan sukses sebagai pengusaha. Norma sosial memiliki pengaruh yang jauh lebih besar pada kelompok mahasiswa yang belum menerima edukasi kewirausahaan. Edukasi kewirausahaan terbukti secara efektif mampu mengubah sikap personal dan penilaian individu terhadap kemampuannya sendiri menjadi lebih kondusif untuk berniat sebagai pengusaha mandiri. Tekanan sosial menjadi jauh lebih rendah pada kelompok yang telah menerima kuliah entrepreneur, penilaian individual terhadap kemampuan melaksanakan aktivitas entrepreneurial dan sikap personal menjadi lebih obyektif dan lebih individualis dan independen.

Model pembentukan niat yang diturunkan dari *Theory of Planned Behavior* menunjukkan sikap personal dan *perceived behavior control* secara signifikan memengaruhi pembentukan dan penguatan niat pada kalangan mahasiswa sebagai *nascent entrepreneur* yaitu kelompok orang yang dalam waktu tidak terlalu lama akan memutuskan untuk menjadi pengusaha. Terdapat perbedaan yang signifikan pengaruh *perceived behavior control* terhadap pembentukan niat berwirausaha antara kelompok yang sudah lulus kuliah kewirausahaan dengan yang belum. Pada kelompok yang telah mendapat edukasi kewirausahaan justru pengaruh *perceived behavioral control* menjadi jauh lebih rendah. Hal ini dapat menjadi indikasi dari dua hal yang bertentangan yaitu membaiknya persepsi individual terhadap kemampuan melaksanakan aktivitas entrepreneurial setelah menerima edukasi kewirausahaan atau justru menurunnya tingkat kepentingan (*importance level*) dari *perceived behavior control* pada kelompok mahasiswa yang telah menerima edukasi kewirausahaan karena mahasiswa menyadari ada faktor-faktor lain yang turut menentukan pembentukan niat wirausaha yang baru disadari setelah edukasi kewirausahaan diterima. Perlu untuk diteliti lebih jauh apakah ada perbedaan variabel determinan pembentukan niat berwirausaha setelah mahasiswa menerima edukasi kewirausahaan dibandingkan sebelumnya. Hal ini menjadi limitasi penelitian ini dimana model pembentukan niat masih diasumsikan statis antara sebelum dan sesudah edukasi kewirausahaan. Apakah persepsi meningkatnya kemampuan melaksanakan aktivitas kewirausahaan setelah edukasi kewirausahaan didukung oleh fakta riil di lapangan juga perlu untuk diteliti lebih lanjut dan penulis akui menjadi keterbatasan dari penelitian ini.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

- (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683.
- (2006). *Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations*. Available from: <http://people.umass.edu/aizen>.
- Ajzen, I., Csasch, C., dan Flood, M. G. (2009). From intentions to behavior: Implementation intention, commitment, and conscientiousness. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(6), 1356–1372
- Arenius, P., dan Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
- Barnir, A., Watson, W. E., dan Hutchins, H. M. (2011). Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self-efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 270–297.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., dan Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and role models. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 410–424.
- Budig, M. (2006). Intersections on the road to self-employment: Gender, family and occupational class. *Social Forces*, 84(4), 2223–2239.
- Carree, M., dan Thurik, R. (2006). *Understanding the role of entrepreneurship for economic growth*. In M. A. Carree dan A. R. Thurik (Eds.). (2006) *The handbook of entrepreneurship and economic growth*. Cheltenham, UK dan Northampton, MA, US: Edward Elgar Publishing Limited.
- Carsrud, A., dan Brännback, M. (2011). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26.
- Clain, S. H. (2000). Gender differences in full-time self-employment. *Journal of Economics and Business*, 52, 499–513.
- Costa, P. T., Terracciano, A., dan McCrae, R. R. (2001). Gender differences in personality traits across cultures: Robust and surprising findings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81(2), 322–331.
- Cromie, S. (1987). Motivations of aspiring male and female entrepreneurs. *Journal of Occupational Behaviour*, 8(3), 251–261.
- Edelman, L. F., Brush, C. G., Manolova, T. S., dan Greene, P. G. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 174–196.
- Fayolle, A., dan Gailly, B. (2014). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*
- Geertz, Clifford. (2014). *Agama Jawa: Abangan, Santri, Priyayi dalam Kebudayaan Jawa, Komunitas Bambu*, Depok Indonesia
- Hartman, H., dan Hartman, M. (2008). How undergraduate engineering students perceive women's (and men's) problems in science, math and engineering. *Sex Roles*, 58(3–4), 251–265.
- Harzing, A.-W. (2004). Ideal jobs and international student mobility in the enlarged European Union. *European Management Journal*, 22(6), 693–703.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J. dan Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind (Rev. 3rd ed.)*. New York: McGraw-Hill.

- Kautonen, T., Van Gelderen, M., dan Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707
- Kelley, D.J., Singer, S., dan Herrington, M. (2012). The global entrepreneurship monitor. 2011 global report. *Global Entrepreneurship Research Association*. Available from: [www.gemconsortium.com](http://www.gemconsortium.com).
- Kolvereid, L., dan Isaksen, E. (2006). New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, 21(6), 866–885.
- Kourilsky, M. L., dan Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing*, 13(1), 77–88.
- Kraft, P., Rise, J., Sutton, S., dan Roysamb, E. (2005). Perceived difficulty in the theory of planned behavior: Perceived behavioral control or affective attitude? *British Journal of Social Psychology*, 44(3), 479–496.
- Krueger, N. F. (2007). What lies beneath? The experiential essence of entrepreneurial thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 31(1), 123–138.
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In A. L. Carsrud, dan M. Brännback (Eds.), *Understanding the entrepreneurial mind* (pp. 51–72). New York: Springer.
- Krueger, N. F., dan Day, M. (2010). Looking forward, looking backward: From entrepreneurial cognition to neuroentrepreneurship. In Z. J. Acs, dan D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research. An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 321–358) (2nd ed.). New York: Springer.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., dan Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414–435
- Liñán, F., dan Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory dan Practice*, 33(3), 593–617.
- Martin, B. C., McNally, J. J., dan Kay, M. J. (2013). Examining the formation of human capital in entrepreneurship: A meta-analysis of entrepreneurship education outcomes. *Journal of Business Venturing*, 28(2), 211–224.
- McDonald, R. P., dan Ho, M. H. (2002). Principles and practice in reporting structural equation analyses. *Psychological Methods*, 7(1), 64–82.
- Mueller, S. L., dan Conway Dato-on, M. (2013). A cross cultural study of gender-role orientation and entrepreneurial self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), 1–20.
- McClelland, David, (1987), Characteristics of Successful Entrepreneurs, *The Journal of Creative Behavior*, Volume 21, Issue 3, pages 219–233
- Noguera, M., Alvarez, C., dan Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183–197.
- Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A., dan Kwong, K. K. (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent: Is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 18(5), 559–586.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., dan Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory dan Practice*, 36(3), 465–493.

- Souitaris, V., Zerbinati, S., dan Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591.
- Van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., dan van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559.
- Verheul, I., Thurik, R., dan Grilo, I. (2009). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: New insights into the role of gender. *Paper presented at the academy of management conference*, August 7–11, Chicago, Ill, USA.
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., dan van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 325–341.
- Wilson, F., Kickul, J., dan Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory dan Practice*, 31(3), 387–406.
- Wu, A. D., Li, Z., dan Zumbo, B. D. (2007). Decoding the meaning of factorial invariance and updating the practice of multi-group confirmatory factor analysis: A demonstration with TIMSS data. *Practical Assessment, Research dan Evaluation*, 12(3), 2007.
- Zhao, H., Seibert, S., dan Hills, G. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. 794