

*Start Up Entrepreneurship Intention In Students: Using Theory Of Planned Behavior Model***Niat Berwirausaha Start Up Pada Mahasiswa: Menggunakan *Theory Of Planned Behavior Model***Yosephine Angelina Yulia¹, Yenni Khristiana², Andri Octaviani³Jurusan Manajemen¹, Jurusan Akuntansi² Jurusan Manajemen Informatika³ STIE AUB SurakartaE-mail: yosephineangelina@stie-aub.ac.id, yennikristi2@gmail.com, andry.oktavia@stie-aub.ac.id**Abstract**

Entrepreneurship has become an important national priority for sustainable economic development, creating competitiveness, innovation, job creation and personal fulfillment worldwide. Interest in entrepreneurship has reached almost every country and its influence on the economy and society has been recognized for its emergence as a driving force for generating economic and social activities. The percentage of successful start-ups have the potential to create job opportunities if guided by effective policies. Meanwhile, intrapreneurship in paid work also helps organizations innovate and grow, and respond proactively to social, technological and economic changes.

The current entrepreneurial phenomenon in Indonesia is the emergence of start-up companies. The development of start-ups in Indonesia is indeed quite rapid, but the increasing number of start-ups is also proportional to the number of failures that befall startups. The high number of start-up failures in Indonesia is a challenge for the government in encouraging the growth and development of online businesses. A start-up is an entrepreneurial venture which is usually a fast-growing, fast-growing new business that aims to meet market needs.

The aims of this study are: First, the researcher hopes to make an important contribution by integrating the themes of the theory of planned behavior theory (TPB) and entrepreneurial motivation. Second, the researcher wants to help fill the research gap regarding the impact of context on entrepreneurial motivation. This study focuses on the emerging economy of Indonesia, which is less responsive and the large number of spillover assets that are not accompanied by supporting documents.

Keywords: *entrepreneurial motivation, behavioral attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, entrepreneurial intentions*

Abstrak

Kewirausahaan telah menjadi prioritas nasional yang penting untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan, menciptakan daya saing, inovasi, penciptaan lapangan kerja dan pemenuhan pribadi di seluruh dunia. Minat kewirausahaan telah mencapai hampir setiap negara dan pengaruhnya terhadap ekonomi dan masyarakat telah diakui karena kemunculannya sebagai kekuatan pendorong untuk menghasilkan kegiatan ekonomi dan sosial. Persentase wirausaha pemula yang berhasil memiliki potensi untuk menciptakan peluang kerja jika dipandu oleh kebijakan yang efektif. Sementara itu, intrapreneurship dalam pekerjaan berupah juga membantu organisasi berinovasi dan tumbuh, dan merespons secara proaktif dalam perubahan sosial, teknologi, dan ekonomi.

Fenomena kewirausahaan yang terjadi saat ini di Indonesia adalah bermunculannya *start up company*. Perkembangan start-up di Indonesia memang cukup pesat, namun meningkatnya perkembangan jumlah start-up tersebut juga sebanding dengan angka kegagalan yang menimpa startup. Tingginya angka kegagalan start-up di Indonesia menjadi tantangan bagi pemerintah dalam mendorong tumbuh kembangnya bisnis online. Start-up adalah sebuah usaha kewiraswastaan yang biasanya merupakan bisnis baru yang tumbuh dengan cepat dan berkembang pesat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah Pertama, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi penting dengan mengintegrasikan tema dari teori perilaku terencana (TPB) dan motivasi wirausaha. Kedua, peneliti ingin membantu mengisi kesenjangan penelitian terkait dampak konteks pada motivasi kewirausahaan. Studi ini berfokus pada ekonomi yang muncul dari Indonesia yang kurang responsif dan banyaknya aset limbah yang tidak dilengkapi dokumen pendukung.

Kata Kunci: motivasi berwirausaha, sikap perilaku, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, niat berwirausah

PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah menjadi prioritas nasional yang penting untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan, menciptakan daya saing, inovasi, penciptaan lapangan kerja dan pemenuhan pribadi di seluruh dunia (Komisi Eropa, 2006; Gird dan Bagraim, 2008; Zoltan, 2006). Minat kewirausahaan telah mencapai hampir setiap negara dan pengaruhnya terhadap ekonomi dan masyarakat telah diakui karena kemunculannya sebagai kekuatan pendorong untuk menghasilkan kegiatan ekonomi dan sosial (Acs dan Szerb, 2010).

Mendorong kewirausahaan dipandang sebagai solusi potensial bagi pengangguran kaum muda. Kebijakan publik telah meningkatkan perhatiannya dalam menstimulasi dan menyalakan kembali semangat dan kegiatan wirausaha. Misalnya, upaya sedang dilakukan oleh universitas untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan di kalangan siswa dan untuk membantu mereka mempertimbangkan kewirausahaan sebagai alternatif karir (Komisi Eropa, 2004, 2006, 2013).

Persentase wirausaha pemula yang berhasil memiliki potensi untuk menciptakan peluang kerja jika dipandu oleh kebijakan yang efektif. Sementara itu, intrapreneurship dalam pekerjaan berupah juga membantu organisasi berinovasi dan tumbuh, dan merespons secara proaktif dalam perubahan sosial, teknologi, dan ekonomi. Selain itu, keterampilan kewirausahaan telah ditekankan sebagai bagian dari keterampilan umum yang dibutuhkan untuk berhasil dalam pekerjaan modern yang dinamis (Savickas et al., 2009), misalnya untuk mengelola karier seseorang dalam konteks yang tidak pasti dan merespons untuk peluang baru yang dihasilkan dari perubahan teknologi. Dengan kata lain, pemikiran dan perilaku wirausaha dapat membantu generasi orang untuk menjadi produsen pengembangan karier positif mereka sendiri sebagai sarana untuk menavigasi perubahan sosial yang lebih besar.

Secara umum diakui bahwa kewirausahaan self-efficacy (ESE), yang mengacu pada keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk melakukan tugas dan peran yang ditujukan untuk hasil kewirausahaan (Chen, Greene, & Crick, 1998), memainkan peran penting dalam menentukan apakah individu mengejar karier wirausaha dan terlibat dalam perilaku wirausaha. Sementara beberapa peneliti telah melihat secara umum self-efficacy (kepercayaan global tentang kemampuan seseorang untuk menyelesaikan tugas di masa depan dalam bentuk apa pun) untuk memahami efeknya (lihat Hakim & Bono, 2001; Scholz, Gutiérrez-Doña, Sud, & Schwarzer, 2002), sebagian besar pakar sepakat bahwa self-efficacy bersifat spesifik-domain (misalnya, target menangkal perilaku atau hasil tertentu seperti karier atau tugas kreatif seseorang), konsisten dengan konseptualisasi Bandura (1997) tentang membangun. Teori kognitif sosial tentang karir dan minat akademis, pilihan, dan kinerja (Prapaskah, Brown, & Hackett, 1994) menekankan, misalnya, bahwa itu adalah self-efficacy spesifik-pekerjaan (sebagai lawan dari self-efficacy umum) yang memberikan efek pada pengembangan dan kinerja karir. Salah satu jenis self-efficacy spesifik pekerjaan adalah Entrepreneurial self-efficacy (ESE).

Seiring waktu, beberapa faktor yang berusaha menjelaskan niat kewirausahaan telah dipertimbangkan. Studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan relevan, terutama mengingat manfaat sosial-ekonomi yang biasanya dikaitkan dengan kewirausahaan. Niat wirausaha adalah elemen kunci dalam kinerja kegiatan wirausaha (Liñán, 2004) yang sesuai dengan indikator penting dari kegiatan ini.

Beberapa studi telah menerapkan model niat dalam upaya menjelaskan keputusan untuk memulai usaha bisnis (Linan dan Roudrigez, 2014). Secara khusus, penerapan pendekatan perilaku yang direncanakan (Ajzen, 1991) untuk kewirausahaan telah secara konsisten dikuatkan (Krueger et al., 2000; Autio et al., 2001; Kolvereid, 1996). Menurut pandangan ini, niat adalah satu-satunya prediktor terbaik untuk perilaku awal. Sejumlah penelitian telah berusaha memahami faktor-faktor dan variabel yang menjelaskan niat, di antaranya analisis empiris niat berwirausaha semakin umum (Linan dan Chen, 2009; Moriano et al., 2012; van Gelderen et al., 2008).

Fenomena kewirausahaan yang terjadi saat ini di Indonesia adalah bermunculannya *start up company*. Perkembangan start-up di Indonesia memang cukup pesat, namun meningkatnya perkembangan jumlah start-up tersebut juga sebanding dengan angka kegagalan yang menimpa startup. Tingginya angka kegagalan start-up di Indonesia menjadi tantangan bagi pemerintah dalam mendorong tumbuh kembangnya bisnis online. Start-up adalah sebuah usaha kewiraswastaan yang biasanya merupakan bisnis baru yang tumbuh dengan cepat dan berkembang pesat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Dengan mengembangkan model bisnis yang layak seputar produk, layanan, proses, ataupun platform yang inovatif. Start-up biasanya merupakan perusahaan yang dirancang untuk secara efektif mengembangkan dan memvalidasi model bisnis yang skalabel. Inti dari startups sendiri umumnya terkait dengan konsep ambisi, inovasi, skalabilitas, dan pertumbuhan. Start-up bisnis sebagai organisasi yang dibentuk untuk mencari model bisnis yang repeatable dan scalable. Start-up bukan hanya sekedar perusahaan baru yang memanfaatkan teknologi namun juga mengenai jasa dan gerakan ekonomi rakyat yang bisa mandiri tanpa bantuan perusahaan-perusahaan yang lebih besar.

Tujuan dari penelitian ini adalah Pertama, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi penting dengan mengintegrasikan tema dari teori teori perilaku terencana (TPB) dan motivasi wirausaha (Carsrud dan Olm, 1986). Kedua, peneliti ingin membantu mengisi kesenjangan penelitian terkait dampak konteks pada motivasi kewirausahaan (Carsrud dan Brännback, 2011). Studi ini berfokus pada ekonomi yang muncul dari Indonesia. Banyak penelitian sebelumnya telah mengumpulkan informasi semata-mata dari responden di negara maju yang terkait dengan budaya mendorong perusahaan lokal. Beberapa lembaga pemerintah dan internasional sekarang berusaha untuk mengatasi hambatan sikap, sumber daya, peraturan dan kelembagaan untuk perusahaan dalam ekonomi transisi (yaitu bekas rezim komunis) dengan mendukung penyediaan inisiatif pendidikan yang mengatasi hambatan untuk perusahaan (Parsyak dan Zhuravlyova, 2001). Namun, inisiatif ini seringkali terbatas pada ekonomi dan siswa bisnis. Saat ini di Indonesia, banyak wirausaha muda start up yang diberi kepercayaan oleh pemerintah untuk menjadi mentri dan staf ahli presiden untuk membantu pemerintahan saat ini. Hal ini dapat menjadikan role model taau contoh bagi kaum muda agar dapat memotivasi menjadi wirausaha muda khususnya dibidang start up. Kontribusi novel dari penelitian ini adalah untuk mencari hubungan motivasi berwirausaha dengan menggunakan teori perilaku berencana dan mencari hubungan moderasi pendidikan berwirausaha dan self efficacy pada niat berwirausaha pada mahasiswa yang mendapatkan pendidikan kewirausahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori Perilaku Terencana / *Theory Planned Behavior* yang di kembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein. Teori perilaku terencana memiliki 3 variabel independen. Pertama adalah sikap terhadap perilaku dimana seseorang melakukan penilaian atas sesuatu yang menguntungkan dan tidak menguntungkan. Kedua adalah faktor sosial disebut norma subyektif, hal tersebut mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Ketiga anteseden niat adalah tingkat persepsi pengendalian perilaku yang, seperti yang kita lihat sebelumnya, mengacu pada persepsi kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku, dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen, 1991).

Start Up

Start up adalah sebuah perusahaan rintisan, atau perusahaan yang belum lama beroperasi. Startup adalah institusi manusia yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa ditengah ketidakpastian yang ekstrem (Ries, 2011). Start up dirancang untuk menemukan sebuah model bisnis yang dapat berulang dan berskala (Blank, 2014). Dari definisi tersebut dapat diartikan start up adalah sebuah perusahaan rintisan yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang tepat untuk perusahaannya agar dapat bertahan ditengah ketidakpastian yang ekstrem.

Theory Of Planned Behavior (TPB)

TPB dirumuskan untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu. TPB menegaskan bahwa sikap dan sifat kepribadian yang luas hanya dapat memiliki dampak tidak langsung pada bentuk perilaku tertentu dengan memengaruhi faktor-faktor yang lebih dekat dengan tindakan tersebut (Ajzen, 1991). Sikap, nilai, dan keyakinan umum individu dianggap lebih jauh dari tindakan. Oleh karena itu, mengembangkan penjelasan yang memadai tentang perilaku tertentu, seperti keputusan untuk menjadi wirausaha, memerlukan konsep yang lebih dekat dengan perilaku yang dimaksud. TPB berhipotesis bahwa niat perilaku ditentukan oleh tiga anteseden kunci: sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan.

Motivasi Wirausaha

Motivasi wirausaha mengacu pada keinginan atau kecenderungan untuk mengatur, memanipulasi dan menguasai organisasi, manusia atau ide secepat dan mandiri mungkin (Johnson, 1990). Individu dengan motivasi wirausaha tinggi lebih cenderung menjadi wirausaha (Shane et al., 2003). Sebuah meta-analisis dari 41 artikel (Collins et al., 2004) menemukan bahwa motivasi wirausaha secara signifikan dan positif terkait dengan pilihan jalur karier wirausaha. Model yang berbeda digunakan untuk mengeksplorasi motivasi kewirausahaan dan bagaimana mereka dapat digunakan untuk memprediksi niat dan perilaku. Model kognitif menunjukkan bahwa "Motivasi dikonseptualisasikan sebagai produk dari harapan dan instrumentalitas" (Segal et al., 2005, hlm. 44). Model proses mempertimbangkan pengaruh tingkat yang lebih tinggi dari imbalan yang diharapkan dari kegiatan wirausaha dibandingkan dengan upah sebagai karyawan sebagai motif utama memilih jalur karier wirausaha (Praag dan Cramer, 2001). Model berbasis ekonomi menganjurkan peran risiko dalam membentuk motivasi wirausaha. Orang dengan tingkat toleransi risiko yang lebih tinggi lebih termotivasi untuk berwirausaha (Douglas dan Shepherd, 1999).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diturunkan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap sikap perilaku
- H2: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap norma subjek individu
- H3: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kontrol perilaku yang dirasakan
- H4: Sikap perilaku berpengaruh terhadap niat berwirausaha
- H5: Norma subjektif individu berpengaruh terhadap niat berwirausaha
- H6: Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap niat berwirausaha
- H7: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha

METODE

Analisis Instrumen Penelitian adalah analisis kualitas data yang dilakukan berdasarkan atas data deskriptif, kemudian dianalisa dengan alat-alat analisa secara statistik. Dalam hal pentabulasian hasil penilain responden, serta melakukan pengujian model penelitian, penelitian ini menggunakan *software* Amos. Selanjutnya, kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan untuk mengetahui karakteristik responden agar sesuai dengan karakteristik yang telah di jelaskan sebelumnya. Bagian kedua berisikan pernyataan untuk mendapatkan data penelitian dan menganalisis pengaruh antara *entrepreneur motives, attitude toward behavior, subjective norm, perceived behavior control, entrepreneur intention, dan gender*. Penulis memiliki peranan penting untuk memilih informan yang relevan sebagai sumber data, mengumpulkan data, dan mengolah data yang didapat. Selanjutnya penulis akan menganalisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya yang kemudian disajikan secara deskriptif pada laporan hasil penelitian sesuai keadaan yang sebenarnya.

Sumber data pada penelitian ini dengan menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan data sekunder berupa laporan hasil pemeriksaan.

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan 2 model Linier Berganda dan Analisis Moderasi, yaitu: 1) pengumpulan data; 2) uji asumsi klasik; 3) analisis linier berganda; 4) analisis regresi moderasi; 5) uji t; 6) uji F; 7) uji Determinasi R square; serta 8) penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini, data yang berhasil dikumpulkan dan dicatat dalam kegiatan penelitian harus diusahakan ketepatan dan kebenarannya.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linier Berganda

H1: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap sikap perilaku

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22,975	1,439		15,961	,000		
	Motivasi Berwirausaha	-,008	,070	-,009	-,109	,913	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Sikap Perilaku

Sumber : data yang diolah 2020

H2: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap norma subjek individu

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18,706	2,474		7,561	,000		
	Motivasi Berwirausaha	,234	,120	,151	1,947	,053	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Norma Subyektif

Sumber : data yang diolah 2020

H3: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kontrol perilaku yang dirasakan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17,422	1,763		9,881	,000		
	Motivasi Berwirausaha	-,024	,086	-,022	-,281	,779	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kontrol Perilaku Yang Dirasakan

Sumber : data yang diolah 2020

H4: Sikap perilaku berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	14,158	2,009		7,048	,000		
	Sikap Perilaku	,579	,088	,459	6,594	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Sumber : data yang diolah 2020

H5: Norma subjektif individu berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27,046	1,344		20,118	,000		
	Norma Subyektif	,014	,057	,019	,247	,805	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Sumber : data yang diolah 2020

H6: Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	24,809	1,359		18,261	,000		
	Kontrol Perilaku Yang Dirasakan	,152	,080	,147	1,900	,059	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Sumber : data yang diolah 2020

H7: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29,369	1,810		16,222	,000		
	Motivasi Berwirausaha	-,097	,088	-,086	-1,104	,271	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Sumber : data yang diolah 2020

PEMBAHASAN

1. Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap sikap perilaku

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap sikap perilaku. Hasil uji koefisien regresi dari persamaan menghasilkan pengaruh negative dan tidak signifikan berarti sikap perilaku tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap sikap perilaku, yang artinya apabila motivasi berwirausaha besar berarti niat berwirausaha semakin besar tanpa adanya variable sikap perilaku sebagai variable moderasi.

2. Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap norma subjek individu

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap norma subjektif individu. Hasil uji koefisien regresi dari persamaan menghasilkan pengaruh negative dan tidak signifikan berarti norma subjek individu tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha, yang artinya apabila motivasi berwirausaha besar berarti motivasi berwirausaha semakin besar tanpa adanya variable norma subjek individu sebagai variable moderasi.

3. Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kontrol perilaku yang dirasakan

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kontrol perilaku yang dirasakan. Hasil uji koefisien regresi dari persamaan menghasilkan pengaruh negative dan tidak signifikan berarti kontrol perilaku yang dirasakan tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap perilaku yang dirasakan, yang artinya apabila motivasi berwirausaha besar berarti niat berwirausaha semakin besar tanpa adanya variable kontrol perilaku yang dirasakan sebagai variable moderasi.

4. Sikap perilaku berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa sikap perilaku berpengaruh negatif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Hasil uji koefisien regresi dari persamaan menghasilkan pengaruh negative dan tidak signifikan berarti sikap perilaku tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara sikap berwirausaha terhadap niat berwirausaha, yang artinya apabila sikap perilaku besar berarti niat berwirausaha semakin besar tanpa adanya variable sikap perilaku sebagai variable moderasi.

5. Norma subjektif individu berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa norma subjektif individu berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha. Hasil uji koefisien regresi dari persamaan menghasilkan pengaruh negative dan tidak signifikan berarti norma subjek individu tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha, yang artinya apabila norma subjektif individu besar berarti niat berwirausaha semakin besar tanpa adanya norma subjektif individu sebagai variable moderasi.

6. Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha. Hasil uji koefisien regresi dari persamaan menghasilkan pengaruh negative dan tidak signifikan berarti kontrol perilaku yang dirasakan tidak memoderasi (memperkuat) hubungan antara motivasi berwirausaha terhadap Nilai Perusahaan, yang artinya apabila kontrol perilaku yang dirasakan besar berarti niat berwirausaha

semakin besar tanpa adanya variable kontrol perilaku yang dirasakan sebagai variable moderasi.

7. Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha

Hasil penelitian pada persamaan pertama menunjukkan bahwa *motivasi berwirausaha* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil uji hipotesis menggunakan uji menunjukkan.

1. Motivasi berwirausaha berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap sikap perilaku
2. Motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap norma subjek individu
3. Motivasi berwirausaha berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap kontrol perilaku yang dirasakan
4. Sikap perilaku berpengaruh negative dan signifikan terhadap niat berwirausaha
5. Norma subjektif individu berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha
6. Kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha
7. Motivasi berwirausaha berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap niat berwirausaha

Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka saran yang bisa disampaikan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan indeks pengukuran niat berwirausaha dengan bobot angka, misalnya skala 1- 5 (skala likert), hal ini untuk menghindari penilaian yang bisa bersifat bias.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan penambahan variabel sebagai objek penelitian dengan kriteria lain yang telah ditentukan dan dapat diperbanyak dengan penambahan periode waktu sesuai dengan kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991), "*The theory of planned behavior*", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-211.
- Aloulou, Wassim. J (2016), *Predicting entrepreneurial intentions of final year Saudi university business students by applying the theory of planned behavior.*, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 23 No. 4, 2016 pp. 1142-1164.
- Dabic, Marina., Daim, Trugul (2012). *Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship*, *International Journal of Gender and Entrepreneurship* Vol. 4 No. 3, 2012 pp. 316-336.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L. and Stephan, U. (2011), "*Entrepreneurial intentions in developing and developed countries*", *Education + Training*, Vol. 53 No. 5, pp. 353-370.
- Kautonen, T., Tornikoski, E.T. and Kibler, E. (2011), "*Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms*", *Small Business Economics*, Vol. 37 No. 2, pp. 219-234.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D. and Carsrud, A.L. (2000), "*Competing models of entrepreneurial intentions*", *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. 5, pp. 411-432.
- Liñán, F. (2004), "*Intention-based models of entrepreneurship education*", *Piccola Impresa/Small Business*, Vol. 3 No. 1, pp. 11-35.

Liñán, F. and Chen, Y.-W. (2009), “*Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions*”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33 No. 3, pp. 593-617.

Miles, M., Lewis, G., Hall-Phillips, A., Morrish, S., Gilmore, A., & Kasouf, C. (2016). *The influence of entrepreneurial marketing processes and entrepreneurial selfefficacy on community vulnerability, risk, and resilience. Journal of Strategic Marketing*, 24(1), 34–46.

Moriano, J., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2012). *A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. Journal of Career Development*, 39(2), 162–185.

Mueller, S., & Dato-On, M. (2008). *Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13, 3–20.

Praag, C.M. and Cramer, J.S. (2001), “*The roots of entrepreneurship and labor demand: individual ability and low risk*”, *Economica*, Vol. 68 No. 269, pp. 45-62.