

PERAN EFIKASI DIRI, DUKUNGAN SOSIAL, DAN KREATIVITAS DALAM MENDORONG *ENTREPRENEURIAL INTENTION* DI KALANGAN MAHASISWA

Ashiela Azhra Labyta¹, Kartika Nurningsih^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: ashiela.115190400@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: kartikan@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 04-12-2023, revisi: 02-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 15-01-2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti pengaruh efikasi diri, dukungan sosial, dan kreativitas terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa S1 Universitas Tarumanagara. Jumlah sample yang digunakan sebanyak 150 responden dengan menggunakan Teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan *Google Form* secara online. Analisa data dilakukan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan *software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan kreativitas memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap *entrepreneurial intention*, sedangkan efikasi diri tidak berpengaruh signifikan yang positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Kata kunci: efikasi diri, dukungan sosial, kreativitas, *entrepreneurial intention*

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the influence of self-efficacy, social support, and creativity on *entrepreneurial intention* among undergraduate students at Tarumanagara University. A sample of 150 respondents was used, employing a *non-probability sampling* technique with a *purposive sampling* approach. This research adopted a quantitative design, and data were collected through an online *Google Form*. The data were analyzed using *Structural Equation Modeling* (SEM) with the assistance of *SmartPLS 4.0* software. The findings of this study revealed that social support and creativity had a significant positive impact on *entrepreneurial intention*, while self-efficacy did not show a significant positive influence on *entrepreneurial intention*.

Keywords: self-efficacy, social support, creativity, *entrepreneurial intention*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Pada era sekarang kegiatan wirausaha menjadi populer dan sedang diminati oleh masyarakat, termasuk di Indonesia. Namun, jumlah pengusaha di Indonesia masih rendah, hanya mencapai 1,65% dari jumlah penduduk. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia tertinggal dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Malaysia dan Amerika Serikat dalam hal jumlah pengusaha (Kompas, 2022). Faktor yang membuat beberapa orang ragu untuk memulai berwirausaha antara lain masalah finansial,

kurangnya dukungan dari lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, dan orang tua, serta kurangnya ide bisnis yang unik. Kondisi ini membuat minat orang Indonesia terhadap kewirausahaan menjadi rendah. Namun, kegiatan berwirausaha dapat membantu mengurangi pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. Salah satu cara untuk mengatasi masalah ini adalah dengan membangun target atau rencana untuk memulai usaha atau berwirausaha. Program-program kewirausahaan dan dukungan dari lingkungan, terutama keluarga dan teman, juga memainkan peran penting dalam meningkatkan ambisi dan intensi berwirausaha (Altinay, 2017).

Entrepreneurial intention merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan daya saing suatu negara. Kepribadian seseorang, termasuk tingkat efikasi diri, kreativitas, dan dukungan sosial, mempengaruhi niat seseorang untuk menjadi seorang wirausaha (Echchabi, *et al.*, 2020). *Entrepreneurial intention* adalah keinginan untuk memulai sesuatu yang baru, menciptakan bisnis yang menguntungkan, serta berbasis pada barang dan jasa yang memberikan manfaat bagi lingkungan dan melestarikan budaya sosial atau kearifan lokal di sekitarnya (Nurningsih, 2019). Tingkat kreativitas yang tinggi sangat diperlukan dalam berwirausaha karena dapat membuat usaha tersebut lebih kompetitif dan inovatif. Pendidikan juga berperan penting dalam meningkatkan tingkat kreativitas dan persiapan mental mahasiswa untuk menjadi wirausaha (Ali, *et al.*, 2019). Efikasi diri, dukungan sosial, dan kreativitas dipilih sebagai faktor penelitian untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *entrepreneurial intention*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention* pada mahasiswa agar mereka dapat menciptakan sebuah usaha baru.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang ada dapat disimpulkan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh positif efikasi diri, dukungan sosial, dan kreativitas terhadap *entrepreneurial intention*?

Kajian teori

Efikasi diri

Menurut Gheith, *et al.* (2020) menunjukkan bahwa efikasi diri secara langsung memengaruhi niat kewirausahaan. Individu dengan tingkat efikasi diri kewirausahaan yang tinggi cenderung berhasil dalam menjalankan proses kewirausahaan dan menghadapi tantangan dalam mendirikan bisnis baru.

Dukungan sosial

Menurut Hockerts (2020), dukungan sosial memberikan keyakinan bahwa kita semua membutuhkan bantuan dari orang lain, terutama keluarga dan teman. Dukungan sosial terdiri dari empat tipe utama: emosional, dukungan teman, dukungan konkret, dan harapan terhadap bantuan dari lingkungan. Adanya dukungan lingkungan sosial akan memperkuat niat seseorang untuk berwirausaha.

Kreativitas

Menurut McMullan *et al.* (2015) Kreativitas mempengaruhi tingkat inovasi dalam kewirausahaan, karena menjadi elemen penting untuk memanfaatkan peluang dalam persaingan ekonomi. Kreativitas melibatkan kemampuan individu dalam menciptakan hal baru dan berbeda, terutama ketika memiliki tujuan yang jelas. Kreativitas membedakan wirausaha sejati dari pedagang biasa, sehingga calon wirausaha perlu memiliki pemikiran dan sifat kreatif yang kuat untuk sukses dalam berwirausaha.

Entrepreneurial intention

Menurut Christina Utami (2017) *entrepreneurial intention* adalah keinginan individu untuk membuka usaha sendiri dan menciptakan produk atau jasa baru. Ini merupakan indikator perilaku dan aktivitas seorang wirausaha serta mendorong individu untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha. Peran *entrepreneurial intention* sangat krusial dalam kehidupan peserta didik dan berpengaruh signifikan terhadap sikap dan perilaku seseorang. Pendidikan kewirausahaan mencakup berbagai program atau proses pendidikan yang bertujuan untuk mengembangkan sikap dan keterampilan wirausaha individu. (Marchel & Nuringsih, 2020).

Keterkaitan efikasi diri dengan *entrepreneurial intention*

Individu dengan efikasi diri tinggi cenderung memiliki keyakinan dan percaya diri yang lebih besar dalam merencanakan dan meluncurkan usaha. Tingkat efikasi diri yang tinggi juga dikaitkan dengan evaluasi diri yang baik. Individu dengan efikasi diri yang tinggi memiliki motivasi untuk mencapai keberhasilan dalam tugas-tugas terkait dengan pendirian usaha baru (Faruk Şahin, *et. al.*, 2019)

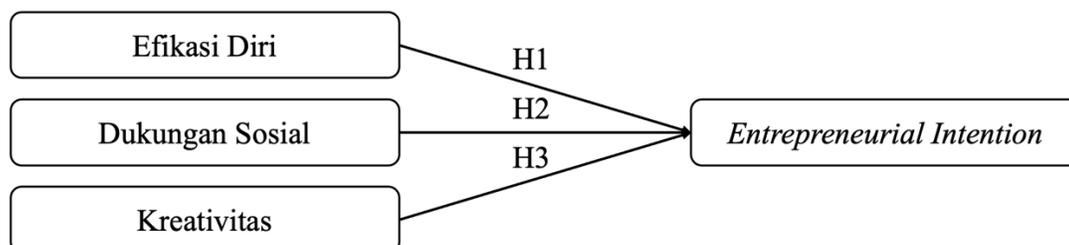
Keterkaitan dukungan sosial dengan *entrepreneurial intention*

Dukungan sosial memiliki pengaruh positif pada *entrepreneurial intention*. Keluarga, teman, dan lingkungan sosial secara keseluruhan memainkan peran penting dalam membentuk keyakinan diri, sikap, kreativitas, dan kecenderungan mengambil risiko individu dalam berwirausaha. Dukungan teman dekat dalam bisnis dan dukungan teman secara umum memiliki keterkaitan positif dengan niat kewirausahaan (Benedetta Bellò, 2017). Penelitian juga menunjukkan bahwa dukungan sosial dari lingkungan sosial dapat mempengaruhi motivasi individu untuk memiliki niat atau intensi dalam menciptakan usaha (Seyoum, 2021). Dukungan sosial dapat berupa pendapat, ide, kritikan, dan dukungan finansial yang memotivasi individu dalam mewujudkan *entrepreneurial intention*.

Keterkaitan kreativitas dengan *entrepreneurial intention*

Kreativitas berperan penting dalam kegiatan kewirausahaan. Kreativitas melibatkan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif dalam memecahkan masalah atau menciptakan sesuatu yang baru. Para wirausaha yang kreatif memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk berhasil dalam kewirausahaan. Dalam penelitian ini, hipotesisnya adalah bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif terhadap niat seseorang untuk menjadi wirausaha (Kumar, 2019) Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa kreativitas berhubungan positif dengan niat untuk membuka usaha. Oleh karena itu, kreativitas menjadi faktor penting dalam mempengaruhi *entrepreneurial intention* seseorang.

Berdasarkan kaitan antarvariabel di atas, dapat digambarkan model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1



Gambar 1. Model penelitian

Berdasarkan model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1, penelitian ini memformulasikan hipotesis sebagai berikut:

- H1: Efikasi Diri berpengaruh secara positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Universitas Tarumanagara
- H2: Dukungan Sosial berpengaruh secara positif terhadap *Entrepreneurial Intention* Universitas Tarumanagara.
- H3: Kreativitas berpengaruh secara positif terhadap *Entrepreneurial Intention* mahasiswa Universitas Tarumanagara.

2. METODE PENELITIAN

Ada dua kelompok desain penelitian yang dapat dijelaskan secara umum, yaitu desain penelitian kualitatif dan desain penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif deskriptif. Desain penelitian tersebut bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan situasi atau keadaan yang sedang diteliti. Peneliti akan mengumpulkan data melalui instrumen penelitian dan melakukan analisis data secara kuantitatif atau statistik.

Dalam desain penelitian ini, populasi yang diteliti adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Tarumanagara. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana peneliti memilih sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Dalam proses pengumpulan data, terdapat empat karakteristik utama yang sangat penting bagi para peneliti, yaitu netralitas, reliabilitas, validitas, dan generalisasi. Keempat karakteristik ini memiliki peran krusial dalam membantu peneliti dalam memilih desain penelitian yang sesuai untuk menghasilkan penelitian yang berkualitas.

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Variabel penelitian terdiri dari efikasi diri, dukungan sosial, kreativitas, dan entrepreneurial intention. Efikasi diri mencerminkan motivasi individu dalam memilih kegiatan dan mencapai tujuan bisnis. Dukungan sosial mempengaruhi identitas dan niat kewirausahaan seseorang. Kreativitas menggambarkan kemampuan individu dalam menghasilkan ide baru dan solusi inovatif. Entrepreneurial intention merupakan keinginan individu untuk membuka usaha sendiri dan mengembangkan organisasi baru (Kusumawijaya, 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang diperoleh berjumlah 150 responden, 75 orang berjenis kelamin laki-laki, 75 orang berjenis kelamin perempuan. Usia dalam 150 responden didominasi responden yang berusia 21-25 tahun dengan jumlah 130 orang dan berusia 17-20 berjumlah 20 orang.

Selanjutnya, uji validitas dilakukan untuk menyatakan kuesioner valid untuk digunakan. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika mampu menjelaskan variabel yang diukur (Ghozali, 2018). Dalam uji validitas penelitian ini menggunakan *SmartPLS* ver 0.4 dengan syarat nilai loading factor harus menunjukkan nilai 0,70. Dalam uji validitas Convergent Validity nilai loading factor yang menunjukkan nilai >0,70 menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai ideal, hal ini menunjukkan bahwa indikator tersebut valid untuk mengukur variabel yang ada. Dikatakan bahwa jika nilai loading factor menunjukkan nilai >0,50 masih dapat diterima (Haryono, 2017). Berdasarkan hasil uji *convergent validity* dapat dilihat data menunjukkan beberapa variabel yang tidak memenuhi nilai standar >0,7. Dalam penelitian ini variabel yang tidak memenuhi nilai standar dihapus.

Tabel 1. Hasil uji *convergent validity*

| Variabel | Indikator | Outer loadings |
|----------------------------------|-----------|----------------|
| Efikasi Diri | DK1 | 0,840 |
| | DK2 | 0,645 |
| | DK 3 | 0,878 |
| | DK 4 | 0,695 |
| | DK 5 | 0,769 |
| | DK 6 | 0,826 |
| Dukungan Sosial | DS1 | 0,653 |
| | DS2 | 0,709 |
| | DS3 | 0,526 |
| | DS4 | 0,506 |
| | DS5 | 0,738 |
| | DS6 | 0,762 |
| | DS7 | 0,720 |
| | DS8 | 0,602 |
| Kreativitas | KV1 | 0,810 |
| | KV2 | 0,610 |
| | KV3 | 0,829 |
| | KV4 | 0,776 |
| | KV5 | 0,610 |
| <i>Entrepreneurial intention</i> | EI1 | 0,737 |
| | EI2 | 0,687 |
| | EI3 | 0,741 |
| | EI4 | 0,765 |
| | EI5 | 0,799 |

Tabel 2. Hasil uji *composite reliability* dan *Cronbach's alpha*

| Variabel | Cronbach's Alpha | Composite Reliability (rho_a) | Composite Reliability (rho_c) | Average Variance Extracted (AVE) |
|----------------------------------|------------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Efikasi Diri | 0,871 | 0,886 | 0,904 | 0,613 |
| Kreativitas | 0,783 | 0,795 | 0,851 | 0,538 |
| Dukungan Sosial | 0,813 | 0,829 | 0,857 | 0,434 |
| <i>Entrepreneurial intention</i> | 0,801 | 0,801 | 0,863 | 0,557 |

Menurut Sugiyono (2020:185), uji reliabilitas mengukur konsistensi data dengan menggunakan objek yang sama. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach alpha dengan nilai >0,70 menandakan reliabilitas yang baik. Dalam penelitian ini, aplikasi SmartPLS ver.04 digunakan untuk analisis data.

Tabel 3. Hasil uji *path coefficient*

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|--|---------------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| Efikasi Diri → <i>Entrepreneurial intention</i> | 0,098 | 0,113 | 0,124 | 0,788 | 0,431 |
| Dukungan Sosial → <i>Entrepreneurial intention</i> | 0,260 | 0,267 | 0,116 | 2,246 | 0,025 |
| Kreativitas → <i>Entrepreneurial intention</i> | 0,422 | 0,406 | 0,105 | 4,020 | 0,000 |

Dalam penelitian ini, hipotesis pertama tentang pengaruh efikasi diri terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswa ditolak. Hasil pengujian menunjukkan T-Statistik sebesar 0,788 dan nilai P-Values sebesar 0,431. Hal ini menunjukkan bahwa efikasi diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian menunjukkan adanya nilai negatif antara efikasi diri dan *entrepreneurial intention*.

Dalam penelitian ini, hipotesis kedua tentang pengaruh dukungan sosial terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswa diterima. Hasil pengujian menunjukkan T-Statistik sebesar 2,246 dan nilai P-Values sebesar 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel entrepreneurial intention. Hasil penelitian menunjukkan adanya nilai positif antara dukungan sosial dan entrepreneurial intention.

Dalam penelitian ini, hipotesis ketiga tentang pengaruh kreativitas terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswa diterima. Hasil pengujian menunjukkan T-Statistik sebesar 4,020 dan nilai P-Values sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel entrepreneurial intention. Hasil penelitian menunjukkan adanya nilai positif antara kreativitas dan entrepreneurial intention.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh efikasi diri, dukungan sosial, dan kreativitas terhadap *entrepreneurial intention* di Universitas Tarumanagara. Penelitian ini melibatkan 150 responden yang merupakan mahasiswa/i dari Fakultas Ekonomi Bisnis. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *SmartPLS* 4.0. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa efikasi diri tidak memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap *entrepreneurial intention*, dukungan sosial memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap *entrepreneurial intention*, dan kreativitas memberikan pengaruh signifikan yang positif terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian juga memiliki keterbatasan yaitu terbatasnya jumlah responden, jika peneliti menambahkan jumlah responden tentu akan merubah hasil dari penelitian, dan keterbatasan subjek peneliti yang menyebabkan kurangnya variatif jawaban.

Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah memperluas ruang lingkup penelitian dengan mempertimbangkan variabel dan faktor tambahan yang mempengaruhi entrepreneurial intention. Diharapkan juga peningkatan jumlah responden untuk sample yang lebih besar dan pengumpulan data yang lebih akurat guna meningkatkan hasil penelitian, dan saran untuk Institusi dapat menambahkan lebih banyak kegiatan lapangan atau praktikum kewirausahaan. Langkah ini bertujuan untuk membantu mahasiswa menemukan dan mengembangkan entrepreneurial intention mereka serta meningkatkan semangat dan motivasi mereka dalam membangun usaha mandiri, inovatif, dan kreatif.

Ucapan terima kasih

Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada 1) Ibu Kartika Nurningsih selaku pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga dalam membimbing peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. 2) Pengajar dan staf yang telah mendukung peneliti dalam proses pendidikan di universitas. 3) Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dalam proses perkuliahan. 4) Teman-teman yang selalu memberikan semangat dimasa perkuliahan.

REFERENSI

- Altinay. (2017). The power of peers A new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Journal of Entrepreneurial Behavior & Research Vol. 24 No. 1*, 214-233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0205>.
- Benedetta Bellò, V. M. (2017). The power of peers A new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research Vol. 24 No. 1*, 214-233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0205>.
- Echchabi, O. M. (2020). "Entrepreneurial intentions among female students in Oman", *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(4), hlm. 280-297. .
- Elnadi, M. & Gheith, M. H. (2020). Entrepreneurial ecosystems, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intentions in higher education: *Evidence from Saudi Arabia* <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100458>
- Faruk Şahin, H. K. (2019). Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention A configurational approach, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research Vol. 25 No. 6, 2019 pp.* 1188-1211. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2018-0466>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. .
- Haryono, P. D. (2017). Metode SEM untuk penelitian Manajemen, AMOS, LISREL PLS PT Luxima metro media 2017 .
- Hockerts. (2020). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105-130.
- Kompas. (2022). Pengangguran di 2023 Akan Ditekan 6 persen, Kemiskinan 8,5 Persen.
- Kumar, R. & Shukla, S. (2019). Creativity, Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions: Examining the Mediating Role of Entrepreneurial Self-efficacy. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/0972150919844395>
- Kusumawijaya, I. K. (2019). "The Prediction of Need for Achievement to Generate Entrepreneurial Intention: A Locus of Control Mediation" *International Review of Management and Marketing*, 2019, 9(4), 54-62.
- McMullan, W. E. & Kenworthy, T. P. (2015). *Creativity and Entrepreneurial Performance: A General Scientific Theory (Exploring Diversity in Entrepreneurship)*. Berlin: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04726-3>
- Nuringsih, K., Nuryasman, Prasodjo, I., & Amelinda, R. (2019). Sustainable Entrepreneurial Intention: The Perceived of Triple Bottom Line Among Female Students. *Jurnal Manajemen*, 23(2), 168-190. <http://dx.doi.org/10.24912/jm.v23i2.472>
- Seyoum, B. C. (2021). Social support as a driver of social entrepreneurial intentions: the moderating roles of entrepreneurial education and proximity to the US small business administration. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(3), 337-35.
- Utami, C. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia.