

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWI

Abellia Septiasari¹, Nur Hidayah^{2*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: abellia.115210042@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*
Email: nurh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 03-07-2024, revisi: 04-08-2024, diterima untuk diterbitkan: 12-09-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh latar belakang bisnis keluarga, efikasi diri, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa FEB Universitas Tarumanagara. Populasi penelitian adalah mahasiswa dengan latar belakang bisnis keluarga yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Data dikumpulkan dari 130 responden melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *SmartPLS* 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang bisnis keluarga dan motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, sementara efikasi diri memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan, dan pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan. Penelitian ini menyoroti pentingnya kombinasi pengalaman praktis dan dukungan keluarga dalam meningkatkan niat berwirausaha. FEB UNTAR disarankan mengadakan lomba bisnis lintas fakultas, menyediakan inkubator bisnis, serta melakukan survei berkala untuk menyesuaikan program kewirausahaan. Langkah ini diharapkan meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

Kata Kunci: niat berwirausaha, latar belakang bisnis keluarga, efikasi diri, motivasi, pendidikan kewirausahaan, mahasiswa

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of family business background, self-efficacy, motivation, and entrepreneurship education on the entrepreneurial intentions of female students at the Faculty of Economics and Business, Tarumanagara University. The study population consists of female students with a family business background who have taken entrepreneurship courses. Data were collected from 130 respondents via questionnaires and analyzed using SmartPLS 4.0. The results show that family business background and motivation have a positive and significant impact on entrepreneurial intentions, while self-efficacy has a negative and insignificant effect, and entrepreneurship education has a positive but insignificant impact. This study highlights the importance of combining practical experience and family support to enhance entrepreneurial intentions. It is recommended that FEB Tarumanagara organize cross-faculty business competitions, provide business incubators, and conduct regular surveys to align entrepreneurship programs with students' needs. These steps are expected to increase students' entrepreneurial intentions and support economic growth.

Keywords: entrepreneurial intentions, family business background, self-efficacy, motivation, entrepreneurial education

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia, sebagai negara berkembang, telah menunjukkan ketahanan yang signifikan dalam menghadapi krisis global seperti pandemi COVID-19 dan konflik internasional. Berdasarkan data IMF, Indonesia menduduki peringkat ketujuh ekonomi terbesar dunia berdasarkan paritas daya beli (PPP) yang mencapai US\$ 4,02 triliun, melampaui Brasil, Inggris, dan Prancis (Situmorang, 2022). Dengan inflasi yang berada di kisaran 4-5%, jauh lebih rendah dibandingkan dengan Amerika Serikat yang mengalami inflasi 9%, pengelolaan keuangan dan fiskal Indonesia diakui secara internasional (Lemhannas RI, 2022). Meski kaya akan sumber daya alam yang penting untuk pertumbuhan ekonomi, Indonesia masih menghadapi tantangan

kelas negara berkembang seperti pendapatan per kapita yang rendah dan populasi yang padat. Masalah ini mempengaruhi sektor pendidikan dan memperburuk kesenjangan ekonomi yang berujung pada kemiskinan dan ketidakamanan. Kewirausahaan berperan penting dalam mengatasi tantangan ini dengan mendorong kreativitas, kemandirian, dan penciptaan lapangan kerja untuk mengurangi pengangguran dan mendukung pembangunan ekonomi (Pangesti, 2022). Tingkat pengangguran yang tinggi di Indonesia, terutama di kalangan sarjana, disebabkan oleh terbatasnya lapangan kerja yang sesuai dengan jurusan atau minat mereka. Data BPS pada Februari 2021 mencatat 999.543 pengangguran dari kalangan sarjana (Pusparisa, 2021). Meskipun demikian, kewirausahaan menjadi solusi untuk mengurangi pengangguran, dengan banyak orang yang memulai usaha kecil dan menengah, meski individu berpendidikan tinggi cenderung enggan memilih sektor ini karena lebih memilih pekerjaan kantoran yang lebih aman. Pendidikan kewirausahaan yang diajarkan sejak dini sangat penting untuk mendorong masyarakat menciptakan lapangan pekerjaan. Di Indonesia, meskipun pendidikan kewirausahaan masih terbatas, pemahaman tentang kewirausahaan semakin berkembang, terutama di kalangan perempuan, yang memiliki peran penting dalam sektor UMKM. Menurut survei BCG, 64,5% UMKM di Indonesia dimiliki oleh perempuan, meskipun hanya 24% dari mereka yang berhasil sukses pada percobaan pertama (Ayuningtias, 2015; Hossain et al., 2020).

Minat mahasiswi FEB Universitas Tarumanagara terhadap kewirausahaan meningkat, tetapi niat berwirausaha masih rendah, salah satunya karena keterbatasan akses pendidikan kewirausahaan yang memadai (Handayati et al., 2017). Universitas Tarumanagara mendukung pengembangan kewirausahaan melalui kurikulum, pelatihan, seminar, dan mata kuliah, yang bertujuan membentuk pola pikir dan keterampilan wirausaha dengan mempertimbangkan efikasi diri dan motivasi (Sardeshmukh & Smith, 2020). Latar belakang bisnis keluarga juga berpengaruh, di mana mahasiswa dari keluarga wirausaha cenderung lebih berminat mengikuti jejak keluarganya (Chua et al., 2018). Dukungan keluarga dan universitas diharapkan mendorong mahasiswi menjadi wirausaha dan membantu mengurangi pengangguran.

Minat berwirausaha pada mahasiswi FEB Universitas Tarumanagara dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk latar belakang keluarga pengusaha, efikasi diri, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan. Penelitian oleh Zain dan Yusof (2020) menunjukkan bahwa latar belakang keluarga yang memiliki usaha dapat meningkatkan minat berwirausaha, karena memberikan paparan langsung terhadap kegiatan bisnis keluarga. Efikasi diri, yang merujuk pada keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berhasil, juga penting dalam kewirausahaan (Khotimah et al., 2017). Motivasi, baik intrinsik maupun ekstrinsik, berperan besar dalam membentuk niat kewirausahaan (Gupta & Zhao, 2020). Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha (Fayolle & Gailly, 2015). Namun, meskipun pendidikan kewirausahaan tidak selalu langsung mempengaruhi niat untuk melanjutkan bisnis keluarga, ia dapat memperkuat minat generasi penerus untuk terlibat dalam pengelolaan bisnis tersebut (Ibrani et al., 2024).

Penelitian ini mengkaji hubungan antara latar belakang bisnis keluarga, efikasi diri, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya (Yousaf, et.al., 2021) adalah subjek penelitian yaitu Mahasiswi FEB UNTAR yang secara spesifik memiliki latar belakang keluarga berwirausaha. Penelitian ini menggali secara mendalam peran variabel-variabel tersebut dalam membentuk niat berwirausaha dengan mempertimbangkan dinamika budaya dan pendidikan lokal. Fokus penelitian ini juga mencakup peran pendidikan kewirausahaan sebagai katalis dalam mengembangkan motivasi dan efikasi diri, yang pada akhirnya mendorong niat untuk berwirausaha di kalangan mahasiswi.

Rumusan Masalah

Melalui pembatasan masalah di atas, adapun perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh latar belakang bisnis keluarga terhadap niat berwirausaha dikalangan mahasiswi FEB Universitas Tarumanagara?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan diri (*self-efficacy*) kewirausahaan terhadap niat berwirausaha dikalangan mahasiswi FEB Universitas Tarumanagara?
3. Apakah terdapat pengaruh motivasi terhadap niat berwirausaha dikalangan mahasiswi FEB Universitas Tarumanagara?
4. Apakah terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha dikalangan mahasiswi FEB Universitas Tarumanagara?

Latar Belakang Bisnis Keluarga. Usaha keluarga menonjol dalam dunia kewirausahaan karena mayoritas kepemilikan dan pengelolaannya berada di tangan anggota keluarga. Generasi penerus perlu mengadaptasi nilai-nilai keluarga sesuai tuntutan zaman, sementara minat mereka untuk melanjutkan usaha dipengaruhi oleh persepsi nilai bisnis tersebut. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya minat generasi penerus, yang dipengaruhi oleh faktor seperti tekanan sosial, sikap, norma, dan persepsi diri (Morais et al., 2017 dalam Ibrani et al., 2024). Selain dukungan keluarga, pendidikan kewirausahaan juga berperan penting, sebagaimana dijelaskan oleh Basrowi (2016), bahwa kombinasi dukungan lingkungan dan pendidikan dapat meningkatkan minat melanjutkan usaha keluarga.

Efikasi Diri. Efikasi diri, keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk mencapai tujuan, adalah faktor kunci dalam mendorong tindakan dan meraih kesuksesan (Kreitner & Kinicki, 2003 dalam Trilolita et al., 2017). Kepercayaan diri dalam berwirausaha dipengaruhi oleh faktor bawaan, pendidikan, dan pengalaman hidup. Penelitian Oztas et al. (2017) menunjukkan bahwa wirausahawan sukses cenderung memiliki keyakinan tinggi pada kemampuan mereka, menjadikan efikasi diri elemen penting dalam membentuk niat dan perilaku kewirausahaan.

Motivasi. Motivasi berwirausaha adalah kekuatan pendorong yang menggerakkan seseorang untuk memulai bisnis. Menurut Maslow, setelah kebutuhan dasar terpenuhi, individu mencari pemenuhan kebutuhan yang lebih tinggi, seperti aktualisasi diri. Motivasi berwirausaha sering berasal dari keinginan untuk mencapai potensi diri secara maksimal. Para ahli membagi motivasi kewirausahaan menjadi dua perspektif: ekonomi dan non-ekonomi. Teori ekonomi klasik berpendapat bahwa kewirausahaan bertujuan untuk memaksimalkan kekayaan, dengan pengembalian ekonomi yang tinggi sebagai pendorong utama (Kuratko, 1997; Douglas, 2000). Wirausaha adalah sosok kreatif yang mampu menciptakan peluang bisnis dan berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi serta penciptaan lapangan kerja.

Pendidikan Kewirausahaan. Pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam menanamkan semangat dan keterampilan kewirausahaan, mempersiapkan individu menjadi kreatif, inovatif, dan produktif (Fietze & Boyd, 2017; Fatoki, 2014; Majdi, 2012). Selain mengajarkan proses mendirikan dan menjalankan bisnis baru (Harianti, 2020), pendidikan ini membantu mengembangkan sikap, keterampilan, dan kapasitas kewirausahaan (Piperopoulos & Dimov, 2014). Dalam dunia yang semakin terhubung, kemampuan berwirausaha menjadi keterampilan berharga, dan orang tua berperan penting menanamkan semangat kewirausahaan sejak dini untuk mendukung keberlanjutan bisnis keluarga (Kim & Park, 2019).

Niat Berwirausaha. Winkel (2004) mendefinisikan niat sebagai kecenderungan individu untuk tertarik pada suatu bidang, dengan rasa puas saat mempelajarinya. Niat berkaitan dengan ketertarikan, berbeda dari perhatian sebagai konsentrasi, dan dipengaruhi oleh perasaan serta pengalaman. Andi Mappiare (1982) menjelaskan bahwa minat mencakup campuran emosi, harapan, dan kecenderungan yang mengarahkan pilihan seseorang. Santoso (1939)

menambahkan bahwa niat berwirausaha mencakup keinginan, kesediaan bekerja keras, keberanian menghadapi risiko, dan belajar dari kegagalan. Niat berwirausaha adalah kecenderungan individu untuk menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha dengan penuh tanggung jawab

Pengaruh Latar Belakang Bisnis Keluarga dan Niat Berwirausaha. Latar belakang bisnis keluarga mengacu pada kondisi di mana seseorang tumbuh dalam lingkungan keluarga yang terlibat dalam kewirausahaan, yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha. Individu dari keluarga pebisnis memiliki akses lebih besar terhadap sumber daya dan pengetahuan kewirausahaan, serta dukungan moral dan material yang meningkatkan kepercayaan diri mereka. Paparan langsung terhadap bisnis dalam keluarga juga membentuk sikap positif terhadap risiko dan tantangan kewirausahaan. Penelitian oleh Carr & Sequeira (2007) dan Lasпита et al. (2012) menunjukkan bahwa individu dengan latar belakang bisnis keluarga lebih cenderung memiliki niat berwirausaha. Namun, studi Ayuni (2018) dan Georgescu & Herman (2020) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan juga penting dalam membentuk wirausahawan, dan paparan saja tidak cukup.

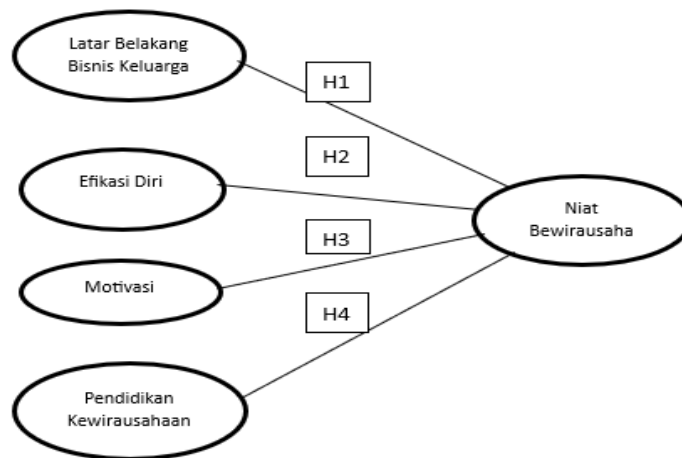
Pengaruh Efikasi Diri dan Niat Berwirausaha. Efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mencapai tujuan, termasuk dalam kewirausahaan. Keyakinan ini penting karena individu yang memiliki efikasi diri tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko, menghadapi tantangan, dan proaktif dalam mengejar peluang bisnis. Beberapa penelitian menunjukkan hubungan positif antara efikasi diri dan minat berwirausaha. Misalnya, Zhao, Seibert, & Hills (2005) menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan merupakan prediktor kuat minat berwirausaha. Begitu pula, Chen, Greene, & Crick (1998) menunjukkan bahwa efikasi diri berkaitan dengan niat dan tindakan kewirausahaan. Namun, penelitian Romero-Galisteo et al. (2022) menemukan bahwa efikasi diri tidak selalu berdampak signifikan terhadap niat berwirausaha.

Pengaruh Motivasi dan Niat Berwirausaha. Motivasi adalah kekuatan internal yang mendorong individu untuk mencapai tujuan tertentu, termasuk dalam kewirausahaan. Motivasi berperan penting dalam mendorong seseorang untuk memulai dan menjalankan bisnis, dengan sumber motivasi yang dapat berupa keinginan untuk mandiri, sukses finansial, atau mengikuti minat pribadi. Individu yang memiliki motivasi kuat lebih cenderung untuk mengambil risiko dan merealisasikan ide kewirausahaannya. Penelitian menunjukkan hubungan signifikan antara motivasi dan minat berwirausaha, seperti yang dijelaskan oleh Shane et al. (2003) dan Giacomini et al. (2011), yang menemukan bahwa motivasi, baik internal maupun eksternal, memengaruhi minat berwirausaha. Namun, studi oleh Dijah Julindrastuti & Iman Karyadi (2022) menemukan hubungan negatif antara motivasi dan minat berwirausaha, yang tidak signifikan.

Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan bertujuan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk memulai dan mengelola usaha, termasuk mengidentifikasi peluang, merancang rencana, dan mengelola sumber daya. Program ini membangun kepercayaan diri dan meningkatkan minat berwirausaha melalui pemahaman dan pengalaman praktis. Penelitian Nabi et al. (2017) dan Bae et al. (2014) menunjukkan pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan niat mahasiswa menjadi wirausahawan. Namun, Listyaningsih et al. (2023) menemukan bahwa tidak semua mahasiswa yang mengikuti program ini mengembangkan minat berwirausaha.

Penelitian sebelumnya memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha, termasuk latar belakang bisnis keluarga, efikasi diri, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa latar belakang bisnis keluarga, efikasi diri, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan saling memengaruhi niat berwirausaha. Onjewu et al. (2021) menyoroti peran keluarga dalam membentuk niat wirausaha, sedangkan Wahyuni dan Wati (2020) menegaskan hubungan antara pendidikan, efikasi diri, dan lingkungan

keluarga dalam membangun karakter wirausaha. Penelitian Van-ni dan Wijaya (2021) serta Yousaf et al. (2024) mengungkapkan pendidikan kewirausahaan sebagai katalisator yang meningkatkan efikasi diri dan sikap kewirausahaan. Saoula et al. (2022) menunjukkan pentingnya dukungan keluarga dan motivasi kewirausahaan dengan pendidikan sebagai mediator. Keseluruhan hasil mendukung kerangka penelitian ini, yang bertujuan mengevaluasi pengaruh keempat faktor tersebut terhadap niat wirausaha, khususnya pada mahasiswi. Hasil penelitian di atas mendukung topik penelitian ini dengan menunjukkan bahwa latar belakang keluarga, efikasi diri, motivasi, dan pendidikan kewirausahaan saling berkaitan dan memengaruhi niat wirausaha, khususnya pada mahasiswi. Kerangka pemikiran yang dibuat oleh peneliti berbentuk tabel pemikiran. Dasar pemikiran dari penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui apakah faktor-faktor tersebut mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha.



Gambar 1. Model penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini:

H1: Terdapat pengaruh positif dari Latar Belakang Bisnis Keluarga terhadap niat berwirausaha mahasiswi FEB UNTAR

H2: Terdapat pengaruh positif dari Efikasi Diri terhadap niat berwirausaha mahasiswi FEB UNTAR

H3: Terdapat pengaruh positif dari Motivasi terhadap niat berwirausaha mahasiswi FEB UNTAR

H4: Terdapat pengaruh positif dari Pendidikan Kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswi FEB UNTAR

2. METODE PENELITIAN

Populasi penelitian adalah 130 mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Tarumanagara yang memiliki latar belakang bisnis keluarga dan pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Sampel dipilih menggunakan *purposive sampling*, yaitu mahasiswi yang memenuhi kriteria tertentu terkait penelitian ini.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel-variabel terhadap niat berwirausaha.

Skala pengukuran yang dipakai menggunakan Skala Likert, yang dimana mencakup 5 kategori respon, yakni “sangat tidak setuju” sampai “sangat setuju” (Malhorta, 2015). Skala nilai yang digunakan adalah 1-5 yang dimana jumlah dari keseluruhan respon adalah nilai yang akan dipakai untuk variabel latar belakang bisnis keluarga, efikasi diri, motivasi dan pendidikan kewirausahaan.

Latar belakang bisnis keluarga adalah kondisi di mana seseorang tumbuh dalam lingkungan keluarga yang memiliki usaha, sehingga mengenal proses bisnis sejak dini, seperti manajemen, keuangan, pemasaran, dan pengambilan keputusan.

Tabel 1. Operasionalisasi latar belakang bisnis keluarga

Sumber: Tanazha & Budiono (2024)

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Latar Belakang Bisnis Keluarga	Tradisi Keluarga dalam Bisnis	BK1	Interval
	Sosialisasi kewirausahaan dalam keluarga	BK2	
	Dukungan finansial	BK3	
	Dorongan emosional	BK4	
	Dukungan psikologis	BK5	

Efikasi Diri mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk memulai dan menjalankan bisnis dengan sukses, mencakup pengendalian proses, peluang keberhasilan, dan pengetahuan praktis.

Tabel 2. Operasionalisasi efikasi diri

Sumber: Puni, A., et.al. (2017)

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Efikasi Diri	Fokus pada kemampuan mengidentifikasi peluang awal	ED1	Interval
	Menekankan kesiapan mental terhadap hambatan awal	ED2	
	Mengukur pemahaman dan potensi keterlibatan dalam tahap awal bisnis	ED3	
	Fokus pada tindakan awal dan kepercayaan diri terhadap langkah sederhana	ED4	
	Menekankan kontribusi awal terhadap lingkungan sekitar atau masyarakat	ED5	

Motivasi adalah dorongan untuk bertindak, yang dalam kewirausahaan bertujuan memanfaatkan peluang bisnis dan mencapai target usaha.

Tabel 3. Operasionalisasi motivasi

Sumber: Noviantoro (2017)

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Motivasi	Dorongan untuk memulai tindakan awal	M1	Interval
	Demonstrasi ide-ide kreatif dalam konteks berwirausaha	M2	
	Motivasi dengan dedikasi dan tujuan jangka panjang	M3	
	Antusiasme dalam mencari peluang bisnis	M4	
	Mengukur kekuatan motivasi terhadap tujuan jangka panjang	M5	

Pendidikan kewirausahaan adalah proses pembelajaran yang meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap untuk memulai dan mengelola bisnis, meliputi teori, keterampilan praktis, dan pengalaman langsung.

Tabel 4. Operasionalisasi pendidikan kewirausahaan

Sumber: Saoula, O., et.al. (2024)

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Pendidikan Kewirausahaan	Pengetahuan tentang kewirausahaan	PK1	Interval
	Menilai pemahaman dan kesadaran terhadap pentingnya dua aspek utama dalam kewirausahaan	PK2	
	Keyakinan mahasiswa tentang pilihan berwirausaha setelah mengikuti pendidikan kewirausahaan	PK3	
	Rasa kesiapan keterampilan yang didapatkan dari pendidikan kewirausahaan	PK4	
	Dampak pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha di masa depan	PK5	

Niat Berwirausaha Keinginan atau tekad seseorang untuk memulai dan menjalankan sebuah usaha, yang dipengaruhi oleh keyakinan, motivasi, serta persepsi terhadap peluang dan risiko dalam kewirausahaan.

Tabel 5. Operasionalisasi niat berwirausaha
Sumber: Puni, A., et.al. (2024)

Variabel	Indikator	Kode	Skala
Niat Berwirausaha	Niat yang kuat untuk mendirikan bisnis	NB1	Interval
	Usaha maksimal untuk memulai bisnis	NB2	
	Tujuan karir	NB3	
	Keseriusan dalam mempertimbangkan	NB4	
	Kesiapan menghadapi resiko	NB5	

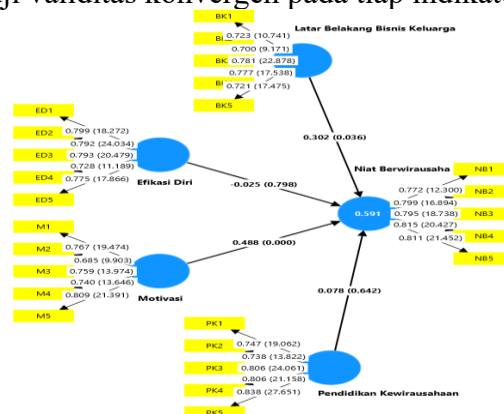
Proses analisis ini menggunakan *SmartPLS* versi 4.0 dengan prosedur *PLS Algorithm* untuk mendapatkan nilai evaluasi dari *outer model* (model pengukuran). Tujuannya adalah guna menguji kelayakan alat ukur yang dimanfaatkan, (Hussein, 2015). Pada penelitian ini, *outer model* berfungsi menilai validitas dan reliabilitas alat ukur. Validitas konvergen dievaluasi melalui *outer loadings* ($\geq 0,7$, atau 0,5–0,7 untuk penelitian awal) dan AVE ($> 0,5$), sedangkan validitas diskriminan diuji menggunakan uji *Fornell-Larcker* (akar kuadrat AVE $>$ korelasi antar konstruk) dan *cross loadings* (indikator lebih tinggi pada konstruknya). Reliabilitas diukur dengan *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* ($\geq 0,7$ untuk reliabel, $\geq 0,8$ –0,9 untuk sangat tinggi). Inner model mengevaluasi hubungan kausal antar variabel laten melalui indikator seperti $R^2_{predict}$, *effect size* (f^2), dan signifikansi koefisien jalur, menggunakan *SmartPLS* versi 4.0, untuk menguji pengaruh antar konstruk (Latan & Ghazali, 2016).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang terkumpul dalam penelitian ini berjumlah 130 responden yang diperoleh melalui *Google Form*. Rata-rata usia responden 20-25 tahun, untuk rata-rata responden berasal dari jurusan manajemen bisnis. Untuk rata-rata angkatan berada di angkatan 2021 atau sebelumnya berjumlah 109 responden. Pengolahan data menggunakan *SmartPLS* versi 4.0 sebagai alat untuk analisis data yang meliputi *outer model* dan analisis *inner model*. Hasil *outer model* menunjukkan semua indikator dinyatakan valid dan reliabel.

Penelitian ini menggunakan dua uji validitas: konvergen dan diskriminan. Validitas konvergen dinilai melalui *outer loadings* ($\geq 0,7$) dan AVE ($> 0,5$) (Ghozali & Latan, 2015). Validitas diskriminan dinilai dengan membandingkan akar kuadrat AVE setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk, di mana validitas terpenuhi jika akar kuadrat AVE lebih besar (Garson, 2016). Berikut hasil analisis nilai *loading factor* tiap indikator.

Gambar 1. Hasil uji validitas konvergen pada tiap indikator (*Outer Loadings*)



Hasil analisis *cross loadings* pada gambar 1 memperlihatkan korelasi antara indikator dengan konstraknya > korelasi dengan konstruk blok lainnya, maka seluruh variabel dinyatakan valid diskriminan.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Konvergen pada Tiap Variabel *Average variance extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average variance extracted (AVE)</i>	Keterangan
Latar Belakang Bisnis Keluarga	0.549	Valid
Efikasi Diri	0.605	Valid
Motivasi	0.567	Valid
Pendidikan Kewirausahaan	0.621	Valid
Niat Berwirausaha	0.638	Valid

Pada tabel 6 semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid karena memiliki nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada masing-masing variabelnya lebih besar dari 0,5, maka disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian adalah valid secara validitas konvergen yang beracuan pada AVE.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Diskriminan pada Tiap Variabel (*Fornell-Lacker Creation*)

Variabel	Efikasi Diri	Latar Belakang Bisnis Keluarga	Motivasi	Niat Berwirausaha	Pendidikan Kewirausahaan
Efikasi Diri	0.778				
Latar Belakang Bisnis Keluarga	0.722	0.741			
Motivasi	0.726	0.705	0.753		
Niat Berwirausaha	0.607	0.686	0.740	0.799	
Pendidikan Kewirausahaan	0.745	0.731	0.726	0.635	0.788

Pada tabel 7 dapat diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid secara validitas diskriminan yang beracuan pada nilai akar kuadrat AVE lebih besar daripada korelasi antar variabel latennya.

Tabel 8. Hasil Uji Reabilitas pada nilai (*Composite Reability dan Cronbach's Alpha*)

Variabel	<i>Composite Reability (rho c)</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Latar Belakang Bisnis Keluarga	0.859	0.795	Reliabel
Efikasi Diri	0.885	0.837	Reliabel
Motivasi	0.867	0.809	Reliabel
Pendidikan Kewirausahaan	0.891	0.847	Reliabel
Niat Berwirausaha	0.898	0.858	Reliabel

Nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai R^2 berada antara 1-0,67, maka pengaruh yang ditunjukkan adalah kuat atau substansial. Apabila nilai R^2 berada di antara 0,66-0,33, pengaruhnya dianggap moderat atau sedang. Sedangkan, jika nilai R^2 berkisar antara 0,32-0,19, pengaruhnya tergolong lemah, Chin (1998; dalam Hock dan Ringle, 2006).

Tabel 9. Hasil Uji *R-Square*

Variabel	<i>R-square adjusted</i>	Keterangan
Niat Berwirausaha	0.591	Moderat / Sedang

Nilai *R-square adjusted* pada variabel niat berwirausaha pada tabel 9 menunjukkan nilai *R-square adjusted* sebesar 0,591 (59,1%), yang berarti niat berwirausaha dijelaskan oleh 59,1% variasi variabel eksogen, sementara 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Q^2 *predict* mengukur kemampuan model dalam memprediksi variabel dependen; nilai positif (>0) menunjukkan relevansi prediktif yang signifikan antara variabel independen dan dependen.

Tabel 10. Hasil Uji Q^2 *Squared Predict* (Q^2 *predict*)

Variabel	<i>R-square adjusted</i>	Keterangan
Niat Berwirausaha	0.537	Relevansi prediktif besar

Tabel 10 menunjukkan nilai Q^2 *predict* sebesar 0,537, yang menandakan model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

Pengujian *effect size* (f^2) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur apakah variabel prediktor tersebut memiliki efek di dalam model struktural.

Tabel 11. Hasil Uji f^2

Variabel	f^2	Keterangan
Latar Belakang Bisnis Keluarga	0.085	Efek kecil
Efikasi Diri	0.001	Efek kecil
Motivasi	0.223	Efek sedang
Pendidikan Kewirausahaan	0.005	Efek kecil

Nilai *f-square* menunjukkan pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel endogen. Variabel latar belakang bisnis keluarga (0,085), efikasi diri (0,001), dan pendidikan kewirausahaan (0,005) memiliki efek kecil. Sementara motivasi (0,223) menunjukkan efek sedang, dengan pengaruh paling kuat di antara variabel lainnya.

Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dari variabel yang diteliti, dilakukan pengujian hipotesis. Pada tingkat kepercayaan 95%, hipotesis diterima apabila nilai t-statistik $> 1,645$ atau *p-value* $\leq 0,05$. Sebaliknya, hipotesis ditolak jika t-statistik $< 1,645$ atau *p-value* $\geq 0,05$.

Tabel 12. Hasil Uji Signifikansi

Variabel	<i>Path Coefficient</i>	<i>T-statistics</i>	<i>P-values</i>	Keterangan
Latar Belakang Bisnis Keluarga $\rightarrow$ Niat Berwirausaha	0.302	2.092	0.036	Diterima
Efikasi Diri $\rightarrow$ Niat Berwirausaha	-0.025	0.256	0.798	Ditolak
Motivasi $\rightarrow$ Niat Berwirausaha	0.488	4.244	0.000	Diterima
Pendidikan Kewirausahaan $\rightarrow$ Niat Berwirausaha	0.078	0.465	0.642	Ditolak

Tabel 12 menunjukkan hasil pengujian path coefficient terhadap niat berwirausaha. Latar belakang bisnis keluarga berpengaruh positif (0.302), artinya semakin kuat latar belakang tersebut, semakin besar niat berwirausaha. Efikasi diri berpengaruh negatif sangat kecil (-0.025), menunjukkan pengaruh yang lemah dan tidak signifikan. Motivasi memiliki pengaruh paling kuat (0.488), diikuti oleh pendidikan kewirausahaan (0.078), yang meskipun kecil, tetap mendukung niat berwirausaha. Secara keseluruhan, motivasi menjadi faktor paling dominan, sementara efikasi diri tidak signifikan.

Analisis *inner model* menunjukkan dua hipotesis diterima dan dua ditolak. Hipotesis pertama (H1) menyimpulkan bahwa latar belakang bisnis keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha, didukung oleh penelitian Carr & Sequeira (2007) dan Damianus et al. (2022), tetapi berbeda dengan Ayuni (2018) yang menilai paparan bisnis perlu didukung pendidikan. Hipotesis kedua (H2) menunjukkan efikasi diri tidak signifikan terhadap niat berwirausaha, sejalan dengan Romero-Galisteo et al. (2022) dan Budiyanto et al. (2024), meskipun beberapa penelitian menganggapnya sebagai mediator. Hipotesis ketiga (H3) menunjukkan motivasi berpengaruh paling kuat dan signifikan, didukung oleh Listyaningsih et

al. (2023) dan Saoula et al. (2023). Namun, penelitian lain menunjukkan hubungan negatif antara motivasi dan niat berwirausaha serta perbedaan gender. Hipotesis keempat (H4) menyimpulkan pendidikan kewirausahaan tidak signifikan, sejalan dengan Doung (2021) dan Metty & Slamet (2023), yang menilai pendidikan lebih efektif melalui sikap dan kontrol perilaku daripada pengaruh langsung terhadap niat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa latar belakang bisnis keluarga dan motivasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap niat berwirausaha, sedangkan efikasi diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan, serta pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Penelitian ini memiliki keterbatasan, seperti fokus hanya pada mahasiswi FEB UNTAR sehingga hasilnya kurang mencerminkan kelompok lain, penggunaan empat variabel eksogen tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti finansial atau psikologis, serta sampel terbatas pada mahasiswi dengan latar belakang bisnis dan pendidikan kewirausahaan, yang membatasi keterwakilan. Selain itu, ukuran sampel yang kecil dan kurangnya keseriusan responden dalam mengisi kuesioner dapat memengaruhi validitas dan generalisasi hasil penelitian.

Saran

Berdasarkan kesimpulan, beberapa saran diberikan: (1) Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel baru seperti dukungan sosial atau lingkungan eksternal untuk meningkatkan *R-square* dan gunakan indikator variabel yang lebih spesifik dan relevan. (2) Meningkatkan jumlah sampel dan metode pengumpulan data untuk mengurangi bias dan meningkatkan validitas. (3) Tingkatkan komunikasi dalam keluarga terkait bisnis untuk memperkuat pengaruh efikasi diri terhadap niat berwirausaha. (4) FEB UNTAR diharapkan mengembangkan program kewirausahaan yang lebih variatif, menyelenggarakan lomba bisnis lintas fakultas, menyediakan inkubator bisnis, dan melakukan survei berkala untuk menyesuaikan program sesuai kebutuhan mahasiswa.

REFERENSI

- Adah-Kole Emmanuel Onjewu, Haddoud, M. Y., Uchenna Tony-Okeke, Cao, D., & Witold Nowiński. (2022). Dissecting the effect of family business exposure on entrepreneurial implementation intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 28(6), 1438–1462. <https://doi.org/10.1108/ijebr-05-2021-0350>
- Andi Mappiare. (1982) Psikologi Remaja. Yogyakarta: Usaha Nasional
- Ayuni, R.F. (2018). The Role of Family Business and Education in Forming Actual Entrepreneurs. Paper Presented at the ICOI2018 International Conference of Organizational Innovation, Volume 2018. Retrieved from <https://www.knepublishing.com>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). "Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: The Mediating Role of Entrepreneurship Self-Efficacy." *Academy of Management Learning & Education*, 13(2), 217-232. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0090>
- Basrowi, Kewirausahaan untuk perguruan tinggi / Basrowi ; editor, Risman Sikumbang. Bogor: GhaliaIndonesia, 2011. [Online]. Available: <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=800475>
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Venturing*, 22(5), 598-613.

- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Massis, A. D., & Wang, H. (2018). Reflections on family firm goals and the assessment of performance. *Journal of Family Business Strategy*, 9(2), 107–113. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2018.02.001>
- Dewi Urip Wahyuni, & Rismawati Rismawati. (2020). EDUCATION ENTREPRENEURSHIP, SELF-EFFICATION AND FAMILY ENVIRONMENT ON THE SPIRIT OF STUDENTS BUSINESS ENTREPRENEURS TROUGH PERSONALITY. *Deleted Journal*, 10(3), 439–439. <https://doi.org/10.22441/mix.2020.v10i3.009>
- Douglas, E. J., & Shepherd, D. A. (2000). Entrepreneurship as a utility maximizing response. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 231–251. [http://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00008-1](http://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00008-1)
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial attitudes and intention: Hysteresis and persistence. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 75-93.
- Fietze, S., & Boyd, B. (2017). Entrepreneurial intention of Danish students: a correspondence analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*
- Georgescu, M. & Herman, E. (2020). The Impact of the Family Background on Students' Entrepreneurial Intentions: An Empirical Analysis. *Sustainability*, 12, 4775; <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Ghozali, I. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giacomin, O., Janssen, F., Guyot, J., & Lohest, O. (2011). Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs Munich Personal RePEc Archive. *Uni-Muenchen.de*. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/29506/2/MPRA_paper_29506.pdf.
- Gupta, V. K., & Zhao, X. (2020). The role of motivation in entrepreneurial intention: Evidence from China. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, 100159.
- Handayati, A., Nurhasanah, N., & Kamil, I. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 132-145. <https://mail.journal.moestopo.ac.id/index.php/jmb/article/download/2702/1234>
- Hazirah Amalia Ayuningtias, & Sanny Ekawati. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas tarumanagara. *Jurnal Ekonomi*, 20(1). <https://doi.org/10.24912/je.v20i1.307>
- Hossain, T., Nayeem, M. A., & Akter, N. (2020). Exploring the role of entrepreneurship in economic development: A case study of Bangladesh. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 40(4), 512-532.
- Hussein, R. (2015). *Structural Equation Modeling: Concepts, Applications, and Programming*. CRC Press.
- Ibrani, C., Muhammad Ikhwan, Puput Puji Lestari, Nurfitriya, M. P., & Azizah Puji Fauziyah. (2024). The Influence of Entrepreneurship Education and Family Environment on Interest in Continuing the Family Business. *Review of Applied Accounting Research (RAAR)*, 4(1), 35–44. <https://doi.org/10.30595/raar.v4i1.22170>
- Khotimah, R., Radjah, C., & Handarini, D. (2017). Hubungan antara konsep diri akademik, efikasi diri akademik, harga diri dan prokrastinasi akademik pada siswa SMP negeri di Kota Malang. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 1(2), 60-67. <https://doi.org/10.17977/um001v1i22016p060>
- Kim, M. dan Park, M.J. (2019) “Entrepreneurial education program motivations in shaping engineering students’ entrepreneurial intention: The mediating effect of assimilation and

- accommodation". *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 11(30): 328-350. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2018-0082>
- Kuratko DF. The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2005;29(5):577–97. WOS:000231479400003.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435.
- Lemhannas RI (2022). Dunia Akui Kekuatan Ekonomi Indonesia di Tengah Krisis Global. Retrieved November 30, 2022, from <https://www.lemhannas.go.id/index.php/publikasi/press-release/1629-dunia-akui-kekuatan-ekonomi-indonesia-di-tengah-krisis-global-2>
- Listyaningsih, E., Euis Mufahamah, Amirul Mukminin, Ibarra, F. P., Ruby, Ma., & Quicho, R. F. (2023). Entrepreneurship education, entrepreneurship intentions, and entrepreneurship motivation on students' entrepreneurship interest in entrepreneurship among higher education students. *Power and Education*. <https://doi.org/10.1177/17577438231217035>
- Malhotra, N. K. (2015). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson.
- Metty, P. F., & Frangky Slamet. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Swasta di Jakarta Barat: Efikasi Diri dan Motivasi sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 697–707. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25410>
- Nabi G, Linan F, Fayolle A, Krueger N, Walmsley A. The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*. 2017;16(2):277–99. WOS:000405069900006.
- Noviantoro, G. (2017). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa program studi akuntansi fakultas ekonomi universitas negeri yogyakarta-lambung pustaka uny. *Uny.ac.id*. http://eprints.uny.ac.id/50980/1/Skripsi_Galih%20Noviantoro_13812141046.pdf
- Panagiotis Piperopoulos, & Dimov, D. (2014). Burst Bubbles or Build Steam? Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 970–985. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12116>
- Pangesti, R. (2022, March 7). 7 Peran Kewirausahaan Bangun Perekonomian Indonesia. Retrieved from detikedu: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5971898/7-peran-kewirausahaanbangun-perekonomian-indonesia>
- Puni, A., Anlesinya, A., & Dzigbordi, P. (2018). Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa. *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(4), 492–511. <https://doi.org/10.1108/ajems-09-2017-0211>
- Pusparisa, Y. (2021). BPS: Sarjana yang Menganggur Hampir 1 Juta Orang pada Februari 2021. Retrieved November 30, 2022, from <https://data.boks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/31/bps-sarjana-yang-menganggur-hampir-1-juta-orang-pada-februari-2021>
- Rita-Pilar Romero-Galisteo, González-Sánchez, M., Gálvez-Ruiz, P., Rocío Palomo-Carrión, Casuso-Holgado, M. J., & Pinero-Pinto, E. (2022). Entrepreneurial intention, expectations of success and self-efficacy in undergraduate students of health sciences. *BMC Medical Education*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12909-022-03731-x>
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, (ahead-of-print).

- Sardeshmukh, S. and Corbett, A. (2011), "The duality of internal and external development of successors: opportunity recognition in family firms", *Family Business Review*, Vol. 24 No. 2, pp. 111-125.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Situmorang, H. (2022). Indonesia Peringkat 7 Negara Ekonomi Terbesar Dunia. Retrieved November 30, 2022, from <https://investor.id/business/311716/indonesia-peringkat-7-negara-ekonomi-terbesar-dunia>
- Tanazha, J., & Herlina Budiono. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri, Kepribadian Dan Peran Faktor Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 751–751. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13207>
- Van-ni Van-ni, & Wijaya, A. (2021). Faktor Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 1158–1158. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13511>
- Winkel, W.S. (2004) Psikologi Pengajaran. (Terjemahan Toni Setiawan). Jakarta: Media Abadi.
- Yousaf, U., Shamim, A. and Siddiqui, H. (2015), "Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 7 No. 1, pp. 23-34.
- Zhao et al. (2020) Zhao, H., Li, Y., & Zhang, Y. (2020). The impact of entrepreneurship education on college students' entrepreneurial intentions: The moderating role of personality and family economic status. *Frontiers in Psychology*, 11, Article 1049232. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.1049232>