

**PENGARUH ENTREPREURIAL KNOWLEDGE, PERCEIVED DESIRABILITY,
PERCEIVED SOCIAL NORMS AND ENTREPRENURIAL SELF EFFICACY
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM
JURUSAN S1 ADMINISTRASI BISNIS ANGKATAN 2016**

**INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, PERCEIVED
DESIRABILITY, PERCEIVED SOCIAL NORMS AND ENTREPRENEURIAL SELF
EFFICACY ON ENTREPRENEURIAL INTEREST OF TELKOM UNIVERSITY
STUDENTS MAJORING IN S1 BUSINESS ADMINISTRATION CLASS OF 2016**

¹⁾Mochammad Gilang Rhamadhan, ²⁾ Fauzan Aziz

^{1,2)}Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹⁾mochgilangrh98@gmail.com, ²⁾fauzanaziz@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kewirausahaan diindonesia masih tertinggal jauh dari negara ASEAN seperti Singapura, Filipina, Vietnam, dan Thailand, sehingga pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ketertarikan minat berwirausaha mahasiswa Universitas Telkom jurusan S1 Administrasi Bisnis angkatan 2016 yang bisa membantu perekonomian Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan penelitian deskriptif dengan jumlah sampel 210. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Knowledge* tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap dengan $p\text{-values} > 0.05$ yaitu $0.712 > 0.05$. akan tetapi *perceived desirability*, *perceived social norms* dan *entrepreneurial self efficacy* berpengaruh positif secara signifikan dengan $p\text{-values} < 0.05$. Sehingga variabel penelitian entrepreneurial knowledge tidak sesuai dengan keadaan lapangan berdasarkan teori dimensi berdasarkan para ahli.

Kata kunci : Pengetahuan Kewirausahaan, Presepsi Keinginan, Presepsi Norma social, Efikasi Diri Kewirausahaan, Minat Berwirausaha

Abstract

Entrepreneurship in Indonesia still lags far behind ASEAN countries such as Singapore, Philippines, Vietnam, and Thailand, so in this study aims to know the interest of entrepreneurship of Telkom University students majoring in Business Administration S1 class of 2016 that can help the Indonesian economy. This research uses quantitative methods and types of research used descriptive research with a sample number of 210. Data analysis techniques used are Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS). The results showed that Entrepreneurial Knowledge has no significant positive effect on $p\text{-values} > 0.05$, which is $0.712 > 0.05$. however, perceived desirability, perceived social norms, and entrepreneurial self-efficacy has a significant positive effect with $p\text{-values} < 0.05$. So the variables of entrepreneurial knowledge research are not in accordance with the state of the field based on dimensional theory based on experts.

Keywords : Entrepreneurial Knowledge, Perceived Desirability, Perceived Social Norms, Entrepreneurial Self Efficacy, Entrepreneurial Intentions

1. Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi tiap tahunnya. Seiring pesatnya pertumbuhan penduduk di Indonesia, menimbulkan perekonomian yang tidak merata bagi masyarakat Indonesia. Dengan tidak meretanya perekonomian di Indonesia menyebabkan tingkat pengangguran di Indonesia semakin tinggi yang tidak sebanding dengan lapangan pekerjaan yang ditawarkan. Untuk mengatasi peningkatan pengangguran di Indonesia setiap tahunnya, perlu adanya wirausaha bagi setiap orang. Wirausaha merupakan usaha membuka lapangan kerja sendiri, juga bermanfaat bagi orang lain untuk menawarkan lapangan pekerjaan yang di dirikannya sehingga mengurangi dampak pengangguran yang terjadi. Selain itu, membuka lapangan kerja sendiri juga harus memiliki pengetahuan kewirausahaan yang luas seperti memahami strategi marketing untuk menjual hasil dagangannya, memahami harga pasar, memahami resiko yang terjadi dan masih banyak lagi untuk harus dipahami dalam berbisnis.

Saat ini kewirausahaan di Indonesia masih minim peminatnya sebagai pengusaha dibanding dengan negara lain. Hal ini dikatakan oleh Kepala Biro Humas Kemendag Fajri Puntodewi yang dikutip melalui web www.Liputan6.com mengatakan bahwa 2016 akhir kewirausahaan Indonesia masih 3.1% yang sebelumnya hanya 1.67% dari total jumlah penduduk yang tertinggal jauh dari negara ASEAN seperti Singapura 7%, Malaysia 6 %, dan Thailand 5%.

Selaras dalam website dari databoks.katadata.co.id peringkat kewirausahaan di Indonesia mengalami penurunan dari angka yang diharapkan yaitu 5% ditahun 2019. Dengan kata lain, kewirausahaan di Indonesia masih tertinggal jauh dengan negara lain sehingga rasio yang diperoleh hanya 0.7% saja setelah Filipina dan Myanmar. Singapura memiliki rasio tertinggi dari negara lain yaitu 7.5% dari total penduduk, lalu diikuti Malaysia 1.5%, Thailand 1.3% dan Vietnam 0.8%.

Dengan turunnya peringkat kewirausahaan di Indonesia dari negara ASEAN bahwa kewirausahaan menjadi preferensi yang terbanyak dipilih oleh anak muda/remaja Indonesia ditahun 2019 karena preferensi tersebut menjadi pilihan mereka masing-masing ketika ingin mencari uang sendiri nantinya. Hal ini dikutip dalam website databoks.katadata.co.id bahwa preferensi yang paling diminati anak muda ditahun 2019 adalah kewirausahaan yang paling diminati anak muda Indonesia dengan total 25% kemudian diikuti dengan pegawai negeri sipi (PNS) yang menjadi preferensi terbanyak bagi anak remaja di Indonesia dengan total 18%, lalu preferensi pekerjaan yang diminati anak remaja selanjutnya adalah usaha keluarga, perusahaan multinasional, badan amal/social, perusahaan local besar, ukm dan start up.

Namun dengan preferensi wirausaha menjadi pilihan yang disukai anak muda di Indonesia justru minat atau ketertarikan tersebut tidak ingin menjadi seorang entrepreneur yang sesungguhnya dalam membantu perekonomian yang terancam tidak membaik. Kurangnya minat berwirausaha di Indonesia disebabkan oleh banyak penduduk Indonesia yang ingin bekerja kantoran yang sudah terjamin kehidupannya walaupun mendapatkan gaji yang cukup. Bekerja dikantoran solusi terbaik bagi semua orang terutamanya mahasiswa, karena mahasiswa dituntut oleh orangtua untuk bekerja ketimbang menjadi seorang entrepreneur setelah lulus nanti.

Tak hanya bekerja kantoran sebagai factor kurangnya minat berwirausaha, kurangnya ilmu pengetahuan, kapasitas sdm yang rendah, system pendidikan kewirausahaan yang kurang memadai, tidak mau berkembangnya pemikiran masyarakat indonesia sehingga dari mereka memilih zona nyamannya mereka ketimbang berwirausaha yang penuh resiko. Hal ini dikutip dalam website *Global Entrepreneurial Monitor* bahwa minat berwirausaha diindonesia menurun drastic ditahun 2018 dengan persentase 21% saja daripada tahun sebelumnya adalah tahun 2013 dengan skor 35% yang mana tahun tersebut memiliki minat berwirausaha terbaik di tahun tersebut. Sehingga mayoritas indonesia ditahun tersebut gemar berwirausaha dengan rasa rasa senang yang dimiliki tanpa paksaan dari siapapun.

Agar kewirausahaan banyak peminatnya menjadi seorang entrepreneur untuk membantu perekonomian Indonesia, kampus universitas Telkom memiliki mata kuliah kewirausahaan disetiap jurusan yang ada di univestitas Telkom ini yang mungkin bisa menciptakan lapangan pekerjaan setelah lulus perkuliahan. Dalam mata kuliah kewirausahaan tersebut mahasiswa diberikan ilmu yang bermanfaat mengenai kewirausahaan kepada mahasiswa agar nantinya ilmu tersebut bisa diterapin kedunia kewirausahaan yang sesungguhnya.

Dengan dibekali ilmu pengetahuan yang dimiliki setiap orang memang kunci dalam kehidupan sehari hari mulai dari ilmu tentang budi pekerti, ilmu tentang agama, ilmu tentang berbisnis dll yang semua bersatu dalam pikiran kita. Akan tetapi ketika ingin memulai bisnis memang membutuhkan ilmu yang banyak tidak hanya teori yang didapatkan dibangku sekolah maupun perkulihan tetapi ilmu diluar kampus juga perlu mendapatkan ilmu pengetahuan tambahan agar tidak salah ambil Tindakan ketika memulai bisnis dengan memahamai berbagai risiko yang terjadi. Berdasarkan hasil wawancara pra survei responden yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 Administrasi Bisnis angkatan 2016 memiliki kemampuan yang kuat dalam kondisi dimana ketika ia ingin memulai bisnisnya dia siap menghadapinya segala resiko yang terjadi, sehingga dari mereka berniat menjadi seorang pengusaha untuk membuka lapangan pekerjaan dan membuka lapangan pekerjaan.

Selain ilmu pengetahuan yang harus diterapin dalam berwirausaha, presepsi keinginan juga harus diterapin pada diri sendiri agar ketika memulai suatu bisnis tidak karena paksaan oleh siapapun. Terkadang presepsi keinginan sering dipandang sebelah mata bagi masyarakat yang menyebabkan orang yang memulai karirnya terutama dalam bisnisnya tidak berkembang. Kurangnya kepekaan masyarakat yang mendukung wirausaha ini menyebabkan mereka suka meyalahkan keadaan yang dialami bahkan pemerintah pun juga disalahkan yang tidak turun tangan untuk membantu rakyat kecil. Dan jika masyarakat itu mendukung suatu wirausaha di masyarakat itu sendiri maka wirausahawan local menjadi maju dan berkembang sehingga terciptanya lapangan pekerjaan dan membantu perekonomian indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti bahwa mahasiswa S1 Administrasi bisnis ini memang sudah menjadi bahan pertimbangan mereka masing-masing ketika memulai bisnis, sehingga dari mereka berfikir keras untuk bagaimana produk yang akan dijual menjadi daya tarik konsumen.

Prepsi norma social juga diterapin dalam berwirausaha, hal ini dikarenakan masyarakat akan mendukung secara lambat laun dengan adanya pebisnis baru di masyarakat tersebut. Prepsi norma social ini muncul ketika ada rasa kepekaan dari dalam diri untuk memulai hal baru didalam masyarakat yang berguna di masyarakat itu sendiri. Namun tak jarang dimasyarakat yang mendukung pebisnis pemula yang ingin membuka lapangan pekerjaan dimasyarakat itu sendiri. Pada kenyataannya kedudukan antar sesama manusia dalam masyarakat masih rendah sehingga dari mereka yang ingin memulai suatu bisnis ini tidak berkembang secara luas sehingga menyebabkan mereka yang memulai bisnis ini putus semangat yang ada diri mereka. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan peneliti bahwa mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 Admisnitrase Bisnis angkatan 2016 ini memiliki presepsi yang menyatakan yakin adanya dukungan dari internal dan eksternalnya . sehingga mereka bersemangat terus tanpa menyerah untuk memulai suatu bisnis mereka yang dijalankan.

Selain pengetahuan kewirausahaan, presepsi keinginan, presepsi norma social yang harus dipenuhi dalam berwirausaha, juga perlu efikasi diri kewirausahaan perlu diterapin juga dalam diri sendiri dengan arti memiliki kemauan dari diri sendiri dalam hal berwirausaha. Efikasi diri kewirausahaan itu sendiri adalah kepekaan yang timbul dalam diri sendiri untuk melakukan hal baru yang bermanfaat bagi sekitar. Seseorang yang memiliki efikasi kewirausahaan yang tinggi itu artinya mereka senang dalam berwirausaha atas dasar kemauan diri sendiri begitu juga sebaliknya. Berdasarkan hasil survei wawancara menunjukkan bahwa mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 Administrasi bisnis ini meyakinkan dirinya sendiri menjadi pengusaha yang sesungguhnya dengan dibekali ilmu pengetahuan dan mental kuat dalam menghadapi resiko yang terjadi

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti yang judul **Pengaruh Entrepreneurial Knowledge, Perceived Desirability, Perceived Social Norms And Entrepreneurial Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Telkom Jurusan S1 Administrasi Bisnis Angkatan 2016**

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kewirausahaan

Menurut Suryana (2013; 3) dalam Yuyus Suryana (2018) kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

2.2 Entrepreneurial Knowledge

Menurut Djaali (2007) dalam (Hanie Sirine 2017) pengetahuan merupakan salah satu faktor kognitif yang dimana kemampuan tersebut dimiliki seseorang untuk mengingat suatu hal atau mengulang informasi yang didapat berdasarkan fakta yang terjadi. Menurut Mustofa (2014) ada 3 dimensi Entrepreneurial Knowledge yaitu mengambil resiko usaha, mengambil peluang usaha, merumuskan solusi masalah.

2.3 Perceived Desirability

Menurut Shapero (1975) dalam (Kurjono, 2019) mengatakan bahwa keinginan yang dirasakan adalah daya tarik diri seseorang untuk memulai bisnis yang dipresepikan kepada seseorang sejauh mana individu memulai bisnis dan cenderung untuk bertindak secara actual untuk memulai bisnis. Menurut Ratsimanetrimanana(2014),Yaseen(2015), Sidek et al ., 2014). Dalam (Lisnawati,2016) ada 4 dimensi *Perceived Desirability* yaitu daya tarik, perasaan, norma social, control perilaku yang dianggap.

2.4 Perceived Social Norms

Norma social berperan penting dalam kegiatan berwirausaha, karena adanya kepekaan terhadap social yang ada dimasyarakat guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar agar terjalannya hubungan social. Didalam berkehidupan social itu sendiri perlu juga adanya keinginan pada diri sendiri untuk melakukan suatu hal dalam berwirausaha. Dalam Theory Of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) yang dimana teori ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory Of Reasoned Action* (TRA). Teori ini menyatakan bahwa Tindakan manusia diarahkan oleh 3 macam factor yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norms) dan control perilaku persepsian (perceived behavior control). Subjective norms memiliki persepsi atau pandangan seseorang yang berbeda terhadap lingkungan sekitar untuk melakukan atau tidak melakukan dalam mempengaruhi minat (Caecilia,2012) dalam (Semnari 2016).

Menurut Wijaya (2008:97) dalam Sudarma (2016) norma subjektif adalah keyakinan seseorang atau individu untuk mengikuti arahan atau anjuran dari seseorang sekitar dalam proses aktivitas berwirausaha. menurut Ramyah dan Harun (2005) ada 4 indikator Perceived Social Norms yaitu keyakinan dukungan keluarga dalam usaha, keyakinan dukungan teman dalam usaha, keyakinan dari pengusaha-pengusaha sukses, keyakinan dukungan dari dosen.

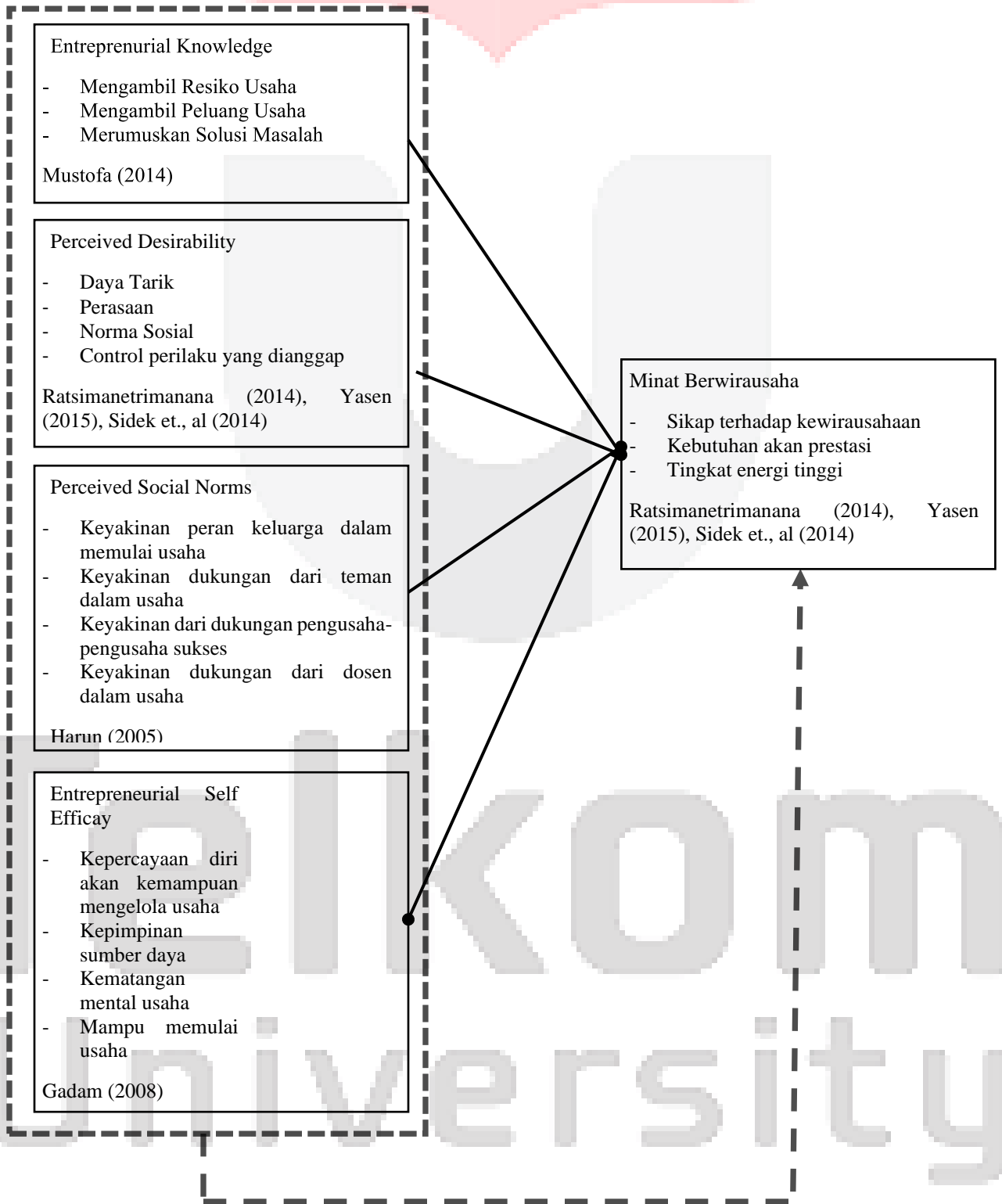
2.5 Entrepreneurial Self Efficacy

Menurut Alwisol (2011:287) dalam Latifah (2017) Self Efficacy adalah persepsi individu terhadap seberapa bagus jati diri seseorang dengan situasi tertentu yang berhubungan dengan keyakinan individu bahwa dia mampu melakukan Tindakan yang diharapkan. Menurut Gadam (2008) dalam Bayu Adi Jaya (2016) ada 4 indikator yaitu kepercayaan diri akan kemampuan mengelola usaha, kepemimpinan sumber daya, kematangan mental usaha, mampu memulai usaha

2.6 Minat Berwirausaha

Menurut Subando (2007) dalam (Sirine, 2018) minat berwirausaha adalah kepekaan dalam hati seseorang untuk menciptakan suatu usaha yang nantinya akan di kelola, diatur, dan siap menanggung segala resiko yang terjadi dalam mengembangkan usaha tersebut.

2.7 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.8 Hipotesis Penelitian

H1 : *Entrepreneurial Knowledge* tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H2 : *Perceived Desirability* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H3 : *Perceived Social Norms* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

H4: *Entrepreneurial Self Efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Menurut Lehmann (1979) dalam (Muri Yusuf, 2019:62) mengatakan bahwa metode kuantitatif adalah salah satu jenis peniliiian yang bertujuan mendiskripsikan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggabarkan fenomena secara detail.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah berjumlah 441 mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 Administrasi Bisnis angkatan 2016. Peneliti memilih objek mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 Administrasi Bisnis angkatan 2016 karena ingin seberapa jauh wawasan mahasiswa tentang kewirausahaan selama mengikuti pelajaran mata kuliah kewirausahaan dikampus. Dengan populasi 441 mahasiswa memiliki sampel 210 yang diambil dari beberapa populasi untuk dijadikan responden yang kemudian akan diteliti.

3.3 Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel 3.1 Hasil Uji Reabilitas dan Validitas

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>rho_A</i>	<i>Composite Reliability</i>	keterangan
<i>Entrepreneurial Knowledge (X1)</i>	0.950	0.872	0.950	Reliabel
<i>Perceived Desirability (X2)</i>	0.964	1.031	0.966	Reliabel
<i>Perceived Social Norm (X3)</i>	0.923	0.944	0.942	Reliabel
<i>Entrepreneurial Self Efficacy (X4)</i>	0.954	1.050	0.958	Reliabel

Minat Berwirausaha (Y)	0.784	0.886	0.869	Reliabel
------------------------	-------	-------	-------	----------

Sumber : Data olahan pribadi, 2020

Berdasarkan hasil dari table 3.1 diatas menggunakan software SmartPLS memperoleh nilai Cronbach's Alpha diatas 0.6 disetiap variabel nya. Pengetahuan Kewirausahaan (X1) dengan nilai 0.950, *Perceived Desirability* (X2) 0.964, *Perceived Social Norm* (X3) 0.923, *Entrepreneurial Self Efficacy* (X4) 0.954 dan Minat Berwirausaha (Y) 0.784. Dapat disimpulkan bahwa variabel diatas reliabel dan laayak untuk dijadikan penelitian berikutnya

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *entrepreneurial knowledge*, *perceived desirability*, *perceived social norm and entrepreneurial self efficacy* terhadap minat berwirausaha mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 Administrasi Bisnis. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 441 mahasiswa aktif dengan sampel yang dibutuhkan 210 mahasiswa aktif. Karakteristik responden dibutuhkan untuk memberi gambaran responden yang akan menjadi sumber data sumber penelitian ini.

4.2 Tanggapan Responden Mengenai *Entrepreneurial Knowledge*

Berdasarkan jawaban responden mengenai *Entrepreneurial knowledge* dengan dimensi mengambil resiko usaha, mengambil peluang usaha, merumuskan masalah yang disajikan kedalam 7 item pertanyaan. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil total keseluruhan yang telah diolah sebesar 68.58% dengan kategori baik.

4.3 Tanggapan Responden Mengenai *Perceived Desirability*

Berdasarkan jawaban responden mengenai *Perceived Desirability* dengan dimensi daya tarik, perasaan, norma social, control perilaku yang dianggap disajikan kedalam 8 item pertanyaan. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil total keseluruhan yang telah diolah sebesar 81.23% dengan kategori sangat baik.

4.4 Tanggapan Responden Mengenai *Perceived Social Norms*

Berdasarkan jawaban responden mengenai *Perceived Social Norms* dengan dimensi keyakinan peran keluarga dalam memulai usaha, keyakinan dukungan dari teman dalam usaha keyakinan dukungan dari pengusaha-pengusaha sukses, keyakinan dukungan dosen dalam usaha disajikan kedalam 5 item pertanyaan. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil total keseluruhan yang telah diolah sebesar 79.92% dengan kategori baik.

4.5 Tanggapan Responden Mengenai *Entrepreneurial Self Efficacy*

Berdasarkan jawaban responden mengenai *Entrepreneurial Self Efficacy* dengan dimensi kepercayaan diri akan kemampuan mengelola usaha, kepemimpinan sumber daya manusia, kematangan mental dalam usaha, mampu memulai usaha. disajikan kedalam 7 item pertanyaan. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil total keseluruhan yang telah diolah sebesar 81.10% dengan kategori sangat baik.

4.6 Tanggapan Responden Mengenai Minat Berwirausaha

Berdasarkan jawaban responden mengenai Minat Berwirausaha dengan dimensi yaitu sikap terhadap kewirausahaan, kebutuhan akan prestasi, tingkat energi tinggi disajikan kedalam 3 item pertanyaan.

Hal ini telah dibuktikan dengan hasil total keseluruhan yang telah diolah sebesar 75.67% dengan kategori baik

4.7 Model Struktural (*inner model*)

Pengukuran stuktural *Inner model* digunakan untuk mengetahui dan memastikan stuktur tersebut dibangun dengan akurat dan robust.

4.7.1 *Coefficiency of Determination (R²)*

Besarnya variability variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Berikut hasil olah data pada pengukuran R² dibawah ini sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji R-Square

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Minat Berwirausaha (Y)	0.483	0.473

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa hasil uji *R-Square Adjusted* yang yang telah diuji melalui aplikasi SmartPLS, pada variabel minat berwirausaha (Y) memiliki nilai R-Square Adjusted sebesar 0.473 dengan kategori sedang.

4.7.2 *Godness Of Index Fit (Gof)*

Pada pengujian *Godness Of Index Fit* (GOF) ini dilihat dari nilai *Q-Square = R-Square* yang artinya memiliki arti sama dengan Adapaun nilai *Q-Square* yaitu 0.483. dengan begitu nilai *Godness Of Index Fit* masuk kategori sedang.

4.8 Pengujian Hipotesa

Tabel 4.2 Hasil Uji Hipotesa

Hipotesis Statistik	Hubungan	<i>Path Coefficients</i>	<i>t-statistic</i>	<i>p-values</i>	Keterangan	Memiliki pengaruh
H1	Entreprenurial Knowledge tidak berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha	-0.0265	0.3688	0.7124	Ditolak	Tidak signifikan
H2	Perceived Desirability berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha	0.2393	3.6216	0.0003	Diterima	Signifikan

H3	Perceived Social Norms berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha	0.2177	3.2153	0.0014	Diterima	Signifikan
H4	Entrepreneurial Self Efficacy berpengaruh secara positif terhadap minat berwirausaha	0.3722	4.6822	0.0000	Diterima	Signifikan

4.9 Pembahasan

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah diolah secara langsung bahwa nilai $t\text{-statistic} < t\text{-table}$ yaitu $0.3688 < 2.6000$ dengan begitu bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan hasil pengujian inner model dilihat dari tingkat signifikannya dengan memperhatikan $p\text{-valuesnya}$, bahwa nilai $p\text{-values}$ $0.714 > 0.05$ yang berarti *entrepreneurial knowledge* tidak memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah diolah secara langsung bahwa nilai $t\text{-statistic} > t\text{-table}$ yaitu $3.6216 > 2.6000$ dengan begitu bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan hasil pengujian inner model dilihat dari tingkat signifikannya dengan memperhatikan $p\text{-valuesnya}$, bahwa nilai $p\text{-values}$ $0.0003 < 0.05$ yang berarti *perceived desirability* memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah diolah secara langsung bahwa nilai $t\text{-statistic} > t\text{-table}$ yaitu $3.2153 > 2.6000$ dengan begitu bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan hasil pengujian inner model dilihat dari tingkat signifikannya dengan memperhatikan $p\text{-valuesnya}$, bahwa nilai $p\text{-values}$ $0.0014 < 0.05$ yang berarti *perceived social norms* memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
4. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah diolah secara langsung bahwa nilai $t\text{-statistic} > t\text{-table}$ yaitu $4.6822 > 2.6000$ dengan begitu bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan hasil pengujian inner model dilihat dari tingkat signifikannya dengan memperhatikan $p\text{-valuesnya}$, bahwa nilai $p\text{-values}$ $0.0000 < 0.05$ yang berarti *entrepreneurial self efficacy* memberikan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

5. Kesimpulan.

1. Pada variabel (X1) *entrepreneurial knowledge* menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha. Dengan $p\text{-values} > 0.05$ yaitu $0.714 > 0.05$ dan juga $T\text{-Statistic} < T\text{-Tabel}$ yaitu $0.3688 < 2.6000$. Hal ini selaras dengan penelitian Trisnawati, N. (2015) yang berjudul "Pengaruh Pengatahuan Kewirausahaan dan Dukungan Sosial Keluarga Pada Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Pamekasaan" bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha. Sama halnya dengan pada penelitian Agusmiati, D., Wahyudin, A., (2018) yang

berjudul “Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, Dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Dengan *Self Efficacy* sebagai Variabel Moderating” bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha.

2. Pada variabel (X2) perceived desirability menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif secara simultan dan parsial terhadap minat berwirausaha dengan p-values < 0.05 yaitu $0.0003 < 0.05$ dan t-statistic $> t$ -tabel yaitu $3.6216 > 2.6000$.

variabel (X3) perceived social norms menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif secara simultan dan parsial terhadap minat berwirausaha dengan p-values < 0.05 yaitu $0.0014 < 0.05$ dan t-statistic $> t$ -tabel yaitu $3.2153 > 2.6000$, variabel (X4) entrepreneurial self efficacy menunjukkan bahwa memiliki pengaruh positif secara simultan dan parsial terhadap minat berwirausaha dengan p-values < 0.05 yaitu $0.0000 < 0.05$ dan t-statistic $> t$ -tabel yaitu $4.6822 > 2.6000$.

6. Daftar Pustaka

Admin. (2020, June 25). *ENTREPRENEURIAL BEHAVIOUR AND ATTITUDES*. Retrieved from [www.gemconsortium.org: https://www.gemconsortium.org/data](https://www.gemconsortium.org/data)

Admin. (2020, Mei 2). *Penduduk Usia 15 tahun ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Utama, Agustus 2015-2019*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/>

Aini, Q. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS TELKOM UNIVERSITY. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17, 151-159. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/159452/slug/pengaruh-pengetahuan-kewirausahaan-motivasi-berwirausaha-dan-lingkungan-keluarga-terhadap-minat-berwirausaha-mahasiswa-fakultas-komunikasi-dan-bisnis-telkom-university.html>

Anggraeni, B., & Harmanik. (2015). PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA KELAS XI SMK ISLAM NUSANTARA COMAL KABUPATEN PEMALANG. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan*, X, 42 - 52. doi:<https://doi.org/10.15294/dp.v10i1.5093>

Buana, Y., Hidayat, D., Prayogi, B., & Vendy. (2017, May 1). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of University Students by Adopting Linan Model. *Binus Business Review*, 8, 67-75. doi:10.21512/bbr.v8i1.1958

Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS LISREL PLS*. Bekasi: PT. Intermedia Personalia Utama.

Hendrawan, J. S., & Sirine, H. (2017, September 03). PENGARUH SIKAP MANDIRI MOTIVAI, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FEB UKSW KONSENTRASI KEWIRAUSAHAAN). *Asian Journal of Innovation And Entrepreneurship (AJIE)*, 02, 291 - 314. Retrieved from <http://journal.uui.ac.id/index.php/ajie>

Hestanto. (2020, April 18). *Teori Minat Berwirausaha*. Retrieved from Hestanto Personal Website: <https://www.hestanto.web.id/teori-minat-berwirausaha/>

- Hutasuhut, S. (2018). THE ROLES OF ENTREPRENEURSHIP KNOWLEDGE, SELF EFFICACY, FAMILY EDUCATION, AND GENDER ON ENTREPRENURIAL INTENTION. *DINAMIKA PENDIDIKAN*, 1, 90-105. doi:10.15294/dp.v13i1.13785
- Islami, N. N. (2015). PENGARUH SIKAP KEWIRAUSAHAAN, NORMA SUBYEKTIF DAN EFIKASI DIRI TERHADAP PERILAKU KEWIRAUSAHAAN MELALUI INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3, 5-21. doi:http://dx.doi.org/10.26740/jepk.v3n1.p5-20
- Jailani, M., Rusdarti, & Sudarma, K. (2017). PENGARUH KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI BELAJAR, SOSIAL EKONOMI ORANG TUA DAN SELF EFFICACY TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA. *Journal of Economic Education*, 52-59. Retrieved from <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Jaya, I. A., & Seminari, N. K. (2016). PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, EFIKASI DIRI DAN SIKAP TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA SISWA SMKN DI DENSPASAR. *E-Journal Manajemen Unud*, 03, 1713 - 1741.
- Jayani, D. H. (2019, April 10). *Generasi Muda Indoensia Suka Menjadi Wirausahawan dibanding PNS*. (V. B. Kusnandar, Editor) Retrieved from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/>
- Jayani, D. H. (2019, Oktober 4). *Peringkat Kewirausahaan Indonesia No 2 Terendah di ASEAN*. (H. Widowati, Editor) Retrieved from databoks.: <https://databoks.katadata.co.id/>
- Kurjono, Kurniawan, A., & Rasto. (2019). KEINGINAN DAN KELAYAKAN YANG DIRASAKAN MEMEDIASI PENGARUH DUKUNGAN UNIVERSITAS MINAT BERWIRAUSAHA. *Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 97 - 109. doi:<https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.20469>
- Sugiharti. (2014). FAKTOR DETERMINAN YANG MEMPERNGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKTAN SEE. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 5, 104-109. Retrieved from <http://jurnal.stietotalwin.ac.id/index.php/jimat/article/view/87/85>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suratman, B. (2015). PENGARUH EFIKASI DIRI, LINGKUNGAN KELUARGA DAN PENGETAHUAN KEWIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA SISWA SMK DI SIDOARJO. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3, 121 - 131. doi:<http://dx.doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p121-131>
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2018). *Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta Timur: Prenadamedia Groups.
- Yousaf, U. (2015). STUDYING THE INFLUENCE OF ENTREPRENURIAL ATTRIBUTES, SUBJECTIVE NORMS AND PERCEIVED DESIRABILITY ON ENTREPRENURIAL INTENTIONS. *Journal of Entrepreneurship*, 07, 23 - 34. doi:10.1108/JEEE-03-2014-0005