

Peran *self-efficacy* dalam meningkatkan minat berwirausaha *women entrepreneur* yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan

Hartini^{1*}, Aditya Wardhana², Normiyati, N.³, Syarifuddin Sulaiman⁴

¹Universitas Patempo, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

² Universitas Telkom, Bandung, Jawa Barat, Indonesia

³Universitas Pejuang Republik Indonesia, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

⁴Universitas Muhammadiyah, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

Abstract

This study was conducted to analyze the effect of entrepreneurial knowledge on self-efficacy; the effect of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intention; the effect of self-efficacy on entrepreneurial intention; the effect of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intention through self-efficacy. Using a quantitative research with an explanatory research survey method. Data analysis using path analysis through modeling of the Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS. The data were collected through questionnaires to 120 women of fashion entrepreneurs in Makassar City, South Sulawesi. The results showed that entrepreneurial knowledge has a positive and significant effect on self-efficacy; entrepreneurial knowledge has a positive and significant effect on entrepreneurial intention; self-efficacy has a positive and significant effect on entrepreneurial intention; self-efficacy does not mediate the effect of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intention. The results of this study become a reference for women in conducting entrepreneurial activities and recognizing the influential aspects of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurship, self-efficacy, entrepreneurial intention

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap *self-efficacy*; pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha; pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha; pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*. Pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survey tipe *explanatory research*. Teknik analisis menggunakan Path Analysis melalui pemodelan Structural Equation Modeling (SEM) dengan program AMOS. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada pengusaha perempuan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan sebanyak 120 orang pengusaha perempuan di bidang *fashion*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy*; pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha; *self-efficacy* tidak memediasi pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini menjadi acuan bagi para perempuan dalam melakukan kegiatan kewirausahaan dan mengenali aspek-aspek yang berpengaruh dalam kewirausahaan.

Kata kunci: pengetahuan kewirausahaan, *self-efficacy*, minat berwirausaha

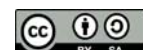
Permalink/DOI : <https://doi.org/10.21067/jem.v18i2.7036>

How to cite : Hartini, H., Wardhana, A., Normiyati, N., & Sulaiman, S. (2022). Peran self-efficacy dalam meningkatkan minat berwirausaha *women entrepreneur* yang dimediasi oleh pengetahuan kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(2), 132-148

Article info : Received: Juni 2022; Revised: Juli 2022; Accepted: Agustus 2022

*Corresponding Author:
Universitas Patempo
Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia
E-mail: antyhartini@gmail.com

ISSN 0216-373X (print)
ISSN 2502-4578 (online)



Pendahuluan

Globalisasi ekonomi telah memengaruhi gaya hidup, ekonomi, selera konsumen, sosial, politik dan lingkungan. Intergrasi ekonomi dan saling ketergantungan antara entitas lokal dan global tanpa batas, arus faktor produksi, bisnis kecil, dan inovasi secara obyektif dapat menghasilkan keuntungan. Dalam perspektif ekonomi, sosial, budaya, perdagangan bebas dan arus modal, kemajuan teknologi mendorong pola pertumbuhan dan pembangunan secara global sejak abad ke-19. Globalisasi dan kewirausahaan merupakan variabel yang secara signifikan berpengaruh terhadap pembangunan ekonomi (Coulibaly *et al.*, 2018).

Perkembangan Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Indonesia merupakan salah satu unsur penting dalam memajukan pembangunan nasional. Sektor UMKM memiliki peranan sebagai tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan dalam rangka pengentasan kemiskinan, kesenjangan penghasilan, mengurangi angka pengangguran melalui penyerapan tenaga kerja (Abbas, 2018). Jika ditinjau dari PDB, ekonomi kreatif atau industri kreatif menyumbang sebesar 852 triliun rupiah serta memberikan kontribusi sebesar 7,83% terhadap total perekonomian nasional. Sementara bidang *fashion* sebagai subsektor memberikan kontribusi 30% dari total industri kreatif di Indonesia (Tisa & Anggadwita, 2018). Namun di sisi lain, perkembangan UMKM yang begitu pesat, masih menjadi kendala bagi kaum perempuan untuk meningkatkan wirausaha.

Sektor kewirausahaan merupakan salah satu bidang usaha yang diminati bagi kaum perempuan untuk mengaktualisasikan diri dalam berusaha dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka. Berdasarkan konsep kewirausahaan, Schumpeter mengembangkan teori pertumbuhan ekonomi yang memposisikan konsep kewirausahaan sebagai sesuatu yang sangat penting di dalam pembangunan

nasional. Pengembangan kewirausahaan merupakan salah satu solusi untuk menurunkan tingginya angka pengangguran yang berpendidikan (Hartini *et al.*, 2017; Melyana *et al.*, 2015).

Kewirausahaan telah memengaruhi pola pikir, keinginan dan pengetahuan masyarakat di seluruh dunia sebagai akibat dari persaingan global yang didasari oleh penemuan baru, pengetahuan, efisiensi serta inovasi (Leonidou *et al.*, 2020; Shahab *et al.*, 2019). Menurut Chang *et al.* (2020) bahwa kewirausahaan merupakan suatu proses kognitif yang sangat rumit dan memanfaatkan berbagai sumber daya dengan segala risiko, mengimplementasikan kreativitas dan inovasi dalam menyelesaikan berbagai macam persoalan yang dihadapi serta menemukan peluang untuk meningkatkan usaha.

Peluang bagi kaum perempuan untuk berwirausaha serta isu kesetaraan gender membawa dampak semakin pentingnya kedudukan perempuan di berbagai bidang terutama dalam kegiatan ekonomi dan bisnis. Jika selama ini kegiatan bisnis selalu diidentikkan dengan suatu ide dan gagasan maskulin, atau digambarkan dengan domain laki-laki maka hal tersebut kini sudah berubah, faktanya telah banyak perempuan yang sukses dalam menjalankan bisnisnya. Bagi sebagian perempuan telah berpikir untuk membangun identitas mereka sendiri dengan rasa percaya diri, keberanian serta kemampuan yang mereka miliki dalam meningkatkan bisnisnya. Tingginya kesadaran bagi perempuan dalam melakukan kegiatan ekonomi menciptakan banyak pengusaha perempuan (Ladge *et al.*, 2019).

Teori yang berkaitan dengan dorongan untuk berwirausaha adalah Teori *Push* yaitu seseorang termotivasi untuk melakukan kegiatan wirausaha karena adanya faktor eksternal yang sifatnya negatif di antaranya sulitnya mendapatkan sebuah pekerjaan kemudian, yang kedua Teori *Pull* yang menyatakan bahwa seseorang

termotivasi untuk berwirausaha karena adanya dorongan positif antara lain karena individu ingin mandiri, ingin sukses atau ingin mengaktualisasikan diri di bidang wirausaha. Menurut Crompton teori *push* (pendorong) dan teori *pull* (penarik) merupakan dua faktor yang memengaruhi motivasi seseorang (Afriesta *et al.*, 2020).

Minat berwirausaha merupakan gambaran dari tingkat komitmen yang diarahkan pada kinerja dalam menjalankan sebuah usaha sehingga menjadi topik yang paling sering digunakan dalam penelitian kewirausahaan. Bagaimana seseorang berpikir dan bertindak mengenai wirausaha menjadi pertanyaan bagi para peneliti, pendidik, dan pembuat kebijakan yang ingin mendukung kegiatan kewirausahaan secara maksimal baik yang dilakukan secara mandiri oleh individu maupun dalam sebuah organisasi (Hartini *et al.*, 2021; Saraih *et al.*, 2018)

Beberapa faktor yang memengaruhi minat berwirausaha seperti *self-efficacy* yang berasal dari dalam diri seseorang dan pendidikan dan pengetahuan yang berasal dari luar diri individu. *Self-efficacy* sangat berpengaruh terhadap minat individu dalam melakukan wirausaha (Lubem & Sarah, 2018; Oyugi, 2015; Shahab *et al.*, 2019; Chang *et al.*, 2020). Sebab, dalam memulai suatu usaha dibutuhkan kepercayaan diri bagi seorang wirausaha untuk memiliki kemampuan melakukan kegiatan usahanya. *Self-efficacy* merupakan sumber dari keinginan dan cara untuk melakukan tindakan dalam merebut peluang yang ada. Menurut Bandura (Oyugi, 2015) bahwa *self-efficacy* merupakan keyakinan seseorang pada kemampuan dan keterampilannya untuk melakukan pekerjaan dan menyelesaikan tugas-tugasnya. Seseorang yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi lebih mampu menyelesaikan pekerjaannya dibandingkan dengan orang yang memiliki *self-efficacy* yang rendah. Variabel *self-efficacy* memiliki beberapa dimensi yang terdiri dari: 1) *Level* mengacu pada taraf kesulitan tugas yang diyakini oleh seseorang bahwa individu

tersebut mampu untuk menyelesaikannya, 2) *Generality* yang mengacu pada situasi yang bervariasi di mana penilaian mengenai *self-efficacy* dapat diterapkan, 3) *Strength* yang mengacu pada kekuatan dari *self-efficacy* seseorang pada saat berhadapan dengan berbagai tuntutan pekerjaan atau dalam menghadapi suatu persoalan (Oyugi, 2015).

Faktor pengetahuan juga turut memengaruhi timbulnya minat bagi perempuan untuk membuka usaha. Secara implisit pengetahuan mampu memengaruhi sikap seseorang terhadap kewirausahaan dan hal inilah yang menimbulkan motivasi dan keinginan untuk berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh pula terhadap *self-efficacy* (Melyana *et al.*, 2015). Pendidikan dan pengetahuan serta pemberdayaan ekonomi sangat penting dalam memengaruhi terciptanya usaha baru yang dirintis oleh pengusaha perempuan. Perempuan harus berbekal pendidikan yang relevan dalam melakukan aktivitas terutama dalam berwirausaha. Pengetahuan kewirausahaan berasal dari sumber daya kewirausahaan yang ada di dalam diri seseorang dalam melakukan kegiatannya. Terdapat tiga indikator yang memengaruhi pengetahuan kewirausahaan yaitu: a) pengetahuan dasar kewirausahaan di mana minat berusaha perlu diwujudkan melalui informasi dalam menciptakan peluang bisnis untuk memajukan usaha wirausahawan, b) pengetahuan ide dan peluang usaha, pembentukan minat wirausaha membutuhkan suatu strategi dan pemikiran dalam hal-hal yang baru, c) pengetahuan mengenai aspek-aspek usaha, dalam menciptakan suatu usaha dibutuhkan informasi untuk menghadapi berbagai hambatan dan risiko dalam berusaha (Ladge *et al.*, 2019; Maryani *et al.*, 2019; Hartini *et al.* (2022).

Beberapa lembaga pendidikan telah menawarkan program mengenai kewirausahaan untuk memberdayakan kaum perempuan dalam berbagai kategori baik di lokasi pedesaan maupun perkotaan. Pengetahuan kewirausahaan merupakan

dasar dari sumber daya kewirausahaan yang ada di dalam diri individu. Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan, dan kemauan. Kemauan saja tidak cukup untuk membuat seseorang menjadi sukses jika tidak ditunjang oleh pengetahuan serta kemampuan (Hartini *et al.*, 2021; Lubem & Sarah, 2018). Namun, hal tersebut dibantah oleh Westhead dan Solesvik (2016) menyatakan berbeda menurut hasil kajiannya bahwa universitas bisnis yang menyajikan kurikulum kewirausahaan dan diikuti oleh banyak perempuan tetapi tingkat kepemilikan bisnis perempuan justru rendah. Minat berwirausaha perempuan secara signifikan lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki karena pada umumnya perempuan takut mengambil risiko, perempuan tidak memiliki keyakinan penuh bahwa berinvestasi akan mendatangkan manfaat dan bahkan dapat menghalangi karir mereka.

Berbagai peluang bisnis mulai dari home industry hingga bisnis *e-commerce*. Industri *fashion* di Kota Makassar telah mulai berkembang dengan baik, terbukti dengan pertumbuhan distro dan outlet yang menawarkan berbagai jenis *fashion* dengan berbagai brand mulai dari brand lokal sampai dengan brand terkenal. Berbagai tantangan juga dialami oleh para pengusaha dalam menjalankan bisnis mereka. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, masih terdapat beberapa pengusaha perempuan belum memperoleh perizinan secara resmi dan tidak terdata pada dinas terkait. Di samping itu, keterbatasan kualitas sumber daya manusia juga menjadi kendala. Sebab, dalam mengelola sebuah bisnis tentu harus di tunjang oleh sumber daya manusia yang kompeten, untuk itu dibutuhkan suatu pembelajaran mengenai inovasi bisnis dan manajemen melalui sebuah pelatihan dan pembinaan sumber daya manusia. Berdasarkan wawancara dengan wirausaha perempuan, bahwa dukungan dari pemerintah juga dibutuhkan dalam pengembangan bisnis, program dari

pemerintah berupa pelatihan sering diadakan tetapi belum maksimal dalam hal pendampingan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap *self-efficacy*; pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha, pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha serta pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*.

Beberapa peneliti menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan, *self-efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha seperti kajian empirik dari Wu *et al.* (2022) menemukan bahwa *self-efficacy* merupakan prediktor yang baik dalam memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dan minat berwirausaha. Di sisi lain hasil penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan merupakan faktor yang memengaruhi minat (Maryani *et al.*, 2019; Wale-Oshiwowo & Kuye, 2016). Namun hasil temuan tersebut membantah hasil penelitian Puspitaningsih (2014), Westhead dan Solesvik (2016) yang menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Menurut mereka pengetahuan saja tidak cukup untuk menjalankan kegiatan wirausaha, dibutuhkan suatu strategi tertentu untuk melihat peluang pasar dan kondisi riil di lapangan.

Berdasarkan *research gap* di atas, maka peneliti mencoba mengkonfirmasi ulang dengan memasukkan kembali *self-efficacy* yang memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha bagi perempuan di kota Makassar. Selain itu, alasan yang mendasari peneliti mengkaji tentang perempuan berwirausaha karena didasari oleh beberapa alasan, yaitu: Pertama, terpilihnya kota Makassar sebagai obyek penelitian karena Kota Makassar memiliki sejumlah potensi yang menjadikan Makassar sebagai pusat bisnis dan pusat pemerintahan terkemuka di kawasan timur Indonesia. Oleh karena

itu, peneliti menggunakan pengetahuan kewirausahaan sebagai variabel independen untuk mendukung terciptanya minat kewirausahaan. Dukungan dari pihak pemerintah juga tentu berpengaruh terhadap pengembangan bisnis yang dilakukan oleh perempuan. Kedua, penelitian mengenai minat berwirausaha bagi perempuan masih kurang diteliti khususnya di kota Makassar. Ketiga, adanya keinginan dari peneliti untuk memberikan kontribusi berupa sumbangan pemikiran bagi pebisnis perempuan terhadap berbagai aspek dalam kewirausahaan mengenai pengetahuan kewirausahaan, *self-efficacy*, motivasi intrinsik, serta minat berwirausaha beserta dimensi-dimensinya.

Pengetahuan Kewirausahaan dan *Self-efficacy*

Seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan akan menentukan keyakinan dalam dirinya untuk meningkatkan prestasi yang dimilikinya. Sebab, keyakinan diri yang baik akan menentukan kesuksesan melalui pengetahuan yang diperoleh. Pengalaman menguasai sesuatu adalah sumber informasi yang paling berpengaruh dalam efikasi diri. Ini merupakan pengalaman langsung kita sehingga kesuksesan akan menaikkan efikasi atau keyakinan, dan kegagalan akan menurunkan efikasi atau keyakinan (Bandura, 1977). Pengetahuan kewirausahaan memiliki peranan dalam perkembangan *self-efficacy*, mampu memengaruhi sikap seseorang dalam berwirausaha sehingga menimbulkan motivasi dan keinginan untuk berwirausaha (Melyana & Rusdarti, 2015; Lubem & Sarah, 2018; Melyana, 2015; Saraib *et al.*, 2018).

H₁ Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy*.

Pengetahuan Kewirausahaan dan Minat Berwirausaha

Pengetahuan ide dan peluang usaha, pembentukan minat wirausaha membutuhkan suatu strategi dan pemikiran

dalam hal-hal yang baru (Ladge *et al.*, 2019). Pengetahuan kewirausahaan mengenai lokasi yang strategis untuk memulai bisnis, cara mengelola dana yang tersedia, serta pelayanan yang maksimal terhadap konsumen turut menentukan minat seseorang di dalam berwirausaha (Puspitaningsih, 2014). Pendidikan akan meningkatkan kewirausahaan melalui sikap dan pengetahuan dan keterampilan untuk menyelesaikan segala permasalahan yang ada dalam kegiatan kewirausahaan. Faktor internal, faktor eksternal, dan pembelajaran memengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha (Maryani *et al.*, 2019; Saraib *et al.*, 2018; Wale-Oshiowo & Kuye, 2016).

H₂ Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

***Self-efficacy* dan Minat Berwirausaha**

Keputusan untuk berwirausaha merupakan salah satu bentuk perilaku yang melibatkan sikap positif, kemampuan yang dimiliki, percaya diri, dan *self-efficacy*. *Self-efficacy* sangat berpengaruh terhadap minat individu dalam melakukan wirausaha yang membutuhkan kepercayaan diri bagi seorang wirausaha untuk memiliki kemampuan melakukan kegiatan usahanya (Lubem & Sarah, 2018; Oyugi, 2015; Shahab *et al.*, 2019; Chang *et al.*, 2020). Seseorang yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi lebih mampu menyelesaikan pekerjaannya dibandingkan dengan orang yang memiliki *self-efficacy* yang rendah (Oyugi, 2015).

H₃ *Self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha

Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha dimediasi *Self-efficacy*

Minat berwirausaha tidak muncul begitu saja melainkan didahului oleh suatu pengetahuan mengenai kewirausahaan yang kemudian dilanjutkan pada suatu aktivitas dalam memperoleh pengalaman yang akan menimbulkan keinginan untuk melakukan

kegiatan kewirausahaan (Wu *et al.*, 2022). Peranan kewirausahaan sangat penting dalam pembangunan, khususnya untuk merubah kualitas hidup masyarakat dengan menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan. Peran dan fungsi ilmu kewirausahaan akan mendukung pengembangan kewirausahaan dengan memberi inspirasi pada banyak orang bahwa dalam setiap masalah yang ditemukan maka terdapat peluang bisnis yang perlu dikembangkan (Irham, 2013). Penelitian Hoang *et al.* (2021), dan Wu *et al.* (2022) menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh self-efficacy sebagai variabel *intervening*.

H₄ Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*.

Metode

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan yang dimulai pada bulan April 2022. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survey dan menggunakan tipe *eksplanatory research*. Penelitian ini menggunakan pola eksplanasi yang merupakan penjelasan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain atau menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan jenis metode penelitian survey. Oleh karena itu, penelitian ini menjelaskan pengaruh variabel pengetahuan kewirausahaan, *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha bagi perempuan di Kota Makassar. Variabel pengetahuan kewirausahaan (X) tersusun atas tiga indikator (Westhead & Solesvik, 2016) yaitu: 1) Frekuensi kegiatan wirausaha; 2) Melakukan atau memiliki sesuatu; 3) Usaha yang dilakukan. Sementara variabel *self-efficacy* (Y₁) dibangun atas tiga indikator

(Puspitaningsih, 2014), yaitu: 1) Tingkat dimensi (Level); 2) *Strength*; 3) *Generality*. Sedangkan variabel minat berwirausaha (Y₂) tersusun atas tiga indikator (Maryani *et al.*, 2019). yaitu: 1) Pengetahuan dalam mengaktualisasi sikap dan perilaku usaha; 2) Pengetahuan dalam menerapkan jiwa kepemimpinan; 3) Pengetahuan dalam merencanakan usaha kecil mikro

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu kuisisioner (angket) yang dibagikan kepada responden secara langsung. Penggunaan teknik kuisisioner bertujuan untuk memperoleh data dari responden sebagai subjek penelitian yaitu mengenai variabel-variabel yang akan diukur, meliputi: pengetahuan kewirausahaan, *self-efficacy* dan minat berwirausaha yang didasarkan pada skala likert, dengan skor tertinggi 5 dan skor terendah 1. Kuisisioner tersebut berisi pertanyaan - pertanyaan dengan memberikan score (nilai) dari setiap jawaban dan menggunakan skala Likert. Score (nilai) dari jawaban responden diberikan dengan lima alternatif pilihan yaitu, Sangat Setuju (SS) dengan skor 5, Setuju (S) dengan skor 4, Kurang Setuju (KS) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Tingkat pengukuran yang digunakan adalah ordinal, di mana angka-angka yang diberikan mengandung pengertian tingkatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah pebisnis perempuan yang memiliki usaha yang bergerak di bidang *fashion* yang berlokasi di Kota Makassar, Sulawesi Selatan dengan kriteria: 1) Usaha perdagangan yang dilakukan oleh kaum perempuan di bidang *fashion* baik secara mikro, kecil, dan menengah. 2) Usaha yang dimiliki telah berdiri lebih dari 1 tahun lamanya dan berlokasi di Kota Makassar, baik yang terdaftar pada Dinas Koperasi dan UKM maupun yang belum terdaftar. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi, menurut Maholtra (2006) apabila populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka

digunakan teknik atau rumus paling sedikit empat atau lima kali jumlah item pertanyaan, karena populasinya tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka digunakan teknik atau rumus paling sedikit empat atau lima kali jumlah item pertanyaan. Maka dalam penelitian ini jumlah pertanyaan sebanyak $24 \times 5 = 120$, maka sampel yang digunakan adalah 120 pebisnis perempuan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode convenience sampling, yaitu melalui distribusi langsung kuesioner kepada responden yang ada.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Variabel-variabel tersebut merupakan variabel laten (*latent variable*) yang dibentuk oleh beberapa indikator (*observed variable*). Oleh karena itu untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan teknis analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan program AMOS. Alasan utama penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM karena peneliti ingin mengkonversi fakta-fakta kualitatif (atribut) menjadi suatu urutan kuantitatif (variabel), karena eksistensi matematika sebagai alat yang lebih cenderung digunakan dalam ilmu manajemen sehingga bisa mengundang kuantitatif variabel. Alasan berikutnya adalah ilmu pengetahuan, disamping akurasi data penelitian juga membutuhkan presisi yang lebih baik. Analisis data dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama, adalah analisis data kuantitatif deskriptif yang bersumber dari sensus yang dilakukan terhadap orang-orang yang dijadikan responden. Pada penelitian kuantitatif ini, pengolahan data dilaksanakan dengan melalui tahap pemeriksaan (*editing*), proses kategorisasi atau klasifikasi data (*coding*), dan proses pembeberan (*tabulating*). Dalam penelitian ini pengolahan data yang diperoleh dari kuesioner menggunakan statistik deskriptif dengan dibantu program SEM, lalu dianalisis dengan menggunakan tabulasi silang. Beberapa kategori data yang didapatkan dengan kuesioner diidentifikasi sesuai tujuan penelitian dan akan digali lebih

jauh menggunakan wawancara mendalam. Tahap kedua, adalah analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif dilakukan sejak awal pengumpulan data di lapangan hingga diperoleh kesimpulan atas sejumlah fenomena yang telah diamati. Pengolahan dan interpretasi data ditujukan dengan maksud analisis deskriptif yang mengandung pengertian sebagai usaha menyederhanakan sekaligus menjelaskan bagian-bagian dari keseluruhan.

Hasil

Karakteristik Responden

Karakteristik responden terdiri dari usia, tingkat pendidikan, status perkawinan, lama usaha didirikan, omzet penjualan dan Jenis *fashion*. Karakteristik responden secara lengkap diuraikan tabel 1.

Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia didominasi oleh kelompok usia antara 31 – 40 tahun sebesar 43 orang atau 35.8%, hal ini sangat memungkinkan para pebisnis dari kaum perempuan untuk sukses meningkat kelompok usia 31 – 40 tahun termasuk usia produktif, kelompok usia di bawah 20 tahun paling sedikit jumlahnya hanya 5 orang atau 4.2% dari total responden. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan didominasi oleh perempuan yang berpendidikan setara sarjana (S1) sebanyak 49 orang atau 40.8% dari total responden, hal ini berarti responden dengan tingkat pendidikan sarjana lebih banyak yang memilih untuk membuka usaha dari pada bekerja pada perusahaan, responden dengan tingkat pendidikan SMP hanya 2 orang dan Doktor (S3) juga 2 orang masing-masing 1.7% dari total responden. Status perkawinan perempuan menikah sebanyak 57 orang atau 47.5%, responden dengan status perkawinan cerai hanya 20 orang atau 16.7% dari total responden. Sementara lamanya usaha berdiri, perempuan yang memiliki usaha lebih dari 1 tahun sebanyak 41 orang atau 34.2% artinya perempuan yang menjadi responden kebanyakan pengusaha pemula. Sedangkan omzet

Tabel 1. Karakteristik Responden

Deskripsi	Kategori	Frequency	Presentase (%)
Age	< 20	5	4.2
	21 – 30	27	22.5
	31 – 40	43	35.8
	41 – 50	39	32.5
	> 50	6	5
Education Level	Junior High School (SMP)	2	1.7
	Senior High school (SMA)	39	32.5
	Diploma	23	19.2
	Bachelor Degree (S1)	49	40.8
	Masters (S2)	5	4.2
	Doctor (S3)	2	1.7
Marital Status	Single	43	35.8
	Married	57	47.5
	Divorce	20	16.7
Length of Business Established	> 1	41	34.2
	2 – 5	35	29.2
	6 – 10	31	25.8
	> 10	13	10.8
Sales Turnover (million)	< 5	58	48.3
	6 – 10	32	26.7
	11 – 20	24	20
	> 20	6	5
Type of Fashion	T-Shirt	22	0.18
	Asserories	11	0,09
	Bag	20	0.17
	Jacket	7	0.06
	Shoe	26	0.22
	Traditioanl Dress	9	0.08
	Hijab	17	0.14
Dress	8	0.07	

Sumber: Data primer diolah, 2022

penjualan masih didominasi oleh penjualan kurang dari 5 juta perbulan, berarti responden kebanyakan memiliki usaha kecil menengah, responden dengan omzet penjualan di atas 20 juta per bulan paling sedikit jumlahnya hanya 6 orang atau 5.0% dari total responden dalam penelitian ini.

Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel merupakan deskripsi variabel atau lebih dikenal dengan analisa deskriptif merupakan prosedur pengolahan data dengan menggambarkan dan meringkas data secara ilmiah dalam bentuk tabel. Deskripsi variabel ini

Hartini dkk / Peran *self-efficacy* dalam meningkatkan minat berwirausaha

Tabel 2. Deskripsi Variabel

Variabel	Dimensi	Mean
Pengetahuan Kewirausahaan (X)	X.1.1	4
	X.1.2	4.05
	X.1.3	3.8
	X.2.1	3.85
	X.2.2	3.94
	X.2.3	3.92
	X.3.1	4.07
	X.3.2	3.93
	<i>Self-efficacy</i> (Y1)	Y1.1.1
Y1.1.2		3.68
Y1.1.3		3.75
Y1.2.1		3.69
Y1.2.2		4.07
Y1.2.3		3.99
Y1.3.1		4.05
Y1.3.2		4.05
Y1.3.3		3.91
Minat Berwirausaha (Y2)	Y2.1.1	3.96
	Y2.1.2	3.97
	Y2.2.1	3.99
	Y2.2.2	3.96
	Y2.3.1	4.13
	Y2.3.2	4.12
	Y2.3.3	4.1

Sumber: Data primer diolah, 2022

digunakan sebagai dasar untuk menguraikan kecenderungan jawaban responden (pengusaha) dari masing-masing variabel eksogen maupun endogen.

Hasil analisis deskripsi variabel pengetahuan kewirausahaan (X) (Tabel 2) menunjukkan bahwa indikator X.3.1 memiliki nilai *mean* terbesar yaitu 4,07. Hal ini sesuai dengan pendapat dari (Coulibaly *et al.*, 2018; Wale-Oshiwowo & Kuye, 2016) bahwa pengetahuan kewirausahaan berasal dari sumber daya kewirausahaan yang ada di dalam diri seseorang dalam melakukan kegiatannya. Kemudian indikator X.1.2 dengan nilai *mean* sebesar 4,05. Indikator berikutnya yaitu X.1.1 dengan nilai *mean*

sebesar 4,00. Indikator yang paling rendah yaitu X.1.3, tapi tidak termasuk nilai dengan kategori rendah, hanya saja lebih rendah dari indikator yang lainnya dan hal ini menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas variabel pengetahuan kewirausahaan.

Untuk variabel *Self-efficacy* (Y1) menunjukkan bahwa indikator Y1.2.2 memiliki nilai *mean* terbesar yaitu 4,07. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari (Bandura, 1977) bahwa individu yang memiliki tingkat *self-efficacy* yang tinggi akan mampu menyelesaikan pekerjaannya dengan baik. Kemudian indikator Y1.3.1 dengan nilai *mean* sebesar 4,05. Indikator berikutnya

yaitu Y1.3.2 dengan nilai *mean* sebesar 4,00. Indikator yang paling rendah yaitu Y1.1.1 tapi tidak termasuk nilai dengan kategori rendah, hanya saja lebih rendah dibanding dengan indikator yang lainnya dan hal ini indikator tersebut menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas variabel *self-efficacy*.

Variabel Minat Berwirausaha (Y2). menunjukkan bahwa indikator Y2.3.1 memiliki nilai *mean* terbesar yaitu 4,13. Hasil analisis ini sesuai dengan kajian dari (Chang *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa kegiatan wirausaha merupakan peluang bisnis yang didorong oleh efisiensi, inovasi, pengetahuan, di mana peran utama seorang wirausaha adalah membuat inovasi atau terobosan baru. Kemudian indikator Y2.3.2 dengan nilai *mean* sebesar 4,12. Indikator berikutnya yaitu Y2.3.3 dengan nilai *mean* sebesar 4,10. Indikator yang paling rendah yaitu Y2.1.1, tapi tidak termasuk nilai dengan kategori rendah, hanya saja lebih rendah dibanding dengan indikator yang lainnya dan hal ini indikator tersebut menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas variabel minat berwirausaha.

Hasil Analisis Structural Equation Model

Hasil analisis pada tabel 3 menunjukkan bahwa tiap variabel memiliki

nilai construct reliability lebih besar dari 0,7 dengan demikian dinyatakan memenuhi kriteria reliabilitas. Nilai *loading* tiap dimensi lebih dari 0,5 hanya satu indikator pengetahuan kewirausahaan yang nilainya di bawah 0.5.

Selanjutnya hasil evaluasi model (*goodness of fit model*) (gambar 1 lampiran) menunjukkan evaluasi terhadap konstruk secara keseluruhan menghasilkan nilai di atas kritis seperti nilai *Chi-Square*: 19,660 < 28,879 (*cut-off value*); *p-value*: 0,352 > 0,05 (*cut-off value*); *RMSEA*: 0,028 < 0,080 (*cut-off value*); *GFI*: 0,964 > 0,90 (*cut-off value*); *AGFI*: 0,911 > 0,90 (*cut-off value*); *CFI*: 0,995 > 0,95 (*cut-off value*); dan *TLI*: 0,990 > 0,95 (*cut-off value*). Hubungan kausal inilah yang dihipotesiskan dalam suatu penelitian. Hasil estimasi model structural dapat dilihat pada lampiran diagram lintasan basic model *T-Values (Critical Ratio/C.R)*.

Nilai T-value (*Critical Ratio*) semua jalur hubungan variabel menunjukkan nilai C.R < 1,960 (Tabel 4) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4, dapat dijelaskan adanya pengaruh langsung yang pengetahuan kewirausahaan terhadap *self-efficacy*, Koefisien jalur bernilai positif dengan nilai probabilitas 0,002 berarti pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan

Tabel 3. Validitas dan Reliabilitas Kontruk

Variabel	Indikator	Standar Loading	Standar Loading ²	Measurement Error	Construct Reliability	Variance Extracted
Pengetahuan Kewirausahaan	PK1	0,414	0,171	0,70	0,766	0,543
	PK2	0,896	0,803	0,10		
	PK3	0,688	0,473	0,42		
<i>Self-efficacy</i>	SE1	0,656	0,430	0,36	0,752	0,509
	SE2	0,782	0,612	0,39		
	SE3	0,515	0,265	0,51		
Minat Berwirausaha	MB1	0,752	0,566	0,33	0,862	0,679
	MB2	0,883	0,780	0,19		
	MB3	0,672	0,452	0,33		

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hartini dkk / Peran *self-efficacy* dalam meningkatkan minat berwirausaha

Tabel 4. Hasil Analisis Model Struktural

<i>Direct Effect</i>						
H	Variabel	Variable	Estimate	T-value (Critical Ratio)	p-value	Etc.
H-1	Pengetahuan Kewirausahaan	<i>Self-efficacy</i>	0.798	3.063	0.002	Sig.
H-2	Pengetahuan Kewirausahaan	Minat Berwirausaha	0.499	2.009	0.045	Sig.
H-3	<i>Self-efficacy</i>	Minat Berwirausaha	0.339	2.111	0.035	Sig.
<i>Indirect Effect</i>						
	<i>Exogenous Variable</i>	<i>Intervening Variable</i>	<i>Endogenous Variable</i>	<i>Sobel-Test</i> (p-value)	<i>Etc.</i>	
H-4	Pengetahuan Kewirausahaan	<i>Self-efficacy</i>	Minat Berwirausaha	0.146	Not Sig.	

Sumber: Data primer diolah, 2022

terhadap *self-efficacy*, maka H₁ diterima. Pengaruh langsung pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha memiliki nilai koefisien sebesar 0,499 dengan nilai probabilitas 0,045. Koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha, dengan demikian H₂ diterima. Pengaruh langsung *self-efficacy* terhadap minat berwirausaha memiliki nilai koefisien sebesar 2,111, dengan nilai probabilitas 0,035. Ini berarti *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, sehingga dapat dijelaskan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan demikian H₃ diterima. Pengaruh tidak langsung pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy* dengan p-value sebesar 0,146 yang diuji dengan menggunakan *Sobel test*, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*. sehingga dapat dijelaskan bahwa *self-efficacy* tidak dapat memediasi hubungan antara pengetahuan

terhadap minat berwirausaha, dengan demikian H₄ ditolak.

Diskusi

Pengetahuan Kewirausahaan terhadap *Self-efficacy*

Variabel pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap *self-efficacy*. Hal ini berarti bahwa peningkatan pengetahuan kewirausahaan, akan diikuti dengan peningkatan *self-efficacy*, dengan asumsi faktor-faktor lain yang memengaruhi besar kecilnya *self-efficacy* dianggap konstan. Hasil temuan ini relevan dengan hasil kajian yang menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap *self-efficacy* (Lubem & Sarah, 2018; Melyana, 2015; Saraih *et al.*, 2018).

Temuan ini menggambarkan bahwa dengan pengetahuan yang luas mengenai kewirausahaan, membuat wirausaha memiliki rasa percaya diri yang tinggi untuk berusaha. Hal ini sesuai dengan pernyataan dari Bandura (Oyugi, 2015) bahwa *self-efficacy* menjadikan seseorang yakin akan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki di dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi seorang pengusaha akan mampu menyelesaikan tugas-tugasnya dibandingkan dengan mereka yang memiliki *self-efficacy* yang rendah.

Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini berarti bahwa peningkatan pengetahuan kewirausahaan, akan diikuti dengan peningkatan minat berwirausaha, dengan asumsi faktor-faktor lain yang memengaruhi besar kecilnya minat berwirausaha dianggap konstan. Ini berarti pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian dari Maryani *et al.* (2019), Saraih *et al.* (2018), Wale-Oshiwon dan Kuye (2016) yang menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Namun hasil temuan tersebut membantah hasil penelitian dari (Westhead & Solesvik, 2016) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, pengetahuan saja tidak cukup untuk menjalankan kegiatan wirausaha. Begitu pun hasil penelitian dari Hutasuhut (2018) dan Puspitaningsih (2017) yang masing-masing menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, menurutnya peran gender juga tidak memiliki peran dalam memperkuat pengetahuan kewirausahaan yang dapat menciptakan niat untuk berwirausaha. Hal tersebut sesuai ditegaskan oleh Roxas (2014) yang menyatakan pengetahuan dan pendidikan kewirausahaan belum mampu menghasilkan wirausaha secara signifikan.

Hasil kajian ini memberikan kontribusi di dalam bidang kewirausahaan, dengan pengetahuan kewirausahaan dapat memengaruhi keinginan seseorang untuk membuka usaha. Pelaku usaha akan sukses apabila memiliki kemampuan dan

pengetahuan yang cukup dalam menjalankan usahanya.

Self-efficacy terhadap Minat Berwirausaha

Self-efficacy berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal ini berarti bahwa peningkatan *self-efficacy*, akan diikuti dengan peningkatan minat berwirausaha, dengan asumsi faktor-faktor lain yang memengaruhi besar kecilnya minat berwirausaha dianggap konstan. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil kajian empirik yang menemukan bahwa *self-efficacy* sangat berpengaruh terhadap minat individu dalam melakukan wirausaha (Lubem & Sarah, 2018; Oyugi, 2015; Shahab *et al.*, 2019). Namun, hal tersebut dibantah oleh temuan dari Zulianto (2014) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Iakovleva *et al.* (2014) yang menyatakan bahwa minat berwirausaha lebih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal, seseorang yang memilih untuk membuka usaha memiliki alasan tersendiri untuk menjalankan bisnisnya.

Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha melalui Self-efficacy

Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy* diuji dengan menggunakan *sobel test*, sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy*. Tetapi, secara langsung, pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Zulianto *et al.* (2014) yang menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan dan *self-efficacy* tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha. Hal ini dipertegas oleh pernyataan dari (Oyugi, 2015) bahwa dalam memulai suatu usaha dibutuhkan

kepercayaan diri bagi seorang wirausaha untuk memiliki kemampuan melakukan kegiatan usahanya di mana *self-efficacy* merupakan sumber dari keinginan dan cara untuk melakukan tindakan dalam merebut peluang. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan temuan dari Citradewi dan Margunani (2016) yang menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. *Self-efficacy* bukanlah prediktor yang kuat dalam memediasi hubungan antara pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini merupakan poin penting mengenai hubungan antara pengetahuan kewirausahaan dengan minat berwirausaha sebagai efek mediasi dari *self efficacy*. Hal ini memberikan kontribusi dalam memperkuat teori minat berwirausaha bagi para pelaku usaha. Temuan ini sejalan dengan Teori *Pull* yang menyatakan bahwa seseorang *termotivasi* untuk berwirausaha karena adanya dorongan positif antara lain karena individu ingin mandiri, ingin sukses atau ingin mengaktualisasikan diri di bidang wirausaha.

Simpulan

Penelitian ini dilakukan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia dengan sampel 120 orang pengusaha perempuan yang bergerak di bidang *fashion* se-kota Makassar. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa: 1) pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *self-efficacy*, 2) pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha bagi perempuan, 3) *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha bagi perempuan, 4). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha melalui *self-efficacy* sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan suatu acuan bagi kaum perempuan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang berpengaruh dalam kegiatan kewirausahaan

seperti pengetahuan kewirausahaan dan *self-efficacy* sebab baik secara langsung maupun melalui variabel intervening pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Untuk mencapai keberhasilan dalam berwirausaha, perempuan harus mengembangkan pengetahuan, keyakinan akan kemampuan diri sendiri, kreativitas, inovasi, mandiri, berani menghadapi risiko dari usaha yang dilakukannya serta pandai memanfaatkan dan merebut peluang yang ada.

Adapun keterbatasan dari penelitian ini adalah: *Pertama*, variabel yang digunakan hanya tiga yaitu satu variabel bebas, satu variabel intervening dan satu variabel terikat. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan variabel yang lain untuk mengukur minat wirausaha. *Kedua*, Obyek penelitian ini dikhususkan untuk perempuan yang melakukan kegiatan usaha di bidang *fashion* dengan skala kecil, penelitian lebih lanjut dapat memilih obyek penelitian secara lebih luas dan beraneka ragam jenis bisnis yang ada. *Ketiga*, penelitian ini hanya mengambil satu lokasi di Kota Makassar, peneliti selanjutnya dapat memilih beberapa wilayah di Indonesia dengan tingkat bisnis yang bervariasi. Keempat, pengumpulan data dilakukan dalam waktu yang singkat sehingga menimbulkan beberapa responden tidak menjawab secara subyektif.

Daftar Pustaka

- Abbas, D. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(1), 95–111. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i1.4991>
- Afriesta, C. L. B., Kurniawan, H. E., & Ekasiwi, S. N. N. (2020). Korelasi Antara Push dan Pull Factor Wisata Kawasan dan Bangunan Bersejarah. *Jurnal Parwisata Terapan*, 4(1), 1–11.

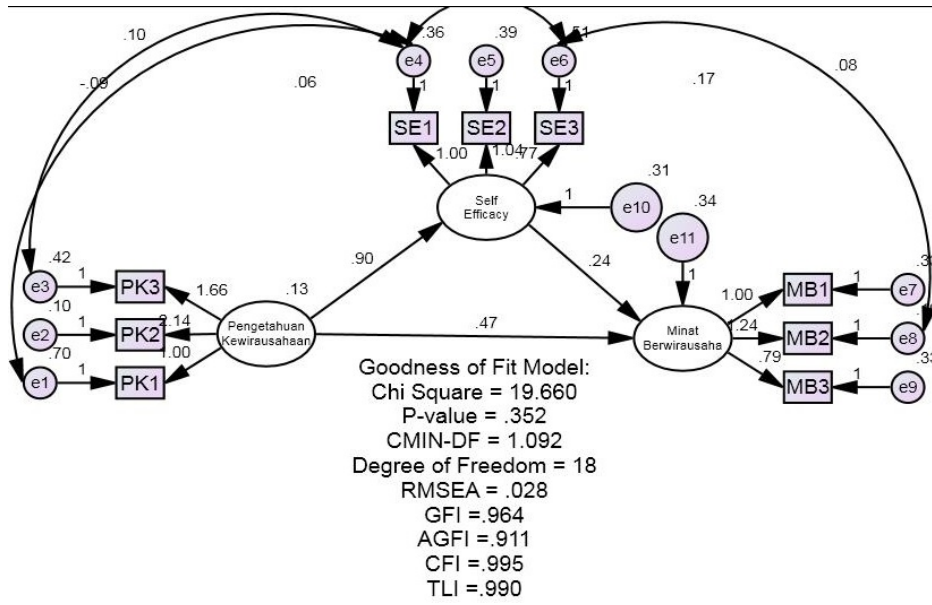
- <https://doi.org/10.22146/jpt.46036>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037//0033-295x.84.2.191>
- Chang, S. H., Shu, Y., Wang, C. L., Chen, M. Y., & Ho, W. S. (2020). Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in Non-IT students? *Computers in Human Behavior*, 107, 105975. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.03.039>
- Citradewi, A., & Margunani. (2016). Pengaruh Kepribadian, Pendidikan Kewirausahaan, dan Lingkungan Keluarga terhadap Aktivitas Berwirausaha Mahasiswa Universitas Negeri Semarang. *Economic Education Analysis Journal*, 5(1), 1–8.
- Coulibaly, S. K., Erbao, C., & Metuge Mekongcho, T. (2018). Economic globalization, entrepreneurship, and development. *Technological Forecasting and Social Change*, 127(Feb), 271–280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.028>
- Hartini, H, Sudirman, A., & Wardhana, A. (2022). Manajemen Pemasaran (Era Revolusi Industri 4.0) Acai. In H. F. Ningrum (Ed.), *Media Sains Indonesia* (1st ed.). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hartini, Haerani, S., Mardiana, R., & Sumardi. (2017). The Influences of Quality of Work Life and Organizational Justice on the Employees Performance of the State Owned Enterprises (SOEs) in South Sulawesi. *Scientific Research Journal (SCIRJ)*, V(Viii), 1–8. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31364/SCIRJ/v5.i8.2017>
- Hartini, Hartini, Fadlillah, A. M., Ismainar, H., Setyorini, R., & Bairizki, A. (2021). *Kinerja Karyawan: Konsep Penilaian Kinerja di Perusahaan*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Hartini, Rahmawati, & Asmin, E. A. (2021). Motivasi, Komitmen Organisasi, Kompetensi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Guru. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12 (1), 52–65. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i1.3950>
- Hoang, G., Le, T. T. T., Tran, A. K. T., & Du, T. (2021). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation. *Education and Training*, 63(1), 115–133. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2020-0142>
- Hutasuhut, S. (2018). The Roles of Entrepreneurship Knowledge, Self-Efficacy, Family, Education, and Gender on Entrepreneurial Intention. *Dinamika Pendidikan*, 13(1), 90–105. <https://doi.org/10.15294/dp.v13i1.13785>
- Iakovleva, T. A., Kolvereid, L., Gorgievski, M. J., & Sørhaug, Ø. (2014). Comparison of perceived barriers to entrepreneurship in Eastern and Western European countries. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2–3), 115–133. <https://doi.org/10.1504/IJEIM.2014.062874>
- Irhani, F. (2013). *Teks Book Kewirausahaan: Teori, Kasus Dan Solusi*.
- Ladge, J., Eddleston, K. A., & Sugiyama, K. (2019). Am I an entrepreneur? How imposter fears hinder women entrepreneurs' business growth. *Business Horizons*, 62(5), 615–624. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.05.001>

- Leonidou, E., Christofi, M., Vrontis, D., & Thrassou, A. (2020). An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. *Journal of Business Research*, 119(November), 245–258. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.054>
- Lubem, A. E., & Sarah, D. H. (2018). Moderating Effect of Self-Efficacy on the Relationship Between Women Empowerment and New Venture Creation in Benue State, Nigeria. *International Journal of Information, Business and Management*, 10(2), 1–18.
- Maryani, H., Asriati, N., & Achmadi, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Penghuni Lapas Perempuan Di Pontianak. *ICoTE Proceedings*, 2(2), 296–302.
- Melyana, I. P., Rusdarti, R., & Pujiati, A. (2015). Pengaruh sikap dan pengetahuan kewirausahaan terhadap kesiapan berwirausaha melalui self-efficacy. *The Journal of Economic Education*, 4(1), 8–13.
- Oyugi, J. L. (2015). The mediating effect of self-efficacy on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 11(2), 31–56. <https://doi.org/10.7341/20151122>
- Puspitaningsih, F. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 2(2), 224–236. <https://doi.org/10.26740/jepk.v2n2.p223-235>
- Roxas, B. (2014). Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: A longitudinal study of selected South-east Asian business students. *Journal of Education and Work*, 27(4), 432–453. <https://doi.org/10.1080/13639080.2012.760191>
- Sarah, L. &. (2018). International Journal of Information ., *Journal of Information Warfare (JIW)*, 26(4), 179–180.
- Saraih, U. N., Zin Aris, A. Z., Abdul Mutalib, S., Tunku Ahmad, T. S., Abdullah, S., & Harith Amlus, M. (2018). The Influence of Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention among Engineering Students. *MATEC Web of Conferences*, 150, 1–6. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201815005051>
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arbizu, A. D., & Haider, M. J. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention: Do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 259–280. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2017-0522>
- Tisa, A., & Anggadwita, G. (2018). Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Pada Women Entrepreneur Pemilik Usaha Fashion Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 5(2), 1860–1866.
- Wale-Oshiwon, B. A., & Kuye, O. L. (2016). The influence of entrepreneurship education and knowledge on entrepreneurial intention - An empirical study of final year Yaba College of Technology students. Nigerian. *Journal of Management Studies*, 16(1), 174–190.
- Westhead, P., & Solesvik, M. Z. (2016). Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(8), 979–1003. <https://doi.org/10.1108/ISBJ-08-2016-0020>

doi.org/10.1177/0266242615612534

- Wu, L., Jiang, S., Wang, X., Yu, L., Wang, Y., & Pan, H. (2022). Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions of College Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy and the Moderating Role of Entrepreneurial Competition Experience. *Frontiers in Psychology, 12* (January). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.727826>
- Zulianto, H. M., Sigit Santoso, S., & Sawiji, H. (2014). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Tahun 2013. *Jurnal Pendidikan Insan Mandiri, 3*(72), 1–37.

Lampiran



Gambar 1. *Structural Equation Model*