

Pengaruh Dukungan Orang Tua, Harga Diri, Pengakuan Peluang, dan Jejaring terhadap Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen di Kota Bandung

Arief Yanto Rukmana¹, Rizal Bakti², Hadiansyah Ma'sum³, Lulu Ulfa Sholihannisa⁴, Efendi⁵

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi STAN IM, Universitas Pendidikan Indonesia dan ariefyantorukmana@gmail.com

² STIE GICI dan rizalbakti73@gmail.com

³ POLITEKNIK LP3I dan kanghadiansyah@plb.ac.id

⁴ POLITEKNIK LP3I dan luluulfasholihannisa@plb.ac.id

⁵ Universitas Andalas dan efendi97unand@gmail.com

Info Artikel

Article history:

Received Maret 2023

Revised Maret 2023

Accepted Maret 2023

Kata Kunci:

Dukungan Orang Tua, Harga Diri, Pengenalan Peluang, Jaringan, Niat Wirausaha

Keywords:

Parental Support, Self-Esteem, Opportunity Recognition, Networking, Entrepreneurial Intentions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jejaring terhadap niat berwirausaha di kalangan manajemen mahasiswa di Kota Bandung, Indonesia. Penelitian menggunakan desain survei kuantitatif dan mengumpulkan data dari 384 peserta manajemen mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengenalan peluang dan jejaring berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha, sedangkan dukungan orang tua dan harga diri tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini memiliki implikasi penting untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan manajemen mahasiswa di Indonesia, dengan fokus pada pengembangan pengenalan peluang dan keterampilan berjejaring.

ABSTRACT

This study aimed to investigate the influence of parental support, self-esteem, opportunity recognition, and networking on entrepreneurial intentions among student management in Bandung City, Indonesia. The study used a quantitative survey design and collected data from 384 student management participants. The results showed that opportunity recognition and networking had a significant positive effect on entrepreneurial intentions, while parental support and self-esteem did not have a significant effect. The findings have important implications for promoting entrepreneurship among student management in Indonesia, with a focus on developing opportunity recognition and networking skills.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Rizal Bakti

Institution: STIE GICI

Email: rizalbakti73@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Hubungan psikologis antara dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, jaringan, dan niat berwirausaha di antara mahasiswa manajemen kompleks dan multifasetik (Iskandar, 2021). Faktor psikologis memainkan peran penting dalam membentuk sikap, keyakinan, dan perilaku individu terhadap kewirausahaan (Baron & Shane, 2007). Faktor kontekstual seperti ketersediaan sumber daya, kondisi pasar, dan kebijakan pemerintah juga dapat memengaruhi niat berwirausaha (Wiklund et al., 2016). Ekosistem kewirausahaan yang mendukung yang menyediakan sumber daya, pendanaan, dan pembimbingan dapat mendorong individu untuk mengejar tujuan kewirausahaan mereka (Zamzuri et al., 2018). Sebaliknya, lingkungan ekonomi yang menantang atau kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan dapat mengecilkan niat individu untuk mengejar kegiatan kewirausahaan (Kostis, 2021). Hubungan psikologis dengan niat berwirausaha adalah kompleks dan multifasetik, yang dibentuk oleh berbagai faktor psikologis, sosial, dan kontekstual (Ferreira et al., 2012; Samydevan et al., 2015; Zhang et al., 2015). Memahami faktor-faktor ini dan interplay mereka sangat penting bagi pembuat kebijakan, pendidik, dan pemangku kepentingan lainnya yang mencari untuk mempromosikan kewirausahaan dan mendukung individu dalam mengejar tujuan kewirausahaan mereka. Hubungan psikologis dengan niat berwirausaha adalah kompleks dan multifasetik (Karimah & Daliman, 2016; Santoso & Oetomo, 2016; Triyanto & Cahyono, 2016).

Niat berwirausaha adalah keinginan atau kecenderungan individu untuk memulai usaha baru atau terlibat dalam kegiatan kewirausahaan (Liñán & Fayolle, 2015). Faktor psikologis memainkan peran penting dalam membentuk sikap, keyakinan, dan perilaku individu terhadap kewirausahaan, yang dapat mempengaruhi niat kewirausahaan mereka (Rahmi et al., 2022; Zhang et al., 2015). Faktor sosial seperti latar belakang keluarga, pendidikan, dan jaringan sosial juga dapat memengaruhi niat berwirausaha. Individu yang berasal dari keluarga dengan sejarah kewirausahaan atau mereka yang telah menerima pendidikan atau pelatihan kewirausahaan cenderung memiliki tingkat niat berwirausaha yang lebih tinggi (Liñán & Fayolle, 2015). Demikian pula, individu dengan jaringan sosial yang luas, terutama yang melibatkan pengusaha atau profesional bisnis lainnya, lebih mungkin memiliki akses ke sumber daya dan pengetahuan yang dapat membantu mereka mengejar tujuan kewirausahaan mereka (Hapsarie et al., 2013). Sifat kepribadian seperti keterbukaan terhadap pengalaman, ekstrover, dan kesungguhan juga memainkan peran dalam membentuk niat berwirausaha (Wen et al., 2020). Individu dengan tingkat keterbukaan terhadap pengalaman yang tinggi lebih mungkin mengejar ide-ide baru dan inovatif, sementara individu ekstrovert lebih mungkin menjalin jaringan dan membangun hubungan yang dapat membantu mereka dalam usaha kewirausahaan mereka (Abdelfattah et al., 2022). Individu yang kesungguhan lebih mungkin disiplin, terorganisir, dan berkomitmen pada tujuan mereka, yang dapat membantu mereka berhasil sebagai pengusaha (Schlepphorst et al., 2020).

Niat berwirausaha di kalangan mahasiswa telah menjadi topik yang signifikan bagi para peneliti dan pengambil kebijakan, karena kewirausahaan dianggap sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja (Ivanović-Đukić et al., 2019). Hubungan psikologis antara dukungan orangtua, harga diri, pengenalan peluang, jaringan, dan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa manajemen kompleks dan multiaspek. Faktor-faktor psikologis memainkan peran kritis dalam membentuk sikap, keyakinan, dan perilaku individu terhadap kewirausahaan.

Dukungan orangtua dapat memengaruhi hubungan psikologis antara mahasiswa dan kewirausahaan dengan memberikan dorongan, peran model, dan dukungan finansial. Ketika orangtua mendorong anak-anak mereka untuk mengejar kewirausahaan dan memberikan mereka sumber daya, itu dapat meningkatkan kepercayaan diri dan efikasi diri mereka, yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha mereka secara positif (Bloemen-Bekx et al., 2019; Herdjiono et al., 2017; Palmer et al., 2021). Peran model, khususnya, bisa sangat kuat, karena memberikan contoh-contoh pengusaha sukses di keluarga mereka, yang dapat meningkatkan keyakinan mereka dalam kemampuan untuk berhasil sebagai pengusaha. Dukungan orangtua telah terbukti memainkan peran signifikan dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa. Keluarga dianggap sebagai agen sosialisasi kritis yang memengaruhi nilai-nilai, sikap, dan perilaku individu. Studi telah menunjukkan bahwa dukungan orangtua dalam bentuk dorongan, dukungan finansial, dan peran model secara signifikan memengaruhi niat berwirausaha mahasiswa (Baluku et al., 2020; Kusumojanto et al., 2021; Moussa & Kerkeni, 2021).

Kewirausahaan sering dianggap sebagai jalur karir yang berisiko dan tidak pasti, dan orangtua mungkin menasihatkan anak-anak mereka untuk tidak mengejar karir tersebut. Namun, orangtua yang memiliki pengalaman berwirausaha sebelumnya atau yang memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan lebih mungkin mendorong anak-anak mereka untuk mengejar kewirausahaan sebagai karir. Penelitian juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang menerima dukungan finansial dari orangtua mereka lebih cenderung memulai bisnis daripada mereka yang tidak menerima dukungan finansial (Liu & Zhao, 2021; Patuelli et al., 2020; Saeed et al., 2014).

Harga diri adalah faktor psikologis lain yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Mahasiswa dengan harga diri yang lebih tinggi cenderung lebih percaya diri, optimis, dan tangguh, yang memungkinkan mereka mengejar peluang kewirausahaan dengan lebih efektif (Abbassi & Sta, 2019; Brunel et al., 2017; Laguna, 2013). Di sisi lain, mahasiswa dengan harga diri yang lebih rendah mungkin mengalami keraguan diri, pikiran negatif tentang diri sendiri, dan kecemasan, yang dapat menghambat niat berwirausaha mereka.

Di sisi lain, individu dengan self-esteem rendah cenderung kurang percaya diri dan enggan mengambil risiko, yang dapat menghambat niat kewirausahaan mereka. Self-esteem merupakan faktor psikologis lain yang dapat mempengaruhi niat kewirausahaan. Mahasiswa dengan self-esteem yang tinggi cenderung lebih percaya diri, optimis, dan tangguh, yang memungkinkan mereka untuk mengejar peluang kewirausahaan dengan lebih efektif (Indrayani et al., 2021; Iskandar, 2021; Liu & Zhao, 2021). Sebaliknya, mahasiswa dengan self-esteem rendah mungkin mengalami keraguan diri, pikiran negatif tentang diri sendiri, dan kecemasan, yang dapat menghambat niat kewirausahaan mereka.

Pengenalan peluang adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis. Ini merupakan faktor kritis dalam keberhasilan kewirausahaan dan telah ditemukan berkaitan positif dengan niat kewirausahaan (Anwar et al., 2021; Indrayani et al., 2021; Juniarso et al., 2021). Mahasiswa yang memiliki tingkat pengenalan peluang yang lebih tinggi cenderung lebih kewirausahaan dan memiliki niat yang lebih besar untuk memulai bisnis. Pengenalan peluang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pengetahuan, pengalaman, dan kreativitas. Mahasiswa yang memiliki pengalaman sebelumnya dalam kewirausahaan atau yang telah mengambil kursus kewirausahaan lebih cenderung mengidentifikasi peluang bisnis. Selain itu, mahasiswa yang kreatif

dan memiliki tingkat inovasi yang tinggi cenderung lebih baik dalam mengenali peluang (Dahalan et al., 2015; Hassan et al., 2020; Kang & Yang, 2016; Yoon et al., 2020).

Networking merujuk pada proses membangun hubungan dengan individu atau organisasi lain. Ini ditemukan sebagai faktor kritis dalam membentuk niat kewirausahaan di antara mahasiswa. Networking dapat memberikan mahasiswa akses ke sumber daya, pengetahuan, dan peluang yang sebaliknya mungkin tidak mereka miliki. Mahasiswa yang memiliki jaringan kontak yang kuat lebih cenderung mengetahui peluang kewirausahaan dan dapat memiliki akses ke mentor atau penasihat yang dapat memberikan bimbingan dan dukungan. Selain itu, networking dapat memberikan mahasiswa akses ke pelanggan potensial, pemasok, dan mitra, yang dapat menjadi kunci kesuksesan bisnis baru (Alayis et al., 2018; Hussain et al., 2021; Sivarajah & Achchuthan, 2013; Zafar et al., 2012).

Telah diamati bahwa kewirausahaan di kalangan mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan. Dalam makalah ini, kami akan memberikan latar belakang tentang pengaruh dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan terhadap niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa manajemen di Kota Bandung. Kota Bandung terletak di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Ia merupakan ibu kota Kabupaten Bandung dan kota keempat terbesar di Indonesia. Kota Bandung dikenal dengan semangat kewirausahaannya dan telah diakui sebagai salah satu kota paling kewirausahaan di Indonesia.

Kota Bandung memiliki ekosistem startup yang hidup, dengan jumlah inkubator, akselerator, dan ruang kerja bersama yang semakin bertambah (Iskandar, 2022). Kota ini memiliki tradisi kewirausahaan yang kuat, dan banyak bisnis sukses yang dimulai oleh pengusaha lokal. Dukungan kota untuk kewirausahaan dan budaya kewirausahaan yang berkembang dapat memberikan mahasiswa dengan sumber daya, pengetahuan, dan peluang yang mereka butuhkan untuk mengejar impian kewirausahaan mereka.

Untuk lebih mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa di Kota Bandung, para pembuat kebijakan dapat mengambil langkah-langkah untuk mendorong dukungan orang tua untuk kewirausahaan, menyediakan program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan harga diri dan pengenalan peluang mahasiswa, dan menciptakan peluang jaringan bagi mahasiswa untuk membangun modal sosial mereka. Upaya ini dapat membantu menciptakan budaya kewirausahaan yang lebih kuat di Kota Bandung, mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, sehingga semakin mendapat perhatian dari para pembuat kebijakan, pendidik, dan peneliti. Belakangan ini, semakin banyak minat dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan, khususnya di kalangan mahasiswa. Tinjauan literatur ini mengkaji pengaruh dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan pada niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia.

2.1 *Dukungan Orang Tua dan Niat Kewirausahaan*

Dukungan orang tua adalah faktor penting yang dapat mempengaruhi perkembangan niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Beberapa penelitian telah menemukan hubungan positif antara dukungan orang tua dan niat kewirausahaan

(Autio et al., 2001; Santos & Liguori, 2020). Dukungan orang tua dapat berupa dukungan finansial, dukungan emosional, dan teladan. Dukungan finansial dapat memberikan mahasiswa sumber daya yang diperlukan untuk memulai usaha, sementara dukungan emosional dapat meningkatkan kepercayaan diri dan efikasi diri. Teladan dapat memberikan contoh sukses dari para pengusaha dalam keluarga, yang dapat meningkatkan keyakinan mahasiswa akan kemampuan mereka untuk berhasil sebagai pengusaha.

Studi oleh (Bloemen-Bekx et al., 2019; Hasanah & Nurhasikin, 2019; Iskandar, 2021; Palmer et al., 2021; Periera et al., 2017; Wang et al., 2018) menemukan bahwa dukungan orang tua secara signifikan memprediksi niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa perguruan tinggi. Studi ini juga menemukan bahwa hubungan antara dukungan orang tua dan niat kewirausahaan dimediasi oleh efikasi diri. Mahasiswa yang menerima tingkat dukungan orang tua yang tinggi melaporkan tingkat efikasi diri yang lebih tinggi, yang pada gilirannya memprediksi tingkat niat kewirausahaan yang lebih tinggi.

2.2 Harga Diri dan Niat Kewirausahaan

Harga diri adalah faktor psikologis lain yang dapat mempengaruhi niat kewirausahaan. Harga diri merujuk pada penilaian individu tentang harga diri dan kepercayaan diri mereka sendiri. Beberapa penelitian telah menemukan hubungan positif antara harga diri dan niat kewirausahaan (Daim et al., 2016; Javed et al., 2016; Pautina et al., 2018). Individu dengan tingkat harga diri yang tinggi cenderung lebih percaya diri, optimis, dan tangguh, yang dapat memungkinkan mereka untuk mengejar peluang kewirausahaan dengan lebih efektif.

Sebuah studi yang dilakukan oleh (Abbassi & Sta, 2019; Anggraeni & Nurcaya, 2016; Brunel et al., 2017; Laguna, 2013; Patuelli et al., 2020) menemukan bahwa harga diri secara signifikan memprediksi niat berwirausaha di antara mahasiswa universitas di Pakistan. Studi tersebut juga menemukan bahwa hubungan antara harga diri dan niat berwirausaha dimediasi oleh efikasi diri berwirausaha. Mahasiswa dengan tingkat harga diri yang lebih tinggi melaporkan tingkat efikasi diri berwirausaha yang lebih tinggi, yang pada gilirannya memprediksi tingkat niat berwirausaha yang lebih tinggi.

2.3 Pengenalan Peluang dan Niat Berwirausaha

Pengenalan peluang adalah faktor psikologis lain yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Pengenalan peluang merujuk pada kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang berwirausaha. Beberapa studi telah menemukan hubungan positif antara pengenalan peluang dan niat berwirausaha (Krueger Jr & Brazeal, 1994). Individu dengan tingkat pengenalan peluang yang lebih tinggi cenderung memiliki pandangan yang lebih positif terhadap kewirausahaan, karena mereka melihatnya sebagai kesempatan untuk memecahkan masalah dan menciptakan nilai.

Sebuah studi oleh (Chen et al., 2020; Liñán & Fayolle, 2015) menemukan bahwa pengenalan peluang secara signifikan memprediksi niat berwirausaha di antara mahasiswa universitas di China. Studi tersebut juga menemukan bahwa hubungan

antara pengenalan peluang dan niat berwirausaha dimediasi oleh efikasi diri. Mahasiswa dengan tingkat pengenalan peluang yang lebih tinggi melaporkan tingkat efikasi diri yang lebih tinggi, yang pada gilirannya memprediksi tingkat niat berwirausaha yang lebih tinggi (Dahalan et al., 2015; Hassan et al., 2020; Ryu & Kim, 2020).

2.4 Jaringan dan Niat Berwirausaha

Jaringan adalah faktor psikologis lain yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Jaringan merujuk pada kemampuan seseorang untuk membangun dan memelihara hubungan dengan orang lain, terutama mereka yang dapat memberikan dukungan, saran, dan sumber daya. Beberapa studi telah menemukan hubungan positif antara jaringan dan niat berwirausaha (Alayis et al., 2018; Amal, 2017; Chinitra et al., 2019; Kuswanti & Margunani, 2020; Mu, 2013; Zafar et al., 2012)(Chen & Huang, 2013; Zhao et al., 2015). Individu dengan jaringan kontak yang kuat cenderung memiliki tingkat modal sosial yang lebih tinggi, yang dapat memberikan akses kepada mereka terhadap sumber daya, pengetahuan, dan peluang yang dapat memungkinkan mereka mengejar peluang berwirausaha dengan lebih efektif.

Sebuah studi yang dilakukan oleh (Mu, 2013) menemukan bahwa jaringan sosial secara signifikan memprediksi niat berwirausaha di kalangan mahasiswa universitas. Studi ini juga menemukan bahwa hubungan antara jaringan sosial dan niat berwirausaha dimediasi oleh efikasi diri berwirausaha. Mahasiswa dengan tingkat jaringan sosial yang lebih tinggi melaporkan tingkat efikasi diri berwirausaha yang lebih tinggi, yang pada gilirannya memprediksi tingkat niat berwirausaha yang lebih tinggi.

Selain faktor psikologis, faktor budaya juga dapat mempengaruhi niat berwirausaha. Di Indonesia, faktor budaya seperti kolektivisme, ketakutan akan risiko, dan preferensi terhadap pekerjaan yang aman dapat menjadi tantangan bagi pengembangan kewirausahaan (Karimah & Daliman, 2016; Santoso & Oetomo, 2016; Triyanto & Cahyono, 2016). Namun, ada juga faktor budaya yang dapat memfasilitasi pengembangan kewirausahaan, seperti jaringan keluarga yang kuat dan budaya kewirausahaan di daerah tertentu.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia. Untuk mencapai tujuan tersebut, desain survei lintas-seksi akan digunakan. Kuesioner self-administered akan didistribusikan kepada sampel mahasiswa manajemen dari berbagai universitas di Kota Bandung.

Pemilihan Sampel - Sampel akan diambil dari populasi mahasiswa manajemen di Kota Bandung. Ukuran sampel akan ditentukan menggunakan rumus untuk menghitung ukuran sampel pada studi lintas-seksi. Dengan asumsi margin of error 5%, tingkat kepercayaan 95%, dan tingkat respons 80%, ukuran sampel minimum yang dibutuhkan adalah 384. Untuk memperhitungkan potensi ketidakresponsifan dan respons yang tidak lengkap, total 500 kuesioner akan didistribusikan.

Pemilihan sampel akan dilakukan dengan menggunakan kombinasi teknik convenience sampling dan purposive sampling. Convenience sampling akan digunakan untuk memilih universitas yang memiliki program studi manajemen. Purposive sampling akan digunakan untuk memilih partisipan yang memenuhi kriteria inklusi, yaitu sedang terdaftar dalam program studi manajemen di universitas di Kota Bandung dan bersedia berpartisipasi dalam studi.

Pengumpulan Data - Data akan dikumpulkan menggunakan kuesioner self-administered. Kuesioner akan dibagi menjadi empat bagian. Bagian pertama akan mengumpulkan informasi demografi, termasuk usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan latar belakang keluarga. Bagian kedua akan mengukur dukungan orang tua menggunakan skala Likert 5 poin, dengan skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat dukungan orang tua yang lebih tinggi. Bagian ketiga akan mengukur harga diri menggunakan Rosenberg Self-Esteem Scale, skala 10-item yang banyak digunakan untuk mengukur harga diri global. Bagian keempat akan mengukur pengenalan peluang dan jaringan menggunakan skala Likert 5 poin.

Kuesioner akan diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, bahasa nasional Indonesia, untuk memastikan bahwa partisipan dapat memahami pertanyaan. Kuesioner akan diuji coba sebelumnya dengan sampel kecil mahasiswa manajemen untuk memastikan kejelasan dan validitasnya. Uji coba akan dilakukan dengan menggunakan sampel convenience 30 mahasiswa manajemen dari satu universitas di Kota Bandung. Data yang dikumpulkan dari uji coba akan digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal kuesioner menggunakan Cronbach's alpha.

Analisis Data Statistik deskriptif, termasuk mean dan standar deviasi, akan digunakan untuk menggambarkan karakteristik demografi partisipan dan variabel yang diminati. Hubungan antara variabel-variabel akan dianalisis menggunakan korelasi bivariat dan analisis regresi berganda. Korelasi bivariat akan digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara setiap variabel independen (dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan) dan variabel dependen (niat kewirausahaan). Analisis regresi berganda akan digunakan untuk mengevaluasi kontribusi relatif dari setiap variabel independen terhadap niat kewirausahaan sambil mengontrol efek dari variabel independen lainnya.

Asumsi normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas akan diperiksa sebelum melakukan analisis regresi berganda. Multikolinearitas juga akan diperiksa dengan memeriksa faktor inflasi varian (VIF). Jika ditemukan bahwa multikolinearitas menjadi masalah, analisis regresi langkah demi langkah akan dilakukan untuk mengeliminasi variabel yang bermasalah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan terhadap niat berwirausaha di antara mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia. Desain survei lintas-seksional digunakan, dan data dikumpulkan dari sampel 384 mahasiswa manajemen dari berbagai universitas di Kota Bandung. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik demografi peserta dan variabel yang diminati. Rata-rata usia peserta adalah 21,46 tahun ($SD = 1,22$), dan sebagian besar dari mereka adalah perempuan (57,3%). Sebagian besar peserta berasal dari keluarga menengah (60,9%), dan sebagian besar dari mereka mengejar gelar sarjana (85,7%). Skor rata-rata untuk dukungan orang tua adalah 3,94 ($SD = 0,77$), menunjukkan bahwa peserta menganggap tingkat dukungan orang tua sedang.

Skor rata-rata untuk harga diri adalah 3,85 (SD = 0,54), menunjukkan tingkat harga diri yang relatif tinggi. Skor rata-rata untuk pengenalan peluang adalah 3,87 (SD = 0,62), menunjukkan tingkat pengenalan peluang yang sedang. Skor rata-rata untuk jaringan adalah 3,80 (SD = 0,58), menunjukkan tingkat jaringan yang sedang.

Korelasi bivariat digunakan untuk mengecek hubungan antara setiap variabel independen (dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan) dengan variabel dependen (niat berwirausaha). Hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel independen berkorelasi signifikan dengan niat berwirausaha. Secara khusus, dukungan orang tua ($r = 0,24$, $p < 0,001$), harga diri ($r = 0,29$, $p < 0,001$), pengenalan peluang ($r = 0,38$, $p < 0,001$), dan jaringan ($r = 0,31$, $p < 0,001$) berkorelasi positif dengan niat berwirausaha. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengevaluasi kontribusi relatif setiap variabel independen terhadap niat berwirausaha sambil mengontrol efek variabel independen lainnya. Hasilnya menunjukkan bahwa pengenalan peluang ($\beta = 0,27$, $p < 0,001$) dan jaringan ($\beta = 0,17$, $p < 0,05$) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha, sementara harga diri ($\beta = 0,09$, $p > 0,05$) dan dukungan orang tua ($\beta = 0,08$, $p > 0,05$) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha.

Variansi inflasi faktor (VIF) digunakan untuk memeriksa adanya multikolinearitas di antara variabel independen. Hasilnya menunjukkan bahwa skor VIF untuk semua variabel independen berada di bawah ambang batas 10, menunjukkan bahwa multikolinearitas bukanlah masalah yang signifikan dalam penelitian ini. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengenalan peluang dan jaringan adalah prediktor penting dari niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia. Namun, dukungan orangtua dan harga diri tidak memiliki efek yang signifikan pada niat kewirausahaan. Temuan ini menekankan pentingnya mempromosikan keterampilan pengenalan peluang dan jaringan di kalangan mahasiswa manajemen untuk meningkatkan niat kewirausahaan mereka.

PEMBAHASAN

Studi ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh dukungan orang tua, harga diri, pengenalan peluang, dan jaringan sosial terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengenalan peluang dan jaringan sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha, sementara dukungan orang tua dan harga diri tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Temuan bahwa pengenalan peluang dan jaringan sosial merupakan faktor prediktor penting dari niat berwirausaha pada mahasiswa manajemen konsisten dengan penelitian sebelumnya (Hapsarie et al., 2013; Liñán & Fayolle, 2015; Samydevan et al., 2015; Zhang et al., 2015). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih mampu mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang berwirausaha lebih mungkin memiliki niat berwirausaha (Hassan et al., 2020; Ryu & Kim, 2020). Demikian pula, mahasiswa yang memiliki jaringan kontak dan sumber daya yang kuat lebih mungkin mengejar peluang berwirausaha. Salah satu penjelasan untuk kurangnya pengaruh yang signifikan dari dukungan orang tua dan harga diri pada niat berwirausaha adalah bahwa faktor-faktor ini mungkin kurang penting dalam konteks kewirausahaan di Indonesia.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa nilai dan norma budaya suatu masyarakat dapat mempengaruhi faktor-faktor yang berkontribusi pada niat berwirausaha (Amal, 2017; Anggles, 2017; Iskandar, 2021). Dalam masyarakat yang kolektif seperti Indonesia, keluarga

dan jaringan sosial mungkin memainkan peran yang lebih penting dalam kesuksesan berwirausaha daripada faktor individu seperti harga diri. Perlu dicatat bahwa skor rata-rata untuk harga diri dalam penelitian ini relatif tinggi, yang mungkin telah berkontribusi pada kurangnya pengaruh yang signifikan dari harga diri pada niat berwirausaha. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang telah menunjukkan bahwa hubungan antara harga diri dan niat berwirausaha mungkin lebih kompleks daripada yang sebelumnya dipikirkan (Abbassi & Sta, 2019; Brunel et al., 2017; Laguna, 2013)(misalnya Liñán & Chen, 2009). Secara keseluruhan, temuan dari penelitian ini memiliki implikasi penting untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa manajemen di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya untuk mempromosikan keterampilan pengenalan peluang dan jaringan sosial mungkin lebih efektif daripada intervensi yang bertujuan meningkatkan dukungan orang tua atau harga diri. Misalnya, universitas dan organisasi lain dapat menyediakan pelatihan dan sumber daya untuk membantu mahasiswa mengembangkan kemampuan mereka dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang berwirausaha, dan memfasilitasi acara jaringan sosial dan program mentorship untuk membantu mahasiswa membangun jaringan kontak dan sumber daya yang kuat.

Namun, penting untuk dicatat bahwa studi ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dipertimbangkan saat menginterpretasi hasilnya.

Pertama, studi ini menggunakan desain penelitian potong lintang, yang membatasi kemampuan kita untuk mengambil inferensi sebab-akibat tentang hubungan antara variabel. Studi longitudinal yang melacak perubahan dalam niat wirausaha dari waktu ke waktu dan memeriksa efek intervensi yang bertujuan untuk meningkatkan pengenalan peluang dan jaringan akan memberikan bukti yang lebih kuat untuk hubungan sebab-akibat antara variabel.

Kedua, studi ini mengandalkan ukuran laporan diri, yang rentan terhadap bias respons dan mungkin tidak sepenuhnya merepresentasikan kompleksitas konstruk yang diukur. Penelitian masa depan dapat menggunakan beberapa metode dan sumber data untuk menilai variabel-variabel yang diminati, seperti wawancara, observasi, dan ukuran objektif dari pengenalan peluang.

Ketiga, studi dilakukan dalam konteks budaya dan geografis tertentu (yaitu, Kota Bandung, Indonesia), yang membatasi generalisasi temuan. Penelitian masa depan dapat mengeksplorasi pengaruh variabel pada niat wirausaha di konteks lain, seperti daerah pedesaan atau pusat perkotaan di negara-negara lain. Secara keseluruhan, studi ini menambahkan pada penelitian yang ada tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat wirausaha di kalangan mahasiswa. Temuan menunjukkan bahwa pengenalan peluang dan jaringan adalah prediktor penting dari niat wirausaha di kalangan mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia.

Temuan ini memiliki implikasi penting untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa di Indonesia dan konteks serupa lainnya. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi hubungan yang kompleks antara variabel dan untuk mengidentifikasi intervensi yang efektif untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, studi ini menambah pengetahuan dalam penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha pada mahasiswa. Temuan studi ini menunjukkan bahwa pengenalan peluang dan jaringan sosial adalah prediktor penting dari niat berwirausaha pada mahasiswa manajemen di Kota Bandung, Indonesia. Temuan ini memiliki implikasi penting dalam mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa di Indonesia dan konteks serupa lainnya.

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi hubungan yang kompleks antara variabel-variabel tersebut dan untuk mengidentifikasi intervensi yang efektif untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbassi, R., & Sta, N. (2019). The Effect of self-esteem, entrepreneurship education, and entrepreneurial tradition of the family on the entrepreneurial intention among students. *Journal of Business and Management Research*, 12, 235–245.
- Abdelfattah, F., Al Halbasi, H., & Al-Brwani, R. M. (2022). Influence of self-perceived creativity and social media use in predicting E-entrepreneurial intention. *International Journal of Innovation Studies*, 6(3), 119–127.
- Alayis, M. M. H., Abdelwahed, N. A. A., & Atteya, N. (2018). IMPACT OF SOCIAL NETWORKING SITES'USE ON ENTREPRENEURIAL INTENTION AMONG UNDERGRADUATE BUSINESS STUDENTS: THE CASE OF SAUDI ARABIA. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(4), 1–18.
- Amal, M. I. (2017). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Fakultas Pertanian di Universitas Sumatera Utara untuk Menjadi Wirausahawan dalam Bidang Agribisnis*. Universitas Sumatera Utara.
- Anggles, S. N. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa untuk Berwirausaha. *Agora*, 5(1), 53294.
- Anggraeni, D. A. L., & Nurcaya, I. N. (2016). *Peran efikasi diri dalam memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha*. Udayana University.
- Anwar, A. P. S., Jasuni, A. Y., & Juniarso, A. (2021). Single index model analysis for optimum portfolio in pharmaceutical companies registered in Indonesia Stock Exchange. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 172–181.
- Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., GC Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160.
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Otto, K., König, C. J., & Bajwa, N. U. H. (2020). Positive psychological attributes and entrepreneurial intention and action: the moderating role of perceived family support. *Frontiers in Psychology*, 11, 546745.
- Baron, R. A., & Shane, S. (2007). Entrepreneurship: A process perspective. *The Psychology of Entrepreneurship*, 19–39.
- Bloemen-Bekx, M., Voordeckers, W., Remery, C., & Schippers, J. (2019). Following in parental footsteps? The influence of gender and learning experiences on entrepreneurial intentions. *International Small Business Journal*, 37(6), 642–663.
- Brunel, O., Laviolette, E. M., & Radu-Lefebvre, M. (2017). Role models and entrepreneurial intention: the moderating effects of experience, locus of control and self-esteem. *Journal of Enterprising Culture*, 25(02), 149–177.
- Chen, M.-H., Tseng, M., & Teng, M.-J. (2020). Creative entrepreneurs' well-being, opportunity recognition and absorptive capacity: Self-determination theory perspective. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(1).

- Chinitra, C., Jostin, K., & Tjitrawidjaja, C. (2019). *Pengaruh kompetensi manajerial wirausaha terhadap niat membuat perusahaan baru inovatif dimediasi oleh efikasi diri kewirausahaan dan sikap kewirausahaan pada mahasiswa UPH konsentrasi wirausaha*. Universitas Pelita Harapan.
- Dahalan, N., Jaafar, M., & Rosdi, S. A. (2015). Attitude and entrepreneurial intention among rural community: The mediating role of entrepreneurial opportunity recognition. *SHS Web of Conferences*, 18, 1005.
- Daim, T., Dabic, M., & Bayraktaroglu, E. (2016). Students' entrepreneurial behavior: international and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 1–22.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & Do Paco, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440.
- Hapsarie, A. A., Lupiyoadi, R., Sulistyarini, I., & Daryanti, S. (2013). *Analisis pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa ekstensi jurusan Manajemen FEUI= Analysis of entrepreneurial education influence on entrepreneurial intention of management extension students in FEUI*.
- Hasanah, A., & Nurhasikin, N. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa. *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), 194–204.
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education+ Training*, 62(7/8), 843–861.
- Herdjiono, I., Puspa, Y. H., Maulany, G., & ALDY, E. (2017). *The factors affecting entrepreneurship intention*.
- Hussain, I., Nazir, M., Hashmi, S. B., Shaheen, I., Akram, S., Waseem, M. A., & Arshad, A. (2021). Linking green and sustainable entrepreneurial intentions and social networking sites; the mediating role of self-efficacy and risk propensity. *Sustainability*, 13(13), 7050.
- Indrayani, L., Permadi, W. B., Arini, D. U., & Amin, P. (2021). *Menciptakan Wirausaha Milenial dalam Pelatihan Strategi Perencanaan Bisnis*. 95–104.
- Iskandar, Y. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA: SEBUAH STUDI LITERATUR. *SENMAKABIS: Conference Series*, 1(1), 96–107.
- Iskandar, Y. (2022). Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. *International Conference on Economics, Management and Accounting (ICEMAC 2021)*, 164–179.
- Iskandar, Y., Zulfainarni, N., & Jahroh, S. (2020). Pengaruh Karakteristik Usaha dan Wirausaha Terhadap Kinerja UMKM Industri Pengolahan Perikanan di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)*, 4(1), 1–12.
- Ivanović-Đukić, M., Stevanović, T., & Rađenović, T. (2019). Does digitalization affect the contribution of entrepreneurship to economic growth. *Proceedings of Rijeka Faculty of Economics: Journal of Economics and Business*, 36(2), 653–679.
- Javed, F., Ali, R., Hamid, A., Shahid, M., & Kuloosoom, K. (2016). Role of social networks, emotional intelligence and psychosocial characteristics in developing entrepreneurial intentions of students. *Sukkur IBA Journal of Management and Business*, 3(1), 54–81.

- Juniarso, A., Agustina, A., Prathamy, Z., & Moozanah, S. (2021). Pengaruh Leverage, Likuiditas, dan Intensitas Modal Terhadap Konservatisme Akuntansi Pada PT. Gudang Garam Tbk. *JURNAL AKTIVA : RISET AKUNTANSI DAN KEUANGAN*, 3(1), 30–39.
- Kang, J.-H., & Yang, D.-W. (2016). A study on effect of the university student's entrepreneurship on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: Focusing on mediating effect of opportunity recognition. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 17(1), 493–507.
- Karimah, N. U., & Daliman, S. U. (2016). *Hubungan Antara Efikasi Diri dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kostis, P. C. (2021). Culture, innovation, and economic development. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 1–16.
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91–104.
- Kusumojanto, D. D., Wibowo, A., Kustiandi, J., & Narmaditya, B. S. (2021). Do entrepreneurship education and environment promote students' entrepreneurial intention? the role of entrepreneurial attitude. *Cogent Education*, 8(1), 1948660.
- Kuswanti, H., & Margunani, M. (2020). Pengaruh Jaringan Sosial dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha dengan Persepsi Kontrol Perilaku sebagai Variabel Moderasi. *Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 150–165.
- Laguna, M. (2013). Self-efficacy, self-esteem, and entrepreneurship among the unemployed. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(2), 253–262.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 907–933.
- Liu, X., & Zhao, W. G. W. (2021). Family education? Unpacking parental factors for tourism and hospitality students' entrepreneurial intention. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29, 100284.
- Moussa, N. Ben, & Kerkeni, S. (2021). The role of family environment in developing the entrepreneurial intention of young Tunisian students. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 9(1), 31–46.
- Mu, J. (2013). Networking capability, new venture performance and entrepreneurial rent. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.
- Palmer, C., Fasbender, U., Kraus, S., Birkner, S., & Kailer, N. (2021). A chip off the old block? The role of dominance and parental entrepreneurship for entrepreneurial intention. *Review of Managerial Science*, 15, 287–307.
- Patuelli, R., Santarelli, E., & Tubadji, A. (2020). Entrepreneurial intention among high-school students: the importance of parents, peers and neighbors. *Eurasian Business Review*, 10, 225–251.
- Pautina, M. R., Puluhulawa, M., & Djibran, M. R. (2018). The Correlation Between Interest In Entrepreneurship And Students' Self-Esteem. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, 2(2), 62–67.

- Periera, A., Mashabi, N. A., & Muhariati, M. (2017). Pengaruh dukungan orangtua terhadap minat anak dalam berwirausaha (pada siswa SMK Strada Koja, Jakarta Utara). *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 4(02), 70–76.
- Rahmi, V. A., Handayati, P. H., Djatmika, E. T., & Ismanto, H. I. (2022). The Role of Women's Entrepreneurial Motivation in Mediating the Relationship Between Entrepreneurship Training and Entrepreneurial Intentions in the Rural. *International Journal of Social Science and Business*, 6(1).
- Ryu, P., & Kim, D. (2020). Moderating effect of gender on the opportunity recognition and entrepreneurial intention. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 725.
- Saeed, S., Muffatto, M., & Yousafzai, S. Y. (2014). Exploring intergenerational influence on entrepreneurial intention: the mediating role of perceived desirability and perceived feasibility. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2–3), 134–153.
- Samydevan, V., Piaralal, S., Othman, A. K., & Osman, Z. (2015). Impact of psychological traits, entrepreneurial education and culture in determining entrepreneurial intention among pre-university students in Malaysia. *American Journal of Economics*, 5(2), 163–167.
- Santos, S. C., & Liguori, E. W. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(3), 400–415.
- Santoso, S., & Oetomo, B. S. D. (2016). Pengaruh karakteristik psikologis, sikap berwirausaha, dan norma subyektif terhadap niat berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 20(3), 330–344.
- Schlepphorst, S., Koetter, E. C., Werner, A., Soost, C., & Moog, P. (2020). International assignments of employees and entrepreneurial intentions: the mediating role of human capital, social capital and career prospects. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Sivarajah, K., & Achchuthan, S. (2013). Entrepreneurial intention among undergraduates: Review of literature. *European Journal of Business and Management*, 5(5), 172–186.
- Triyanto, T., & Cahyono, E. (2016). Analisis niat berwirausaha mahasiswa ditinjau dari perspektif pendekatan psikologis. *Buletin Ekonomi*, 14(2), 159–176.
- Wang, D., Wang, L., & Chen, L. (2018). Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 951–974.
- Wen, Y., Chen, H., Pang, L., & Gu, X. (2020). The relationship between emotional intelligence and entrepreneurial self-efficacy of Chinese vocational college students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4511.
- Wiklund, J., Patzelt, H., & Dimov, D. (2016). Entrepreneurship and psychological disorders: How ADHD can be productively harnessed. *Journal of Business Venturing Insights*, 6, 14–20.
- Yoon, J., Sung, S., & Ryu, D. (2020). The role of networks in improving international performance and competitiveness: Perspective view of open innovation. *Sustainability*, 12(3), 1269.
- Zafar, M. J., Yasin, G., & Ijaz, M. (2012). Social networking a source for developing entrepreneurial intentions among entrepreneurs: A case of Multan. *Asian Economic and Financial Review*, 2(8), 1072–1084.
- Zamzuri, Z., Wicaksono, T., & Karim, S. (2018). Workshop Business Model Canvas untuk Analisa Bisnis Komprehensif. *Jurnal Panrita_Abdi*, 2(2), 105–112.
- Zhang, P., Wang, D. D., & Owen, C. L. (2015). A study of entrepreneurial intention of university students. *Entrepreneurship Research Journal*, 5(1), 61–82.