

MODEL PENINGKATAN MINAT BERWIRAUSAHA BERBASIS DUKUNGAN SOSIAL, KEPERCAYAAN DIRI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA GENERASI MUDA DI KOTA DENPASAR

¹Supartha Wayan Gede

Program Studi Doktor Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
Denpasar, Indonesia

wayangedesupartha@unud.ac.id

²Krisna Adwitya Sanjaya Putu

Program Studi Sarjana Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
Denpasar, Indonesia

krisnasanjaya@unud.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dimensi orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan minat berwirausaha.. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 135 orang generas muda di Kota Denpasar. Penelitian ini menggunakan analisis diskriptif dan analisis Model Struktural (SEM-PLS).

Hasil penelitian menunjukkan (1) *social support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*; (2) *self confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*; (3) *entrepreneurial orientation* berpegaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*; (4) *social support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*; (5) *self confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*; (6) *entrepreneurial orientation* tidak memediasi pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial interest* dan (7) *entrepreneurial orientation* mampu memediasi pengaruh *self confidence* terhadap *entrepreneurial interest*.

Kata Kunci : *Self Confidence, Social Support, Entrepreneurial Orientation* dan *Entrepreneurial Interest*.

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran strategis dalam menciptakan pelaku bisnis dan usaha baru yang berdampak pada kesempatan membuka lapangan kerja (Suryana dan Bayu, 2012). Rokhimah dan Margunani, (2017) menyebutkan kondisi rendahnya jumlah pelaku wirausaha ini menjadi ancaman terhadap pertumbuhan ekonomi, yang hingga saat ini belum dapat diatasi dengan baik. Profesi wirausaha mampu memberikan sumbangan yang besar bagi perkembangan kehidupan masyarakat dan ekonomi bangsa, sehingga kewirausahaan dapat memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu Negara.

Rendahnya Minat berwirausaha dipengaruhi banyak hal, misalnya masyarakat masih memiliki paradigma keliru mengenai profesi wirausaha (Suryadi. 2012). Pengangguran disebabkan oleh beberapa hal seperti sifat malas, tidak mau bekerja, belum siap bekerja atau belum terampil, sikap mental yang kurang baik, tidak percaya diri, dan lain-lain. Paradigma tersebut menyebabkan rendahnya minat menjadi wirausaha, dari sudut pemerintah jumlah wirausaha di Indonesia masih belum mampu menopang perekonomian bangsa sehingga menjadi persoalan yang mendesak untuk diselesaikan guna suksesnya pembangunan perekonomian (Suryana dan Bayu, 2012).

Minat berwirausaha (*entrepreneurial interest*) dapat dipengaruhi oleh dukungan sosial (*social support*) dan kepercayaan diri (*self confidence*) serta orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*). Peran *social support* terhadap *entrepreneurial interest* sangatlah penting, Almobaireek & Manolova (2012), menyatakan *social support* dipandang sebagai informasi umpan balik dari orang lain, yang menunjukkan bahwa seseorang dicintai, diperhatikan, dihargai, dihormati, dilibatkan dalam jaringan komunikasi. Sahban, *et al.* (2016), menyebutkan *social support* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha. Suryana (2011:40), menyatakan seorang wirausaha yang memiliki *self confidence* dapat memberikan rasa optimis untuk menghadapi tantangan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Nasip, *et al.* (2017), menyatakan bahwa *self confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Sedangkan Koe, (2016), menyatakan orientasi kewirausahaan di tingkat organisasi telah terbukti berkorelasi dengan minat berwirausaha. Minat berwirausaha memiliki pengaruh terbesar

dalam meningkatkan kinerja wirausahawan (Diana *et. all.* 2019). Orientasi kewirausahaan yang kuat, umumnya memiliki kinerja yang lebih tinggi (Lumpkin and Dess, 2001).

II. METODE DAN PROSEDUR

Pengumpulan data dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan terstruktur kepada responden mengenai tanggapannya atas empat variabel yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab secara mendalam kepada responden untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan lengkap. Juga dilakukan observasi yaitu pengamatan langsung pada generasi muda yang mengikuti pendidikan program sarjana Tahun ke III pada tahun 2023 dan generasi muda yang belum bekerja (umur 20 – 25 Tahun) di Kota Denpasar. Variabel *social support* (X_1) diukur dengan menggunakan dua dimensi dan enam indikator, variabel *self confidence* (X_2) diukur dengan menggunakan sembilan dimensi/indikator, variabel *entrepreneurial orientation* (M) diukur dengan menggunakan tiga dimensi dan sembilan indikator, variabel *entrepreneurial interest* (Y) diukur dengan menggunakan enam dimensi/indikator.

Analisis data menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis inferensial (Hair *et. al.* 2015). Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item pertanyaan pada kuesioner. Metode SEM PLS (*Structural Equation Model - Partial Least Square*) dipergunakan untuk menarik kesimpulan atas pengaruh dari variabel eksogen terhadap variabel endogen.

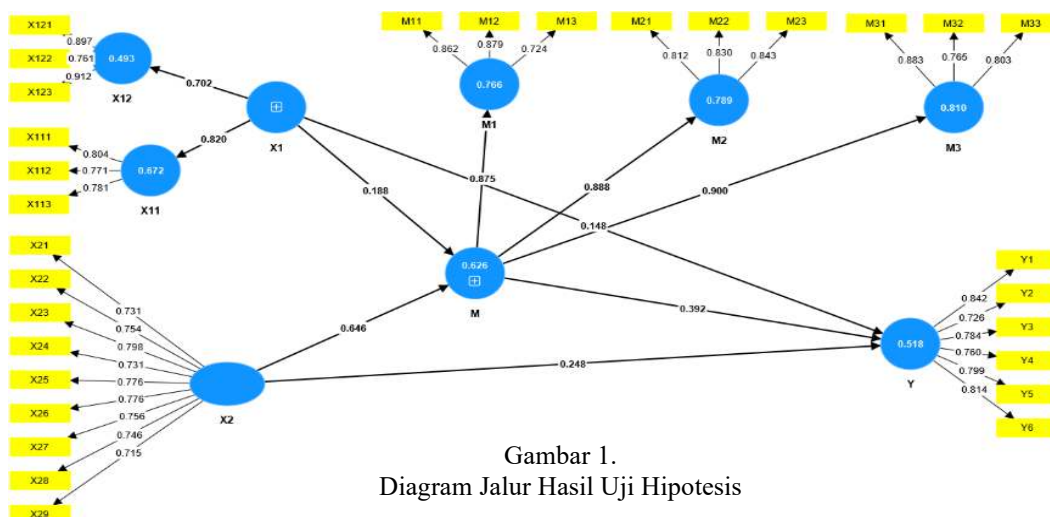
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi variabel

Deskripsi variabel *social support* memiliki rerata 3,85 artinya indikator/item pernyataan *social support* secara keseluruhan dinilai kuat. Indikator dari variabel *social support* yang memiliki nilai di atas rata-rata adalah dimensi dukungan sosial eksternal, tetangga, teman dan kolega dengan rata-rata nilai sebesar 4,05 (Kuat). Deskripsi variabel *self confidence* memiliki rerata 4,19 artinya indikator/item pernyataan *self confidence* secara keseluruhan dinilai kuat. Indikator dari variabel *self confidence* yang memiliki nilai di atas rata-rata adalah indikator punya perencanaan bisnis yang jelas dalam berwirausaha dengan rata-rata nilai sebesar 4,38 (Sangat Kuat). Deskripsi variabel *entrepreneurial orientation* memiliki rerata 4,24 artinya indikator/item pernyataan *entrepreneurial orientation* secara keseluruhan dinilai sangat tinggi. Dimensi dari variabel *entrapreneurial orientation* yang memiliki nilai di atas rata-rata adalah dimensi inovatif dengan rata-rata nilai sebesar 4,27 (Sangat Tinggi). Deskripsi variabel *entrepreneurial interest* memiliki rerata 4,25 artinya indikator/item pernyataan *entrepreneurial interest* secara keseluruhan dinilai sangat tinggi. Indikator dari variabel *etrapreneurial interest* yang memiliki nilai di atas rata-rata tertinggi adalah siap melakukan segala upaya untuk memulai usaha dalam 1 tahun kedepan dengan rata-rata nilai sebesar 4,30 (SangatTinggi).

Evaluasi model atau model pengukuran

Nilai *Q-square* > 0 yakni sebesar 0,8197 ini berarti model memiliki *predictive relevance*. Dengan kata lain 81,97 persen variabel *entrepreneurial interest* dijelaskan oleh variabel *social support*, *self confidence* dan *entrepreneurial orientation*, sedangkan sisanya 18,03 persen dijelaskan oleh variabel yang tidak masuk dalam model.



Gambar 1.
Diagram Jalur Hasil Uji Hipotesis

Pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial interest*

Berdasarkan analisis data, *social support* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial interest*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Li-Yu and Hao (2019), Puluhalawa et. al., (2018), Novita et. al., (2017), Sahban et. al., (2016), yang menyatakan *social support* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial interest*.

Pengaruh *self confidence* terhadap *entrepreneurial interest*

Berdasarkan analisis data, *self confidence* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial interest*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nasip, et al., (2017), Garaika and Helisia (2019). Li-Yu and Hao (2019), Christina and Geraldo (2021), Puluhalawa et. al., (2018) dan Novita et. al., (2017) yang menyatakan bahwa *self confidence* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial interest*.

Pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *entrepreneurial interest*

Berdasarkan analisis data, *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abbas dkk., (2020), Christina and Geraldo (2021), Mankgele et. al., (2022), Wahyuni et. al., (2021), dan Messeghem and Fourquet (2013) yang menyatakan *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial interest*.

Pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial orientation*

Berdasarkan analisis data, *social support* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kourisky and Walstad (1998), Gurbuz and Aykol (2008), Gerry et. al., (2008) dan Wahyuni et. al., (2021) yang menyatakan *social support* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*.

Pengaruh *self confidence* terhadap *entrepreneurial orientation*

Berdasarkan analisis data, *self confidence* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Simsek et. al., (2010), Chaston and Sadler (2012), Sahoo and Panda (2019), Palmer et. al., (2019) dan Calic dan Shevchenko (2020), yang menyatakan bahwa *self confidence* berpengaruh positif signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*.

Peran mediasi *entrepreneurial orientation* pada pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial interest*.

Berdasarkan analisis data, *entrepreneurial orientation* tidak mampu memediasi pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial interest*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan peneliti Hakala and Kohtamäki (2011) yang menyatakan dukungan sosial tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha, sedangkan Rathore et. al., (2015), menyatakan orientasi kewirausahaan mampu memedias hubungan dukungan formal / dukungan sosial terhadap minat berwirausaha.

Peran mediasi *entrepreneurial orientation* pada pengaruh *self confidence* terhadap *entrepreneurial interest*.

Berdasarkan analisis data, *entrepreneurial orientation* mampu memediasi pengaruh *self confidence* terhadap *entrepreneurial interest*. Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti Maitlo et. al., (2021), Rathore et. al., (2015), Christina and Geraldo (2021) menyatakan *self confidence* (efikasi diri) berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha yang dimediasi oleh orientasi kewirausahaan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian, rumusan masalah, hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: (1) *social support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*; (2) *self confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*; (3) *entrepreneurial orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial interest*; (4) *social support* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*; (5) *self confidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial orientation*; (6) *entrepreneurial orientation* tidak memediasi pengaruh *social support* terhadap *entrepreneurial interest* dan (7) *entrepreneurial orientation* mampu memediasi pengaruh *self confidence* terhadap *entrepreneurial interest*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Para peneliti pada kesempatan ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Prof. Dr. Ir. I Nyoman Gde Antara, M.Eng., IPU selaku Rektor Universitas Udayana atas kesempatan dan fasilitas yang

diberikan kepada Kami untuk dapat melakukan Penelitian Hibah Group Riset Udayana pada tahun 2023. Terima kasih juga ditujukan kepada Bapak Agoes Ganesha Rahyuda, SE., MT, Ph.D. selaku Dekan Fakultas dan Bisnis Universitas Udayana atas ijin yang diberikan kepada Kami untuk melakukan penelitian Hibah Group Riset Udayana. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Drh. I Nyoman Suarsana, M.Si. sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Udayana.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. H., Henra, K., & Syam, H. 2020. Studi Kemampuan Memasuki Pasar Dalam Kinerja Pemasaran Produk Unggulan Daerah, *Economics Bosowa Journal. Edisi XXXV. Juli. S/D September. Vol 6 No 003. 1-19. ISSN.2477-0655. <http://economicsbosowa.unibos.id/index.php/eb/article/view/338>*
- Almobaireek, W. N., & Manolova, T. S. 2012. Who Wants To Be An Entrepreneur? Entrepreneurial Intentions Among Saudi University Students. *African Journal of Business Management, 6 (11), 4029-4040.*
- Calic, G., & Shevchenko, A. (2020). How signal intensity of behavioral orientations affects crowdfunding performance: The role of entrepreneurial orientation in crowdfunding business ventures. *Journal of Business Research, 115*, pp .204- 220.<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.04.060>.
- Chaston, I., & Sadler-Smith, E. (2012). Entrepreneurial cognition, entrepreneurial orientation and firm capability in the creative industries. *British Journal of Management, 23(3)*, pp.415-432.<https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2011.00752.x>.
- Christina Y. S. and Geraldo R. 2021. The Effect of Entrepreneurial Orientation on Entrepreneurial Intention: Self-Efficiency as A Mediator. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*. Vol-5, Issue-4, Pp. 57-73. ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>.
- Diana S. K. T., Sudarsih, Markus A. NG. Krishnabudi, Sampeadi, Raden A. S. and Budi N. 2019. The Influence of Entrepreneurship Interest and Leadership on Business Performance in Small, Medium And Micro Enterprises. *International Journal of Research Science & Management*. Volume 6 (9): September, 2019. Pp. 8-13. ISSN: 2349-5197. DOI: 10.5281/zenodo.3465731.
- Gerry. C, Susana. C. & Nogueira. F. 2008. Tracking Student Entrepreneurial Potential: Personal Attributes and the Propensity for Business Start-Ups after Graduation in a Portuguese University. *International Research Journal Problems and Perspectives in Management, 6(4): pp.45-53.*
- Gurbuz, G., & Aykol, S. 2008. Entrepreneurial Intentions of Young Educated Public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management, 4 (1)*, pp. 47-56.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2015). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European business review*.ISSN: 0955-534X, pp.106- 123.DOI: 10.1108/EBR-10-2013-0128.
- Hakala, H., & Kohtamäki, M. (2011) "Configurations of entrepreneurial- customer- and technology orientation: Differences in learning and performance of software companies", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol. 17 Iss: 1*, pp.64 – 81.
- Koe, W.-L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>.
- Kourilsky, M. L., & Walstad, W. B. (1998). Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business venturing, 13(1)*, pp.77-88.
- Li-Yu Wang, and Huang J. H.. 2019. Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy on the Entrepreneurial Intentions of Students at a University in Hainan Province in China: Taking Social Support as a Moderator. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*. Vol 18, No 9. <https://doi.org/10.26803/ijlter.18.9.10>.
- Lumpkin, G., & Dess, G. 2001. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review, 21 (1)*, pp.135-172.
- Maitlo A. A, Salman B. M. and Saqib W. M.. 2021. Mediation of Entrepreneurial Orientation in Relationship of Entrepreneurial Personality Characteristics with Entrepreneurial Intentions. *Research Journal of Social Sciences & Economics Review*. Vol. 2, Issue 4, October-December 2021. ISSN 2707-9023 (online), ISSN 2707-9015. (Print) ISSN 2707-9015. (ISSN-L). DOI:[https://doi.org/10.36902/rjsser-vol2-iss4-2021\(65-82\)](https://doi.org/10.36902/rjsser-vol2-iss4-2021(65-82)).
- Mankgele K. P., Ratsoma J. M. and Ramasobana M. 2022. The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention of High School Students in Sekhukhune District, South Africa. *Journal of Entrepreneurship Education*. Volume 26, Issue 1. ISSN 1528-2651-26-1-809.

- Messeghem, K., and Fourquet-Courbet, M. P. (2013). Discourse and institutional change in mass retail—the case of an institutional entrepreneur in France. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Nasip, Sorayah; Amirul, Sharifah Rahama; Sondoh, Stephen Laison, Jr.; Tanakinjal, Geoffrey Harvey. 2017. Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intention: A Study among University Students in North Borneo, Malaysia. *Education & Training*, v59 n7- 8 p825-840.
- Novita, Damar A., Irawan, Benyamin S. Dewi S. and Sari. 2017. The Effect of Self Confidence, Quality Education and Family Environment on Indonesian Youth in Entrepreneurship. *SEEIJ (Social Economics and Ecology International Journal)*, Vol. 1(1), Oct 2017, Pp. 29-40. E-ISSN 2598-0319, P-ISSN 2581-2246.
- Palmer, C., Niemand, T., Stöckmann, C., Kraus, S., & Kailer, N. (2019). The interplay of entrepreneurial orientation and psychological traits in explaining firm performance. *Journal of Business Research*, 94, pp. 183-194.
- Puluhulawa, M., Pautina, M., and Djibran, M. 2018. The Correlation Between Interest In Entrepreneurship and Students' Self-Esteem. *Journal of Business and Behavioural Entrepreneurship*, Volume 2 (2), Pp. 62-67. <https://doi.org/10.21009/JOBBE.002.2.02>.
- Rathore K., Saba S., Kashif A., and Arshad H. 2015. The Mediating Impact of Self- Confidence on Relationship of Perceived Formal Support and Entrepreneurial Intention in the Education Sector of Pakistan. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*. Volume 5 Issue 1. PP. 117-140.
- Rokhimah, R., & Margunani, M. 2017. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Jiwa Kewirausahaan Siswa Akuntansi SMK N 1 Demak Tahun 2016. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), pp.559-570.
- Sahban M. A. , Subramaniam S. R., and Ruswiati S. 2016. The Influence of Social Support on Entrepreneurial Inclination among Business Students in Indonesia. *Information Management and Business Review* (ISSN 2220-3796) Vol. 8, No. 3, pp. 32-46, June 2016. DOI: 10.22610/imbr.v8i3.1330.
- Sahoo, S., & Panda, R. K. (2019). Exploring entrepreneurial orientation and intentions among technical university students. *Education+ Training*.
- Simsek, Z., Heavey, C., & Veiga, J. J. F. (2010). The impact of CEO core self-evaluation on the firm's entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 31(1), pp.110-119.
- Smyth, J. M., Sliwinski, M. J., Zawadzki, M. J., Scott, S. B., Conroy, D. E., Lanza, S. T., & Buxton, O. M. 2018. Everyday stress response targets in the science of behavior change. *Behaviour research and therapy*, 101, pp. 20-29.
- Suryadi, D. 2012. Pentingnya Visi dan Misi Dalam Mengelola Suatu Usaha. *Jurnal Asy- Syukriyyah*, 9 (1), 17-35.
- Suryana, Y., & Bayu, K. 2012. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses Ed. 2*. Kencana.
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis: Kiat & Proses Menuju Sukses*, Edisi 3, Salemba Empat.
- Wahyuni K., Heri Y., and Nina O. 2021. The Influence of Entrepreneurial Knowledge, Family Roles, and Social Media on Interest in Entrepreneurship with Self Efficacy as Mediator Variable. *Journal of Economic Education*. *JEE*. 10 (2) : 219-228. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>.