

MINAT BERWIRAUSAHA MELALUI PENGETAHUAN, MOTIVASI DAN *SELF EFFICACY* DI KALANGAN MILLENNIAL

Rina Dewi
Mahasiswa Doktoral Ilmu Manajemen, Universitas Airlangga
Universitas 45 Surabaya
Email : rinadewisoesyra@gmail.com

ABSTRACT

This purpose of this study wants to know how the influence of knowledge and motivation on intention in entrepreneurship through the capacity of self-efficacy in the millennial generation. The method used in this research is quantitative method of confirmatory factor analysis using a sample of 291 respondents using probability random sampling techniques and using Structural Equation Modeling techniques. The findings are that knowledge and motivation have an effect on self-efficacy which will ultimately shape the intention of the millennial generation to be entrepreneurial. The study result can be used the importance of develop the millennial generation for entrepreneurship to reduce unemployment by creating jobs for themselves and the community around their environment so as to achieve economic and social welfare.

Keywords: Knowledge, Motivation, Self Efficacy, Entrepreneurial Intention, SEM

ABSTRAK

Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat berwirausaha dengan melalui kapasitas *self efficacy* pada generasi millennial. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif *confirmatory factors analysis* dengan menggunakan sample sebanyak 291 responden dengan menggunakan teknik probabilitas random sampling serta menggunakan teknik *Structural Equation Modeling*. Temuan penelitian ini adalah pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap *self efficacy* yang pada akhirnya akan membentuk minat generasi millennial untuk berwirausaha. Hasil penelitian dapat digunakan pentingnya mencetak generasi millennial untuk berwirausaha untuk mengurangi angka pengangguran dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi dirinya sendiri dan masyarakat sekitar lingkungannya sehingga tercapai kesejahteraan ekonomi dan sosial.

Kata kunci : Pengetahuan, Motivasi, *Self Efficacy*, Minat Berwirausaha, SEM

PENDAHULUAN

Tumbuhnya minat berwirausaha merupakan bentuk ketertarikan kegiatan menjalankan usaha atau bisnis mandiri yang menciptakan suatu kegiatan produktif secara ekonomi dan sosial yang bermanfaat bagi diri sendiri dan masyarakat sekitar. Minat berwirausaha dipengaruhi soft skills yang terasah dengan baik karena menjadi seorang wirausaha diperlukan ketrampilan secara managerial. Seseorang memilih menjadi wirausaha karena perannya sedemikian penting dalam area ekonomi, sosial dan politik untuk ekonomi yang maju dan berkembang (Basco, 2019). Penciptaan

bisnis baru memiliki kontribusi mengurangi tingkat pengangguran (Birch, 1987), mendorong pertumbuhan dan pengembangan ekonomi (Decker et al.,2014) serta melakukan promosi perubahan teknologi (Acs dan Vaga, 2005) sedangkan jika ditinjau dari tingkat individu adalah berkaitan dengan pribadi serta pendapatan keluarga dan aspek non ekonomis seperti kepuasan menjadi wirausaha (Kantola dan Kautonen, 2008).

Jumlah populasi penduduk Indonesia pada tahun 2020 sudah mencapai 269,60 juta jiwa yang terus bertambah sehingga akan meningkatkan

jumlah angka pengangguran pada usia produktif karena semakin sulit dan terbatasnya lapangan pekerjaan yang ada. Masalah tersedianya lapangan pekerjaan, menjadi hal yang harus mendapat perhatian semua pihak. Setiap individu sudah seharusnya berpikir bagaimana mengatasi masalah ketersediaan lapangan pekerjaan karena dengan bekerja orang mendapatkan penghasilan atau pendapatan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari dan mendapatkan kesejahteraan secara ekonomi dan kesejahteraan sosial. Dengan kesejahteraan ekonomi dan sosial seseorang dapat meningkatkan kualitas hidup dirinya sendiri dan keluarganya. Selain itu, wirausaha dapat membantu pemerintah yaitu meningkatkan pendapatan per kapita Negara. Kontribusi dalam pembangunan ekonomi seorang wirausaha patut diperhitungkan karena mampu memberdayakan diri sendiri dan lingkungannya.

Salah satu pendorong tumbuhnya wirausaha pada suatu negara terletak pada peran universitas melalui pendidikan kewirausahaan (Zimmer et al., 2008). Menjalankan bisnis usaha sendiri bagi milenial sangat memungkinkan karena dianggap mandiri, memiliki banyak teman, dan alokasi waktu luang. Hal ini merupakan momen untuk bisa menjajaki bisnis pada usia muda sebagai bisnis sampingan atau sebagai bisnis utama. Generasi ini sangat dekat dengan kemutakhiran teknologi dengan memanfaatkan teknologi dan internet sebagai media berbisnis yaitu sebagai fungsi pemasaran dan promosi.

Menjadi wirausaha membuat seseorang mandiri serta memiliki kebebasan (Thornton, 2012) dalam meraih impian dengan menentukan bisnis yang ingin dijalankan, menentukan nasib sendiri, melakukan inovasi dan kreatifitas (Wong dan Autio, 2005) pada produk atau layanan jasa yang digeluti, serta bebas melakukan capaian yang diinginkan. Kebebasan menjadi salah satu menjadi daya Tarik

menjadi wirausaha. Kesejahteraan secara ekonomi menjadi wirausaha membawa konsekuensi terhadap kesejahteraan secara sosial karena membuat wirausaha berarti bagi masyarakat, dapat menyediakan lapangan kerja dan membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat sekitar.

Banyak wirausaha di Indonesia ataupun di Negara lain tidak terlahir dari keluarga yang kaya. Mereka harus benar-benar memulai dari bawah. Sebut saja perjuangan Dahlan Iskan untuk mencari uang dimasa mudanya dengan menjadi kuli kebun tebu bahkan menggembala kambing. Bahkan saat sekolah, dengan jarak lumayan jauh harus ditempuh dengan bertelanjang kaki. Saat ini Dahlan Iskan dikenal sebagai penguasa yang sukses melalui bisnis media, hotel, real estate. Pengusaha Ciputra mengalami masa sulit sejak kecil telah ditinggal ayahnya hingga harus merantau untuk menempuh pendidikan di Jawa. Bagi orang yang bermental wirausaha, hidup dalam kesulitan bukanlah akhir dari kehidupan tetapi justru menjadi pemicu untuk menjadi lebih baik di masa depannya. Saat ini bisnis Ciputra meliputi mall, hotel yang banyak ditemukan dan banyak perusahaan lainnya. Mereka terlahir dengan keterbatasan secara ekonomi tetap memiliki semangat juang yang luar biasa untuk mewujudkan impian memiliki kualitas hidup yang lebih baik dengan kerja keras pantang menyerah. Dari paparan diatas bahwa minat berwirausaha tidak selalu merupakan bawaan sejak lahir, tetapi dapat ditumbuhkan dengan pendidikan dan pelatihan.

TINJAUAN PUSTAKA

Menjadi seorang pebisnis harus jeli dalam melihat peluang yang ada di sekitar kehidupan atau lingkungan, sehingga akan bisa ditangkap suatu peluang dalam menekuni suatu bisnis. Kejelian dalam melihat peluang yang ada harus diasah secara kreatif sehingga akan menemukan hal-hal yang

berpotensi untuk dikembangkan. Peluang yang dilihat oleh wirausaha yang kemudian diikuti terbentuknya suatu organisasi dalam memanfaatkan peluang yang ada (Alma, 2013).

Kewirausahaan

Berkaitan dengan berwirausaha, pada kegiatan secara fungsi, tindakan, pemanfaatan peluang yang berproses secara dinamis bagi kemakmuran yang diciptakan oleh individu wirausaha memiliki konsekuensi menanggung resiko, mengalokasikan waktu dalam menyediakan produk dan jasa (Alma, 2013). Menjadi wirausaha tidak terlepas dari resiko bisnis yang dihadapi. Hal ini berbeda jika seseorang menjadi karyawan di perusahaan. Jika menjadi karyawan maka setiap bulan gaji tetap sudah dapat diprediksi berapa yang akan diterima karena jumlahnya relatif tetap dan waktu yang pasti. Jika menjadi seorang wirausaha, maka beban atas keberlangsungan hidup organisasi berada pada tanggung jawabnya. Tanggung jawab besar terhadap stake holder yang harus dipenuhi. Menjadi wirausaha bisa dilakukan dengan *learning by doing*, dengan bermodal tekad dan semangat yang kuat dalam mengambil resiko bisnis. Wirausaha adalah seorang yang terampil dalam melihat serta memanfaatkan peluang untuk mengembangkan bisnisnya dengan tujuan peningkatan taraf kehidupannya. Perusahaan yang dikelola dengan melihat peluang yang ada memiliki rasio pertumbuhan yang tinggi (Basco, 2019)

Menjadi wirausahawan dibutuhkan kreatifitas yang tinggi dan inovasi yang terus menerus. Kreatifitas akan membuat peluang-peluang yang dapat dikerjakan yang belum disentuh oleh perusahaan pada industry sejenis atau adanya potensi pasar yang belum terlayani oleh perusahaan lain. Sedangkan inovasi dibutuhkan untuk lincah dalam melihat peluang bisnis sehingga produk atau layanan jasa terlihat berbeda dan unik dibandingkan perusahaan sejenis.

Dengan bekerja secara kreatif dan inovatif, maka pertumbuhan usaha akan dapat bertahan dan berkembang untuk terus melakukan adaptasi dengan lingkungan sekitar.

Pengetahuan Berwirausaha

Minat berwirausaha tumbuh karena pengetahuan dan informasi mengenai kewirausahaan yang kemudian berlanjut pada tindakan untuk berpartisipasi secara langsung dengan tujuan mencari pengalaman dan akhirnya muncul keinginan untuk lebih memperhatikan pengalaman yang didapatkan tersebut. Adanya perasaan senang dan keinginan untuk terlibat langsung dalam kegiatan yang mengandung resiko, menjalankan usaha atau bisnis sendiri melalui pemanfaatan peluang bisnis yang ada, dan menciptakan usaha baru dengan inovatif. Minat berwirausaha harus diasah dan dikembangkan.

Beberapa hal yang mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu a) pendidikan merupakan sebuah proses terjadinya perubahan perilaku menjadi manusia yang cerdas melalui pengajaran dan pelatihan (Wennekeers dkk, 2012); b) pekerjaan merupakan lingkungan dimana seseorang mendapat pengalaman (Decker dkk, 2014) dan tambahan pengetahuan secara langsung maupun tidak langsung; c) pengalaman merupakan peristiwa yang dialami seseorang dalam melakukan interaksi dengan lingkungannya (Basco, 2019); d) usia (Basco, 2019) berperan dalam perubahan aspek psikologis dan kejiwaan dengan bertambahnya usia semakin dewasa dan matang dalam melakukan tindakan; e) kebudayaan memberikan pengaruh besar pada terbentuknya perilaku dan cara berpikir seseorang (Discua dkk, 2012) ; f) minat yaitu bentuk ketertarikan atau keinginan terhadap sesuatu (Crespo dkk, 2019) yang mendorong seseorang menekuni dan mencoba suatu hal dalam memperoleh pengetahuan secara mendalam; g) paparan informasi (Basco, 2019) yaitu sebagai bentuk

teknik dalam mengumpulkan, menyimpan, menyiapkan, memanipulasi, melakukan analisa, mengumumkan serta menyebarkan informasi berdasarkan tujuan tertentu yang diperoleh dari media elektronik dan media cetak; h) media merupakan sarana yang dideasin secara khusus agar dapat menjangkau masyarakat luas seperti radio, televisi, koran, majalah dan internet. Tumbuhnya minat berwirausaha karena adanya wawasan pengetahuan serta informasi tentang kewirausahaan yang selanjutnya berpartisipasi secara langsung mencari pengalaman sehingga timbul keinginan untuk lebih focus pada pengalaman yang telah ditemukan tersebut.

H₁: Pengetahuan berpengaruh terhadap *self efficacy*

Motivasi

Terdapat hubungan pengaruh positif antara motivasi dan minat berwirausaha (Owoseni, & Olakitan, O. 2014). Motivasi berdasar sumbernya adalah motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik (Dimiyati dan Mudjiono, 2006). Motivasi intrinsik adalah dorongan yang muncul pada seseorang yang berasal dari dalam diri individu sehingga yang bersangkutan terlibat dalam suatu kegiatan. Motivasi intrinsik meliputi

- a. Kebutuhan yaitu seseorang melaksanakan kegiatan karena adanya faktor kebutuhan secara biologis ataupun psikologis.
- b. Harapan merupakan motivasi adanya harapan kesuksesan atau keberhasilan yang bersifat pemuasan diri seseorang, keberhasilan yang dicapai akan meningkatkan harga diri.
- c. Minat merupakan kondisi senang atau suka, menginginkan sesuatu yang tanpa disuruh kegiatan tersebut dilakukan karena kegiatan itu disukai.

Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah dorongan yang berasal dari luar individu yang mengakibatkan individu tersebut mengambil bagian dari kegiatan

tersebut. (Basrowi, 2014). Faktor-faktor tersebut adalah dorongan keluarga, dorongan lingkungan serta imbalan yang diharapkan.

H₂ : Motivasi berpengaruh terhadap *self efficacy*

Self Efficacy

Self efficacy adalah penelian terhadap diri sendiri dalam menjalankan perilaku tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Ormrod, 2008). *Self efficacy* merupakan keyakinan dapat mengendalikan atau menguasai situasi serta menghasilkan hasil yang bermanfaat dan bernilai positif (Laura, 2010). *Self efficacy* pada remaja memiliki pengaruh positif terhadap minat wirausaha (Ayodele, 2013). *Self efficacy* juga merupakan predictor yang baik terhadap minat usaha (Oyeku, et al., 2014). Konsep *self efficacy* adalah keyakinan atas kemampuan yang dimiliki untuk melakukan dan mengatur berbagai rangkaian tindakan untuk mencapai apa yang diinginkan (Bandura, 1997). *Self efficacy* berkaitan dengan keyakinan yang kuat atau kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya dalam menghadapi dan menyelesaikan tugas-tugas yang menjadi tanggung jawabnya, mampu mengatasi rintangan serta mencapai tujuan dengan nilai yang memuaskan. Keyakinan tersebut meliputi percaya diri, mampu melakukan adaptasi, memiliki kapasitas kognitif dan bertindak pada situasi yang penuh tekanan sekalipun (Bandura, 1997).

Self efficacy merupakan keyakinan individu atau seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk mengatur serta melaksanakan tugas dengan efisien dan efektif untuk mencapai tujuan tertentu dan memiliki keyakinan yang kuat untuk menghadapi resiko dan tantangan serta mampu melakukan prediksi usaha yang dibutuhkan untuk mencapai hal tersebut. Jika seseorang tidak percaya akan kemampuannya sendiri maka sangat kecil kemungkinan orang tersebut berminat menjadi wirausaha.

H₃: *Self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha

Minat Berwirausaha

Minat wirausaha adalah suatu gejala psikis dalam memusatkan perhatian dan melakukan perbuatan terhadap wirausaha dengan perasaan antusias dan senang karena mendapatkan manfaat bagi dirinya (Basco, 2019). Minat wirausaha juga dapat didefinisikan pemusatan pada usaha wirausaha karena suka disertai keinginan yang kuat untuk mempelajari dan mengetahui lebih lanjut terhadap kegiatan wirausaha (Mustofa, 2014). Minat usaha dapat diukur dengan dengan beberapa indicator menurut Bhandari (2007) sebagai berikut

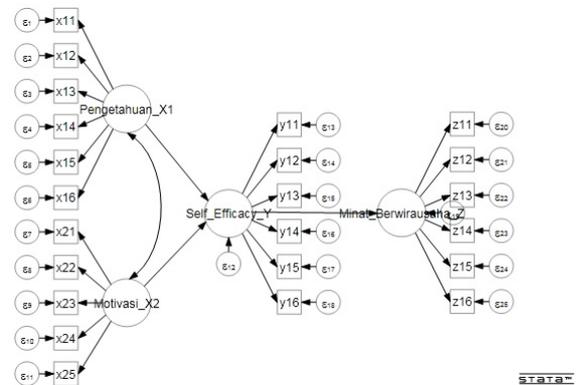
1. Prestis sosial adalah perasaan menghargai diri sendiri karena keberadaannya diakui oleh masyarakat dan lingkungan sehingga menaikkan derajat.
2. Tantangan pribadi adalah pembuktian kemampuan kepada diri sendiri untuk belajar dan mencoba hal baru.
3. Menjadi bos adalah keinginan menjadi bos dengan mendirikan usaha sendiri.
4. Inovasi adalah menciptakan hal baru atau mengembangkan sesuatu yang sudah ada untuk terlihat berbeda dari yang lain.
5. Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi orang lain agar tercapai tujuan organisasi.
6. Fleksibilitas adalah kelonggaran mengatur dan memiliki usaha sendiri.
7. Keuntungan adalah laba (Bellavitis dkk, 2017) yang dihasilkan dari usaha sendiri.

Generasi Milenial

Generasi millennial atau disebut juga generasi Y (Lancaster dan stillman, 2002). Salah satu karakteristik generasi millennial adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming, dimana generasi ini banyak menggunakan digital teknologi seperti media sosial

seperti facebook, line, instagram dan twitter dan lain lain . Generasi ini lahir antara tahun 1980-2000 disaat terjadi kemajuan tehnologi yang pesat, sehingga terbiasa menggunakan tehnologi lebih dini dibanding generasi sebelumnya. Generasi ini diperkirakan berusia antara 20-40 tahun. Karakteristik lainnya adalah memiliki pola pikir, memiliki mobilitas tinggi, cenderung kurang sabar serta memiliki jiwa petualang.

Pada generasi millennial pendidikan adalah suatu hal yang penting serta memiliki kecenderungan secara cepat menyerap banyak hal dan tepat dalam mengakomodasi kebutuhannya. Generasi millennial saat ini memasuki masa produktifnya yaitu pada kondisi usia yang dianggap berada pada usia produktif dengan tingkat kebebasan kemandirian dalam menentukan pilihan. Kemajuan tehnologi digital yang sedemikian pesat mempengaruhi perilaku generasi ini dibanding pada generasi sebelumnya (Anantatmula dan Shrivastas, 2012)



Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Dalam study ini memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana minat berwirausaha pada generasi milenial yang telah menyelesaikan studi strata satu (S1) yang dilihat dari pengaruh pengetahuan dan motivasi dalam berwirausaha yang diperkuat dengan adanya *self efficacy*. Pendekatan yang

digunakan adalah dengan metode kuantitatif confirmatory factors analysis dengan membangun structure model Structural Equation Model (Sarjono dan Julianita, 2011; Hair dkk, 2014) pada kerangka konsep penelitian ini.

Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah bentuk generalisasi dari subyek atau obyek yang memiliki karakteristik yang menjadi persyaratan dalam penelitian untuk selanjutnya diambil kesimpulan (Malhotra, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial dengan usia rentang 25 tahun – 40 tahun . Untuk sample penelitian adalah generasi millennial dengan pendidikan minimal minima strata satu (S1) sebanyak 291 orang. Pengambilan sampe dilakukan dengan probabilitas random sample dengan karakteristik yang telah ditentukan.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk data primer telah disebarkan kuisisioner kepada responden dengan kriteria yang telah ditentukan dalam study ini sedangkan untuk data sekunder diperoleh dari berbagai kajian literature, penelitian terdahulu, jurnal dan juga media online.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada 2 variabel yaitu variable eksogen dan variable endogen, yang terdiri dari dari pengetahuan (X1) dan motivasi (X2) sedangkan variable endogen intervening adalah *self efficacy* (Y) dan variable endogen tergantung adalah minat wirausaha.

Definisi Operasional Penelitian

Variabel penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan (X1) adalah hasil dari tahu tentang kewirausahaan yang terjadi setelah individu melakukan penginderaan terhadap obyek atau subyek tertentu

dan menimbulkan kesan dalam pikiran yang diukur melalui enam indicator yaitu pendidikan (x11), pekerjaan (x12), pengalaman (x13), kebudayaan (x14), paparan informasi (x15), media (x16)

2. Variabel motivasi (X2) adalah dorongan yang timbul untuk melakukan wirausaha yang diukur dengan lima indicator yaitu kebutuhan (x21), harapan (x22), kemandirian (x23), dorongan keluarga (x24), dorongan lingkungan (x25)

3. Variabel *self efficacy* (Y) adalah kepercayaan individu akan kemampuannya untuk sukses dalam berwirausaha, yang diukur melalui enam indicator yaitu kepercayaan diri (y11), mampu beradaptasi (y12), memiliki kapasitas kognitif (y13), memiliki kecerdasan (y14), kemampuan bertindak (y15), kemampuan mengatasi tekanan (y16)

4. Variabel minat berwirausaha (Z) adalah keinginan yang tumbuh untuk berwirausaha atau menjalankan bisnis sendiri yang diukur dengan enam indicator yaitu prestis sosial (z11), tantangan pribadi (z12), inovasi (z13), kepemimpinan (z14), fleksibilitas (z15), keuntungan (z16)

HASIL

Uji Instrumen

Sejumlah kuisisioner yang disebarkan mendapat umpan balik berupa jawaban yang bisa dipergunakan sebagai sample adalah 291 responden. Penilaian kuisisioner pada setiap item pernyataan dilakukan dengan menggunakan Skala Likert dari internal 1 sampai dengan 9, yang berarti 1 adalah sangat tidak setuju sedangkan 9 berarti sangat setuju. Untuk itu sebelum kuisisioner disebarkan kepada responden, diuji cobakan kepada sepuluh orang responden untuk mendapat tanggapan. Beberapa kalimat pernyataan yang tidak dipahami oleh responden harus dilakukan penyesuaian

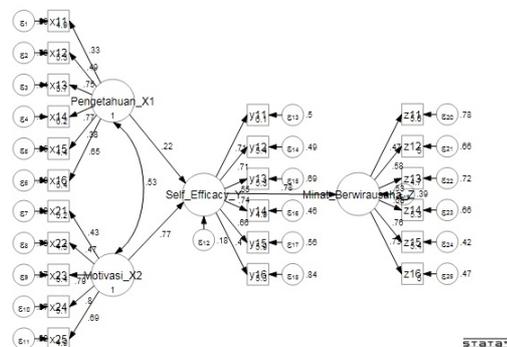
agar pesan dari pernyataan bisa tersampaikan untuk digunakan sebagai alat instrument penelitian.

Tabel 1. Hasil Tes Validitas dan Reliabilitas

Item	Obs	Sign	item-test correlation
x11	291	+	0.3768
x12	291	+	0.4611
x13	291	+	0.6415
x14	291	+	0.6431
x15	291	+	0.3713
x16	291	+	0.5381
x21	291	+	0.5590
x22	291	+	0.5831
x23	291	+	0.6611
x24	291	+	0.6340
x25	291	+	0.6369
y11	291	+	0.6222
y12	291	+	0.6260
y13	291	+	0.5080
y14	291	+	0.6515
y15	291	+	0.6038
y16	291	+	0.5275
z11	291	+	0.5503
z12	291	+	0.6048
z13	291	+	0.5242
z14	291	+	0.5567
z15	291	+	0.6541
z16	291	+	0.6486
Test scale			

Sumber: Data diolah, 2020

Dengan degree of freedom $df = n - 2$ dengan n banyaknya sample dengan tingkat signifikan 5% maka diperoleh r tabel adalah sebesar 0.113 dan untuk semua item pernyataan sejumlah 23 dalam kuisioner memiliki nilai hitung diatas 0.113 sehingga dapat disimpulkan semua item pernyataan adalah valid dan reliable. Demikian pula nilai Cronbach Alpha sebesar 0.9071 yang lebih besar dari 0.70.



Sumber : Data diolah, 2020

Gambar 2. Hasil Structural Equation Modeling

Pada variable pengetahuan X1 memiliki indicator yang semuanya memiliki nilai z diatas 1.96 dan mempunyai nilai loading faktor yang kuat yaitu x12, x13, x14 dan x16. Untuk variable motivasi X2 memiliki indicator dengan nilai z diatas 1.96 dan memiliki nilai loading faktor yang kuat yaitu x21, x22, x23, x24 dan x25. Sementara variable *self efficacy* (Y) memiliki indicator dengan nilai z diatas 1.96 dan mempunyai nilai loading faktor yang kuat yaitu y11, y12, y13, y14, y15 dan y16. Pada variable minat usaha Z mempunyai indicator yang semuanya memiliki nilai z diatas 1.96 dan mempunyai nilai loading faktor yang kuat yaitu z11, z12, z13, z14, z15 dan z16.

Tabel 2. Hasil Confirmatory Factor Loadings

Konstru	Indikator	Loading	z	Ket.
Pengetahuan (X1)	x11	0.33	5.59	Sig.
	x12	0.49	9.36	Sig.
	x13	0.75	21.26	Sig.
	x14	0.77	22.92	Sig.
	x15	0.38	6.75	Sig.
	x16	0.65	15.61	Sig.
Motivasi (X2)	x21	0.43	7.94	Sig.
	x22	0.47	9.24	Sig.
	x23	0.79	27.32	Sig.
	x24	0.79	27.39	Sig.
	x25	0.69	19.24	Sig.
Self Efficacy (Y)	y11	0.71	20.89	Sig.
	y12	0.71	21.23	Sig.
	y13	0.55	12.27	Sig.
	y14	0.73	23.37	Sig.
	y15	0.66	17.63	Sig.
	y16	0.40	7.35	Sig.
Minat Berwirausaha (Z)	z11	0.47	9.10	Sig.
	z12	0.58	12.95	Sig.
	z13	0.53	11.10	Sig.
	z14	0.58	12.91	Sig.
	z15	0.76	23.14	Sig.
	z16	0.73	21.07	Sig.

Sumber : Data diolah, 2020

Untuk semua indicator yang digunakan dalam variable eksogen dan endogen semua bernilai z diatas 1.96 sehingga dapat dikatakan valid. Untuk yang memiliki loading faktor dibawah 0.4 tidak akan digunakan dalam menyusun strktur model secara penuh, sehingga

untuk indicator x11 dan x15 tidak dipergunakan untuk membangun model.

Tabel 3. Kesimpulan Hipotesis

	Hipotesis	Hasil Uji (Indeks z dan P)
H ₁	Pengetahuan berpengaruh terhadap <i>self efficacy</i>	Diterima (z: 3.98 dan P: 0.00)
H ₂	Motivasi berpengaruh terhadap <i>self efficacy</i>	Diterima (z: 15.93 dan P: 0.00)
H ₃	<i>Self efficacy</i> berpengaruh terhadap minat berwirausaha	Diterima (z: 21.10 dan P: 0.00)

Sumber: Data diolah, 2020

Pengetahuan (X1) berpengaruh positif terhadap *self efficacy* (Y) yang berarti hipotesa penelitian H₁ : Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap *self efficacy* diterima. Motivasi (X2) juga memiliki pengaruh positif terhadap *self efficacy* (Y) yang berarti hipotesa penelitian H₂ : Motivasi memiliki pengaruh terhadap *self efficacy* diterima. Demikian pula *self efficacy* (Y) berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha yang berarti hipotesa H₃ : *Self efficacy* memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha juga diterima.

Kesesuaian model yang dibangun dalam *Structural Equation Model* dalam uji *goodness of fit* adalah sebagai berikut

Tabel 4. Kesesuaian Model

Kriteria	Nilai	Hasil	Keterangan
RMSEA	≤ 0.08	0.08	Good
CFI	≥ 0.90	0.80	Marginal Fit
TLI	≥ 0.90	0.80	Marginal Fit
SRMR	≤ 0.08	0.08	Good

Sumber: Data diolah, 2020

Pembahasan

Semangat yang kuat karena adanya keinginan untuk meningkatkan kualitas hidupnya menjadi suatu penggerak dalam melakukan usahanya. Jatuh dan bangkit kembali adalah hal yang harus siap dihadapi oleh wirausaha. Jatuh dan bangkit, sekali jatuh maka bangkitnya harus berkali-kali. Kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, sikap dan

kemampuan dalam menangani kegiatan atau usaha pada upaya melakukan pencarian, menciptakan dalam menerapkan cara kerja serta teknologi serta produk baru yang lebih efisien untuk memberika pelayanan yang berkualitas serta memperoleh keuntungan besar. Pengetahuan berwirausaha salah satunya dapat diperoleh melalui pendidikan kewirausahaan yang merupakan bimbingan yang diberikan dengan tujuan untuk mengubah sikap, perilaku dan pola pikir seseorang agar tumbuh minat untuk menjadi wirausaha. Pendidikan kewirausahaan dapat pula diperoleh melalui bangku pendidikan dan pelatihan dalam bentuk seminar wirausaha, praktik berwirausaha, work shop yang menghadirkan nara sumber yang telah sukses sehingga dapat memotivasi seseorang untuk melakukan hal yang sama. Dengan tingginya minat untuk berwirausaha akan melahirkan pengusaha atau *entrepreneur* yang memiliki inovasi dan kreativitas secara berkelanjutan dalam berbagai bidang industri. Menjadi wirausaha membuat terciptanya suatu lapangan kerja bagi masyarakat yang secara langsung membantu program pemerintah dalam mengatasi pengangguran. Seorang wirausaha bermanfaat bagi masyarakat sekitar yang dapat menaikkan status ekonomi dan status sosial, berdaya terhadap diri sendiri dan kepada orang lain. Motivasi berpengaruh terhadap *self efficacy* yang artinya jika seorang individu senang atau tertarik pada suatu hal maka itu merupakan energy dan semangat untuk mencari tahu lebih jauh dan lebih dalam mengenai kewirausahaan. Hal tersebut akan menambah wawasan dan selanjutnya hal tersebut akan menambah *self efficacy*. Keyakinan yang kuat bahwa individu mampu untuk melaksanakan apa yang disukai sekaligus menjalankan tanggung jawab merupakan modal untuk percaya diri membangun bisnis yang mandiri. Dengan segenap pemahaman atas kemampuan diri sendiri menghadapi tantangan merupakan hal yang

dibutuhkan untuk membangun mental sebagai pengusaha. Sekali jatuh, maka akan bangkit berkali-kali.

KESIMPULAN

Penelitian ini diharapkan menumbuhkan minat bagi generasi millennial untuk berwirausaha sehingga mampu membuka lapangan kerja bagi dirinya sendiri dan masyarakat sehingga tercipta kesejahteraan ekonomi dan kesejahteraan sosial yang pada akhirnya mampu meningkatkan kualitas hidup bagi dirinya, keluarga, dan masyarakat. Menjadi wirausaha bukanlah selalu karena warisan tetapi bisa dilakukan apabila ada minat yang kuat. Banyak wirausaha yang sukses yang berasal dari kondisi yang jauh dari mapan dengan keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Membangun *self efficacy* akan memperkuat minat seseorang dalam berwirausaha karena berbekal keyakinan akan kemampuan diri sendiri yang kuat. Menjadi pengusaha yang sukses menjalankan bisnis tentunya tidak dibangun dalam waktu hitungan hari. Semua berproses dalam menghadapi peluang dan tantangan yang ada pada industry yang dijalani.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, B. 2013. *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.
- Bandura, Albert. 1997. *Self Efficacy. The Exercise of Control*. New York. W.H. Froeman and Company
- Birch, D.L. (1987), *Job Creation in America: How our Smallest Companies Put the Most People to Work*, The Free Press, New York, NY.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010), *Multivariate Data Analysis*, 7th ed., Pearson, Upper Saddle River, NJ.
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). *When Generations Collide: Who*

They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work. New York: Harper Collins

- Laura, K. 2010. *Psikologi Umum*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Malhotra, N. K. (2014). *Marketing Research: An Applied Orientation*, 6/E. Publisher: Prentice Hall.
- Ormrod, J. E. 2008. *Psikologi Pendidikan Membantu Siswa Tumbuh dan Berkembang*. Jakarta: Erlangga.
- Sarjono, H., dan Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Thornton, P.H., Ocasio, W. and Lounsbury, M. (2012), *The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure, and Process*, OUP, Oxford.
- Zimmere, Scarborough and Wilson, D. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*, 5th Edition. Pearson

Jurnal

- Ács, Z.J. and Varga, A. (2005), "Entrepreneurship, agglomeration and technological change", *Small Business Economics*, Vol. 24 No. 3, pp. 323-334.
- Anantatmula, V.S. & B. Shrivastav. (2012). "Evolution of Project Teams for Generation Y Workforce" in *International Journal of Managing Projects in Business*, Volume 51, pp.9-26, doi: 10.1108/17538371211192874.
- Ayodele, Kolawole Olanrewaju. 2013. *Demographic, Entrepreneurial Self efficacy and Locus of Control as Determinants of Adolescents Entrepreneurial Intention in Ogun State, Nigeria*. *European Journal of Business*

- and Social Sciences*, 1(12): 59-67.
- Basco, R., (2019) "What kind of firm do you owner-manage? An institutional logics perspective of individuals' reasons for becoming an entrepreneur", *Journal of Family Business Management*, <https://doi.org/10.1108/JFBM-09-2018-0032>
- Bellavitis, C., Filatotchev, I., Kamuriwo, D.S. and Vanacker, T. (2017), "Entrepreneurial finance: new frontiers of research and practice", *Venture Capital*, Vol. 19 Nos 1-2, pp. 1-16.
- Bhandari, Narendra C, 2006. "Intention For Entrepreneurship Among Students In India". *Journal Entrepreneurship* Volume 15(2) hal 169-171
- Crespo, N.F , Belchior, R., Costa, E.B. (2018) "Exploring individual differences in the relationship between entrepreneurial self-efficacy and intentions: Evidence from Angola", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2017-0105>
- Decker, R., Haltiwanger, J., Ron, J. and Miranda, J. (2014), "The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism", *The Journal of Economic Perspectives*, Vol. 28 No. 3, pp. 3-24.
- Discua Cruz, A., Hamilton, E. and Jack, S.L. (2012), "Understanding entrepreneurial cultures in family businesses: a study of family entrepreneurial teams in Honduras", *Journal of Family Business Strategy*, Vol. 3 No. 3, pp. 147-161.
- Kantola, J. and Kautonen, T. (2008), "The impact of a necessity-based start-up on entrepreneurial satisfaction: a preliminary investigation", in Gillin, M.L. (Ed.), *AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Swinburne University of Technology, Melbourne.
- Owoseni, & Olakitan, O. 2014. "The Influence of Some Personality Factors on Entrepreneurial Intentions". *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 5 No. 1.
- Oyeku, O. M., Oduyoye, O. O., Kabouh, M., Elemo, G. N., Karimu, F. A., & Akindoju A. F. 2014. "On Entrepreneurial Self Efficacy and Entrepreneurial Success: A Conceptual and Theoretical Framework". *European Journal of Business and Management*, Vol. 6. No. 26.
- Wennekers, S., Uhlaner, L.M. and Thurik, R. (2002), "Entrepreneurship and its conditions: a macro perspective", *International Journal of Entrepreneurship Education*, Vol. 1 No. 1, pp. 25-65.
- Wong, P., Ho, Y. and Autio, E. (2005), "Entrepreneurship, innovation and economic growth: evidence from GEM data", *Small Business Economics*, Vol. 24 No. 3, pp. 335-350.
- Internet
<https://www.merdeka.com/uang/5-orang-terkaya-indonesia-yang-saat-kecil-hidupnya-miskin.html>
<https://www.bps.go.id/subject/12/kependudukan.html#subjekViewTab3>
<https://lifestyle.bisnis.com/read/20190618/219/934994/milenial-bekerja-dan-wirausaha>
<https://www.kompasiana.com/anggitsusy/5c23a22dbde57555b932d2c5/dorong-generasi-millennial-bagi-kewirausahaan-sosial?page=all>