

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Persepsi Keinginan

2.1.1.1 Definisi Persepsi Keinginan

Linan dan Cohard (2011:198) mengungkapkan bahwa persepsi keinginan, yaitu tingkat ketertarikan seseorang terhadap suatu perilaku, dipengaruhi oleh sikapnya dalam melihat perilaku tersebut (personal attitude). Jika pandangannya positif, individu akan cenderung tertarik untuk berwirausaha, namun jika pandangannya negatif, individu tidak akan tertarik untuk berwirausaha. Selain itu, persepsi terhadap norma sosial (perceived social norm) juga memainkan peran penting, seperti dukungan dari keluarga, teman, masyarakat, atau sosok panutan yang dianggap penting dalam memandang kewirausahaan.

Persepsi Keinginan adalah bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (Darmanto Susetyo, 2013:385)

Menurut penelitian Bui et al. (2020), daya tarik seseorang terhadap kegiatan berwirausaha didukung oleh konsep Persepsi Keinginan, yang telah didefinisikan oleh Saadin dan Daskin (2015) dalam Otache et al. (2021) sebagai sejauh mana seseorang menganggap bahwa berwirausaha merupakan kegiatan yang menarik. Lebih lanjut, daya tarik pribadi ini dipengaruhi oleh sikap, nilai, dan persepsi masing-masing individu, sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian yang sama oleh Bui et al. (2020).

Bias ini mencerminkan sikap kewirausahaan individu yang menginginkan terwujudnya suatu usaha atau tingkat keinginan seseorang dalam menilai hasil yang dapat memberikan keuntungan atau kerugian dari aktivitas kewirausahaan.

Persepsi Keinginan menggambarkan perasaan ketertarikan individu terhadap penciptaan dan pengelolaan usaha, dan definisinya juga diberikan oleh Boukamcha (2015) dalam Otache et al. (2021), yang menjelaskan bahwa ini mencerminkan tingkat daya tarik seseorang terhadap mendirikan suatu usaha. Dengan demikian, Persepsi Keinginan dapat diartikan sebagai dampak atau pengaruh yang dimiliki oleh individu terhadap konsep kewirausahaan, dan sejauh mana mereka memandang memiliki bisnis sebagai sesuatu yang menarik, sesuai dengan pandangan yang diuraikan oleh Saadin dan Daskin (2015). Dengan kata lain, Persepsi Keinginan dapat dianggap sebagai faktor psikologis yang memotivasi individu untuk merasa tertarik dan terinspirasi untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan.

Persepsi Keinginan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti sikap, nilai, dan perasaan individu, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti budaya, lingkungan teman, dan dukungan dari keluarga, sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian Otache et al. (2021). Jika individu memiliki pandangan positif terhadap wirausaha, maka dia akan merasa tertarik untuk terlibat dalam kegiatan tersebut. Sebaliknya, jika pandangannya negatif, individu mungkin tidak tertarik untuk berwirausaha.

Berdasarkan penelitian Bui et al. (2020) dan konsep Persepsi Keinginan, dapat disimpulkan bahwa daya tarik seseorang terhadap kegiatan berwirausaha

dipengaruhi oleh pandangan positif mereka terhadap kegiatan tersebut. Persepsi Keinginan, yang didefinisikan oleh Saadin dan Daskin (2015) serta Boukamcha (2015), mencerminkan sejauh mana seseorang menganggap berwirausaha sebagai kegiatan yang menarik, dan hal ini menjadi faktor psikologis yang memotivasi individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Daya tarik pribadi ini dipengaruhi oleh sikap, nilai, dan persepsi individu, menciptakan suatu siklus di mana pandangan positif terhadap wirausaha dapat meningkatkan Persepsi Keinginan. Selain itu, faktor eksternal seperti budaya, teman, dan dukungan keluarga juga memainkan peran penting dalam membentuk Persepsi Keinginan. Jika individu memiliki pandangan positif terhadap wirausaha, mereka cenderung merasa tertarik untuk terlibat dalam kegiatan tersebut, sedangkan pandangan negatif dapat mengurangi ketertarikan individu untuk berwirausaha.

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Keinginan

Meneliti konsep persepsi keinginan menggunakan data pada keluarga, kelompok sebaya, kelompok etnis, konteks pendidikan dan pengusaha professional.

Dalam hal lingkungan keluarga, penelitian menunjukkan bahwa peran utama dalam membentuk keinginan dan kredibilitas individu terhadap kewirausahaan terletak pada anggota keluarga, terutama ayah atau ibu. Secara sejajar, jika suatu budaya memiliki jumlah dan variasi pengusaha yang signifikan, maka peluang individu-individu di dalam budaya tersebut untuk terlibat dalam usaha menjadi lebih besar.

Dalam hal teman sebaya, Buchari Alma (2013:7) menegaskan bahwa teman sebaya memiliki peran signifikan sebagai faktor pendorong dalam meningkatkan

minat seseorang terhadap wirausaha. Dalam konteks ini, dorongan untuk mengembangkan jiwa wirausaha dapat muncul dari interaksi dengan teman sejawat, lingkungan keluarga, dan sahabat, di mana individu dapat berdiskusi mengenai ide-ide wirausaha, serta membagikan pengalaman dan mencari solusi untuk mengatasi berbagai masalah. Alma menekankan bahwa teman-teman sebaya seringkali menjadi sumber ide yang berharga dalam konteks pengembangan jiwa wirausaha.

Dalam konteks pendidikan, Pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang wirausahawan (entrepreneur) sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir (Said Zulkifli., 2018).

Dalam konteks kelompok etnis, Kelompok etnis merujuk pada sekelompok orang yang memiliki ikatan bersama berdasarkan asal usul, budaya, bahasa, atau sejarah yang sama. Dalam konteks penelitian, kelompok etnis dapat mempengaruhi persepsi keinginan berwirausaha melalui nilai budaya, etika kerja, sistem nilai universal, pengaruh lingkungan keluarga, dan pendidikan kewirausahaan. Nilai-nilai budaya, norma, dan sistem nilai yang dianut oleh kelompok etnis tertentu dapat memengaruhi keinginan dan sikap anggotanya terhadap berwirausaha. Selain itu, pengaruh lingkungan keluarga dan pendidikan kewirausahaan juga dapat memainkan peran penting dalam membentuk persepsi keinginan berwirausaha di kalangan kelompok etnis.

Dalam konteks pengusaha profesional, Pengusaha profesional merujuk kepada individu yang menjalankan usaha atau bisnis dengan pendekatan yang lebih terstruktur, terorganisir, dan seringkali didukung oleh pendidikan formal atau

pengalaman kerja yang relevan. Mereka cenderung mengelola bisnis mereka dengan standar profesionalisme tinggi, memperhatikan etika bisnis, dan sering kali memiliki pengetahuan yang mendalam dalam bidang usaha atau industri tempat mereka beroperasi. Pengusaha profesional juga dapat memiliki keterampilan manajerial dan kepemimpinan yang kuat, serta mungkin terlibat dalam pengembangan diri dan pendidikan lanjutan untuk meningkatkan kualitas bisnis mereka.

Dari teori yang disampaikan diatas, temuan menunjukkan bahwa lingkungan keluarga, terutama peran ayah atau ibu, memiliki dampak signifikan terhadap pembentukan keinginan dan kredibilitas individu terhadap kewirausahaan. Keberadaan teman sebaya juga diakui sebagai faktor pendorong utama untuk meningkatkan niat berwirausaha. Kesimpulannya, persepsi keinginan berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk lingkungan keluarga, teman sebaya, pendidikan, kelompok etnis, dan pendekatan profesional dalam berwirausaha.

2.1.1.3 Indikator Persepsi Keinginan

Tabel 2. 1
Indikator Persepsi Keinginan

No	Penulis	Indikator
1	Padi, A., Ansah, W. O., & Mahmoud, M. A. (2022)	1. Intrinsic motivations 2. extrinsic motivations.
2	Linan dan Cohard (2011:198) dalam Gian (2016)	1. Personal Attitude 2. Subjective Norm
3	(Darmanto Susetyo 2013)	1. Memulai usaha adalah hal yang menarik 2. Pandangan yang serius dalam memulai usaha 3. Pandangan positif tentang pengembangan usaha

Pada tabel 2.1 ada banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur

motif Persepsi Keinginan. Linan dan Cohard (2011:198) dalam Lindawati (2014) menyatakan bahwa indikator Persepsi Keinginan dapat diukur berdasarkan:

1. **Personal Attitude** Personal attitude adalah sikap individu, baik negatif maupun positif, terhadap kewirausahaan yang dapat mempengaruhi minat individu tersebut dalam berwirausaha.
2. **Subjective Social Norm** Norma subjektif adalah bagaimana norma-norma di sekitar individu, seperti peran gender, keluarga, teman sebaya, dan pengalaman pribadi, dapat mempengaruhi minat individu dalam berwirausaha. Dalam hipotesis penelitian Muhammad Iffan (2018:225), dinyatakan bahwa intensi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap norma subjektif. Penelitian ini melihat norma subjektif sebagai dimensi dalam motivasi wirausaha yang mempengaruhi niat kewirausahaan jangka pendek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat kewirausahaan jangka pendek, baik secara parsial maupun simultan.

2.1.2 Persepsi Kelayakan

2.1.2.1 Definisi Persepsi Kelayakan

Kelayakan merupakan langkah yang mendasar dan meluas ketika belum dilakukan penilaian mengenai kelayakan suatu tindakan. Persepsi kelayakan mencerminkan sejauh mana keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menghimpun sumber daya (baik manusia, sosial, atau finansial) guna mendirikan usaha baru, seperti yang diungkapkan oleh Susetyo (2013).

Persepsi Kelayakan merujuk pada Kelayakan yang dirasakan: Dalam

konteks kewirausahaan, Kelayakan yang Dirasakan mengacu pada sikap individu terhadap kelayakan perilaku spesifik yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini juga mencerminkan sikap mengenai potensi yang dimiliki seseorang dalam berbisnis dalam bentuk kompetensi [5] yang dimilikinya sejalan dengan teori Azjen (Vivek Ranga, Shweta Jain 2019)

Dedy Purwana et al. (2016: 278) menyebutnya dengan istilah lain, yaitu persepsi tentang kelayakan, yang mengacu pada sejauh mana individu merasakan kemampuan atau kapabilitas mereka dalam mengelola suatu usaha.

Dari teori diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa Persepsi Kelayakan, merupakan langkah mendasar yang meluas sebelum penilaian kelayakan suatu tindakan. Ini mencerminkan pandangan individu terhadap kemampuannya untuk menghimpun sumber daya dan mendirikan usaha baru. Keterkaitan erat antara persepsi keinginan dan kelayakan, menunjukkan bahwa tingginya keinginan dapat meningkatkan persepsi kelayakan dan sebaliknya. Istilah "persepsi tentang kelayakan," yang digunakan, merujuk pada tingkat perasaan individu mengenai kemampuan atau kapabilitas mereka dalam mengelola suatu usaha. Secara keseluruhan, konsep Persepsi Kelayakan menjadi kunci dalam mengevaluasi keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menjalankan dan mengelola sukses sebuah usaha

2.1.2.2 Konsep Persepsi Kelayakan

Konsep Persepsi Kelayakan pada niat berwirausaha merujuk pada bagaimana seseorang menilai apakah suatu usaha dapat dilaksanakan dan apakah usaha tersebut diinginkan. Persepsi Kelayakan ini memengaruhi niat seseorang

untuk berwirausaha. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kelayakan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seseorang merasa bahwa usaha tersebut layak dan memungkinkan untuk dilaksanakan, maka niat untuk berwirausaha akan semakin tinggi. Selain itu, latar belakang keluarga juga dapat memengaruhi persepsi kelayakan dan keinginan berwirausaha seseorang. Dengan demikian, pemahaman dan penilaian yang positif terhadap kelayakan suatu usaha dapat memicu niat untuk berwirausaha.

Konsep kelayakan dalam konteks berwirausaha mencakup penilaian individu terhadap kemungkinan keberhasilan dan kesiapan mereka untuk memulai serta mengelola suatu usaha. Beberapa elemen utama dalam konsep kelayakan ini termasuk:

1. Kemampuan Pribadi: Kelayakan melibatkan penilaian terhadap kemampuan pribadi individu. Ini mencakup keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki individu dalam industri atau sektor tertentu. Kemampuan untuk mengelola aspek-aspek teknis dan operasional usaha sangat penting dalam menilai kelayakan.
2. Sumber Daya: Kelayakan juga berkaitan dengan kemampuan untuk menghimpun sumber daya yang diperlukan untuk mendirikan dan menjalankan usaha. Ini mencakup sumber daya manusia, finansial, dan sosial. Individu perlu menilai apakah mereka memiliki akses atau cara untuk mendapatkan sumber daya ini.

3. Marketability atau Pemasaran: Seberapa baik produk atau layanan yang akan ditawarkan dapat diterima oleh pasar juga menjadi pertimbangan dalam kelayakan. Analisis pasar dan pemahaman mengenai kebutuhan konsumen dapat membantu menentukan apakah ide usaha dapat berhasil dipasarkan.
4. Analisis Risiko: Kelayakan juga mencakup penilaian terhadap risiko yang terkait dengan memulai usaha. Ini melibatkan pemahaman tentang potensi hambatan atau tantangan yang mungkin dihadapi serta strategi untuk mengatasi atau mengurangi risiko tersebut.
5. Kondisi Lingkungan: Faktor lingkungan, baik faktor eksternal maupun internal, turut berkontribusi pada kelayakan usaha. Misalnya, perkembangan ekonomi, kebijakan pemerintah, dan tren industri dapat mempengaruhi potensi kesuksesan usaha. Penilaian kelayakan membantu individu atau calon pengusaha untuk membuat keputusan yang informasional dan rasional sebelum memulai usaha. Hal ini melibatkan evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek yang dapat memengaruhi kelangsungan dan keberhasilan usaha di masa depan.

2.1.2.3 Indikator Persepsi Kelayakan

Tabel 2. 2
Indikator Persepsi Kelayakan

No	Penulis	Indikator
1	Darmanto Susetyo (2013)	- Merasa siap untuk memulai usaha - Keyakinan dalam pengembangan usaha - Keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha
2	Padi, A., Ansah, W. O., & Mahmoud, M. A.	1. Efficacy Expectations

No	Penulis	Indikator
	(2022)	2. Outcome Expectations.
3	Linan dan Cohard (2011:198) dalam Gian (2016)	1. Kepercayaan diri 2. Kepemimpinan Sumber daya Manusia 3. Kemampuan Untuk Sukses

Pada tabel 2.1 dijelaskan menurut Darmanto Susetyo (2016) indikator dari Persepsi Kelayakan adalah sebagai berikut :

1. Merasa siap untuk memulai usaha Merasa siap untuk memulai usaha mencerminkan tingkat kesiapan dan keyakinan seseorang dalam melangkah ke dunia kewirausahaan. Kesiapan ini terkait erat dengan kepercayaan pada kemampuan diri sendiri, pemahaman terhadap industri atau pasar yang akan dijelajahi, dan kemauan untuk menghadapi tantangan yang mungkin muncul.
2. Keyakinan dalam pengembangan usaha Keyakinan dalam pengembangan usaha mencerminkan suatu sikap mental yang kokoh dan percaya diri terhadap potensi pertumbuhan dan kesuksesan bisnis.
3. Keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha, keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha adalah fondasi utama yang membimbing langkah-langkah seorang pengusaha. Keyakinan ini mencerminkan sikap positif dan percaya diri terhadap kemampuan diri sendiri untuk mengelola dan mengembangkan bisnis

2.1.3 Niat Berwirausaha

2.1.3.1 Definisi Niat Berwirausaha

Niat berwirausaha didefinisikan sebagai tendensi keinginan individu untuk

melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko menurut Ramayah dan Harun (2005) dalam I Gusti Lanang Agung Adnyana (2016:1164).

Niat wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk memulai bisnis baru atau menciptakan nilai bisnis baru Muhammad iffan (2018:208)

Dalam pandangan Santoso dan Oetomo (2016:342), niat secara umum dapat didefinisikan sebagai kecenderungan yang cenderung stabil pada seseorang untuk merasa tertarik pada suatu domain tertentu dan merasakan kepuasan dalam terlibat dalam berbagai kegiatan yang terkait dengan domain tersebut. Dalam perspektif Malawat (2019:04), seorang wirausaha dapat didefinisikan sebagai individu yang memiliki keberanian untuk mengambil risiko dalam mendirikan usaha pada berbagai peluang. Bermental mandiri dan berani mengambil risiko berarti memiliki keberanian dan keteguhan hati untuk memulai usaha, tanpa terpengaruh oleh ketakutan atau kecemasan, bahkan dalam situasi yang tidak pasti.

Menurut Sukmaningrum dan Raharjo (2017:03), niat berwirausaha adalah keputusan bulat untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha dengan tujuan khusus yang dimiliki oleh individu. Selain itu, niat berwirausaha dapat diartikan sebagai kemungkinan atau keinginan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia dan dibutuhkan, dengan memperhatikan peluang yang ada, dan tanpa mengabaikan risiko yang mungkin dihadapi di masa yang akan datang.

Menurut Anggraeni dan Harnanik (2015), niat berwirausaha merupakan dorongan, minat, dan kemauan kuat untuk bekerja keras atau bersungguh-sungguh

dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa adanya ketakutan terhadap risiko yang mungkin timbul, dan juga memiliki tekad kuat untuk belajar dari pengalaman kegagalan.

Berdasarkan pandangan dari Wijaya, Nurhadi, & Kuncoro (2015), niat berwirausaha dapat diartikan sebagai kecenderungan atau keinginan individu untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha dengan tujuan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan mengambil risiko. Sementara menurut Rahmadi & Heryanto (2016:156), niat berwirausaha adalah kecenderungan batin dalam diri seseorang untuk merasa tertarik dalam menciptakan suatu usaha, yang kemudian melibatkan pengorganisasian, pengaturan, penanggungan risiko, dan pengembangan usaha yang telah diciptakannya.

Niat kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang pengusaha akan mengarahkan dan mempertajam kemampuannya untuk mengidentifikasi peluang yang muncul dari lingkungan, serta membangkitkan motivasi yang kuat untuk mengejar peluang baru. Entrepreneurial intention menjadi elemen inisiatif yang signifikan dalam proses berwirausaha. Faktor-faktor seperti karakteristik, kebutuhan, nilai-nilai, kebiasaan, dan keyakinan individu pengusaha memainkan peran penting dalam membentuk niat kewirausahaan tersebut. Semua ini erat kaitannya dengan pola pikir, pengalaman, dan perilaku yang mendukung pencapaian tujuan tertentu (Lestari & Setiawan, 2021).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa niat berwirausaha mencakup kecenderungan dan keinginan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Definisi ini mencakup aspek keberanian, tekad kuat untuk bekerja keras,

dan kesiapan menghadapi risiko. Niat berwirausaha juga melibatkan keputusan mantap untuk menciptakan sesuatu yang baru, memanfaatkan peluang bisnis, dan tidak mengesampingkan potensi risiko di masa depan. Selain itu, kepuasan dari terlibat dalam berbagai kegiatan yang terkait dengan bidang bisnis juga menjadi bagian integral dari niat berwirausaha. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha melibatkan dimensi psikologis, motivasional, dan strategis yang berkontribusi pada kesuksesan individu dalam menjalankan usaha.

2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Berwirausaha

Menurut Walipah dan Naim (2016:139) faktor-faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha adalah :

1. Percaya diri Percaya diri adalah faktor kunci dalam niat berwirausaha, menggambarkan kepercayaan seseorang terhadap kemampuan dan kapasitas diri untuk berhasil dalam menjalankan usaha. Seorang individu yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi cenderung lebih mampu menghadapi tantangan dan risiko yang mungkin terjadi dalam dunia wirausaha. Percaya diri membentuk dasar psikologis yang kuat, memungkinkan seseorang untuk mengatasi hambatan dan menghadapi ketidakpastian dengan sikap yang positif.
2. Berorientasi pada Tugas dan Hasil Berorientasi pada tugas dan hasil adalah sebuah dimensi penting dalam niat berwirausaha yang mencerminkan fokus individu terhadap tindakan konkret dan

pencapaian tujuan. Seorang calon wirausaha yang memiliki orientasi pada tugas menunjukkan kecenderungan untuk memusatkan perhatian pada langkah-langkah praktis yang diperlukan untuk merintis dan mengelola usaha. Mereka melihat tugas-tugas yang harus diselesaikan sebagai bagian integral dari perjalanan wirausaha, dan keberhasilan mereka terkait erat dengan sejauh mana mereka dapat menyelesaikan tugas tersebut secara efektif.

3. Pengambilan Resiko Individu yang memiliki niat kuat untuk terlibat dalam dunia wirausaha biasanya siap untuk menghadapi ketidakpastian dan mengambil risiko dalam mengembangkan usaha mereka. Kesiapan untuk berani mengambil risiko mencerminkan kesiapan seseorang untuk melangkah keluar dari zona nyaman dan mengeksplorasi peluang baru. Calon wirausaha yang memiliki niat berwirausaha yang tinggi menyadari bahwa dunia bisnis selalu berfluktuasi, dan mereka bersedia menghadapi risiko finansial, sosial, dan operasional untuk mencapai keberhasilan.
4. Keorisinilan Ciri keaslian seseorang mencakup nilai-nilai inovatif, kreativitas, dan fleksibilitas. Seorang wirausaha yang bersifat inovatif akan menunjukkan tingkat kreativitas yang tinggi dan keyakinan terhadap kemungkinan adanya metode baru yang lebih unggul.
5. Berorientasi masa depan Wirausaha yang berorientasi pada masa depan memiliki kemampuan untuk merencanakan langkah-langkah

strategis yang melibatkan inovasi, perluasan, dan adaptasi terhadap perubahan pasar. Mereka melihat lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan pasar saat ini dan aktif mencari peluang untuk menciptakan dampak yang signifikan dalam jangka waktu yang lebih luas. Kesiapan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan teknologi mencerminkan sikap terbuka terhadap evolusi dan perkembangan bisnis di masa depan. Selain itu, orientasi pada masa depan dalam niat berwirausaha juga mencakup komitmen untuk mencapai keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang. Individu ini tidak hanya terpaku pada keuntungan sekarang, tetapi juga memahami pentingnya membangun dasar yang kokoh untuk kesuksesan berkelanjutan.

Menurut Maryati, Indriayu, dan Totalia (2017:03), faktor-faktor yang dapat memengaruhi niat untuk menjadi wirausaha dapat dikategorikan menjadi dua kelompok. Pertama, faktor internal melibatkan aspek-aspek seperti sikap umum, kepribadian, nilai-nilai, usia, emosi, kecerdasan, jenis kelamin, kebutuhan untuk berprestasi, pengalaman, pengetahuan, pendidikan, dan self-efficacy. Kedua, faktor eksternal melibatkan hal-hal seperti ras, etnisitas, pendapatan, agama, paparan media, pengaruh orang lain, pekerjaan yang dimiliki orang tua serta bisnis keluarga (lingkungan keluarga), dukungan akademik, dan dukungan sosial.

2.1.3.3 Indikator Niat Berwirausaha

Tabel 2. 3
Indikator Niat Berwirausaha

No	Penulis	Indikator
1	(Sukmaningrum dan Raharjo	1. Perasaan Senang

No	Penulis	Indikator
	2017:04)	2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan
2	Imam Ghozali (2017:36)	1. Memilih jalur usaha daripada bekerja pada orang lain. 2. Memilih karir sebagai wirausaha. 3. Perencanaan untuk memulai usaha.
3	(I Gusti Lanang Agung Adnyana 2016 : 1171)	1.Keinginan yang tinggi memilih berwirausaha 2. Berani Mengambil Resiko 3. Memiliki rasa Percaya Diri

Pada tabel 2.3 berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh I Gusti Lanang Agung Adnyana (2016:1171), untuk mengukur variabel niat berwirausaha berdasarkan indikator berikut ini :

1. Keinginan yang tinggi memilih wirausaha

Setelah menyelesaikan pendidikan kewirausahaan, mahasiswa sering kali sangat termotivasi untuk memilih profesi di bidang tersebut.

2. Berani Mengambil Resiko

Setelah mendapatkan pendidikan kewirausahaan, mahasiswa cenderung lebih memilih menciptakan lapangan pekerjaan sendiri daripada bekerja untuk orang lain. Mereka lebih menyukai menjadi wirausaha daripada bekerja di bawah orang lain.

3. Rasa Percaya Diri

Setelah menyelesaikan pendidikan kewirausahaan, muncul rencana untuk memulai usaha di masa depan setelah lulus kuliah.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti memperoleh hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dilihat pada

tabel 2.1 penelitan terdahulu sebagai berikut ini

Tabel 2. 4
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Hala W. Hattab The Journal of Entrepreneurship, 23, 1 (2014): 1–18 DOI: 10.1177/09713513346	Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt	Hasil menunjukkan bahwa persentase mahasiswa di tiga fakultas Teknik, Ilmu Komputer, dan Studi Bisnis yang bercita-cita untuk mengejar karir wirausaha cukup tinggi. Namun, persentase mahasiswa yang mengkonfirmasi ketidakminatannya dalam kewirausahaan lebih tinggi di kalangan mahasiswa Teknik, yang tidak pernah terpapar pada pendidikan kewirausahaan. Di antara kelompok yang belajar kewirausahaan, mahasiswa Studi Bisnis lebih cenderung untuk memulai bisnis mereka sendiri dibandingkan dengan mahasiswa Ilmu Komputer	Penggunaan "Niat Kewirausahaan" sebagai variabel dependen dengan unit analisisnya adalah mahasiswa	Peneliti Menggunakan Variable Entrepreneurship Education sebagai Variabel Independen
2	M. Iswahyudi dan Achmad Iqbal	pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat untuk	Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha	Peneliti Menggunakan variabel Persepsi Keinginan dan	Penelitian ini menggunakan Variabel Pendidikan Kewirausahaan

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	ASSETS Jurnal Akuntansi dan Pendidikan Vol. 7 No. 2 Hlmn. 95-104 Madiun, Oktober 2018 p-ISSN: 2302- 6251 e- ISSN: 2477-4995	berwirausaha generasi milenial dengan perceived desirability dan perceived feasibility sebagai faktor mediasi.	pada generasi milenial tidak muncul selama mereka sedang menjalani pendidikan kewirausahaan. Namun, minat untuk terlibat dalam wirausaha muncul setelah mereka menyelesaikan pendidikan kewirausahaan, menunjukkan keinginan untuk mengimplementasi kan dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama masa pendidikan kewirausahaan.	Persepsi Kelayakan, dan mahasiswa sebagai objek penelitian	sebagai
3	S.Moghavvemi , S.W. Phoong dan S.T. Lee VJM 2017, Vol. 03(1) 43-76 ISSN 2448- 9344 ISBN 978- 955- 23-0019-3	Impact of Persepsi Keinginan, Persepsi Kelayakan and Performance Expectancy on Use of IT Innovation: Technology Adoption Decisions and Use Behaviour	Secara keseluruhan, hasil dari studi ini secara signifikan Meningkatkan pemahaman terhadap perilaku adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengusaha. Oleh karena itu, beberapa implikasi teoritis dapat ditarik dari studi ini.	Peneliti menggunakan variabel Perceived Desirability dan Persepsi Kelayakan sebagai variabel independen	Peneliti menggunakan Innovation Technology
4	Muhammad Yusuf Wibisono skripsi UNS-F. Ekonomi Jur. Manajemen F0 207140- 2011	Analisis Pengaruh Pengalaman Berwirausaha, Persepsi Kelayakan Dan Persepsi Keinginan Terhadap Niat Berwirausaha	Dari hasil analisis hipotesis, ditemukan bahwa Pengalaman Berwirausaha, Persepsi Kelayakan, dan Persepsi Keinginan secara signifikan	Peneliti Menggunakan variabel Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan	Peneliti menggunakan variabel Pengalaman Berwirausaha

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
			memengaruhi Niat Berwirausaha.		
5	Khuyen, N. T., Tan, H. K., & Ghi, T. N. (2023). Nurture, 17(4), 516-527.	The role of Persepsi Kelayakan and Persepsi Keinginan on entrepreneurial behaviour through goal and implementation intentions of students in Southeast Vietnam	hasil dari penelitian ini (di Vietnam) menunjukkan bahwa persepsi keinginan berdampak kuat pada niat berwirausaha (baik tujuan maupun implementasi) dan perilaku berwirausaha.	Peneliti Menggunakan variabel Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan	Peneliti menggunakan variabel Entrepreneur Behavior sebagai variabel dependen
6	Jabid, Abdul Wahid, Revista GeSoc. São Paulo, SP, Brasil v.14, n.8, p.14397-14424, 2023	Entrepreneurship education and entrepreneurship intention: Persepsi Keinginan and Persepsi Kelayakan mediation	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan saat ini di lembaga pendidikan tinggi masih belum mampu secara langsung meningkatkan minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa keterampilan manajemen praktis menjadi indikator dominan dalam menentukan nilai manfaat dari pendidikan kewirausahaan.	Peneliti menggunakan Variabel Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan	Peneliti menambahkan variabel Education sebagai variabel independen dan Interest Entrepreneurship sebagai variabel dependen
7	Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014) International	The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial	Temuan peneliti memiliki implikasi bagi pendidik, calon pengusaha, dan pembuat kebijakan.	Peneliti menggunakan variabel entrepreneurial intention sebagai variabel	Peneliti menggunakan variabel Entrepreneurship Education sebagai variabel independen

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	entrepreneurship and management journal, 10, 623-641.	intention	Pendidik sebaiknya berupaya memperkuat pendidikan kewirausahaan, khususnya bagi mahasiswa sarjana dengan jurusan teknologi. Dengan pendidikan yang tepat, calon pengusaha dapat mengenali peluang, mencari sumber daya secara ekonomis, dan mengorganisir tim dengan efisien. Pendidikan semacam itu merangsang Niat Berwirausaha (EI) dan meningkatkan kemampuan pengusaha untuk mengelola dan mengembangkan usaha baru.	dependen	
8	Susetyo Darmanto Jurnal Imiah Dinamika Ekonomi Dan Bisnis Vol. 1 No. 2 Oktober 2013 ISSN : 2337 – 6082	Pengaruh Persepsi Keinginan, Perceived Feasibility, Propensity To Act Terhadap Intensi Berwirausaha	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Keinginan, Persepsi Kelayakan, dan Kecenderungan untuk Bertindak secara positif dan signifikan mempengaruhi Niat Berwirausaha.	Peneliti menggunakan variabel Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan sebagai variabel independen	Peneliti menggunakan variabel Propensity To Act sebagai variabel dependen.
9	Moghavvemi, S., Phoong, S. W., & Lee, S.	Impact of Persepsi Keinginan, Persepsi Kelayakan and	Secara keseluruhan, hasil dari studi ini secara signifikan	Peneliti menggunakan variabel Persepsi Keinginan dan	Peneliti menggunakan variabel Propensity to act sebagai mediator dan

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	T. (2017). Vol. 03(1) 43- 76, University of Sri Jayewarden epu ra ISSN 2448- 9344	Performance Expectancy on Use of IT Innovation: Technology Adoption Decisions and Use Behaviour	meningkatkan pemahaman terhadap perilaku adopsi dan penggunaan teknologi oleh pengusaha. Oleh karena itu, beberapa implikasi teoritis dapat ditarik dari studi ini.	Persepsi Kelayakan sebagai variabel independen	Behaviour Intention sebagai variabel dependen

Sumber : Data Diolah, 2024

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka Berpikir adalah penjelasan awal terhadap suatu fenomena yang menjadi fokus permasalahan kita. Penyusunan kerangka berpikir ini didasarkan pada tinjauan pustaka dan temuan penelitian terkait. Latar belakang dan teori yang telah diuraikan sebelumnya menjadi dasar untuk membentuk kerangka berpikir. Uma Sekaran, seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2015:117), mendefinisikan kerangka berpikir sebagai model konseptual yang menggambarkan hubungan teori dengan faktor-faktor yang diidentifikasi sebagai permasalahan kunci. Sementara menurut Suriasumantri dalam Sudaryono (2018:159), kerangka pemikiran ini memberikan penjelasan awal terhadap gejala-gejala yang menjadi pusat permasalahan. Kerangka berpikir ini berfungsi sebagai dasar argumen untuk merumuskan hipotesis dengan menggunakan pengetahuan ilmiah sebagai premis dasarnya.

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan teori yang telah di kemukakan sebelumnya dapat dibuat kerangka berfikir mengenai indikator pengaruh persepsi keinginan dan kelayakan dalam niat menjadi wirausaha (berwirausaha). Peningkatan niat dan keterlibatan individu dalam berwirausaha menjadi krusial dalam menghadapi dinamika ekonomi yang terus berkembang. Persepsi Keinginan (persepsi keinginan) memiliki peran penting dalam membentuk niat individu untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha. Seorang yang memiliki keinginan positif cenderung mencari peluang untuk meraih keuntungan, yang mengarah pada motivasi untuk memulai usaha baru.

Pertumbuhan ekonomi yang dinamis menempatkan peran kewirausahaan

sebagai elemen kunci dalam mendorong inovasi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing suatu bangsa. Di tengah konteks ini, mahasiswa diidentifikasi sebagai kelompok yang memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan melalui keterlibatan dalam kegiatan berwirausaha. Namun, data menunjukkan bahwa minat dan partisipasi mahasiswa dalam berwirausaha masih belum optimal.

Berwirausaha merupakan suatu kegiatan yang melibatkan kemampuan individu atau kelompok dalam mengidentifikasi peluang atau potensi, kemudian mengorganisir, mengatur, mengambil risiko, dan mengembangkan usaha dengan tujuan mencapai keuntungan. Niat berwirausaha dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu keinginan dan kelayakan. Seorang individu yang bermaksud untuk terlibat dalam dunia wirausaha harus memiliki kedua unsur tersebut.

Persepsi keinginan memainkan peran krusial dalam membentuk niat berwirausaha seseorang. Persepsi ini mencakup bagaimana individu melihat dan menilai tingkat daya tarik dan keinginan terhadap kegiatan berwirausaha. Ketika seseorang memiliki persepsi keinginan yang tinggi, hal ini menandakan bahwa mereka melihat dunia wirausaha sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan. Faktor-faktor seperti pandangan positif terhadap pengembangan usaha, keyakinan akan kesuksesan, dan potensi keuntungan dapat menjadi komponen-komponen utama dari persepsi keinginan ini.

Berwirausaha tentunya tidak hanya mengandalkan keinginan saja tetapi juga kemampuan. Persepsi kelayakan, Ini mencakup penilaian individu terhadap sejauh mana mereka merasa mampu menjalankan usaha dan mengelola segala

aspek yang terkait. Persepsi kelayakan melibatkan keyakinan akan kemampuan diri sendiri, pengetahuan tentang industri atau bidang usaha tertentu, dan penilaian terhadap risiko yang mungkin dihadapi. Ketika seseorang memiliki persepsi kelayakan yang positif, mereka cenderung merasa yakin dapat mengatasi tantangan dan mencapai keberhasilan dalam berwirausaha.

Disamping itu, ketika seseorang memiliki pandangan positif terhadap keinginan dan kelayakan untuk berwirausaha, niatnya untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha semakin kuat. Individu tersebut akan menunjukkan kesiapan untuk bertanggung jawab dan bersedia menghadapi risiko dalam menghadapi setiap tantangan yang mungkin timbul di masa depan. Kesediaan ini merupakan hasil langsung dari keyakinan yang kuat terhadap keinginan dan kelayakan pribadi dalam merintis dan mengelola usaha.

2.2.1 Keterkaitan Persepsi Keinginan Terhadap Niat Berwirausaha

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Bui et al. (2020) terhadap 250 mahasiswa yang sedang menjalani tahun ketiga studi di National Economics University, Vietnam, khususnya dalam jurusan administrasi bisnis dan manajemen ekonomi, ditemukan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi keinginan dan niat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor Persepsi Keinginan dalam memulai usaha memiliki dampak signifikan terhadap pilihan karier mahasiswa.

Temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Ahmad, Ramayah, Mahmud, Musa, dan Anika (2019) mengindikasikan bahwa persepsi positif terhadap keinginan untuk mengejar usaha kewirausahaan, atau yang dikenal sebagai persepsi

keinginan merupakan prediktor yang signifikan terhadap niat kewirausahaan. Minat intrinsik dalam berwirausaha tercermin dari keinginan yang dirasakan, yang didasarkan pada penilaian terhadap sejauh mana hasil yang akan diperoleh seseorang dari melakukan aktivitas kewirausahaan dianggap menarik atau tidak menarik (Ahmad, Ramayah, Mahmud, Musa, & Anika, 2019).

Hasil riset yang dilakukan oleh Yaseen, Somogyi, & Bryceson (2018) menyatakan bahwa persepsi kritis terhadap Persepsi Keinginan memiliki dampak langsung dan positif terhadap niat berwirausaha. Temuan tersebut menyoroti pentingnya keinginan individu untuk memulai bisnis, yang menjadi krusial sejalan dengan sumber daya, hubungan, aset, dan kemampuan yang dimiliki masing-masing individu (Yaseen, Somogyi, & Bryceson, 2018).

Secara keseluruhan, hasil penelitian dari Bui et al. (2020), Ahmad, Ramayah, Mahmud, Musa, dan Anika pada (2019), serta Yaseen, Somogyi, & Bryceson pada tahun (2018), secara konsisten menunjukkan bahwa Persepsi Keinginan memiliki dampak positif terhadap niat berwirausaha.

2.2.2 Keterkaitan Persepsi Kelayakan Terhadap Niat Berwirausaha

Temuan penelitian yang dilakukan oleh Yaseen, Somogyi, & Bryceson pada (2018) menyatakan bahwa adanya persepsi kritis terhadap Persepsi Kelayakan memiliki dampak langsung dan positif terhadap niat berwirausaha. Oleh karena itu, dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa semakin besar persepsi kelayakan yang dirasakan, kemungkinan besar niat untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha akan menjadi lebih kuat (Yaseen, Somogyi, & Bryceson, 2018).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Saadin dan Daskin (2015),

disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara persepsi kelayakan dan niat berwirausaha mahasiswa. Analisis statistik menunjukkan bahwa dampak positif dari persepsi kelayakan terhadap niat berwirausaha memiliki signifikansi. Temuan ini juga menyoroti bahwa persepsi kelayakan dianggap sebagai indikator penting bagi mahasiswa jurusan perhotelan di Malaysia dalam membentuk niat berwirausaha (Saadin & Daskin, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Soomro dan rekan-rekannya pada tahun 2020 mengkonfirmasi dampak yang besar dan positif dari PF (Persepsi Kelayakan) terhadap niat berwirausaha. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bukti bahwa adanya hubungan positif yang dapat memberikan peluang bagi individu untuk memiliki keinginan terhadap keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan (Soomro, Lakhan, Mangi, & Shah, 2020).

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar persepsi kelayakan yang dirasakan, semakin kuat pula niat individu untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha.

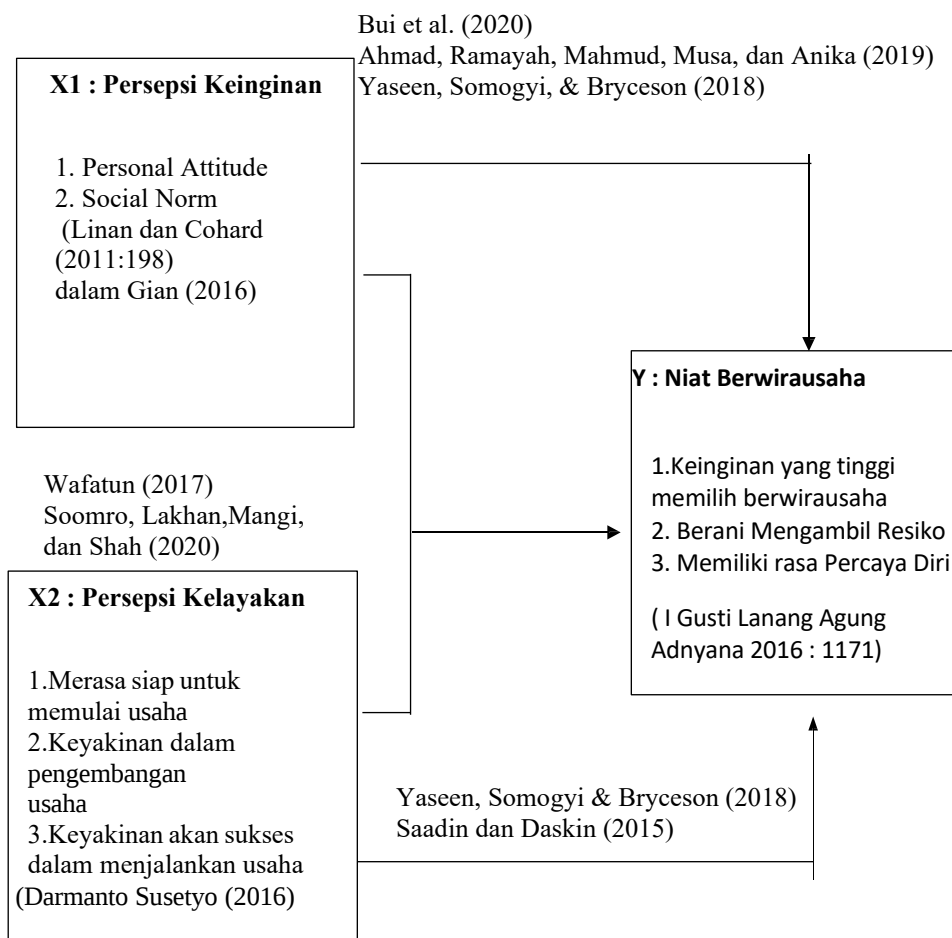
2.2.3 Keterkaitan Antara Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan dengan Niat Berwirausaha

Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh Wafatun (2017), disimpulkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan dari persepsi keinginan dan persepsi kelayakan terhadap niat untuk berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan konsep bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk berusaha, semakin besar pula motivasinya untuk menjadi seorang wirausahawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Soomro dan rekan rekannya (2020)

mengonfirmasi bahwa semakin tinggi persepsi kelayakan dan keinginan seseorang, semakin besar juga niatnya untuk terlibat dalam wirausaha. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bukti bahwa adanya korelasi positif yang dapat meningkatkan peluang bagi individu untuk memiliki keinginan terlibat dalam kegiatan kewirausahaan Soomro, Lakhan, Mangi, & Shah, (2020).

Dari kedua penelitian yang dilaksanakan oleh Wafatun (2017) dan Soomro serta rekan-rekannya (2020), dapat disimpulkan bahwa terdapat konsistensi dalam temuan mengenai pengaruh positif dari persepsi keinginan (Persepsi Keinginan) dan persepsi kelayakan (Persepsi Kelayakan) terhadap niat berwirausaha. Dan berikut adalah representasi visual dari kerangka berpikir atau paradigma yang digunakan dalam penelitian ini.



2.3 Hipotesis

Sugiyono (2017:63) mendefinisikan hipotesis sebagai jawaban sementara yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan terhadap perumusan masalah penelitian. Jawaban ini muncul karena didasarkan pada teori yang relevan, tanpa memperhitungkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan data atau kuesioner.

Dengan merujuk pada kerangka pemikiran teoritis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh Persepsi Keinginan terhadap Niat Berwirausaha pada Anggota Himpunan Pengusaha UNIKOM

H2 : Diduga terdapat pengaruh Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada Anggota Himpunan Pengusaha UNIKOM

H3 : Diduga terdapat pengaruh Persepsi Keinginan dan Persepsi Kelayakan terhadap Niat Berwirausaha pada Anggota Himpunan Pengusaha UNIKOM