

Pengaruh Nilai Budaya Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis

Mutiara Kusuma Sari¹, Yulia Nur Hasanah²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, mutiarasari@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, yulianh@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The Indonesian government is implementing an entrepreneurship learning program for students as part of efforts to advance entrepreneurship in the country. One important aspect of entrepreneurship education is at universities, where various study programs are offered, including the Business Administration program at Telkom University. This research aims to test and understand how self-efficacy and cultural values influence the motivation of students in the business administration field of Telkom University to become entrepreneurs. This research method uses a quantitative design by distributing questionnaires via Google Forms to a sample of Telkom University business administration students. The collected data was then analyzed using Partial Least Square (PLS) analysis and descriptive statistical analysis using SmartPLS 4.0 software. The results of the descriptive analysis show that the variables of business administration students' cultural values (X1), self-efficacy (X2), and interest in entrepreneurship (Y) are all in the good category, with respective percentage values of 82.91%, 83.73%, and 83.66%. Research findings show that interest in entrepreneurship (Y) is influenced positively and significantly by the two variables cultural values (X1) and self-efficacy (X2).

Keywords-cultural value, self efficiency, entrepreneurial intention

Abstrak

Pemerintah Indonesia sedang mengimplementasikan program pembelajaran kewirausahaan untuk pelajar sebagai bagian dari upaya memajukan kewirausahaan di negara ini. Salah satu aspek penting dari pendidikan kewirausahaan adalah di perguruan tinggi, di mana beragam program studi ditawarkan, termasuk program Administrasi Bisnis di Telkom University. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memahami bagaimana efikasi diri dan nilai budaya mempengaruhi motivasi mahasiswa dalam bidang administrasi bisnis Telkom University untuk berwirausaha. Metode penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Forms kepada sampel mahasiswa administrasi bisnis Telkom University. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis Partial Least Square (PLS) dan analisis statistik deskriptif menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel nilai budaya mahasiswa administrasi bisnis (X1), efikasi diri (X2), dan minat berwirausaha (Y) semuanya berada dalam kategori baik, dengan nilai persentase masing-masing sebesar 82,91%, 83,73%, dan 83,66%. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha (Y) dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kedua variabel nilai budaya (X1) dan efikasi diri (X2).

Kata Kunci-nilai budaya, efikasi diri, minat berwirausaha

I. PENDAHULUAN

Kontribusi kewirausahaan terhadap pembangunan ekonomi Indonesia merupakan salah satu indikator penting kemajuan ekonomi negara ini. Di tengah dinamika pertumbuhan ekonomi, peran kewirausahaan semakin terlihat signifikan. Kewirausahaan memainkan peran penting dalam pengembangan usaha dan perluasan ekonomi, yang

pada gilirannya meningkatkan daya beli dan kekayaan masyarakat. Selain itu, kewirausahaan juga berdampak pada kapasitas pemerintah dalam memberikan layanan publik yang memuaskan. Sejarah menunjukkan bahwa kewirausahaan telah secara konsisten memberikan kontribusi yang signifikan dan tulus terhadap pertumbuhan kedua aspek ini. Melalui inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan produktivitas, kewirausahaan telah menjadi pendorong utama perkembangan ekonomi Indonesia. Dengan demikian, pemahaman dan peningkatan peran kewirausahaan merupakan langkah penting dalam upaya mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif di Indonesia, yang tidak hanya menguntungkan sektor bisnis tetapi juga seluruh masyarakat (Khamimah, 2021).

Pemerintah Indonesia sedang mengambil langkah proaktif dalam memajukan kewirausahaan melalui penawaran program studi khusus bagi mahasiswa, yang dikenal sebagai Program Merdeka Belajar. Tujuan utama dari program ini adalah untuk mengurangi tingkat pengangguran terdidik di kalangan lulusan universitas dengan memberikan mereka akses terhadap pengalaman bisnis melalui bimbingan dan dukungan yang komprehensif. Berbagai jenis pendidikan kewirausahaan ditawarkan oleh berbagai institusi di Indonesia. Contohnya, Telkom University menawarkan program gelar Administrasi Bisnis yang mencakup kewirausahaan, pengelolaan perusahaan berbasis teknologi informasi, dan pengembangan penelitian.

Program studi administrasi bisnis bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang kewirausahaan sebagai mata pelajaran ilmiah yang dapat dipelajari dan diperoleh, bukan hanya sebagai bakat alami atau pengalaman praktis semata. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan menjadi sangat penting untuk menumbuhkan perilaku terencana yang mengarah pada menjadi seorang wirausaha yang sukses dan berdaya saing di pasar global. Langkah-langkah ini mencerminkan komitmen pemerintah Indonesia dalam menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan perkembangan kewirausahaan sebagai salah satu pilar ekonomi yang kuat dan berkelanjutan (A Kanaya, 2023)

Rendahnya keinginan lulusan administrasi bisnis untuk memulai usaha sendiri setelah mendapatkan gelar sarjana menjadi perhatian serius. Fenomena ini menimbulkan kekhawatiran karena dapat berkontribusi pada meningkatnya tingkat pengangguran, terutama dengan jumlah lulusan yang terus bertambah. Diperlukan upaya yang lebih proaktif untuk menginspirasi mahasiswa agar mau memulai usaha sendiri. Salah satu pendekatan yang dapat diambil adalah dengan meningkatkan kesadaran dan keterampilan kewirausahaan melalui kurikulum yang relevan dan pendekatan pembelajaran yang praktis. Selain itu, program bimbingan dan mentoring dari para wirausahawan sukses dapat memberikan wawasan dan motivasi tambahan bagi mahasiswa untuk memulai usaha sendiri. Pemerintah juga dapat memfasilitasi pelatihan kewirausahaan, mengadakan seminar dan lokakarya, serta menyediakan sumber daya dan dukungan finansial untuk proyek-proyek kewirausahaan mahasiswa. Langkah-langkah ini penting untuk mengubah mindset dan budaya di kalangan mahasiswa, agar lebih berani mengambil risiko dan melihat peluang dalam berwirausaha. Dengan demikian, melalui upaya yang terencana dan terkoordinasi, diharapkan dapat meningkatkan minat dan keberanian mahasiswa administrasi bisnis untuk memulai usaha sendiri, sehingga dapat memberikan kontribusi yang positif dalam mengurangi tingkat pengangguran dan memajukan perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Program pendidikan kewirausahaan yang diterapkan oleh Telkom University telah terbukti efektif dalam meningkatkan minat mahasiswa, khususnya yang mengejar gelar Sarjana Administrasi Bisnis, untuk berwirausaha. Penelitian oleh Palito & Hidayatullah (2018) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha. Dalam penelitian tersebut, mahasiswa Fakultas Komunikasi Bisnis Telkom University pada tahun 2015 menjadi subjek penelitian, dan hasilnya menunjukkan bahwa metode pembelajaran kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Le et al. (2023) juga melakukan penelitian yang menguatkan temuan sebelumnya. Hasil investigasi mereka menunjukkan bahwa kecenderungan berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh efikasi diri berwirausaha dan dipengaruhi langsung oleh nilai-nilai budaya. Efikasi diri berwirausaha berperan sebagai mediator antara nilai-nilai budaya dan motivasi berwirausaha. Ini menegaskan bahwa terdapat hubungan yang erat antara keinginan berwirausaha dengan nilai-nilai budaya dan efikasi diri dalam berwirausaha.

Penelitian dengan judul “Pengaruh Nilai Budaya dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis” mengeksplorasi lebih lanjut hubungan antara nilai-nilai budaya, efikasi diri, dan minat berwirausaha mahasiswa administrasi bisnis. Dalam konteks ini, nilai-nilai budaya dipandang sebagai faktor yang penting dalam menumbuhkan kreativitas dan pengambilan risiko yang diperlukan dalam berwirausaha. Sementara itu, efikasi diri wirausaha mencerminkan keyakinan seseorang akan kemampuannya untuk mendirikan dan

mengelola bisnisnya sendiri, yang merupakan faktor penting dalam memotivasi seseorang untuk berwirausaha. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis, tetapi juga memengaruhi sikap, nilai, dan keyakinan mahasiswa terhadap wirausaha. Dengan menyadari pentingnya nilai budaya dan meningkatkan efikasi diri berwirausaha, mahasiswa administrasi bisnis dapat lebih termotivasi untuk menjalani karir berwirausaha. Hal ini membuktikan bahwa program pendidikan kewirausahaan seperti yang diterapkan oleh Telkom University dapat menjadi kunci dalam meningkatkan minat dan kesiapan mahasiswa untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka sendiri.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Kewirausahaan

Menemukan, menciptakan, dan mewujudkan visi merupakan inti dari proses kewirausahaan. Visi tersebut bisa berupa konsep inovatif, peluang bisnis baru, atau metode operasi yang lebih efisien. Proses ini melibatkan pengidentifikasian celah di pasar, perumusan ide baru, dan pengembangan strategi untuk merealisasikannya. Pada akhirnya, hasil dari proses kewirausahaan adalah pendirian perusahaan baru di tengah lingkungan yang penuh dengan risiko dan ketidakpastian.

Langkah pertama dalam proses ini adalah menemukan peluang atau masalah yang belum terpenuhi di pasar. Kemudian, kewirausahaan melibatkan penciptaan solusi yang unik atau pengembangan ide baru yang bisa mengatasi masalah tersebut. Setelah itu, visi tersebut harus diwujudkan melalui perencanaan bisnis yang komprehensif, strategi pemasaran, dan pengembangan produk atau layanan.

Namun, penting untuk diingat bahwa proses kewirausahaan juga melibatkan pengelolaan risiko dan ketidakpastian. Para wirausahawan harus siap menghadapi tantangan dan mengambil keputusan yang berani dalam menghadapi perubahan pasar dan lingkungan bisnis yang dinamis.

Dengan demikian, kewirausahaan bukan hanya tentang memulai bisnis baru, tetapi juga tentang mengubah visi menjadi kenyataan melalui inovasi, ketekunan, dan kemampuan untuk menghadapi tantangan. Ini adalah proses yang membutuhkan keberanian, kreativitas, dan ketekunan untuk menciptakan nilai tambah bagi masyarakat dan menggerakkan kemajuan ekonomi (Hidayat, 2020).

B. Nilai Kebudayaan

Nilai-nilai budaya mencerminkan tingkat abstraksi tertinggi dalam konvensi atau budaya suatu masyarakat. Sebagai kerangka kerja, sistem nilai budaya memberikan bimbingan dan arahan kepada anggota masyarakat. Nilai-nilai budaya terdiri dari gagasan-gagasan yang diyakini oleh mayoritas anggotanya sebagai hal-hal yang bermanfaat dan berharga dalam kehidupan mereka. Konsep ini, seperti yang diuraikan oleh Koentjaraningrat (1990) yang dikutip dalam (Hermanto & Syahril, 2018), menyoroti pentingnya nilai-nilai budaya sebagai fondasi dalam membentuk norma, perilaku, dan pola pikir individu dalam suatu masyarakat.

Nilai-nilai budaya tidak hanya mencakup keyakinan tentang apa yang benar atau salah, tetapi juga mencerminkan preferensi, prioritas, dan identitas kolektif suatu kelompok. Dengan demikian, nilai-nilai budaya memainkan peran penting dalam membentuk keputusan dan tindakan individu serta dalam membentuk dinamika sosial dan ekonomi suatu masyarakat.

Pemahaman tentang nilai-nilai budaya menjadi krusial dalam berbagai konteks, termasuk dalam konteks kewirausahaan. Pengusaha yang memahami dan menghargai nilai-nilai budaya masyarakat tempat mereka beroperasi akan lebih mampu membangun hubungan yang kuat dengan konsumen, mitra bisnis, dan komunitas lokal. Oleh karena itu, pengakuan dan penghormatan terhadap nilai-nilai budaya dapat menjadi aset yang berharga dalam mengembangkan bisnis yang berkelanjutan dan sukses.

C. Efikasi Diri

Dalam bidang psikologi, "efikasi diri" merujuk pada keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri untuk menggunakan motivasi, kapasitas mental, dan perilaku guna mengendalikan hidup dan mencapai tujuan tertentu. Konsep ini mencerminkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya untuk menyelesaikan tugas tertentu. Efikasi diri mempengaruhi pilihan individu terhadap tugas dan aktivitas, berdasarkan minat serta harapan hasil yang diinginkan, sekaligus kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan dan hambatan. Dengan tingkat efikasi diri yang tinggi, individu lebih cenderung memilih perilaku yang diyakini dapat membantu mereka mengatasi rintangan yang dihadapi.

Teori efikasi diri yang dikemukakan oleh Bandura pada tahun 2011, yang dikutip oleh (Le et al., 2023), menyoroti peran penting keyakinan individu terhadap kemampuan diri dalam menentukan perilaku dan pencapaian tujuan. Ketika seseorang merasa mampu mengatasi hambatan dan mencapai hasil yang diinginkan, mereka lebih termotivasi untuk bertindak dan menghadapi tantangan dengan lebih percaya diri.

Pemahaman tentang efikasi diri memiliki implikasi yang luas, termasuk dalam konteks kewirausahaan. Wirausahawan yang memiliki tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung lebih berani mengambil risiko, menghadapi ketidakpastian, dan bertindak secara proaktif dalam mencapai tujuan bisnis mereka. Oleh karena itu, pengembangan efikasi diri merupakan faktor kunci dalam mempersiapkan individu untuk menjadi wirausahawan yang sukses dan berdaya saing.

D. Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah fenomena yang melibatkan perasaan kebahagiaan terkait dengan kegiatan berwirausaha serta pandangan positif secara umum terhadap dunia wirausaha. Untuk mencapai kesuksesan dalam wirausaha, seseorang harus memiliki semangat, kerja keras, antusiasme yang tinggi, dan keyakinan akan kemampuannya sebagai seorang pengusaha (Ariyanti, 2018).

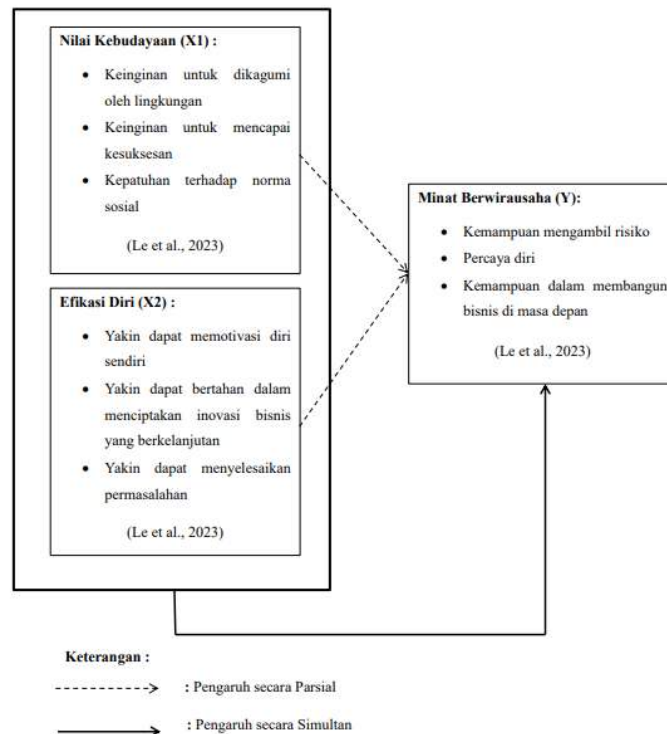
Minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai variabel, termasuk:

1. Faktor dorongan batin, yang merujuk pada rangsangan atau stimulus yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan individu. Lingkungan atau konteks yang mendukung dan sejalan dengan aspirasi individu dapat mempengaruhi minat mereka terhadap berwirausaha.
2. Komponen motif sosial, yang mencakup kecenderungan individu terhadap suatu barang atau entitas tertentu. Selain dipengaruhi oleh faktor internal, motif sosial juga dapat dipengaruhi oleh insentif sosial eksternal, seperti norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat.
3. Variabel emosional, yang melibatkan pengaruh perasaan dan emosi terhadap sesuatu. Minat berwirausaha juga dipengaruhi oleh perasaan positif atau negatif yang terkait dengan aktivitas berwirausaha, seperti kegembiraan, ketakutan, atau kecemasan.

Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha, individu dapat mengidentifikasi motivasi dan dorongan internal mereka sendiri serta mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin muncul dalam perjalanan menuju kesuksesan sebagai seorang pengusaha. Ini merupakan langkah penting dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia wirausaha dengan keyakinan dan semangat yang tinggi.

E. Kerangka Pemikiran

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efikasi diri dan nilai-nilai budaya mempengaruhi kecenderungan masyarakat untuk menjadi wirausaha. Karena 98% mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis menunjukkan minat yang kuat terhadap kewirausahaan, maka peneliti terdorong untuk melakukan penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka pemikiran
(Sumber : Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024))

Penelitian dikembangkan dengan menggunakan teori dan kerangka pemikiran yang terdapat di dalamnya

1. H1:Nilai Kebudayaan (X1) berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 administrasi bisnis
2. H2:Kepercayaan Diri (X2) berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat berwirausaha (Y) mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 administrasi bisnis
3. H3:Nilai Kebudayaan (X1) dan Efikasi Diri (X2) berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap Minat berwirausaha (Y) mahasiswa universitas Telkom jurusan S1 administrasi bisnis

III. METODOLOGI PENELITIAN

Sikap, keyakinan, dan persepsi siswa atau kelompok terhadap fenomena sosial yang diteliti diukur dalam penelitian ini dengan menggunakan skala Likert yang menggunakan metodologi kuantitatif. Dalam penelitian sosial, skala Likert merupakan alat ukur yang sering digunakan untuk mengetahui seberapa setuju atau tidak setujunya partisipan terhadap pernyataan atau item tertentu. Penelitian ini dapat mengukur faktor-faktor antara lain nilai budaya, efikasi diri, dan minat berwirausaha dengan menggunakan skala Likert. Kaitan antara faktor-faktor ini kemudian dapat dipahami melalui analisis statistik terhadap data yang dikumpulkan dari survei yang menggunakan skala Likert. Dengan mengumpulkan data terstruktur dan dapat diolah secara statistik, skala Likert digunakan dalam penelitian ini untuk membantu peneliti lebih memahami faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha mahasiswa administrasi bisnis Telkom University (Sugiyono, 2020). Analisis statistik deskriptif dan SEM-PLS merupakan metode analisis data yang digunakan. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa administrasi bisnis di Telkom University, dan SmartPLS 4.0 digunakan untuk menangani jumlah sampel sebanyak 337 responden.

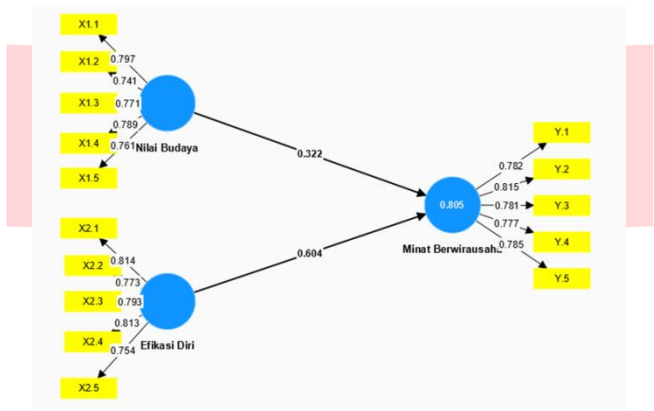
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Deskriptif

1. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Nilai Budaya (X1) termasuk ke dalam kategori Baik dengan nilai persentase sebesar 83,73%.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Efikasi Diri (X2) termasuk ke dalam kategori Baik dengan nilai persentase sebesar 83,66%.
3. Berdasarkan hasil analisis deskriptif Minat Berwirausaha (Y) termasuk ke dalam kategori Baik dengan nilai persentase sebesar 82,91%.

B. Hasil Analisis *Outer Model*

Data hasil penelitian dengan menggunakan *SmartPLS 4.0* dengan diagram path dari *outer model* sebagai berikut:



Gambar 4.1 *Outer Model*
(Sumber : Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024))

Pada *path diagram* di atas, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah kotak kuning, sedangkan lingkaran biru merupakan variabel laten. Nilai validitas setiap indikator ditunjukkan pada setiap tanda panah, dan setiap tanda panah menguji reliabilitas struktur variabel yang diteliti.

1. *Convergent Validity*

Hasil pengolahan data dari *convergent validity* sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil <i>Convergent Validity</i>				
Variabel	Item	Loading Factor	Kriteria	Kesimpulan
Nilai Budaya	X1.1	0.797	0.70	Valid
	X1.2	0.741	0.70	Valid
	X1.3	0.771	0.70	Valid
	X1.4	0.789	0.70	Valid
	X1.5	0.761	0.70	Valid
Efikasi Diri	X2.1	0.814	0.70	Valid
	X2.2	0.773	0.70	Valid
	X2.3	0.793	0.70	Valid
	X2.4	0.813	0.70	Valid
	X2.5	0.754	0.70	Valid
Minat Berwirausaha	Y.1	0.782	0.70	Valid
	Y.2	0.815	0.70	Valid
	Y.3	0.781	0.70	Valid
	Y.4	0.777	0.70	Valid
	Y.5	0.785	0.70	Valid

Sumber : Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024)

Dari tabel di atas terlihat jelas bahwa skor outer loading pada variabel Nilai Budaya (X_1), Efikasi Diri (X_2), dan Minat Berwirausaha (Y) semuanya lebih tinggi dari 0,70. Item pada semua variabel dengan demikian dianggap sah, hal itu dapat disimpulkan. Pengujian AVE dilakukan berikutnya ketika pemuatan luar dianggap sah. Untuk memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas konvergen, nilai AVE minimal harus lebih besar dari 0,50. Berikut ini merupakan hasil analisis AVE :

Tabel 4.2 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)			
Variabel	Average variance extracted (AVE)	Kriteria	Kesimpulan
Nilai Budaya	0.596	0.50	Valid
Efikasi Diri	0.623	0.50	Valid
Minat Berwirausaha	0.621	0.50	Valid

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024)

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa konstruk Nilai Budaya (X_1), Efikasi Diri (X_2), dan Minat Berwirausaha (Y) pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Telkom University menghasilkan nilai AVE lebih besar dari 0,50. Dengan demikian, karena indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian memenuhi syarat validitas konvergen, maka dapat dikatakan valid.

2. Discriminant Validity

Tabel 4.3 Nilai <i>cross loading</i>			
Item	Nilai Budaya	Efikasi Diri	Minat Berwirausaha
X1.1	0.797	0.694	0.684
X1.2	0.741	0.622	0.625
X1.3	0.771	0.712	0.651
X1.4	0.789	0.663	0.653
X1.5	0.761	0.650	0.647
X2.1	0.695	0.814	0.736
X2.2	0.687	0.773	0.693
X2.3	0.693	0.793	0.699
X2.4	0.695	0.813	0.703
X2.5	0.649	0.754	0.651
Y.1	0.717	0.709	0.782
Y.2	0.683	0.723	0.815
Y.3	0.669	0.716	0.781
Y.4	0.632	0.647	0.777
Y.5	0.622	0.678	0.785

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024)

Nilai loading indikator suatu variabel lebih besar dibandingkan dengan nilai cross loadingnya, sesuai tabel 4.3 di atas. Dengan demikian, temuan uji validitas tersebut di atas memenuhi kriteria uji validitas diskriminan.

3. Uji Reabilitas

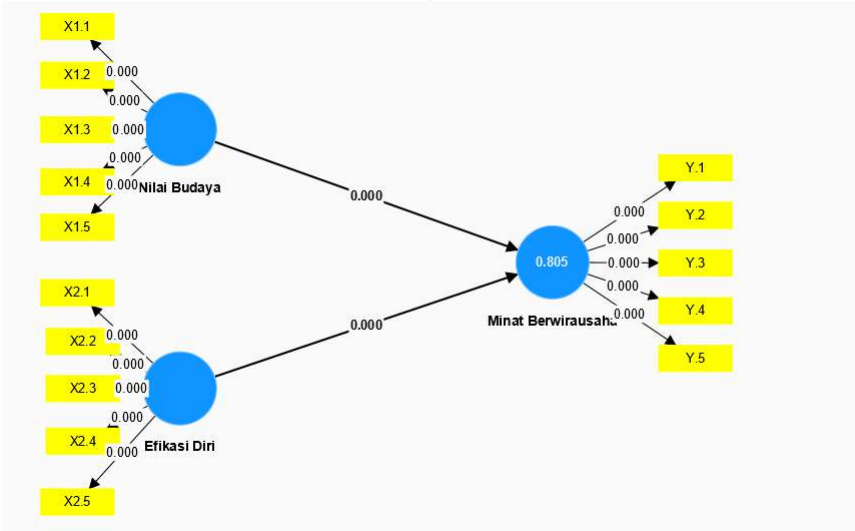
Tabel 4.4 Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability	Kriteria	Kesimpulan
Nilai Budaya	0.830	0.881	0.70	Reliabel
Efikasi Diri	0.849	0.892	0.70	Reliabel
Minat Berwirausaha	0.847	0.891	0.70	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024)

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas yang merangkum hasil uji reliabilitas instrumen, seluruh konstruk untuk seluruh pernyataan pada angket pada item pertanyaan pada variabel Nilai Budaya (X₁), Efikasi Diri (X₂), dan Minat Berwirausaha (Y) memiliki nilai reliabilitas komposit > 0,70 dan Cronbach alpha ≥ 0,60. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap konstruk mempunyai nilai ketergantungan yang layak atau tinggi.

C. Hasil Analisis *Inner Model*



Gambar 4.2 *Inner Model*
(Sumber : Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024))

1. Uji *R-Square*

Tabel 4.5 Nilai *R-Square*

Variabel	R-square
Minat Berwirausaha	0.805

Sumber: Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024)

Koefisien determinasi variabel Minat Berwirausaha (R-square) sebagaimana terlihat pada Tabel 4.5 di atas sebesar 0,805 atau 80,5% termasuk dalam kelompok sangat baik. Berdasarkan temuan tersebut, variabel Nilai Budaya (X₁) dan Efikasi Diri (X₂) menyumbang 80,5% terhadap variabilitas Minat Berwirausaha (Y), dengan faktor tambahan yang tidak dimasukkan dalam model yang digunakan penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 19,5%.

2. Predictive Relevance

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2_2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,805)$$

$$Q^2 = 1 - 0,195$$

$$Q^2 = 0,805$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat dilihat bahwa nilai *predictive relevance* dikatakan memiliki nilai observasi yang baik karena $0,805 > 0$.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

Proses pengujian hipotesis melibatkan pemeriksaan koefisien jalur dan membandingkan t-tabel dengan t-statistik. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk memastikan hasil analisis data yang dilakukan terhadap hipotesis yang dikembangkan. Tabel 4.11 menyajikan secara spesifik hasil pengujian hipotesis penelitian ini.

Tabel 4.6 Hasil *Path Coefficient*

Variabel	Original sample (O)	Tingkat Signifikansi	t-Tabel	T- Statistics (O/STDEV)	Keterangan
Nilai Budaya -> Minat Berwirausaha	0,322	0,05	1.967	4.944	Positif dan Signifikan
Efikasi Diri -> Minat Berwirausaha	0,604	0,05	1.967	9.598	Positif dan Signifikan

Sumber : Pengolahan Data dengan SmartPLS versi 4.0 (2024)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diatas, diketahui bahwa H1 dan H2 memiliki nilai P-Value<0,05 dan T-Statistics>1.967. Maka artinya variabel Nilai Budaya berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha dan pada variabel Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha.

1. Pengaruh Nilai Budaya Terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis pertama menghasilkan nilai t-statistik sebesar 4,944, lebih dari 1,967, dan nilai p sebesar $0,000^{0,005}$. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa H1 didukung dan H0 terbantahkan. Nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa Nilai Budaya (X1) mengalami peningkatan sebesar 1 sehingga terjadi peningkatan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,332. Berdasarkan temuan yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Nilai Budaya (X1) mempunyai pengaruh yang cukup besar dan menguntungkan terhadap Minat Berwirausaha (Y), sehingga mendukung Hipotesis 1.

2. Pengaruh EFikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Hipotesis kedua mempunyai nilai p-value sebesar $0,000^{0,005}$ dan nilai t-statistik sebesar 9,598>1,967. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Kenaikan Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,604 hal ini dapat dijelaskan oleh nilai koefisien rute yang menunjukkan bahwa Self-Efficacy (X2) tumbuh sebesar 1. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Minat Berwirausaha (Y) dipengaruhi positif secara signifikan oleh Efikasi Diri (X2), mendukung H2.

3. Pengaruh Nilai Budaya dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha

Perhitungan R-square variabel terikat Minat Berwirausaha (Y) sebesar 0,805 atau 80,5% termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh Variabel Independen (X) yang terdiri dari Nilai Budaya (X1) dan Efikasi Diri (X2) terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun variabel lain mempengaruhi sisa variabelnya sebesar 19,5%, namun Minat Berwirausaha (Y), Nilai Budaya (X1) dan Efikasi Diri (X2) mempunyai pengaruh. Selanjutnya karena $0,805 > 0$, terbukti dari hasil komputasi bahwa nilai relevansi prediksi

memiliki nilai observasi yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh Self-Efficacy (X2) dan Nilai Budaya (X1) terhadap Minat Berwirausaha (Y) mungkin positif dan relevan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berjudul “Pengaruh Nilai Budaya dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom”, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai Budaya termasuk dalam kategori Baik, artinya Nilai Budaya yang ada di lingkungan Administrasi Bisnis Universitas Telkom mampu memberikan pengaruh minat berwirausaha Mahasiswa.
2. Efikasi diri termasuk dalam kategori Baik karena responden merasa yakin pada diri sendiri dapat mengelola bisnis hingga sukses, memiliki sifat kepemimpinan dalam memecahkan permasalahan dan siap melakukan inovasi terhadap perkembangan bisnis.
3. Minat Berwirausaha termasuk ke dalam kategori Baik karena responden mampu mengambil risiko untuk menjadi wirausaha dan memiliki keyakinan dalam membangun usahanya di masa depan.
4. Nilai Budaya (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).
5. Efikasi Diri (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha (Y).
6. Nilai Budaya (X1) dan Efikasi Diri (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) dianggap memiliki pengaruh yang baik dan relevan.

B. Saran

Peneliti memberikan sejumlah rekomendasi sehubungan dengan kesimpulan berikut sehubungan dengan temuan penelitian ini:

1. Saran Praktis

- a. Pada variabel nilai budaya dalam meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom dapat dilakukan dengan cara mengikuti kegiatan kewirausahaan sehingga dapat mempengaruhi pandangan mereka untuk menjadi seorang entrepreneur.
- b. Pada variabel efikasi diri dalam meningkatkan minat berwirausaha dapat dilakukan dengan mengenali terkait kelebihan dan keahlian dalam mengelola bisnis, berusaha untuk berpikir positif pada diri sendiri dan berbagi pengalaman dengan orang yang lebih profesional pada bidang bisnis yang sedang dijalankan.
- c. Pada variabel minat berwirausaha dalam meningkatkan minat berwirausaha dapat dilakukan dengan fokus pada tujuan bisnis yang sudah ditentukan dan terus memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis.

2. Saran Penelitian Berikutnya

Diharapkan lebih banyak variabel yang ditambahkan dalam penelitian misalnya dengan menambahkan variabel pendidikan dan variabel lain yang sesuai dengan lingkup minat berwirausaha. Selain itu, penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan memperluas fokus penelitian untuk mengakses tidak hanya jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom tetapi juga seluruh jurusan yang ada di Universitas Telkom.

REFERENSI

- A Kanaya. (2023). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran* 17, 17(01), 10–15.
- Ariyanti, A. (2018). Pengaruh Motivasi Dan Mental Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 20(2), 95. <https://doi.org/10.33370/jpw.v20i2.199>
- Hermanto, B., & Syahril. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 5(1), 42–50.
- Hidayat, W. W. (2020). Pengantar Kewirausahaan Teori dan Praktek. In *Pena Persada*.
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Le, T. T., Doan, X. H., & Duong, C. D. (2023). A serial mediation model of the relation between cultural values, entrepreneurial self-efficacy, intentions and behaviors: Does entrepreneurial education matter? A multi-group analysis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 9(2), 100064.

<https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100064>

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif R&D*. Alfa Beta.

