

ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY, PERCEIVED FAMILY SUPPORT, DAN ENTREPRENEURIAL INTENTION PADA MAHASISWA

Entrepreneurial Self-Efficacy, Perceived Family Support, And Entrepreneurial Intention On University Students

Agata Sofia, Ersa Lanang Sanjaya¹⁾²⁾

¹⁾²⁾ Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya

Diterima 10 April 2021 / Disetujui 16 April 2021

ABSTRACT

This studi aimed to examine entrepreneurial self-efficacy and perceived family support together as predictors of entrepreneurial intention of college student in Surabaya. A quantitative approach with a correlational design was used in this study. The participant of this study was 244 undergraduate students in Surabaya. The sampling technique used in the study was convenience sampling. The instruments used to measure the variables were Entrepreneurial Intention Questionnaire (Liñán & Chen, 2009), Entrepreneurial Self-Efficacy Scale (Mcgee, Peterson, Mueller, & Sequeira, 2009), and Perceived Family Support Scale (Shen, Osorio, & Settles, 2017). All of the scales were adapted into Indonesian. Result of the multiple regression analysis suggested that entrepreneurial self-efficacy and perceived family support simultaneously predicted entrepreneurial intention ($R^2 = 0,310$, $p < 0,05$). The results of simple regression test showed a influence between entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention by controlling perceived family support ($r = 0,482$; $R^2 = 0,232$; $p < 0,05$). The results of simple regression test also showed a positive relationship between perceived family support and entrepreneurial intention by controlling entrepreneurial self-efficacy ($r = 0,393$; $R^2 = 0,154$; $p < 0,05$).

Keywords: *entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy, perceived family support*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) dan Perceived Family Support (PFS) terhadap Entrepreneurial Intention (EI) pada mahasiswa yang di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan desain kuantitatif dengan desain korelasional. Subyek penelitian ini adalah 244 mahasiswa aktif yang sedang menempuh program pendidikan Strata Satu (S1) di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling. Pengambilan data menggunakan skala Entrepreneurial Intention Questionnaire ((Liñán & Chen, 2009), Entrepreneurial Self-Efficacy Scale (Mcgee et al., 2009), dan Perceived Family Support Scale (Shen et al., 2017). Ketiga skala diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi berganda dan uji korelasi parsial. Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa entrepreneurial self-efficacy dan perceived family support secara bersama-sama mempengaruhi entrepreneurial intention ($R^2 = 0,310$, $p < 0,05$). Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara entrepreneurial self-efficacy dengan entrepreneurial intention dengan mengendalikan perceived family support ($r = 0,482$; $R^2 = 0,232$; $p < 0,05$). Hasil uji regresi sederhana menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara perceived family support dengan entrepreneurial intention dengan mengendalikan entrepreneurial self-efficacy ($r = 0,393$; $R^2 = 0,154$; $p < 0,05$).

Kata kunci : *entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy, perceived family support.*

PENDAHULUAN

Kontribusi profesi wirausaha atau *entrepreneur* sangat penting dalam mengatasi permasalahan lapangan kerja dan pengembangan perekonomian nasional.

Menurut Levita Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia menyatakan peran pentingnya *entrepreneur* dalam penciptaan lapangan kerja baru, pengurangan angka pengangguran, peningkatan pendapatan, dan peningkatan produktivitas manusia (Ulya, 2019). Selain membantu dalam masalah lapangan pekerjaan, *entrepreneur* juga

*Korespondensi Penulis:
 agata.sofia99@gmail.com

memiliki peran yang vital dalam proses perkembangan inovasi yang berkaitan untuk menciptakan masa depan yang bersaing dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan (Uslu & Kedikli, 2019).

Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa Indonesia membutuhkan setidaknya empat juta *entrepreneur* baru yang merupakan kalkulasi 3,1 % dari populasi penduduk Indonesia dengan total lebih dari 250 juta jiwa (JPNN, 2019; Kemenperin, 2018). Oleh karena kebutuhan akan lahirnya banyak *entrepreneur*, maka penting pula untuk mendorong masyarakat Indonesia menjadi *entrepreneur*.

Golongan masyarakat yang sangat berpotensi dan diharapkan dapat menjadi pelopor dalam mengembangkan semangat *entrepreneur* adalah mahasiswa (Aryaningtyas & Palupiningtyas, 2017). Mahasiswa sebagai *emerging adulthood* memandang pengalaman berkuliah untuk mengembangkan skill sehingga dapat beradaptasi di dunia kerja dan bersenang-senang dengan teman, komunitas, atau pasangan (Arnett, 2015).

Berbagai bentuk upaya untuk mendorong intensi atau niat mahasiswa menjadi *entrepreneur* pun sudah dilakukan oleh pemerintah berkerja sama dengan pihak perguruan tinggi. Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Menristekdikti) Mohamad Nasir memberi kesempatan mahasiswa untuk menggali minat dan potensi kewirausahaannya dengan mengikuti program pembinaan dan kompetisi kewirausahaan, seperti Kompetisi Bisnis Mahasiswa Indonesia (Suryasumirat, 2019). Pada tahun 2001 Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi telah meluncurkan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) yang salah satu bidangnya adalah bidang kewirausahaan (PKM-K) dengan tujuan meningkatkan kesadaran, wawasan, dan keahlian mahasiswa dalam menghasilkan komoditas dan ide usaha yang unik, bermanfaat, dan terdapat unsur profit (Kemendikbud, 2020). Melalui program ini, mahasiswa mendapatkan pendanaan mulai dari Rp 5 – 12,5 juta untuk menjalankan usaha awalnya.

Individu akan memulai menjadi *entrepreneur* hanya ketika mereka menunjukkan intensi atau

tingkat niat yang cukup terhadap *entrepreneurship*, yang kemudian disebut sebagai *Entrepreneurial Intention* (EI) (Koe, 2016). Oleh karena itu, prediktor terbaik untuk memunculkan perilaku yang direncanakan adalah intensi individu terhadap perilaku yang terkait (Bagozzi dalam Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000).

Liñán dan Chen (2009) mendefinisikan EI sebagai intensi untuk memulai dan melibatkan perilaku *entrepreneurial* dan aktivitas *entrepreneurial*. Berdasarkan kerangka dasar teori *Entrepreneurial Event Model* (EEM) (Shapiro & Sokol dalam Krueger et al., 2000), terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi EI, diantaranya adalah *perceived desirability* dan *perceived feasibility*.

Pada faktor *perceived desirability*, keinginan untuk membangun sebuah bisnis dapat dipengaruhi oleh faktor ekstrapersonal/luar diri atau jaringan sosial dimana individu tersebut tertanam (Shen et al., 2017). Salah satu jaringan sosial pada mahasiswa adalah keluarga. Zellweger, Sieger, dan Halter (2011) menyatakan bahwa mahasiswa memiliki ketergantungan secara ekonomi dan emosional terhadap keluarganya dalam menentukan pilihan karir karena keterbatasan pengalaman hidup. Keterlibatan dukungan keluarga ini dijelaskan lebih lanjut oleh Shen et al. (2017) dengan istilah *Perceived Family Support* (PFS).

Menurut Shen et al. (2017) PFS merupakan persepsi individu terhadap penerimaan sumber daya fundamental untuk memulai sebuah bisnis. Sumber daya fundamental yang dimaksud antara lain (1) Dukungan emosional terhadap penerimaan dan penguatan individu untuk menjalankan kegiatan *entrepreneurial*, (2) Dukungan intelektual dimana keluarga memberikan nasihat dan ide untuk mendukung bisnis anaknya, (3) Dukungan ekonomi berupa modal membangun bisnis.

Selain *Perceived Family Support* atau faktor dukungan keluarga, EI individu juga dipengaruhi dari persepsi terhadap kemampuan individu dalam menjalankan sebuah bisnis (*perceived feasibility*) dan secara empiris berkaitan dengan *self-efficacy* (Krueger et al., 2000). Dalam penelitian Udayanan (2019), ESE

telah berhasil menjadi variabel mediator antara *self-efficacy* dengan EI. Oleh karena itu, *self-efficacy* yang dimiliki mahasiswa untuk melakukan tugas *entrepreneurial* dapat mempengaruhi EI hanya melalui ESE.

Bayrón (2013) mendefinisikan ESE sebagai keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk berhasil mengadakan perilaku *entrepreneurial* yang penting, yaitu membuat sebuah bisnis baru. ESE mengacu pada kekuatan individu untuk percaya bahwa dirinya berhasil mengerjakan peran dan tugas sebagai seorang *entrepreneur* (Chen, Greene, & Crick, 1998). ESE merupakan variabel yang berhubungan dan berguna untuk meningkatkan EI (Bayrón, 2013). Individu yang memiliki keyakinan dapat melakukan berbagai tugas sebagai *entrepreneur* memiliki intensi yang kuat pula untuk kedepannya memilih *entrepreneur* sebagai karirnya.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas hubungan positif ESE secara langsung terhadap EI (Bayrón, 2013; Bird, 1988; Boyd & Vozikis, 1994; Miao, Qian, & Ma, 2017; Pihie & Bagheri, 2013; Zhong-yuan, Ping, & Ya-xin, 2018). Namun penelitian yang dilakukan Fitzsimmons dan Douglas dalam Newman, Obschonka, Schwarz, Cohen, dan Nielsen (2019) menemukan bahwa ESE berinteraksi negatif dengan sikap individu terhadap kewirausahaan dimana memprediksi EI.

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah meneliti bahwa ada pengaruh keluarga secara positif terhadap EI mahasiswa (Genoveva, 2019; Oluwafunmilayo, Olokundun, Moses, & Adeniji Chinyerem Grace, 2018; Pablo – Lerchundi, Morales – Alonso, & Vargas – P., 2014; Shittu & Dosunmu, 2014; Xuan et al., 2020). Namun beberapa penelitian juga mengatakan bahwa FI tidak dapat sepenuhnya memprediksi EI (Rachmawan, Lizar, & Mangundjaya, 2015). FI dapat mempengaruhi EI secara signifikan hanya dengan dimediasi oleh ESE (Al Ayyubi, Setyanti, & Suroso, 2018; Wang, Wang, & Chen, 2018).

Oleh karena adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait pengaruh ESE dan PFS terhadap EI, maka peneliti akan meneliti lebih

lanjut kontribusi pengaruh keduanya terhadap EI. Penelitian ini bertujuan untuk menguji *perceived family support* dan *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa di Surabaya.

Hipotesis pada penelitian ini terdiri dari hipotesis mayor dan minor. Hipotesis mayor adalah ada pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) dan *Perceived Family Support* (PFS) terhadap *Entrepreneurial Intention* (EI). Hipotesis minor yang pertama ada pengaruh antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) dan *Entrepreneurial Intention* (EI) pada mahasiswa. Hipotesis minor kedua adalah ada pengaruh antara *Perceived Family Support* (PFS) dan *Entrepreneurial Intention* (EI).

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Metode pengumpulan data dengan tiga skala, yaitu skala *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (Liñán & Chen, 2009), *Entrepreneurial Self-Efficacy Scale* (Mcgee et al., 2009), dan *Perceived Family Support Scale* (Shen et al., 2017). Ketiga skala diadaptasikan kedalam bahasa Indonesia.

Skala *Entrepreneurial Intention Questionnaire* terdiri dari 6 aitem dan unidimensional. Alat ukur ini bertujuan untuk mengukur tinggi atau rendahnya niat berwirausaha individu. . Setiap pernyataan akan menggunakan skala likert dari skala 1 sampai 7. Subjek diminta untuk memilih 1 angka pada masing-masing aitem yang paling sesuai dengan kondisi dirinya. Angka 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju (STS)” dan angka 7 menunjukkan “Sangat Setuju (SS)”.

Skala *Perceived Family Support Scale* ini terdiri dari 5 aitem dengan 3 dimensi (*Perceived emotional support, perceived economic support, dan perceived intellectual support*). Skala ini bertujuan untuk mengukur dukungan keluarga yang dirasakan individu ketika akan menjalani atau memulai bisnis. Setiap pernyataan akan menggunakan skala likert dari skala 1 sampai 7. Subjek diminta untuk memilih 1 pernyataan yang paling sesuai dengan kondisi dirinya. Angka 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju (STS)” dan angka 7 menunjukkan “Sangat Setuju (SS)”.

Skala *Entrepreneurial Self-Efficacy Scale* terdiri dari 19 aitem dan terdiri dari 5 dimensi. Skala ini bertujuan untuk mengukur *entrepreneurial self-efficacy* individu terhadap tugas-tugas *entrepreneurial* yang merupakan dimensi alat ukur ini, yaitu *searching, planning, marshalling, implementing people*, dan *implementing financial*. Skala ini terdiri dari 19 aitem dan terdiri dari 5 dimensi. Setiap pernyataan akan menggunakan skala likert dari skala 1 sampai 5. Subjek diminta untuk memilih 1 angka pada masing-masing aitem yang paling sesuai dengan kondisi dirinya. Angka 1 menunjukkan “Sangat Kecil (SK)” dan angka 5 menunjukkan “Sangat Besar (SB)”.

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang sedang menempuh program Strata Satu (S1) di Surabaya. Total subjek pada penelitian ini adalah 244 orang. Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling*. Menurut Etikan, (2016), *convenience sampling* adalah jenis nonrandom sampling dimana sample dari anggota populasi target adalah yang didasarkan pada kriteria praktis seperti kemudahan aksesibilitas, geografis yang dapat dijangkau, dan waktu yang tepat dan tersedia, serta kemauan partisipan untuk bekerja sama dalam penelitian.

Alat ukur yang baik memiliki validitas dan reliabilitas yang baik pula. Reliabilitas menurut Cresswell (2014) merupakan derajat konsistensi penggunaan alat ukur. Reliabilitas skala diuji menggunakan metode Cronbach's Alpha melalui JASP versi 0.11.1. Kategori sifat reliabilitas terbagi menjadi empat poin nilai, yaitu reliabilitas sangat baik (>0,90), reliabilitas tinggi (0,70-0,90), reliabilitas moderat (0,50-0,70) dan reliabilitas rendah (<0,50) (Hinton, Brownlow, McMurray, & Cozens, 2014).

Skala EIQ memiliki reliabilitas sempurna atau sangat tinggi yang ditunjukkan oleh Cronbach's alpha $\alpha = 0,93$ dengan rentang Corrected Item Total Correlation = 0,705 – 0,874. Skala ESE memiliki reliabilitas sempurna atau sangat tinggi yang ditunjukkan oleh Cronbach's alpha $\alpha = 0,934$ dengan rentang Corrected Item Total Correlation = 0,578 – 0,679. Skala PFS memiliki reliabilitas tinggi yang ditunjukkan oleh Cronbach's alpha $\alpha = 0,873$ dengan rentang

Corrected Item Total Correlation = 0,637 – 0,779.

HASIL DAN DISKUSI

Uji normalitas menggunakan uji normalitas Shapiro-Wilk melalui program JASP versi 0.11.1. Data yang berdistribusi normal menurut uji ShapiroWilk memenuhi $p > 0,05$. Pada penelitian ini ditemukan hasil uji normalitas ditemukan angka $< 0,001$ dimana menunjukkan data tidak terdistribusi dengan normal. Namun peneliti tetap memutuskan untuk melanjutkan analisis regresi linear karena masih memungkinkan digunakan untuk data yang terdistribusi tidak normal (Schatschneider & Lonigan, 2010).

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil Uji Hipotesis
H1	($R^2 = 0,310$; $p < 0,05$)
H2	($R^2 = 0,232$; $p < 0,05$)
H3	($R^2 = 0,154$; $p < 0,05$)

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji regresi ganda H1 menunjukkan adanya pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) dan *Perceived Family Support* (PFS) terhadap *Entrepreneurial Intention* (EI) ($R = 0,557$, $p < 0,05$). Selain itu, dari tabel di atas juga diperoleh bahwa 0,310 atau 31% perubahan *Entrepreneurial Intention* (Y) disebabkan oleh *Entrepreneurial Self Efficacy* (X1) dan *Perceived Family Support* (X2), sedangkan sisanya ditentukan oleh faktor lain diluar (X). Nilai tersebut mencerminkan nilai R^2 yang menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel-variabel independen menjelaskan variabel dependen (Basuki & Prawoto, 2016).

Hasil uji regresi berganda dalam penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawan et al.(2015) bahwa *perceived family influence* dan *entrepreneurial self-efficacy* secara bersama-sama memprediksi *entrepreneurial intention* dengan besaran kontribusi 21,3% pada mahasiswa agrikultur di Indonesia. Pada penelitian ini membahas bahwa individu yang mendapat peran keluarga yang sebagai role model dan *entrepreneurial self-efficacy* yang tinggi akan mendorong komitmen individu mencapai goals dengan alokasi usaha

yang digunakan untuk menyelesaikan tugas-tugas *entrepreneurial*. Selain itu dijelaskan pula bahwa ketertarikan mahasiswa menjadi *entrepreneur* sangat dipengaruhi dari penilaian tentang tugas-tugas *entrepreneurial* yang direfleksikan dari keterampilan dirinya sendiri dan penilaian lingkungan terdekatnya, seperti keluarga.

Hasil uji korelasi H2 menunjukkan adanya ada pengaruh antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) dan *Entrepreneurial Intention* (EI) ($r = 0,482$; $R^2 = 0,232$; $p < 0,05$). Dengan demikian, semakin individu yakin akan kemampuannya melakukan tugas *entrepreneurial* (*entrepreneurial self-efficacy*), maka semakin tinggi *entrepreneurial intention* individu tersebut.

Temuan H2 sejalan dengan penelitian Zhao, Hills, dan Seibert (2005) terhadap mahasiswa jurusan administrasi bisnis di 5 universitas di Chicago. Penelitian tersebut menunjukkan adanya pengaruh antara *entrepreneurial self-efficacy* dengan *entrepreneurial intention*. Tingginya *entrepreneurial self-efficacy* diri individu ditandai dari rasa percaya dirinya terhadap kemampuannya. Hal ini diperoleh dari proses evaluasi terhadap dirinya selama mempelajari dan mengalami peristiwa-peristiwa terkait bisnis atau *entrepreneurial activity*. Proses pembelajaran ini menjadi maksimal karena jurusan dari sampel penelitian tepat berkaitan dengan bisnis dimana sering terpapar dengan pengetahuan dan pengujian kemampuan *entrepreneurial*.

Selain itu temuan hipotesis *entrepreneurial self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap *entrepreneurial intention* konsisten dengan penelitian Liu, Lin, Zhao, dan Zhao, (2019). Implikasi *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* dapat dilihat dengan semakin kuatnya *entrepreneurial self-efficacy* maka semakin efektif mahasiswa menggunakan kemampuan *entrepreneurial* bawaan mereka, memperkuat potensi *entrepreneurial* mereka, dan menginspirasi kepercayaan diri dan semangat *entrepreneurial* mereka.

Hal ini lebih lanjut dijelaskan dalam penelitian Mwiya, Wang, Kaulungombe, & Kayekesi (2019) yang menunjukkan hubungan positif

setiap dimensi *Entrepreneurial Self Efficacy* dengan *entrepreneurial intention*. Individu yang memiliki EI yang tinggi akan lebih cenderung memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam mengembangkan ide produk baru (*searching*), mengubah ide menjadi rencana bisnis yang layak (*planning*), menyusun sumber-sumber yang diperlukan (*marshalling*), memahami dan mengatur keuangan yang diperlukan (*implementing finance*), dan dapat mengatur sumber daya manusia (*implementing people*). Penelitian tersebut konsisten dengan hasil regresi sederhana dimensi-dimensi *Entrepreneurial Self-Efficacy* dengan *Entrepreneurial Intention* yang ditunjukkan pada Tabel 4.21. Hal ini menunjukkan bahwa setiap individu yang memiliki kepercayaan terhadap kemampuannya untuk melakukan setiap fase-fase *entrepreneur* dapat memprediksi munculnya *entrepreneurial intention* dalam dirinya.

Hasil uji korelasi H3 menunjukkan adanya ada pengaruh antara *Perceived Family Support* (PFS) dan *Entrepreneurial Intention* (EI) ($r = 0,393$; $R^2 = 0,154$; $p < 0,05$). Dengan demikian, semakin individu merasa mendapatkan dukungan dari keluarga (*perceived family support*), maka semakin tinggi *entrepreneurial intention* individu tersebut.

Temuan penelitian hipotesis sejalan dengan penelitian Pablo – Lerchundi et al. (2014) bahwa adanya pengaruh *perceived family support* dengan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa teknik di Spanyol. Faktor penentu pengaruh yang diberikan keluarga dalam pemilihan aktivitas karir dalam hal ini *entrepreneurial* adalah perannya orang tua sebagai *knowledge transferors* / agen pemindahan pengetahuan ke keturunannya. Dalam penelitian ini juga disebutkan bahwa pengaruh keluarga besar pada *entrepreneurial intention* berkaitan juga dengan budaya kolektif di keluarga tersebut yang akan saling membantu sesama anggota keluarga untuk mencapai kesuksesan.

Penelitian Kirkwood (2007) menjelaskan juga bahwa keluarga memberikan dukungan berupa nasihat dan emosional serta pemberian kesempatan kebebasan yang diperlukan. Hal ini sesuai dengan subjek penelitian yang

merupakan golongan dimana masih memerlukan kestabilan dukungan sosial namun di satu sisi lain memerlukan kesempatan kebebasan untuk melanjutkan eksplorasi dirinya sendiri (Hägg & Kurczewska, 2019). Berkaitan dengan hal tersebut, peran keluarga sebagai agen pemindahan pengetahuan dan pengalaman bisnis dapat meningkatkan *entrepreneurial intention* mahasiswa pada tahap perkembangannya.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) dan *Perceived Family Support* (PFS) secara bersama-sama terhadap *Entrepreneurial Intention* (EI) pada mahasiswa di Surabaya ($R^2 = 0,310$; $p < 0,05$). Hasil uji regresi sederhana menunjukkan ada pengaruh antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* (ESE) dan *Entrepreneurial Intention* (EI) pada mahasiswa di Surabaya ($r = 0,482$; $R^2 = 0,232$; $p < 0,05$). Hasil uji regresi sederhana juga menunjukkan ada pengaruh antara *Perceived Family Support* (PFS) dan *Entrepreneurial Intention* (EI) pada mahasiswa di Surabaya ($r = 0,393$; $R^2 = 0,154$; $p < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa kedua variabel *entrepreneurial self-efficacy* dan *perceived family support* menjadi prediktor kuat *entrepreneurial intention*. Pengalaman berbisnis dan fakultas yang ditempuh mahasiswa merupakan faktor-faktor lain yang diduga mempengaruhi *Entrepreneurial Intention* (EI) pada mahasiswa di Surabaya.

SARAN

Melihat adanya pengaruh antara *entrepreneurial self-efficacy* dengan *perceived family support* terhadap *entrepreneurial intention*, maka mahasiswa diharapkan untuk meningkatkan tingkat kepercayaan diri terhadap kemampuan melakukan tugas-tugas *entrepreneurial*. Di sisi lain, keluarga juga perlu memberikan dukungan-dukungan yang berarti agar anak yang dalam hal ini mahasiswa dapat merasakan dukungan dalam melakukan tugas-tugas *entrepreneurial*. Peran universitas juga diperlukan dalam membuat kurikulum pendidikan *entrepreneurship* yang fokus pada pengembangan potensi dan pengalaman

mahasiswa agar mereka dapat kepercayaan diri mereka dalam menjadi *entrepreneur*. Selain itu, universitas juga perlu melibatkan keluarga dalam pengembangan pembelajaran *entrepreneurial*.

REFERENSI

- Al Ayyubi, W. U., Setyanti, S. W. L. H., & Suroso, I. (2018). The role of self efficacy as mediating the influence of family environment and social environment on student *entrepreneur interest*. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 7(7), 33–39.
- Arnett, J. J. (2015). College students as emerging adults: The developmental implications of the college context. *Emerging Adulthood*, 4(3), 219–222. <https://doi.org/10.1177/2167696815587422>
- Aryaningtyas, A. T., & Palupiningtyas, D. (2017). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan dukungan akademik terhadap niat kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 140–152. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1398>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis regresi dalam penelitian ekonomi dan bisnis: Dilengkapi aplikasi SPSS & Eviews*. Jakarta: Rajawali Press.
- Bayrón, C. E. (2013). Social cognitive theory, *entrepreneurial self-efficacy* and *entrepreneurial intentions*: tools to maximize the effectiveness of formal *entrepreneurship* education and address the decline in *entrepreneurial activity*. *Revista Griot (Etapa IV - Colección Completa)*, 6(1), 66–77.
- Bird, B. (1988). Implementing *entrepreneurial ideas*: The case for intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of *entrepreneurial intentions* and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63–77. <https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does *entrepreneurial self-efficacy* distinguish

- entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13, 295–316. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Cresswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Etikan, I. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of *entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001>
- Genoveva, G. (2019). The influence of *entrepreneurial culture* on *entrepreneurial intention* among business students. *Firm Journal of Management Studies*, 4(1), 40. <https://doi.org/10.33021/firm.v4i1.682>
- Hägg, G., & Kurczewska, A. (2019). Who is the student *entrepreneur*? Understanding the emergent adult through the pedagogy and andragogy interplay. *Journal of Small Business Management*, 57(S1), 130–147. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12496>
- Hinton, P. R., Brownlow, C., McMurray, I., & Cozens, B. (2014). *SPPS Explained* (1st ed.). UK: Routledge.
- JPNN. (2019, October 5). Indonesia Butuh High Impact *Entrepreneur*. JPNN. Retrieved from <https://www.jpnn.com/news/indonesia-butuh-high-impact-entrepreneur>
- Kemendikbud. (2020). *Pedoman Program Kreativitas Mahasiswa*.
- Kemenperin. (2018, November 23). Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha Baru untuk Menjadi Negara Maju. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi-Negara-Maju>
- Kirkwood, J. (2007). Igniting the *entrepreneurial spirit*: Is the role parents play gendered? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(1), 39–59. <https://doi.org/10.1108/13552550710725174>
- Koe, W.-L. (2016). The relationship between Individual *Entrepreneurial Orientation* (IEO) and *Entrepreneurial Intention*. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 13. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of *entrepreneurial intentions*. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure *entrepreneurial intentions*. *Entrepreneurship Theory and Practice: SAGE Journals*, 33(3), 593–617. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of *entrepreneurial education* and *entrepreneurial self-efficacy* on college students' *entrepreneurial intention*. *Frontiers in Psychology*, 10(APR), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Mcgee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). *Entrepreneurial self-efficacy*: refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The Relationship between *entrepreneurial self-efficacy* and firm performance: A meta-analysis of main and moderator effects. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 87–107. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12240>
- Mwiya, B. M. K., Wang, Y., Kaulungombe, B., & Kayekesi, M. (2019). Exploring *entrepreneurial intention's* mediating role in the relationship between self-efficacy and

- nascent behaviour: Evidence from Zambia, Africa. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 466–485. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2017-0083>
- Oluwafunmilayo, A. M., Olokundun, M. A., Moses, C. L., & Adeniji Chinyerem Grace. (2018). The role of prior family business background on *entrepreneurial intentions*. *Covenant Journal of Entrepreneurship (CJoE)*, 2(1), 1–14. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/368d/0def86e717a1e9a4b999d882b0fdced7a59f.pdf>
- Pablo – Lerchundi, I., Morales – Alonso, G., & Vargas – P., A. M. (2014). Does family matter? A study of parents' influence on the *entrepreneurial intention* of technical degrees students in Spain. *International Forum on Knowledge Asset Dynamics (IFKAD)*, 1–15. Matera, Italy.
- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A. (2013). Self-Efficacy and *entrepreneurial intention*: The mediation effect of self-regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), 385–401. <https://doi.org/10.1007/s12186-013-9101-9>
- Rachmawan, A., Lizar, A. A., & Mangundjaya, W. L. . (2015). The role of parent's influence and self-efficacy on *entrepreneurial intention*. *The Journal of Developing Areas*, 49(3), 417–430. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0157>
- Schatschneider, C., & Lonigan, C. J. (2010). Misunderstood statistical assumptions undermine criticism of the national early literacy panel's report. *Educational Researcher*, 39(4), 347–351. <https://doi.org/10.3102/0013189X10369931>
- Shen, T., Osorio, A. E., & Settles, A. (2017). Does family support matter? The influence of support factors on *entrepreneurial attitudes and intentions* of college students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 23(1), 24–43.
- Shittu, A. I., & Dosunmu, Z. O. (2014). Family background and *entrepreneurial intention* of fresh graduates in Nigeria. *Journal of Poverty, Investment and Development-An Open Access International Journal*, 5(2012), 78.
- Suryasumirat, R. A. (2019, April 9). *Menristekdikti Dorong Mahasiswa Jadi Entrepreneur Muda*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/news/read/3937143/menristekdikti-dorong-mahasiswa-jadi-entrepreneur-muda>
- Udayanan, P. (2019). The role of self-efficacy and *entrepreneurial self-efficacy* on the *entrepreneurial intentions* of graduate students: A study among omani graduates. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(4), 7–20. <https://doi.org/10.15678/EBER.2019.070401>
- Ulya, F. N. (2019, September 5). Indonesia Masih Butuh 4 Juta *Entrepreneur Baru*. *Kompas*. Retrieved from <https://money.kompas.com/read/2019/09/05/133622826/indonesia-masih-butuh-4-juta-entrepreneur-baru?page=all>
- Uslu, Y. D., & Kedikli, E. (2019). The importance of *entrepreneurship* and innovation management in terms of international journal of academic value studies. *International Journal of Academic Value Studies (JAVStudies)*, 5(1), 1–11. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/331166798>
- Wang, D., Wang, L., & Chen, L. (2018). Unlocking the influence of family business exposure on *entrepreneurial intentions*. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 951–974. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0475-2>
- Xuan, H. D., Le Trung, T., Ngoc, H. N., Thi Phuong, L. N., Cong, D. D., & Quynh, T. N. (2020). The effect of educational background on *entrepreneurial intention*. *Management Science Letters*, 10(1), 91–102. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.8.013>
- Zellweger, T., Sieger, P., & Halter, F. (2011). Should I stay or should I go? Career choice intentions of students with family business background. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 521–536. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.04.001>
- Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of *entrepreneurial intentions*. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–

1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>

Zhong-yuan, R., Ping, L., & Ya-xin, L. (2018). The Relationship between *Entrepreneurial Self-Efficacy* and *Entrepreneurial Intention*. *2018 International Conference on Management Science and Engineering (ICMSE)*, 517–522. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12240>