

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Gambaran mengenai responden secara geografis ditunjukkan melalui karakteristik pada tabel 5.1 sebagai berikut:

Tabel 5. 1 Karakteristik Responden

Profil	Keterangan	Frekuensi	Presentase
Usia	17 Tahun	3	0.97
	18 Tahun	39	12.58
	19 Tahun	96	30.97
	20 Tahun	75	24.20
	21 Tahun	63	20.32
	22 Tahun	24	7.74
	23 Tahun	10	3.22
Jumlah		310	100.00
Jenis Kelamin	Laki-laki	132	42.60
	Perempuan	178	57.40
Jumlah		310	100.00
Semester	Semester 1	65	20.97
	Semester 3	132	42.58
	Semester 5	61	19.68
	Semester 7	52	16.77
Jumlah		310	100.00
Universitas Negeri	Universitas Jambi	143	46.12
	Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifudin Jambi	167	53.88
Jumlah		310	100.00

Sumber: Olah Data Primer, 2023

Pada tabel 5.1 terkait karakteristik responden berdasarkan usia dominasi data ditunjukkan oleh usia 19 tahun dengan responden 96 atau sebesar 30.97%, diikuti usia 20 tahun sebesar 75 responden atau 24.20% dan usia 21 tahun 63 responden dengan besaran 20.32%. serta yang paling rendah dominasi usia yang di angka 17 tahun atau sebanyak 3 responden sebesar 0.97% dan 23 tahun 10 responden dengan besaran 3.22 %. Dominasi data tertinggi yakni pada usia 19—21 tahun dikarenakan pada saat

ini usia tersebut rata-rata bergerak pada semester 1, semester 3, dan semester 5. Dimana pada tiga semester tersebut aktivitas serta keterlibatan mahasiswa terhadap paparan program pendidikan dan pengembangan berbasis wirausaha yang digaungkan serta dicanangkan oleh pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia. Tujuannya secara garis besar yakni meningkatkan minat dan semangat mahasiswa; Memantik minat dan semangat mahasiswa dalam berwirausaha; Menanamkan mindset dan kompetensi dasar di bidang kewirausahaan; Mendorong peningkatan pengalaman wirausaha pada mahasiswa; Meningkatkan kemampuan daya kerja mahasiswa; Membantu meningkatkan kapasitas dan kualitas lulusan Perguruan Tinggi.

Berdasarkan jenis kelamin, pada tabel 5.1 terlihat dominasi data yakni Perempuan sebanyak 178 responden atau sebesar 57.40% dibandingkan laki-laki sebesar 132 responden atau 42.60 %. Perbedaan ini tidak memberikan gambaran perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan. Dikarenakan pada penelitian ini akses jenis kelamin terbuka terhadap hasil penelitian dominasi jenis kelamin yang mungkin muncul. Tetapi dengan keterangan hasil data ini dapat dilihat bahwa jenis kelamin perempuan memiliki peranan secara responden atau sampel yang lebih besar dibandingkan laki-laki dalam penelitian ini.

Berdasarkan sebaran data dilihat dari latar belakang semester terlihat signifikan data pada semester 3 sebanyak 132 responden dengan besaran 42.58%.hal ini sudah dapat terlihat bahwa memang program pendidikan tinggi melalui universitas yang menjadi lokasi penelitian menjadi batasan semester untuk mengambil program salah satunya wirausaha merdeka, disini lain semester 3 juga menjadi semester yang bersifat eksplorasi dimana mahasiswa diasumsikan sudah dapat beradaptasi tidak seperti ketika baru bergabung pada semester 1 serta belum memasuki tahap pengerjaan tugas akhir seperti pada semester 7. Walaupun pada data terlihat mahasiswa semester 1 dan 5 juga menjadi responden penelitian tertinggi kedua serta ketiga setelah semester 3 yang artinya respon positif muncul baik melalui program

pendidikan ataupun kemampuan diri secara internal serta eksternal untuk memunculkan niat atau lebih jauh keputusan berwirausaha.

Sebaran responden berdasarkan dua universitas negeri ini sendiri telah ditentukan sebelumnya yakni Universitas Jambi sebesar 143 responden atau 46.12 % dan Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi sebesar 167 responden atau 167%. Penentuan ini berdasarkan data <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>. Selain itu, universitas negeri di provinsi jambi secara berkesinambungan dan konsistensi serta persisi melakukan pembaharuan berdasarkan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, hal ini dilakukan untuk menyamakan kontekstual capaian bangsa dan negara indonesia melalui pendidikan. Hal tersebut yang membuat penelitian ini akan dilakukan pada dua universitas tersebut.

Kemampuan dua universitas ini dalam menghadirkan pendidikan yang sesuai dengan rencana pembangunan serta pengembangan pendidikan secara nasional berbasis wirausaha menciptakan batang tubuh pembangunan visi misi universitas untuk mencapai tujuan tersebut. *“Menjadikan UNJA sebagai A World Class Entrepreneurship University”* merupakan visi yang dituangkan oleh Universitas Jambi untuk mencapai program tersebut. Selain itu *“Menjadi Universitas Islam sebagai Lokomotif Perubahan Sosial Unggul Nasional Menuju Internasional dengan Semangat Moderasi dan Entrepreneurship Islam”* merupakan visi yang diusung oleh Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. Visi dan Misi yang ada sebagai pedoman pemerataan program.

Di Indonesia saat ini terdapat kebijakan yang dikeluarkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yakni , Merdeka Belajar – Kampus Merdeka adalah Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi. Program tersebut merupakan amanah dari berbagai regulasi/landasan hukum pendidikan tinggi dalam rangka peningkatan mutu pembelajaran dan lulusan pendidikan tinggi (Kampusmerdeka.id , 2020)

Landasan hukum pelaksanaan program kebijakan Hak Belajar Tiga Semester di Luar Program Studi diantaranya, sebagai berikut: Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional; Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi; Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014, tentang Desa; Peraturan Pemerintah Nomor 04 Tahun 2014, tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi; Peraturan Presiden nomor 8 tahun 2012, tentang KKNI; Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 11 Tahun 2019, tentang Prioritas Penggunaan Dana Desa Tahun 2020; Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 16 Tahun 2019, tentang Musyawarah Desa; Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 17 Tahun 2019, tentang Pedoman Umum Pembangunan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa; Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 18 Tahun 2019, tentang Pedoman Umum Pendampingan Masyarakat Desa. (Kampusmerdeka.id , 2020)

Usia produktif dan tuntutan untuk mewujudkan strategi implementasi berwirausaha juga menyasar mahasiswa sebagai dimensi kunci faktor yang telah dijelaskan hal ini diatur dalam kurikulum pembelajaran di Indonesia melalui Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi dalam menjalankan Perpres nomor 2 tahun 2022. Perpres ini mengatur mengenai penetapan kebijakan pemerintah yang dijadikan sebagai pedoman bagi kementerian/lembaga, Pemerintah Daerah, dan Pemangku Kepentingan dalam melakukan Pengembangan Kewirausahaan Nasional yang ditetapkan untuk periode tahun 2021 sampai dengan tahun 2024. Kurikulum merdeka belajar yang disampaikan diharapkan mampu melahirkan generasi muda yang mampu berwirausaha dengan program Wirausaha Merdeka.

5.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran Antecedent Keputusan Berwirausaha Pada Mahasiswa di Provinsi Jambi dengan variabel penelitian yakni Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) yang di Intervening oleh Intention (Z) penelitian yang sudah dilakukan pada Universitas Negeri di Provinsi Jambi.

5.2.1 Modal Psikologi (*Psychology Capitals*)

Modal Psikologi (*Psychological Capitals* atau *PsyCap*) adalah konsep yang berkembang dalam literatur manajemen dan psikologi organisasi. Ini merujuk pada kumpulan sumber daya psikologis individu yang meliputi harapan (*Hope*) Merupakan keyakinan individu bahwa individu dapat menetapkan tujuan yang dapat dicapai dan mengembangkan rencana untuk mencapainya. orang yang memiliki tingkat harapan yang tinggi cenderung lebih termotivasi dan mampu mengatasi rintangan. Efikasi diri (*Self-Efficacy*), merupakan keyakinan individu akan kemampuannya sendiri untuk mencapai tujuan atau tugas yang sulit. Tingkat efikasi diri yang tinggi dapat meningkatkan motivasi dan kinerja seseorang. Optimis (*Optimism*), merupakan sikap positif terhadap masa depan dan keyakinan bahwa hasil yang baik akan terjadi. Optimisme dapat meningkatkan ketahanan mental dan kemampuan seseorang untuk mengatasi kesulitan dan ketahanan (*Resilience*). Merupakan kemampuan untuk bangkit dari kegagalan, mengatasi stres, dan menjaga keseimbangan emosional di tengah tantangan. Individu yang memiliki daya tahan yang baik cenderung lebih mampu menanggapi tekanan dengan positif. Konsep ini memberikan dasar untuk memahami bagaimana elemen-elemen psikologis ini dapat memengaruhi perilaku individu dalam memproses serta merespon sesuatu terkhusus dalam bidang wirausaha berdasarkan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Tabel hasil analisis kusioner pada variabel modal psikologi sebagai berikut:

Tabel 5. 2 Analisis Deskriptif Modal Psikologi

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		STS	TS	CS	S	SS		
		1	2	3	4	5		
1.1	Saya percaya dan yakin saya akan mencapai tujuan saya dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	0	11	47	109	143	310	Sangat Baik
	Total Skor	0	22	131	436	715	1.304	
1.2	Saya membuat dan mengembangkan rencana untuk mencapai tujuan saya dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	2	10	31	156	111	310	Baik
	Total Skor	2	20	93	624	555	1.294	
1.3	Saya melakukan tindakan nyata yang diperlukan untuk mencapai tujuan saya dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	18	36	143	112	310	Baik
	Total Skor	1	36	108	572	560	1.277	
1.4	Tantangan, bukan penghambat saya untuk mencapai tujuan saya dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	8	34	138	129	310	Sangat Baik
	Total Skor	1	16	102	552	645	1.316	
1.5	Saya secara positif, memandang masa depan akan keberhasilan saya dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	8	33	145	123	310	Sangat Baik
	Total Skor	1	16	99	580	615	1.311	
1.6	Saya tidak takut mencoba atau takut merasa gagal dalam	3	11	37	125	134	310	Sangat Baik

	Berwirausaha (Jasa/Produk)							
	Total Skor	3	22	111	500	670	1.306	
1.7	Saya selalu bangkit ketika jatuh atau ketika gagal dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	16	43	137	113	310	Baik
	Total Skor	1	32	129	548	565	1.275	
1.8	Saya selalu menjaga stabilitas emosional dan mood saya dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	0	16	49	137	108	310	Baik
	Total Skor	0	32	147	548	540	1.267	
	Rata-Rata						1.294	

Sumber: Data olah, 2023

Pada tabel 5.2 terkait data kuesioner yang telah diolah dalam dimensi Modal Psikologi diperoleh rata-rata 1.294 dengan makna skor tergolong baik. Modal psikologi yang terdiri dari beberapa aspek utama yakni harapan (*Hope*), Efikasi diri (*Self-Efficacy*), Optimis (*Optimism*), Ketahanan (*Resilience*). Dengan asumsi yang pertama terkait aspek harapan yakni mahasiswa di provinsi jambi secara harapan (*Hope*), mencakup keyakinan bahwa individu dapat mencapai kesuksesan dalam dunia wirausaha. Mahasiswa dengan harapan yang positif akan memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan ide-ide kreatif, mengatasi rintangan, dan bertahan dalam persaingan. Harapan yang kuat juga dapat memotivasi individu untuk terus belajar, mencari peluang baru, dan mengelola risiko dengan bijak untuk mencapai tujuan. Dengan memiliki harapan yang baik, mahasiswa berwirausaha dapat membentuk mentalitas yang proaktif dan pantang menyerah, sehingga memperbesar peluang kesuksesan dalam perjalanan kewirausahaan individu.

Kemudian pada Efikasi diri (*Self-Efficacy*), mengidentifikasi bahwa Efikasi diri yang baik pada mahasiswa berwirausaha mencerminkan keyakinan individu akan

kemampuan pribadi untuk berhasil dalam dunia wirausaha. Mahasiswa dengan tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung memiliki sikap positif terhadap tantangan, merasa mampu mengatasi rintangan, dan memiliki tekad untuk mencapai tujuan individu. Ini memberikan dorongan motivasi yang kuat untuk mengambil risiko, mengembangkan keterampilan kewirausahaan, dan memimpin usaha dengan percaya diri. Efikasi diri yang baik juga dapat membantu individu menghadapi kegagalan dengan sikap belajar dan tekad untuk terus berkembang. Dengan demikian, tingkat efikasi diri yang tinggi dapat menjadi pendorong penting untuk keberhasilan mahasiswa berwirausaha.

Selanjutnya Optimis (Optimism) yang kuat pada mahasiswa berwirausaha melibatkan sikap positif terhadap perjalanan wirausaha individu. Mahasiswa yang optimis cenderung melihat peluang daripada tantangan, memandang kegagalan sebagai pelajaran, dan mempercayai bahwa masa depan wirausaha yang dijalankan akan sukses. Sikap ini menciptakan energi positif, meningkatkan ketahanan mental, dan mendorong inovasi. Mahasiswa yang optimis juga lebih mungkin mengatasi hambatan dengan tekad, menjaga semangat diri dan tim dalam usaha, dan menarik mitra atau pelanggan dengan lebih baik. Optimisme memainkan peran kunci dalam memotivasi mahasiswa berwirausaha untuk menjalani perjalanan kewirausahaan dengan keyakinan dan semangat positif.

Terakhir mahasiswa dengan nilai ketahanan yang baik atau Resilience mencerminkan kemampuan individu untuk bangkit dari kegagalan dan mengatasi tekanan yang mungkin muncul. Mahasiswa yang memiliki daya tahan yang tinggi cenderung dapat menanggapi perubahan atau kesulitan dengan fleksibilitas dan kreativitas. Secara kuat individu tidak mudah menyerah di hadapan rintangan, melainkan menggunakan pengalaman sulit sebagai pelajaran berharga. Daya tahan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk tetap fokus pada tujuan jangka panjang mereka, mempertahankan semangat positif, dan menjalankan usaha mereka dengan

ketangguhan. Dengan adanya daya tahan, mahasiswa berwirausaha dapat melihat tantangan sebagai kesempatan untuk tumbuh dan berkembang.

5.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan istilah yang merujuk pada platform-platform daring yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dalam aktivitas sosial secara elektronik. Media sosial memiliki peran yang signifikan dalam dunia berwirausaha modern. Sehingga dapat digunakan untuk membangun merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan produk atau layanan. Media sosial memungkinkan pengusaha untuk memasarkan produk atau layanan individu kepada khalayak yang lebih luas, individu dapat membuat kampanye iklan yang ditargetkan dan berbagi konten yang menarik konsumen.

Tabel 5. 3 Analisis Deskriptif Media Sosial

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		ST S	T S	C S	S	SS		
		1	2	3	4	5		
2.1	Saya menggunakan media sosial untuk Berinteraksi dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	2	5	15	115	173	310	Sangat Baik
	Total Skor	2	10	45	460	865	1.380	
2.2	Teknologi dan Media Sosial memberikan kemudahan bagi saya untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	4	4	118	183	310	Sangat Baik
	Total Skor	1	8	12	472	915	1.408	
2.3	Saya menggunakan aplikasi media sosial dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	2	7	6	130	164	310	Sangat Baik
	Total Skor	2	14	18	520	820	1.374	

	Rata-Rata						1.387	
2.4	Tiktok	41.2%					133	Data diperoleh dari rata-rata responden memilih jenis aplikasi atau platform media sosial untuk berwirausaha
	Instagram	85.1%					275	
	Whatsapp/Whatsapp Bussiness	77.1%					249	
	Facebook	25.2%					78	
	Youtube	4.3%					14	
	Twitter X	5.6%					18	
	Line	1.9%					6	
	Telegram	0.6%					2	
	Google Maps	0.3 %					1	

Sumber: Data olah, 2023

Pada tabel 5.3 menjelaskan aspek media sosial sebagai platform dan juga aplikasi yang memudahkan dalam menjalankan usaha yang sedang dilakukan. Mahasiswa memandang secara positif dengan rata-rata skor yakni 1.387 atau tergolong sangat baik. Hal ini mengemukakan asumsi bahwa media sosial memainkan peran yang signifikan dalam mendukung wirausaha pada mahasiswa dengan menyediakan platform untuk membangun merek, mempromosikan produk atau jasa, dan mengembangkan jaringan bisnis.

Mahasiswa dapat menggunakan platform atau aplikasi yang diperlukan untuk membangun kehadiran atau eksistensi usaha yang sedang dijalankan, menjangkau lebih banyak calon pelanggan, dan meningkatkan kesadaran merek, membangun citra positif, dan memperluas jaringan. Mediasosial memberikan wirausaha pada mahasiswa peluang untuk berinteraksi secara langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik, dan memahami kebutuhan pasar dengan lebih baik.

Media sosial sebagai platform dapat memfasilitasi pemasaran yang lebih terjangkau melalui penggunaan sarana iklan yang dapat disesuaikan dengan anggaran mahasiswa. Media sosial dapat digunakan untuk mengakses berbagai pengalaman, informasi, program, memotivasi, dan membangun komunitas daring yang mendukung usaha pada mahasiswa. Selanjutnya melalui jejaring sosial, mahasiswa dapat menjalin

koneksi dengan mitra bisnis potensial, investor, atau mentor yang dapat memberikan dukungan dan arahan. Dengan memanfaatkan media sosial secara cerdas, wirausaha pada mahasiswa dapat memperluas cakupan bisnis mereka, meningkatkan visibilitas, dan menciptakan peluang pertumbuhan yang berkelanjutan.

Berdasarkan tabel 5.3 diatas pilihan media sosial yang diperoleh dari hasil penelitian ini menunjukkan kecenderungan akses media sosial atau platfom daring yang sesuai kebutuhan untuk berwirausaha. Pada penelitian ini mahasiswa dapat memilih lebih dari satau atau menuangkan pilihan baru terhadap media sosial yang sering digunakan untuk berwirausaha. Dari hasil diperoleh Kecenderungan tertinggi pada penggunaan aplikasi instagram sebesar 85.1%, sehingga tren instagram untuk memasarkan produk atau jasa tergolong tinggi pada penelitian ini. Diikuti Whatshapp/Whatshapp Bussiness sebesar 77.1%, Tiktok yakni 41.2%, dan Facebook 25.2%. Bahwa media sosial yang dipilih diasumsikan sebagai sarana mahasiswa untuk mengakses informasi, memasarkan produk, membangun citra, membangun jaringan, serta tingkat aksesibilitas yang tinggi. Aplikasi media sosial ini juga tergolong sangat dekat dengan kehidupan mahasiswa atau lumrah digunakan.

5.2.3 Niat Berwirausaha (Entrepreneurial Niat Berwirausaha)

Entrepreneurial Niat Berwirausaha dikembangkan dari model Teori Perilaku yang Direncanakan atau "*Theory of Planned Behavior*" (TPB). Model ini menjelaskan kerangka kerja psikologis yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985. Teori ini bertujuan untuk memahami dan memprediksi perilaku manusia, terutama perilaku yang bersifat sukarela dan terencana sebelum memunculkan niat ataupun perilaku secara nyata.

Tabel 5. 4 Analisis Deskriptif Niat Berwirausaha

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		STS	TS	CS	S	SS		
		1	2	3	4	5		
3.1	Saya yakin dengan sikap saya untuk memulai dan/atau menjalankan usaha saya (Berwirausaha Jasa/Produk)	0	12	42	123	133	310	Sangat Baik
	Total Skor	0	24	126	492	665	1.307	
3.2	Saya akan terima konsekuensi yang mungkin muncul dari sikap dan pilihan saya untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)	0	5	32	147	126	310	Sangat Baik
	Total Skor	0	10	96	588	630	1.324	
3.3	Saya meyakini, orang-orang disekitar saya mendukung saya untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)	2	8	28	141	131	310	Sangat Baik
	Total Skor	2	16	84	564	655	1.321	
3.4	Orang-orang di lingkungan sekitar atau terdekat saya banyak yang Berwirausaha (Jasa/Produk)	0	19	45	139	107	310	Baik
	Total Skor	0	38	135	556	535	1.264	
3.5	Saya yakin, saya mampu Berwirausaha (Jasa/Produk)	0	12	35	136	127	310	Sangat Baik
	Total Skor	0	24	105	544	635	1.308	

3.6	Saya merasa, saya akan mengalami kesulitan untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)	35	92	66	77	40	310	Cukup Baik
	Total Skor	35	184	198	308	200	925	
3.7	Saya memperoleh banyak informasi dari beragam sumber dan dukungan terkait bagaimana Berwirausaha (Jasa/Produk)	0	11	46	144	109	310	Baik
	Total Skor	0	22	138	576	545	1.281	
3.8	Saya mampu Berwirausaha karena keterampilan dan keahlian yang saya miliki.	3	21	48	115	123	310	Baik
	Total Skor	3	42	144	460	615	1.264	
3.9	Saya berniat untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)	5	19	27	109	150	310	Sangat Baik
	Total Skor	5	38	81	436	750	1.310	
3.10	Saya belum memiliki niat Berwirausaha (Jasa/Produk)	120	95	18	43	34	310	Kurang Baik
	Total Skor	120	190	36	127	170	643	
3.11	Saat ini, saya sedang Berwirausaha (Jasa/Produk)	30	27	36	104	113	310	Baik
	Total Skor	30	54	108	416	565	1.173	
3.12	Saat ini, saya belum Berwirausaha (Jasa/Produk)	149	44	27	44	46	310	Kurang Baik
	Total Skor	149	88	81	176	230	724	
	Rata-Rata						1.154	

Sumber: Data olah, 2023

Pada tabel 5.4 aspek niat berwirausaha, terdapat hasil rata-rata data yakni 1.154 atau tergolong baik. Pengembangan indikator pada variabel niat berwirausaha mengacu pada enam aspek dan indikator pengujian dengan hasil yang diperoleh yakni pertama terkait aspek dan indikator *Behavioral Beliefs*, dengan asumsi dari hasil yang diperoleh bahwa *Behavioral beliefs* yang baik pada mahasiswa yang ingin memulai berwirausaha mencakup keyakinan positif terhadap tindakan konkret dalam memulai dan menjalankan usaha. *Behavioral beliefs* yang baik pada mahasiswa berwirausaha juga mencakup keyakinan yang positif terhadap tindakan dan keputusan yang diambil. Mahasiswa yang memiliki *behavioral beliefs* yang kuat percaya bahwa usaha mereka memiliki dampak positif, baik bagi masyarakat maupun diri mereka sendiri. Individu akan memiliki keyakinan bahwa tindakan kewirausahaan yang dilakukan dapat menciptakan nilai tambah, memecahkan masalah, dan memberikan kontribusi positif terhadap diri dan lingkungan sekitar. *Behavioral beliefs* yang positif juga memotivasi mahasiswa untuk mengambil risiko yang terukur, menciptakan inovasi, dan berkomitmen pada integritas wirausaha. Dengan keyakinan ini, mahasiswa dapat menghadapi tantangan dengan semangat positif, menciptakan kewirausahaan yang inklusif, dan merangsang pertumbuhan berkelanjutan dalam usaha yang sedang dijalani.

Selanjutnya asumsi terhadap aspek *Normatif Beliefs*, perasaan atau dugaan individu terhadap orang-orang serta harapan tertentu tentang perilaku yang akan dilakukan ataupun tidak dilakukan, karena ini sifatnya sangat “*subjective*” sesuai dengan nilai atau norma individu masing-masing (*Subjective Norms*) dipengaruhi oleh lingkungan. *Normatif beliefs* yang diasumsikan baik pada mahasiswa ketika berwirausaha mencakup keyakinan positif terhadap norma sosial dan dukungan dari lingkungan sekitar. Mahasiswa yang memiliki *normatif beliefs* yang kuat percaya bahwa memulai usaha akan mendapatkan dukungan secara positif serta sesuai dengan keadaan lingkungan masyarakat serta individu merasa mendapatkan dukungan sosial dari keluarga, teman, dan komunitas tertentu. Individu merasa bahwa wirausaha

dianggap positif oleh orang-orang di sekitarnya, ketika individu sukses dalam pilihan wirausaha mereka akan mendapatkan dukungan dan pengakuan. *Normatif beliefs* tergolong baik akan memberikan gambaran asumsi bahwa lingkungan temoat individu berada juga diisi oleh orang-orang dengan minat dan keputusan yang sama. Tentu hal ini juga dapat meningkatkan kepercayaan diri, mengurangi rasa rendah diri, dan memotivasi mahasiswa untuk terus maju dalam perjalanan kewirausahaan.

Control Beliefs, sejauh mana orang merasakan individu dapat melakukan suatu perilaku tertentu. Hal ini berhubungan dengan bagaimana seseorang percaya bahwa ia dapat melakukan perilaku itu atau tidak. *Control Beliefs* : keyakinan individu terhadap dirinya untuk melakukan sesuatu berkaitan dengan mudah atau sulitnya melakukan sesuatu (*Perceived behavioral Control*) sesuai apa yang dirasakan. Pada tabel pada pernyataan “*Saya yakin, saya mampu Berwirausaha (Jasa/Produk)*” mendapatkan skor 1.308 atau sangat baik maka diasumsikan bahwa mahasiswa memiliki keyakinan positif akan kemampuan diri dalam berwirausaha atau memulai usaha tertentu. Hal ini didukung pada pernyataan indikator berikutnya yakni “*Saya merasa, saya akan mengalami kesulitan untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)*” dengan skor 925 atau cukup baik. Maka dapat disimpulkan ketika individu yakin akan mampu berwirausaha ia tidak akan mengalami kesulitan untuk melakukan hal tersebut. *Control beliefs* yang baik pada mahasiswa berwirausaha mencakup keyakinan bahwa mereka memiliki kendali atau kontrol atas tindakan dan kemungkinan hasil yang muncul. Mahasiswa dengan *control beliefs* yang kuat percaya bahwa keputusan dan usaha yang dilakukan akan mempengaruhi arah dan keberhasilan yang muncul. Keyakinan ini mempengaruhi bahwa dengan keterampilan, pengetahuan, dan usaha yang tepat, mereka dapat mengatasi rintangan dan mengelola risiko. *Control beliefs* yang positif memberikan mahasiswa rasa tanggung jawab terhadap apa yang dilakukan, meningkatkan motivasi untuk mengambil inisiatif, dan membangun mentalitas proaktif dalam menghadapi tantangan. Dengan keyakinan ini, mahasiswa dapat merancang strategi yang efektif

dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.

Actual Behavioral Control, perilaku secara eksternal yang akhirnya juga mempengaruhi internal diri bagaimana perilaku itu muncul. Diantaranya sejauh mana individu mendapatkan informasi yang berkenaan, didukung kemampuan dan keterampilan mental serta fisik, disisi lain ada atau tidaknya dukungan Sosial, emosi dan faktor lainnya baik sebagai penghalang atau sebaliknya terhadap munculnya suatu perilaku secara eksternal. Pada tabel 5.4 pada aspek *Actual Behavioral Control* tergolong dengan kategori baik maka diasumsikan individu pada mahasiswa memiliki kemampuan dan kendali nyata terhadap tindakan serta keputusan yang diambil. Mahasiswa dengan *actual behavioral control* yang kuat memiliki diasumsikan memiliki keterampilan, pengetahuan, dan sumber daya terkait yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Secara sederhana individu mampu mengelola aspek praktis dari bisnis, seperti produksi, pemasaran, dan keuangan secara efektif. *Actual behavioral control* yang baik memungkinkan mahasiswa untuk merencanakan dan melaksanakan strategi yang disusun dengan percaya diri, menghadapi perubahan yang mungkin muncul, dan mengelola resiko dengan baik. Dengan demikian, kemampuan nyata ini memainkan peran kunci dalam membantu mahasiswa mencapai kesuksesan dalam wirausaha.

Selanjutnya setelah melewati proses dinamika psikologis yang panjang maka muara pertama yakni kemunculan atau tidaknya niat (*Intention*). Setelah individu mempertimbangkan banyak hal hal ini akan langsung menumbuhkan niatan tertentu, akan tetapi niatan ini belum tentu langsung memunculkan perilaku. Terkadang dari *perceived behavioral control* juga langsung bisa menentukan niatan seseorang atau langsung menunjukan sebuah perilaku tertentu tanpa adanya pertimbangan aspek yang lain. Karena ketika individu merasa yakin akan kemampuan diri ia akan melewati beberapa aspek lainnya didukung dengan kontrol lingkungan. Pada tabel 5.4 aspek niat berwirausaha diperoleh skor 1.310 atau tergolong sangat baik dengan

pernyataan “*Saya berniat untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)*” sedangkan yang belum berniat dengan pernyataan “*Saya belum memiliki niat Berwirausaha (Jasa/Produk)*” dengan skor 643 dengan kategori kurang baik, maka aitem ini relevan dan signifikan karena menggambarkan keadaan seharusnya ketika niat muncul maka tidak muncul niat akan mendapatkan skor rendah. Maka diasumsikan bahwa niat berwirausaha pada mahasiswa telah hadir dan tumbuh. *Niat Berwirausaha* yang baik pada mahasiswa berwirausaha mencakup niat yang kuat dan komitmen untuk memulai dan menjalankan bisnis dengan sukses. Mahasiswa dengan *Niat Berwirausaha* yang positif memiliki tekad yang tinggi untuk mencapai tujuan dalam berwirausaha. Secara dalam mereka dapat diasumsikan memiliki visi yang jelas tentang apa yang ingin dicapai dalam bisnis, termotivasi untuk mewujudkannya, dan bersedia berinvestasi secara waktu, usaha, dan sumber daya untuk mencapai impian yang direncanakan. *Niat Berwirausaha* yang kuat dapat memandu mahasiswa dalam membuat keputusan yang mendukung pertumbuhan wirausaha, merancang strategi yang efektif, dan mengatasi rintangan yang mungkin muncul. Niat berwirausaha dapat menjadi pondasi yang kuat untuk mahasiswa memulai usaha tertentu terkait jasa atau produk.

Behavior, yakni perilaku yang dimunculkan setelah proses yang sudah dilewati yang bisa dilihat atau diamati langsung bentuk perilakunya. Perilaku ini bisa mendukung atau berlawanan dengan keadaan seharusnya yang artinya perilaku ini dimaksudkan untuk merespon stimulus atau mengabaikannya. Dalam hal ini adalah individu akhirnya memutuskan atau tidak untuk berwirausaha berdasarkan perilaku tampak yang dilakukan. Berdasarkan tabel 5.4 pada pernyataan “*Saat ini, saya sedang Berwirausaha (Jasa/Produk)*” diperoleh skor 1.173 dengan kategori baik dan pernyataan “*Saat ini, saya belum Berwirausaha (Jasa/Produk)*” dengan skor 724 atau tergolong kurang baik. Maka niat yang ada telah memunculkan perilaku berwirausaha pada mahasiswa universitas negeri di provinsi jambi.

5.2.4 Keputusan Berwirausaha

Model proses pengambilan keputusan yang dikenal dengan tahap-tahap "*Intelligence*," "*Design*," dan "*Choice*" pemahaman mendalam tentang bagaimana manusia, yang terbatas oleh keterbatasan informasi dan sumber daya, mengatasi kompleksitas dalam mengambil keputusan dalam berwirausaha. "*Intelligence*." Pada tahap ini, individu mengidentifikasi masalah atau peluang yang memerlukan tindakan. Ini melibatkan pengumpulan informasi awal dari lingkungan atau sumber-sumber yang relevan. "*Design*" adalah fase di mana individu merancang berbagai alternatif atau solusi yang mungkin untuk mengatasi masalah atau memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi sebagai keputusan. "*Choice*." Pada tahap ini, individu memilih satu dari alternatif yang telah dirancangnya. Keputusan ini didasarkan pada penilaian subjektif dan pertimbangan rasionalitas terbatas, implementasi terkait pilihan serta evaluasi berkelanjutan.

Tabel 5. 5 Analisis Deskriptif Keputusan Berwirausaha

No	Pernyataan	Skor					Jumlah (Orang)	Keterangan
		STS	TS	CS	S	SS		
		1	2	3	4	5		
4.1	Saya mampu mengidentifikasi masalah dan melihat peluang dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	2	12	56	133	106	310	Baik
	Total Skor	2	24	168	532	530	1.256	
4.2	Saya mengumpulkan dan menganalisa beragam informasi dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	18	42	129	120	310	Baik
	Total Skor	1	36	126	516	600	1.279	
4.3	Saya merancang berbagai alternatif dan solusi sebagai strategi	2	15	45	138	110	310	Baik

	dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)							
	Total Skor	2	30	135	552	550	1.269	
4.4	Saya melakukan evaluasi dari alternatif strategi yang saya peroleh serta membuat keputusan dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	2	49	137	109	310	Baik
	Total Skor	1	4	147	548	545	1.245	
4.5	Setelah saya memilih dan mengimplementasikan alternatif strategi tertentu, saya memutuskan untuk Berwirausaha (Jasa/Produk)	2	17	38	132	115	310	Baik
	Total Skor	2	34	114	528	575	1.253	
4.6	Saya melakukan evaluasi berkelanjutan dalam Berwirausaha (Jasa/Produk)	1	10	48	138	113	310	Baik
	Total Skor	1	20	144	552	565	1.282	
	Rata-Rata						1.264	

Sumber: Data olah, 2023

Pada Tabel 5.5 Keputusan berwirausaha diperoleh skor rata-rata yakni 1.264 atau tergolong baik. Dengan asumsi bahwa keputusan yang telah dibuat oleh mahasiswa sejauh ini merujuk kepada telah terwujudnya usaha produk atau jasa dengan pendekatan aspek dan indikator secara dalam. Pada bagian ini maka mahasiswa pertama diasumsikan mampu mengidentifikasi masalah atau peluang yang memerlukan tindakan yang melibatkan pengumpulan informasi awal dari lingkungan atau sumber-sumber yang relevan. Individu mampu menganalisa secara dalam tentang situasi wirausaha yang dihadapi serta menentukan tindakan yang sesuai.

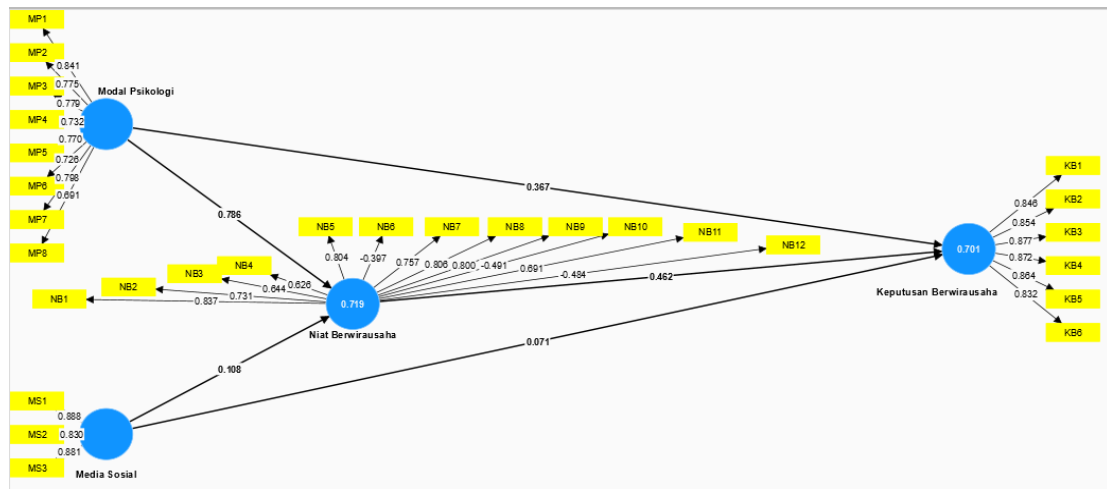
Selanjutnya diasumsikan bahwa individu sudah mampu memproses pengambilan keputusan, merancang berbagai alternatif atau solusi yang mungkin untuk mengatasi masalah atau memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi sebagai keputusan. Pemilihan strategi yang telah disusun berdasarkan pilihan. Individu juga mampu secara bertahap terus melakukan evaluasi berkesinambungan dan terus menerus setelah menentukan pilihan dari opsi yang tersedia dalam wirausaha. Dengan menggabungkan analisis, ketahanan, perencanaan, adaptabilitas, aksesabilitas, dan kolaborasi. Keputusan akan berwirausaha dapat dijalankan dengan baik serta memunculkan kesuksesan dimasa yang akan datang.

5.3 *Antecedent* Keputusan Berwirausaha Pada Mahasiswa di Provinsi Jambi

Antecedent Keputusan Berwirausaha Pada Mahasiswa di Provinsi Jambi dengan variabel penelitian yakni Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) terhadap Keputusan Berwirausaha (Y) yang di Intervening oleh Niat Berwirausaha (Z). Akan dilihat bagaimana *Loading Factor* yang dihasilkan dari pengukuran model (*measurment*)

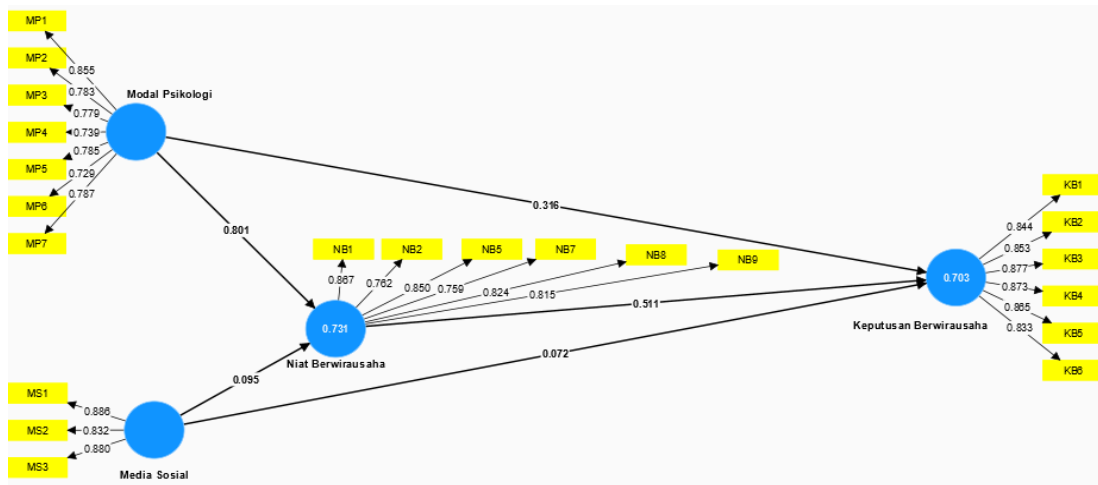
5.3.1 Loading Factor

Hasil perhitungan model awal penelitian dengan menggunakan *software* SmartPLS 4 terlihat pada gambar berikut:



Gambar 5. 1 Hasil Perhitungan Model Awal Penelitian

Pengujian pengukuran model menghasilkan suatu indikator yang memiliki *loading factor* terbesar pada konstruk yang dibentuknya dari pada *loading factor* dengan konstruk lain. Berdasarkan tabel 5.1 menunjukkan masih terdapat *loading factor* yang berada dibawah 0.70 yaitu pada variabel Modal Psikologi pada aitem MP.8, selanjutnya variabel Niat Berwirausaha pada aitem NB.3, NB.4, NB.6, NB.10, NB.11, dan NB.12. Aitem yang masih berada dibawah *loading factor* 0.70 dilakukan eliminasi. Sehingga didapatkan model pada gambar berikut:



Gambar 5. 2 Hasil Perhitungan Model Penelitian Setelah Eliminasi.

Dari hasil kemudian perhitungan model digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 5. 6 Tabel Hasil Perhitungan Model Penelitian

Aitem	Skor	Keterangan
MP.1	0.841	Valid
MP.2	0.775	Valid
MP.3	0.779	Valid
MP.4	0.732	Valid
MP.5	0.770	Valid
MP.6	0.726	Valid
MP.7	0.798	Valid
MP.8	0.691	Tidak Valid
MS.1	0.888	Valid
MS.2	0.830	Valid
MS.3	0.881	Valid
NB.1	0.837	Valid
NB.2	0.731	Valid
NB.3	0.644	Tidak Valid
NB.4	0.626	Tidak Valid
NB.5	0.804	Valid
NB.6	-0.397	Tidak Valid
NB.7	0.757	Valid
NB.8	0.806	Valid
NB.9	0.800	Valid

NB.10	-0.491	Tidak Valid
NB.11	0.691	Tidak Valid
NB.12	-0.484	Tidak Valid
KB.1	0.846	Valid
KB.2	0.854	Valid
KB.3	0.877	Valid
KB.4	0.872	Valid
KB.5	0.864	Valid
KB.6	0.832	Valid

Sumber :Data olah, 2023

Hasil Perhitungan model diatas menunjukkan bahwa indikator yang dianggap telah valid adalah MP.1, MP.2, MP.3, MP.4, MP.5, MP.6, MP.7, MS.1, MS.2, MS.3, NB.1, NB.2, NB.5, NB.7, NB.8, NB.9, KB.1, KB.2, KB.3, KB.4, KB.5, KB.6. Karena memiliki *outer loading* diatas 0.70. dimensi variabel Modal Psikologi yang memiliki 8 indikator dengan *loading factor* terbesar dari variabel Modal Psikologi (MP) adalah indikator MP.1 (0.841) dan *loading factor* terkecil adalah MP.8 (0.691). sehingga hanya satu indikator yang tidak valid pada variabel Modal Psikologi (MP) yakni MP8.

Kemudian pada variabel Media Sosial (MS) yang memiliki 3 indikator dengan *loading factor* terbesar dari variabel Media Sosial adalah indikator MS.1 (0.888) dan *loading factor* terkecil adalah MS.2 (0.830). Semua indikator pada variabel media sosial dinyatakan Valid. Selanjutnya variabel Niat Berwirausaha (NB) terdapat 12 indikator dengan *loading factor* terbesar dari variabel Niat Berwirausaha (NB) adalah indikator NB.1 (0.837) dan *loading factor* terkecil adalah NB.6 (-0.397). Dari keseluruhan indikator NB separuh indikator dinyatakan tidak valid atau *loading factor* dibawah 0.70 yakni NB.3, NB.4, NB.6, NB.10, NB.11, dan NB.12.

Terakhir variabel Keputusan Berwirausaha (KB) yang memiliki 6 indikator indikator dengan *loading factor* terbesar dari variabel Keputusan Berwirausaha (KB) adalah indikator KB.3 (0,877) dan *loading factor* terkecil adalah KB.6 (0.832). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Keputusan Berwirausaha keseluruhannya valid.

5.3.2 Uji Reliability dan Validity

Uji *Reliability dan Validity* dilakukan untuk mengetahui nilai yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya dan mengukur tingkat keandalan dari konstruk atau skala yang terdiri dari beberapa item atau pertanyaan (Hair Jr., J.F., et al., 2014) Berdasarkan hasil olahan data yang telah dilakukan diperoleh hasil masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 5.6 sebagai berikut:

Tabel 5. 7 Uji *Reliability dan Validity*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
Modal Psikologi (X.1)	0.893	0.896	0.916	0.609
Media Sosial (X.2)	0.835	0.843	0.901	0.751
Keputusan Berwirausaha (Y)	0.928	0.930	0.943	0.736
Niat Berwirausaha (Z)	0.897	0.900	0.922	0.662

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS, 2023.

Berdasarkan tabel 5.6 Hasil uji diperoleh hasil yakni nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Kemudian nilai *composite reliability* diatas > 0,70. Dan nilai *Average variance extracted (AVE)* Lebih dari 0,5. Dapat disimpulkan bahwa semua uji model terkait indikator telah terpenuhi mulai dari uji *Cronbach's alpha*, *Composite reliability (rho_a)*, *Composite reliability (rho_c)* dan *Average variance extracted (AVE)*.

5.3.3 Evaluasi Inner Model

Evaluasi inner model dilakukan dengan uji *bootstrapping* yang menghasilkan nilai koefisien determinasi *R-square*, *Q-square*, dan pengujian hipotesis. Hasil evalusai inner model dijelaskan sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi *R-Square*

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-Square* untuk setiap variabel *laten dependen*. Tabel 5.7 merupakan hasil *R-Square* dengan menggunakan SmartPLS 4.

Tabel 5. 8 Nilai *R-Square*

Variabel	<i>R-Square</i>
Keputusan Berwirausaha (Y)	0.701
Niat Berwirausaha (Z)	0.729

Sumber: Data olah dengan PLS, 2023.

Tabel 5.7 menunjukkan hasil untuk nilai *R-Square* pada variabel Y sebesar 70.1 persen dan Variabel Z sebesar 72.9 persen. Nilai *R-Square* menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap dependen. Hal ini menunjukkan bahwa Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) mampu mempengaruhi Niat Berwirausaha (Z). Kemudian Modal Psikologi (X1) dan Media Sosial (X2) yang dimediasi oleh Niat Berwirausaha (Z) mampu mempengaruhi Keputusan Berwirausaha (Y).

2. *Q-Square*

Menurut Wiyono, G. (2011), suatu model dianggap mempunyai nilai *predictive* yang relevan jika nilai *Q-square* lebih besar dari 0 (> 0). Nilai *predictive-relevance* diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q^2 &= 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2) \\ Q^2 &= 1 - (1 - 0.701^2)(1 - 0.729^2) \\ Q^2 &= 1 - (1 - 0.491401)(1 - 0.531441) \\ Q^2 &= 1 - (0.508599)(0.468559) \\ Q^2 &= 1 - 0.23830 \\ Q^2 &= 0.7617 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan *Q-square* pada penelitian ini adalah 0.7617 atau 76.17%. hal ini berarti model dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan variabel endogen.

3. Pengujian Hipotesis

A. Direct Effect

Pengujian ini bertujuan untuk melihat parameter signifikan terkait informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian (*direct effect*). Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada *output result for inner weight*. Tabel 5.8 memberikan *output* estimasi untuk pengujian model *structural*.

Tabel 5. 9 Result For Inner Weight (Direct Effect)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P Values
Modal Psikologi (X1) -> Keputusan Berwirausaha (Y)	0.316	0.315	0.073	4,304	0.000
Modal Psikologi (X1) -> Niat Berwirausaha (Z)	0.801	0.801	0.028	29,062	0.000
Media Sosial (X2) -> Keputusan Berwirausaha (Y)	0.072	0.072	0.044	1,652	0.099
Media Sosial (X2) -> Niat Berwirausaha (Z)	0.095	0.096	0.036	2,658	0.008
Niat Berwirausaha (Z)-> Keputusan Berwirausaha (Y)	0.511	0.513	0.080	6,420	0.000

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS, 2023

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *Bootstraping* terhadap sample. Pengujian dengan *Bootstraping* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *Bootstraping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis Pengaruh Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.316. Nilai *P Values* nya adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

2. Uji Hipotesis Pengaruh Modal Psikologi terhadap Niat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Modal Psikologi terhadap niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.801. Nilai *P Values* nya adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

3. Uji Hipotesis Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.072. Nilai *P Values* nya adalah 0.099 lebih besar dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Maka dengan demikian H_0 diterima dan H_1 ditolak.

4. Uji Hipotesis Pengaruh Media Sosial terhadap Niat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Media Sosial terhadap Niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.095. Nilai *P Values* nya adalah 0.008 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat

dinyatakan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

5. Uji Hipotesis Pengaruh Niat Berwirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Niat Berwirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.511. Nilai *P Values* nya adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Niat Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

B. Indirect Effect

Pengujian ini bertujuan untuk melihat parameter signifikan terkait informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel dalam penelitian melalui variabel mediasi (*indirect effect*). Menurut Haryono (2016) pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) adalah bertujuan untuk menganalisis seberapa kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya baik antara eksogen dengan endogennya. Hasil dari pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) model struktural *partial least square* sebagai Berikut:

Tabel 5. 10 Result For Inner Weight (indirect Effect)

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistic (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
Modal Psikologi -> Niat Berwirausaha -> Keputusan Berwirausaha	0.409	0.411	0.065	6,314	0.000
Media Sosial -> Niat Berwirausaha -> Keputusan Berwirausaha	0.049	0.049	0.020	2,372	0.018

Sumber: Pengolahan Data dengan PLS, 2023

1. Uji Hipotesis Pengaruh Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.409. Nilai *P Values* nya adalah 0.00 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

2. Uji Hipotesis Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hubungan variabel Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha menunjukkan koefisien jalur sebesar 0.409. Nilai *P Values* nya adalah 0.018 lebih kecil dari 0.05. Maka dengan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha. Maka dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak.

5.4 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis (*Direct Effect*)

5.4.1 Pengaruh Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian PLS bahwa variabel bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Modal Psikologi, yang mencakup *Hope* (Harapan), *Efficacy* (Efikasi), *Resilience* (Daya Tahan), dan *Optimism* (Optimisme), memiliki pengaruh positif dan signifikan pada mahasiswa dalam mengambil keputusan berwirausaha. Modal psikologi ini menciptakan landasan mental dan emosional yang kuat, mendorong mahasiswa untuk mengeksplorasi peluang dalam berwirausaha, mengatasi hambatan, dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan. Mahasiswa dengan harapan yang positif akan memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan ide-ide kreatif, mengatasi rintangan, dan bertahan dalam persaingan. Harapan yang kuat juga dapat memotivasi individu untuk terus belajar, mencari peluang baru, serta mengelola risiko dengan bijak untuk mencapai tujuan. Dengan memiliki harapan yang baik, mahasiswa yang berwirausaha dapat membentuk mentalitas yang proaktif dan pantang menyerah, sehingga memperbesar peluang kesuksesan dalam perjalanan kewirausahaan individu. Harapan dapat menciptakan dan juga sebagai pendorong secara internal bagi mahasiswa untuk mencapai tujuan dalam berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki harapan tinggi cenderung memiliki pandangan positif terhadap apa saja yang saat ini dilakukan serta kemungkinan masa yang akan datang dari kewirausahaan yang sedang dijalankan. Harapan juga memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk mengatasi rintangan serta mencari solusi kreatif terhadap tantangan yang mungkin muncul. Misalnya, sebagai salah satu contoh mahasiswa yang memiliki harapan tinggi, mungkin akan lebih cenderung melihat kegagalan sebagai bagian dari proses pembelajaran dari pada hambatan terhadap apa yang sedang dilakukan.

Kemudian Efikasi diri (*Self-Efficacy*) yang baik pada mahasiswa berwirausaha mencerminkan keyakinan individu akan kemampuan pribadinya untuk berhasil dalam

dunia wirausaha. Mahasiswa dengan tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung memiliki sikap positif terhadap tantangan, merasa mampu mengatasi rintangan, dan memiliki tekad untuk mencapai tujuan individu. Ini memberikan dorongan motivasi yang kuat untuk mengambil risiko, mengembangkan keterampilan kewirausahaan, serta memiliki kemampuan dalam memimpin usaha dengan percaya diri. Efikasi diri yang baik juga dapat membantu individu menghadapi kegagalan dengan sikap bahwa kegagalan sebagai pembelajaran serta menjadikan tekad untuk terus berkembang. Dengan demikian, tingkat efikasi diri yang tinggi dapat menjadi pendorong penting untuk keberhasilan mahasiswa berwirausaha. Efikasi juga mencerminkan keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan mereka untuk berhasil dalam berwirausaha. Mahasiswa dengan efikasi tinggi merasa yakin akan kemampuan mereka dalam menghadapi tugas-tugas ataupun hal yang berhubungan dengan berwirausaha. Ini pun secara tidak langsung dapat meningkatkan keberanian pada mahasiswa untuk mengambil risiko serta membuat keputusan berwirausaha, karena mereka berkeyakinan bahwa mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk berwirausaha.

Selanjutnya Optimis (Optimism) yang kuat pada mahasiswa dalam berwirausaha juga melibatkan sikap positif terhadap perjalanan wirausaha individu tersebut. Mahasiswa yang optimis cenderung melihat peluang dari pada tantangan yang muncul, memandang kegagalan sebagai pelajaran berharga, dan mempercayai bahwa masa depan wirausaha yang dijalankan akan berhasil serta sukses. Sikap ini menciptakan energi positif, meningkatkan ketahanan mental, serta mendorong inovasi. Mahasiswa yang optimis juga lebih mungkin mengatasi hambatan dengan tekad, menjaga semangat diri dan tim dalam usaha yang dijalankan, dan memungkinkan strategi menarik perhatian mitra, kolega ataupun pelanggan dengan lebih baik. Optimisme memainkan peran kunci dalam memotivasi mahasiswa berwirausaha untuk memperkuat perjalanan kewirausahaan dengan keyakinan dan semangat positif, menciptakan sikap mental yang positif terhadap masa depan.

Mahasiswa yang optimis melihat peluang di setiap situasi dan percaya bahwa hasil yang positif dapat dicapai dengan usaha serta kerja keras. Dalam konteks keputusan berwirausaha, optimisme dapat menjadi pendorong untuk mencari peluang, bahkan di tengah ketidakpastian yang mungkin muncul. Optimisme sangat membantu mahasiswa untuk memandang masa yang akan datang dengan semangat yang positif, meningkatkan motivasi dan kreativitas dalam berwirausaha.

Terakhir mahasiswa dengan nilai ketahanan yang baik atau *Resilience* mencerminkan kemampuan individu untuk bangkit dari kegagalan dan mengatasi tekanan yang mungkin muncul. Mahasiswa yang memiliki daya tahan yang tinggi cenderung dapat menanggapi perubahan atau kesulitan dengan fleksibilitas dan kreativitas. Secara kuat individu tidak mudah menyerah jika dihadapkan dengan rintangan, melainkan menggunakan pengalaman sulit yang muncul sebagai pelajaran berharga. Daya tahan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk tetap fokus pada tujuan jangka panjang, mempertahankan semangat tetap positif, serta diperdiksi menjalankan usaha dengan sikap tangguh atau pantang menyerah. Dengan adanya daya tahan, mahasiswa yang berwirausaha dapat melihat tantangan sebagai kesempatan untuk tumbuh serta berkembang. Mahasiswa yang memiliki daya tahan tinggi dapat pulih dengan cepat dari kegagalan ataupun situasi sulit yang mungkin muncul, mahasiswa yang memiliki daya tahan tinggi lebih cenderung bertahan dan terus berusaha

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Chen et al., (2023) yang menyatakan bahwa modal psikologi berpengaruh terhadap perilaku berwirausaha. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Baluku et al., (2018) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan modal psikologi terhadap perilaku dan hasil kewirausahaan yang dilakukan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Margaça et al., (2021) menunjukkan bahwa modal psikologi merupakan salah satu variabel yang berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha individu terkhusus terhadap gender tertentu.

5.4.2 Pengaruh Modal Psikologi terhadap Niat Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian PLS bahwa variabel bahwa variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Berwirausaha. Modal Psikologi, yang mencakup *Hope* (Harapan), *Efficacy* (Efikasi), *Resilience* (Daya Tahan), dan *Optimism* (Optimisme), memiliki pengaruh positif dan signifikan pada mahasiswa secara internal yakni niat berwirausaha. Modal psikologi memiliki peran yang signifikan dalam membentuk niat atau intentions berwirausaha pada mahasiswa. Kombinasi keduanya menciptakan landasan psikologis yang kuat, mendorong mahasiswa untuk memahami, merencanakan, dan lebih jauh dapat mengimplementasikan niat berwirausaha tersebut.

Harapan menciptakan suatu dorongan secara internal terhadap mahasiswa dalam rangka mencapai tujuan berwirausaha. Mahasiswa dengan harapan yang tinggi akan cenderung memiliki pandangan positif terhadap apa yang sedang dilakukan dan bagaimana situasi yang mungkin muncul diwaktu mendatang. Hal ini juga secara internal pada diri individu berpengaruh terhadap niat berwirausaha salah satunya dengan menciptakan keyakinan bahwa usaha yang dilakukan dengan berbagai strategi mungkin dapat berhasil. Keyakinan membentuk sikap yang terceremin secara positif terhadap evaluasi serta penilaian mahasiswa terhadap berwirausaha. Jika mahasiswa melihat sikap dalam berwirausaha sebagai hal positif serta bermanfaat maka sikap positif ini akan meningkatkan niat berwirausaha. Harapan yang tinggi akan menciptakan serta menghadirkan pandangan lebih positif terhadap perilaku wirausaha yang akan berinteraksi dengan sikap positif yang akan mewujudkan niat berwirausaha. Mahasiswa dengan harapan tinggi cenderung melihat berwirausaha sebagai langkah positif dan bermanfaat.

Mahasiswa dengan efikasi diri positif dan tinggi cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi pula, karena mereka memiliki kepercayaan akan kemampuan mereka untuk mengatasi rintangan serta mengambil risiko. Hal ini juga

akan berhubungan bagaimana salah satunya *norma subjektif* pada diri individu yang dapat meningkatkan atau menurunkan efikasi diri. Hal ini akan terecermin bagaimana pengaruh orang-orang di sekitar individu. Jika positif maka niat berwirausaha kemungkinan muncul. Dukungan dan pandangan positif dari teman, keluarga, dan mentor serta lainnya dapat meningkatkan *norma subjektif*, yang selanjutnya memengaruhi niat berwirausaha. Tingkat efikasi diri yang tinggi pada individu serta persepsi kontrol yang baik ini pula diasumsikan akan berinteraksi untuk menciptakan keyakinan bahwa yang bersangkutan dapat mengontrol tindakan dalam berwirausaha. Keduanya aspek ini berkontribusi untuk meningkatkan niat berwirausaha.

Selanjutnya daya tahan juga berkontribusi terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa dengan menciptakan kemampuan untuk menghadapi kegagalan dan rintangan yang mungkin muncul. Mahasiswa yang memiliki daya tahan tinggi cenderung melihat kegagalan sebagai peluang untuk belajar, memahami, serta memperbaiki diri sehingga tidak akan mudah menyerah jika dihadapkan dengan kesulitan. Disisi lain kontrol terkait perilaku yang dirasakan juga menciptakan serta mencerminkan persepsi mahasiswa terhadap kemampuannya berwirausaha. Jika secara individu mahasiswa merasa memiliki kontrol yang lebih besar serta positif terhadap tindakan tertentu dalam berwirausaha, niat untuk berwirausaha juga akan meningkat. Kemudian yang juga tak kalah pentingnya adalah daya tahan terhadap kegagalan ini yang harus dapat dikendalikan oleh diri serta bantuan dari sisi eksternal salah satunya lingkungan, misalnya dukungan yang diperoleh dari orang-orang di sekitar (teman, keluarga, dosen, atau program tertentu) akan membantu mahasiswa untuk tetap kuat serta bertahan dalam menghadapi tantangan yang mungkin muncul.

Terakhir terkait aspek optimisme diharapkan mampu menciptakan sikap positif terhadap masa depan dan memengaruhi niat berwirausaha. Mahasiswa yang optimis dan memiliki sikap positif terhadap wirausaha cenderung akan melihat

peluang di setiap situasi, bahkan dalam menghadapi tantangan atau risiko dalam berwirausaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahfud et al., (2020) modal psikologis secara kolaboratif dan interaktif berpengaruh terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa. Kemudian pada penelitian oleh Yousaf et al., (2020) bahwa modal psikologi memiliki hubungan langsung serta signifikan terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa. Selanjutnya penelitian oleh Margaça et al., (2021) signifikan modal psikologi terhadap niat berwirausaha.

5.4.3 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian PLS bahwa variabel bahwa variabel Media Sosial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Dalam hal ini media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk berwirausaha. Menimbulkan asumsi terkait kemungkinan yang muncul dari ketidak keterkaitan ini. Meskipun media sosial memberikan berbagai manfaat diantaranya aksesabilitas yang tinggi, konektivitas secara global, memungkinkan jangkauan terkait pangsa pemasaran, serta pertukaran informasi. Tetapi pada penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga diasumsikan media sosial dengan begitu banyak ragam yang ditawarkan jika tidak dimanfaatkan untuk mengisi bagian-bagian internalisasi diri akan membuat perilaku berwirausaha tidak muncul. Semakin tinggi penyebaran dan pemanfaatan teknologi maka membuat mahasiswa semakin menarik diri dari dunia usaha, tergantung bagaimana konten yang mendukung dalam media sosial untuk memunculkan perilaku berwirausaha.

Pada saat ini mahasiswa yang menggunakan media sosial tidak langsung mempengaruhi mahasiswa untuk memutuskan diri berwirausaha, keputusan berwirausaha lebih dalam dari pada hanya sekedar memiliki aplikasi atau platform media sosial. Sehingga media sosial tidak semata-mata langsung membuat seseorang

dalam artian yakni mahasiswa memutuskan untuk berwirausaha. Media sosial hanya sebagai sarana komunikasi dan informasi terkait beragam hal yang dapat diterima atau dituangkan oleh mahasiswa. Pemenuhan aspek informasi yang mendukung diperlukan untuk membangkitkan niat serta perilaku wirausaha pada mahasiswa.

Walaupun ditemukan beberapa penelitian yang menyatakan media sosial memberikan aksesabilitas terhadap wirausaha dalam beragam hal tetapi tidak langsung membuat individu memutuskan untuk berwirausaha. Maka hasil penelitian ini pada dimensi pengaruh media sosial terhadap keputusan berwirausaha bertolak belakang terhadap salah satu penelitian yang dilakukan oleh Olanrewaju et al., (2020) dalam penelitian literature reviewnya di mana sebagian besar menyelidiki faktor-faktor yang mendorong adopsi dan penggunaan media sosial oleh wirausahawan pada dokumen-dokumen penelitian seperti artikel, jurnal, dan bentuk lainnya. Penelitian tersebut menemukan bahwa penggunaan media sosial oleh wirausahawan telah melampaui pemasaran serta saat ini telah digunakan dalam jaringan bisnis, pencarian informasi, dan *crowdfunding* untuk bisnis individu. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa media sosial telah membawa dampak yang signifikan dengan peningkatan kinerja perusahaan dan peningkatan inovasi sebagai hasil utamanya. Tinjauan literatur dan kerangka pemahaman yang ditemukan kemudian diklaim oleh penelitian tersebut juga secara lanjut memberikan dasar yang berguna untuk penelitian masa depan dan menginformasikan terkait media sosial serta penelitian kewirausahaan.

5.4.4 Pengaruh Media Sosial terhadap Niat Berwirausaha

Era digital telah membuka pintu bagi akses transformasi lanskap pendidikan dan perilaku tertentu pada mahasiswa, terutama dalam konteks niat berwirausaha. Melalui hasil pengujian *Partial Least Squares* (PLS), terungkap bahwa variabel Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa berdasarkan *The theory of planned behavior* (TPB). Media sosial, seperti

Instagram, Whattshapp/Whatshapp Bussiness, Tiktok, Facebook, dan bentuk lainnya tidak hanya menjadi tempat bagi mahasiswa untuk berbagi foto atau menyampaikan pemikiran, tetapi juga menjadi salah satu bagian dalam mempengaruhi niat untuk berwirausaha. Melalui hasil pengujian PLS, terungkap bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial baik yang sudah memiliki usaha atau baru berniat juga cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi.

The Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa perilaku dapat diprediksi melalui niat, dan niat sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Dalam konteks berwirausaha, variabel Media Sosial memiliki dampak yang kuat pada ketiga faktor ini, menciptakan lingkungan yang mendukung dan merangsang niat berwirausaha pada mahasiswa.

Media sosial dapat berfungsi sebagai wahana dimana mahasiswa tersendiri dapat mengakses berbagai informasi tentang dunia bisnis baik berupa produk atau jasa, kisah sukses wirausahawan atau *influencer*, dan tren pasar terkini. Dengan demikian kemungkinan konten-konten tersebut dapat mempengaruhi serta menciptakan persepsi positif terhadap dunia berwirausaha, merubah sikap mahasiswa menjadi lebih mendukung dan terbuka terhadap ide-ide kewirausahaan.

Norma subjektif, atau persepsi tentang ekspektasi orang lain terhadap perilaku tertentu, juga dipengaruhi oleh media sosial. Platform ini menciptakan salah satunya juga dapat menciptakan komunitas virtual dimana mahasiswa dapat berinteraksi serta berkolaborasi dengan individu tertentu, teman-teman yang memiliki usaha, mentor potensial, dan tokoh-tokoh inspiratif dalam dunia bisnis ataupun program berbasis daring oleh pemerintah. Melalui eksposur yang diperoleh terhadap berbagai pandangan dan nilai-nilai yang mendukung perilaku berwirausaha, mahasiswa menjadi lebih memungkinkan untuk menginternalisasi norma-norma positif ini serta merasa mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitarnya untuk mengejar jalur wirausaha.

Dalam konteks TPB, niat berwirausaha pada mahasiswa menjadi kunci untuk memahami perilaku yang mungkin muncul dimasa yang akan datang. Hasil pengujian PLS yang telah dilakukan memberikan gambaran bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan niat berwirausaha pada mahasiswa. Pengaruh ini tidak hanya terbatas pada satu aspek, tetapi mencakup seluruh kerangka kerja TPB, menjadikan media sosial sebagai katalisator dalam membentuk sikap positif, norma subjektif yang mendukung, serta kendali perilaku yang kuat terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa.

Kemampuan media sosial ini juga harus didukung oleh peran penting institusi pendidikan dan pemangku kepentingan terkait dalam memanfaatkan potensi media sosial untuk mendukung program-program berwirausaha. Integrasi media sosial dalam kurikulum, penyediaan sumber daya berbasis daring, dan pembentukan komunitas virtual yang dapat mendukung serta memberikan akses lebih dalam merupakan salah satu langkah yang dapat diambil untuk memaksimalkan dampak positif media sosial terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Dengan memahami hubungan antara media sosial dan niat berwirausaha dalam konteks TPB, kita dapat mengakses lebih jauh bagaimana salah satunya pendidikan berwirausaha yang lebih efektif dan memotivasi. Media sosial, dengan daya pengaruhnya yang signifikan, bukan hanya sekadar platform hiburan atau koneksi sosial, tetapi juga salah satu aspek pendorong niat berwirausaha pada mahasiswa yang diharapkan mampu memunculkan tindakan berwirausaha lebih lanjut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sihombing & Pramono, (2021) dimana media sosial dapat mempengaruhi niat individu dalam dimensi tertentu, walaupun pada penelitiannya subjek dan topic utama sebagai tolak ukur berbeda akan tetapi dimensi media sosial dan niat memiliki signifikan yang sama dalam memprediksi kemungkinan munculnya perilaku tertentu. Kemudian penelitian oleh McLaughlin & Stephens, (2019) bahwa media sosial berpengaruh terhadap niat pada pelaku usaha Mikro, kecil dan menengah (UMKM). Serta pada

penelitian Leong et al., (2022) bahwa *Social Commerce* pemanfaatan teknologi sebagai sarana perdagangan salah satunya media sosial memiliki signifikan terhadap niat berwirausaha dan prediksi perilaku.

5.4.5 Pengaruh Niat Berwirausaha terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian Partial Least Squares (PLS) mengungkapkan bahwa variabel Niat Berwirausaha, berdasarkan *The theory of planned behavior* (TPB) , memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha pada mahasiswa. *The theory of planned behavior* (TPB) memberikan gambaran dan pemahaman lebih lanjut bagaimana niat berwirausaha menjadi faktor terhadap tindakan nyata untuk berwirausaha. Niat merupakan proyeksi dari keinginan dan komitmen individu untuk terlibat dalam perilaku berwirausaha. Dalam konteks TPB, niat berwirausaha mencakup sikap individu terhadap berwirausaha, norma subjektif, dan kendali perilaku.

Sikap, sebagai elemen pertama dalam TPB, tercermin bagaimana pandangan mahasiswa baik secara positif atau negatif terhadap berwirausaha. Melalui hasil pengujian PLS, kita mengetahui bahwa mahasiswa dengan niat berwirausaha yang tinggi cenderung memiliki sikap positif terhadap dunia berwirausaha. Hal ini diasumsikan lebih dalam bagaimana pengaruh internal dan eksternal membentuk dimensi yang lebih dalam terkait dengan sikap, hal ini mungkin dapat mempengaruhi bagaimana pemahaman mahasiswa akan kebebasan dan kreatifitas, potensi terhadap penghasilan, dan kesempatan untuk meraih kesuksesan melalui usaha sendiri. Ditambah faktor pendukung lainnya secara eksternal dan internal terhadap diri individu. Oleh karena itu, niat berwirausaha dapat menjadi cermin dari sikap positif yang dapat menjadi fondasi kuat dan memprediksi kemunculan perilaku untuk keputusan berwirausaha.

Norma subjektif, atau persepsi individu tentang ekspektasi dari orang-orang yang dekat dan berperan penting diprediksi menjadi bagian yang turut membentuk

niat berwirausaha. Mahasiswa yang merasakan dukungan dan ekspektasi positif dari keluarga, teman, atau lingkungan lainnya seperti institusi pendidikan cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini menggarisbawahi salah satunya penting dan memenuhi dukungan sosial serta pengaruh lingkungan sekitar yang positif dalam wirausaha dalam membentuk keyakinan individu terhadap kemampuan untuk menjadi wirausahawan. Mahasiswa dengan niat berwirausaha yang tinggi juga cenderung merasa memiliki kendali yang cukup terhadap keputusan berwirausaha yang muncul. Hal ini dapat distimulasi dan diperoleh melalui pendidikan serta pengalaman yang memperkuat kemampuan, keterampilan, pengetahuan, serta keyakinan diri dalam menjalankan usaha.

Keputusan berwirausaha, yang menjadi fokus dari penelitian ini dapat menjelaskan bagaimana tindakan konkret dari niat berwirausaha. Mahasiswa dengan niat yang tinggi tidak hanya mengarahkan pandangan positif dan keyakinan diri terhadap berwirausaha, tetapi juga lebih mungkin untuk menunjukkan perilaku serta keputusan untuk berwirausaha. Keputusan untuk memulai usaha sendiri tidak lagi hanya merupakan suatu pilihan, tetapi menjadi refleksi nilai-nilai internal dan eksternal secara dalam untuk menjalani tantangan yang mungkin terjadi di dunia wirausaha.

Niat berwirausaha mahasiswa menjadi titik awal yang penting dalam memustikan perilaku dan tindakan untuk berwirausaha. Faktor-faktor seperti sikap positif, dukungan sosial, dan keyakinan diri yang terkait dengan niat berwirausaha memberikan fondasi yang kuat serta mendalam bagi mahasiswa mengambil langkah konkret dan strategi tertentu menuju dunia wirausaha. Oleh karena itu, pendidikan dan dukungan yang dapat memupuk serta memperkuat niat berwirausaha ini menjadi kunci dalam membimbing mahasiswa meraih potensi maksimal mereka dalam dunia berwirausaha.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahfud et al., (2020) bahwa beberapa dimensi internal dan eksternal dapat memprediksi niat dan kemungkinan perilaku wirausaha. Selanjutnya Sharaf et al., (2018) Sikap dan perilaku wirausaha saling mempengaruhi terhadap kemunculan niat wirausaha. Kemudian penelitian Kautonen et al., (2015) Menunjukkan relevansi dan kekuatan teori perilaku terencana dalam memprediksi niat memulai bisnis dan perilaku yang muncul dalam wirausaha.

5.5 Pembahasan Efek Mediasi (*Indirect Effect*)

5.5.1 Pengaruh Modal Psikologi terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha

Berdasarkan hasil pengujian PLS bahwa variabel variabel Modal Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan berwirausaha yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha. Modal Psikologi, yang mencakup *Hope* (Harapan), *Efficacy* (Efikasi), *Resilience* (Daya Tahan), dan *Optimism* (Optimisme), memiliki pengaruh positif dan signifikan pada mahasiswa terhadap niat berwirausaha dan mengambil keputusan berwirausaha. Modal psikologi ini menciptakan landasan mental dan emosional yang kuat, mendorong mahasiswa untuk mengeksplorasi peluang dalam berwirausaha, mengatasi hambatan, dan mengembangkan keterampilan yang diperlukan. Mahasiswa dengan harapan yang positif akan memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan ide-ide kreatif, mengatasi rintangan, dan bertahan dalam persaingan.

Harapan menciptakan suatu dorongan secara internal terhadap mahasiswa dalam rangka mencapai tujuan berwirausaha. Mahasiswa dengan harapan yang tinggi akan cenderung memiliki pandangan positif terhadap apa yang sedang dilakukan dan bagaimana situasi yang mungkin muncul diwaktu akan datang. Hal ini juga secara internal pada diri individu berpengaruh terhadap niat berwirausaha salah satunya dengan menciptakan keyakinan bahwa usaha yang dilakukan dengan berbagai strategi

mungkin dapat berhasil. Keyakinan membentuk sikap yang terceremin secara positif terhadap evaluasi serta penilaian mahasiswa terhadap berwirausaha. Jika mahasiswa melihat sikap dalam berwirausaha sebagai hal positif serta bermanfaat maka sikap positif ini akan meningkatkan niat berwirausaha. Harapan yang tinggi akan menciptakan serta menghadirkan pandangan lebih positif terhadap perilaku wirausaha yang akan berinteraksi dengan sikap positif yang akan mewujudkan niat berwirausaha. Mahasiswa dengan harapan tinggi cenderung melihat berwirausaha sebagai langkah positif serta bermanfaat.

Mahasiswa dengan efikasi diri positif dan tinggi cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi pula, karena mereka memiliki kepercayaan akan kemampuan mereka untuk mengatasi rintangan serta mengambil risiko. Hal ini juga akan berhubungan bagaimana salah satunya *norma subjektif* pada diri individu yang dapat meningkatkan atau menurunkan efikasi diri. Hal ini akan tercermin bagaimana pengaruh orang-orang di sekitar individu. Jika positif maka niat berwirausaha kemungkinan muncul. Dukungan dan pandangan positif dari teman, keluarga, dan mentor serta lainnya dapat meningkatkan *norma subjektif*, yang selanjutnya memengaruhi niat berwirausaha. Tingkat efikasi diri yang tinggi pada individu serta persepsi kontrol yang baik ini pula diasumsikan akan berinteraksi untuk menciptakan keyakinan bahwa yang bersangkutan dapat mengontrol tindakan dalam berwirausaha. Keduanya aspek ini berkontribusi untuk meningkatkan niat berwirausaha.

Selanjutnya daya tahan juga berkontribusi terhadap niat berwirausaha pada mahasiswa dengan menciptakan kemampuan untuk menghadapi kegagalan dan rintangan yang mungkin muncul. Mahasiswa yang memiliki daya tahan tinggi cenderung melihat kegagalan sebagai peluang untuk belajar, memahami, serta memperbaiki diri sehingga tidak akan mudah menyerah jika dihadapkan dengan kesulitan. Disisi lain kontrol terkait perilaku yang dirasakan juga menciptakan serta mencerminkan persepsi mahasiswa terhadap kemampuannya berwirausaha. Terakhir

terkait aspek optimisme diharapkan mampu menciptakan sikap positif terhadap masa depan dan memengaruhi niat berwirausaha. Mahasiswa yang optimis serta memiliki sikap positif terhadap wirausaha cenderung akan melihat peluang di setiap situasi, bahkan dalam menghadapi tantangan atau risiko dalam berwirausaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki Modal Psikologi yang dapat berfungsi dengan baik cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi. Diasumsikan bahwa individu memiliki *Hope* (Harapan), *Efficacy* (Efikasi), *Resilience* (Daya Tahan), dan *Optimism* (Optimisme) yang tinggi. Niat berwirausaha memainkan peran sentral sebagai mediator antara Modal Psikologi dan Keputusan Berwirausaha. Mahasiswa dengan Modal Psikologi yang kuat lebih mungkin mengembangkan niat yang tinggi untuk berwirausaha. Niat yang muncul diasumsikan bahwa *The theory of planned behavior (TPB)* memberikan gambaran dan pemahaman lebih lanjut bagaimana niat berwirausaha menjadi faktor terhadap tindakan nyata untuk berwirausaha. Niat merupakan proyeksi dari keinginan dan komitmen individu untuk terlibat dalam perilaku berwirausaha. Dalam konteks TPB, niat berwirausaha mencakup sikap individu terhadap berwirausaha, norma subjektif, dan kendali perilaku atau pemenuhan dimensi lebih dalam terhadap aspek Sikap (*Attitude*), Norma Subjektif (*Subjective Norms*), Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Perceived Behavioral Control*), Kontrol Perilaku Aktual (*Actual Behavioral Control*), serta Niat (*Behavioral Intentions*).

Keputusan Berwirausaha menjadi muara akhir dari dimensi dan aspek panjang yang telah terpenuhi. Mahasiswa yang telah membentuk niat berwirausaha yang tinggi, memiliki Modal Psikologi yang kuat, cenderung lebih mungkin untuk mengambil langkah-langkah nyata dalam memutuskan serta memulai usaha. Keputusan ini tidak hanya mencakup aspek praktis seperti salah satunya perencanaan bisnis, tetapi juga melibatkan unsur lebih dalam seperti komitmen emosional serta psikologis yang mendasari niat berwirausaha pada mahasiswa. Pemahaman

mendalam tentang hubungan antara Modal Psikologi, Niat Berwirausaha, dan Keputusan Berwirausaha membuka pintu untuk pengembangan program pendidikan dan dukungan yang lebih baik lagi pada mahasiswa. Institusi pendidikan dan pemangku kepentingan terkait dapat memfokuskan upaya serta program nyata untuk memperkuat aspek Modal Psikologi pada mahasiswa, menciptakan lingkungan yang mendukung untuk mengasah kepercayaan diri, meningkatkan motivasi, serta membentuk ketahanan mental yang diperlukan untuk berhasil dalam dunia berwirausaha.

5.5.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berwirausaha Dimediasi Niat Berwirausaha

Hasil pengujian Partial Least Squares (PLS) menunjukkan bahwa variabel Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha, yang dimediasi oleh variabel Niat Berwirausaha pada mahasiswa. Walaupun pada uji pengaruh media sosial terhadap keputusan berwirausaha tidak signifikan dan berpengaruh negatif akan tetapi ketika diberikan variabel mediasi maka hasilnya menunjukkan sebaliknya atau berdampak positif dan signifikan. Ada beberapa penyebab hal ini muncul, meskipun media sosial memberikan berbagai manfaat diantaranya aksesabilitas yang tinggi, konektivitas secara global, memungkinkan jangkauan terkait pangsa pemasaran, serta pertukaran informasi. Tetapi pada penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Sehingga diasumsikan pada saat ini, mahasiswa yang menggunakan media sosial hanya menggunakan media sosial sebagai kebutuhan teknologi tidak langsung mempengaruhi mahasiswa untuk memutuskan diri untuk memulai berwirausaha, keputusan berwirausaha lebih dalam dari pada hanya sekedar memiliki aplikasi atau platform media sosial. Sehingga media sosial tidak semata-mata langsung membuat seseorang dalam artian yakni mahasiswa memutuskan untuk berwirausaha. Media sosial hanya sebagai sarana

komunikasi dan informasi terkait beragam hal yang dapat diterima atau dituangkan oleh mahasiswa.

Melalui hasil pengujian *Partial Least Squares* (PLS), terungkap bahwa variabel Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa berdasarkan *The theory of planned behavior* (TPB). Media sosial, seperti Instagram, Whattshapp/Whatshapp Bussiness, Tiktok, Facebook, dan bentuk lainnya tidak hanya menjadi tempat bagi mahasiswa untuk berbagi foto atau menyampaikan pemikiran, tetapi juga menjadi salah satu bagian dalam mempengaruhi niat untuk berwirausaha. Melalui hasil pengujian PLS, terungkap bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial baik yang sudah memiliki usaha atau baru berniat juga cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih tinggi.

Maka ketika media sosial dimediasi oleh niat berwirausaha memperkuat kemungkinan perilaku dan keputusan wirausaha muncul. Beberapa penyebab media sosial dapat mempengaruhi niat seseorang untuk berwirausaha, *The theory of planned behavior* (TPB) menjelaskan bahwa perilaku dapat diprediksi melalui niat, dan niat sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor utama: sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Dalam konteks berwirausaha, variabel Media Sosial memiliki dampak yang kuat pada ketiga faktor ini, menciptakan lingkungan yang mendukung dan merangsang niat berwirausaha pada mahasiswa.

Media sosial dapat berfungsi sebagai wahana dimana mahasiswa tersendiri dapat mengakses berbagai informasi tentang dunia bisnis baik berupa produk atau jasa, kisah sukses wirausahawan atau *influencer*, dan tren terkini. Dengan demikian kemungkinan konten-konten tersebut dapat mempengaruhi serta menciptakan persepsi positif terhadap dunia berwirausaha, merubah sikap mahasiswa menjadi lebih mendukung dan terbuka terhadap ide-ide kewirausahaan.

Media sosial bukan lagi sekadar platform interaksi sosial, tetapi juga menjadi kanal yang menghadirkan peluang dan inspirasi berwirausaha. Hasil uji PLS

memberikan gambaran bahwa mahasiswa yang aktif di media sosial, cenderung memiliki niat berwirausaha yang tinggi. Sehingga peran media sosial sebagai sumber informasi serta dapat menjadi perangsang lingkungan yang merangsang minat berwirausaha.

Norma subjektif, atau persepsi tentang ekspektasi orang lain terhadap perilaku tertentu, juga dipengaruhi oleh media sosial. Platform ini menciptakan salah satunya juga dapat menciptakan komunitas virtual dimana mahasiswa dapat berinteraksi serta berkolaborasi dengan individu tertentu, teman-teman yang memiliki usaha, mentor potensial, dan tokoh-tokoh inspiratif dalam dunia bisnis ataupun program berbasis daring oleh pemerintah. Melalui eksposur yang diperoleh terhadap berbagai pandangan dan nilai-nilai yang mendukung perilaku berwirausaha, mahasiswa menjadi lebih memungkinkan untuk menginternalisasi norma-norma positif ini serta merasa mendapatkan dukungan dari lingkungan sekitarnya untuk mengejar jalur wirausaha.

Dalam konteks TPB, niat berwirausaha pada mahasiswa menjadi kunci untuk memahami perilaku yang mungkin muncul dimasa yang akan datang. Hasil pengujian PLS yang telah dilakukan memberikan gambaran bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan niat berwirausaha pada mahasiswa kemudian mendorong sikap serta perilaku yang berujung pada keputusan berwirausaha. Pengaruh ini tidak hanya terbatas pada satu aspek, tetapi mencakup seluruh kerangka kerja TPB, menjadikan media sosial sebagai katalisator dalam membentuk sikap positif, norma subjektif yang mendukung, serta kendali perilaku yang kuat terhadap niat dan memutuskan untuk berwirausaha pada mahasiswa

Tren pemanfaatan media sosial yang diakses sejauh ini juga telah tergambar pada penelitian ini bahwa beberapa media sosial seperti instagram, whatsapp/whatsapp bussiness, tiktok, hingga facebook yang memiliki nilai skor

survei tertinggi masih menjadi pilihan bagi mahasiswa untuk berinteraksi dan menggunakan sebagai media untuk memasarkan produk dan jasa. Tidak hanya itu secara lebih jauh diasumsikan media juga memberikan akses yang lebih jauh serta beragam terkait dimensi internal dan eksternal sebelum memunculkan niat serta memutuskan untuk berwirausaha.

Temuan ini menunjukkan salah satu peluang bagi program atau bentuk lainnya yang dapat memberikan *insight* kepada mahasiswa melalui pendidikan dan pelatihan berwirausaha dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membentuk sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Program-program ini dapat dirancang untuk merangsang niat berwirausaha melalui konten-konten yang menginspirasi serta mendidik di platform-media sosial yang relevan.