

## **Analisis Pengetahuan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dan Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Management**

**Elwen Suryadi<sup>1</sup> dan Sylvia Samuel<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>*Universitas Pelita Harapan*

<sup>2</sup>*sylvia.samuel@uph.edu*

### **Abstrak**

Penelitian ini akan menganalisis seberapa besarnya pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa manajemen Fakultas Ekonomi, besarnya pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa *Management* Fakultas Ekonomi. Penelitian ini menggunakan penelitian survei. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu, mahasiswa Program Studi *Management* Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Teknik Industri. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Pengetahuan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha, (2) Motivasi Berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa *Management*. Dengan temuan ini memberikan gambaran bahwa mahasiswa yang sudah dibekali pengetahuan berwirausaha akan lebih cenderung dapat mengembangkan bisnisnya kedepan lebih adaptif.

Kata kunci: *Minat Berwirausaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha*

### **INTRODUCTION**

Saat ini, seluruh negara dilanda pandemi COVID-19, termasuk Indonesia juga mengalami hal yang serupa. Di tengah pandemi, seluruh industri baik yang memproduksi barang dan jasa mengalami goncangan yang cukup besar, sehingga banyak perusahaan besar mengurangi jumlah tenaga kerja, yang disebabkan berkurangnya jumlah produksi dan penjualan (Steven et al., 2021). Sejak pandemi melanda Indonesia, Indonesia memiliki jumlah pengangguran dengan tingkat pengangguran terbuka pada Agustus 2020 di angka 7.07 %, sedangkan pada Agustus 2021 di angka 6.49 %, sehingga adanya pengurangan sebanyak 0.58 % (BPS Indonesia, 2021). Akibat COVID-19 sebagian besar penduduk Indonesia

terkena dampaknya seperti halnya kehilangan pekerjaan ataupun jam kerja dikurangi oleh pihak perusahaan.

Pengangguran yang dikarenakan oleh COVID-19 pada bulan Agustus 2020 sebesar 2.56 juta orang, sedangkan Agustus 2021 1.82 juta orang, sehingga dapat dinyatakan sejak tahun 2020 sampai 2021 pengangguran mengalami penurunan sebesar 28.96 % (BPS Indonesia, 2021). Menurut BPS Indonesia, tingkat wirausaha di Indonesia masih sangat rendah yaitu di angka 1.65% (BPS Indonesia, 2021). Rasio wirausaha di Indonesia termasuk rendah dibandingkan dengan negara Malaysia dan Singapura (Kim et al., 2018). Jumlah pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 3.51% sejak tahun 2020 sampai tahun 2021 (BPS, 2021).

Meskipun pada tahun 2020 dan 2021 merupakan masa sulit bagi negara Indonesia, disaat yang bersamaan pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami peningkatan juga disebabkan adanya dukungan dan dorongan pemerintah terhadap usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) (Thasya et al., 2018). Dukungan tersebut memberikan pinjaman dengan bunga rendah dan pelatihan yang diberikan secara terpadu. Namun demikian, masih banyak pelaku wirausaha tidak yakin dengan usahanya di masa yang akan datang (Purba & Tan, 2018). Menurut *global entrepreneurship monitor report*, Indonesia memiliki nilai yang cukup tinggi dengan batasan angka dari 1 – 10, dalam rerangka beberapa faktor kondisi ekonomi di Indonesia, seperti kebijakan peraturan pemerintah, pajak dan birokrasi mendapatkan nilai 6.1, pendidikan wirasusah di sekolah memiliki nilai 6.6, pendidikan wirausaha setelah sekolah dengan nilai 7.2, serta penelitian dan pengembangan dengan nilai 6.5, dimana aspek – aspek ini mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2019 (GEM, 2021).

Pemerintah Indonesia terus mendorong Kewirausahaan agar dapat mendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan menyediakan kegiatan – kegiatan yang dapat meningkatkan jiwa kewirausahaan di setiap propinsi dengan program – program yang inovatif (Indramawan et al., 2018). Setiap krisis yang terjadi

menyebabkan adanya tantangan dan ancaman bagi kewirausahaan dan juga perusahaan, disamping hal – hal yang disebabkan oleh perilaku manusia, bencana alam atau perubahan mekanisme ekonomi (Doern et al., 2019).

Dengan adanya situasi yang mendesak, mulai mendorong lahirnya banyak wirausaha di Indonesia untuk menopang biaya hidup keluarga (Sidik Budiono, 2012); (Sidik Budiono & Purba, 2020). Selanjutnya, perkembangan usaha di Indonesia pun banyak yang beralih ke penjualan secara *online*, tetapi tidak semuanya dapat diselesaikan secara *online*, karena banyak juga pelaku wirausaha menghadapi kesulitan seperti harus menutup usahanya, ataupun mengambil langkah untuk berjaga – jaga agar dapat melalui masa sulit ini, dikarenakan batasan – batasan dari pemerintah yang membatasi pergerakan masyarakat (Sidik Budiono & Purba, 2020). Pelaku wirausaha perlu melakukan inovasi dalam bisnis usaha yang dikelola untuk mengatasi permasalahan yang ada, seperti kebijakan pemerintah dan dukungan keuangan (Kuckertz et al., 2020). COVID-19 memberikan pengaruh terhadap kewirausahaan pada umumnya dalam hal proses membuat keputusan, komunikasi dan konflik manajemen, kesejahteraan dan hasil dari wirausaha (Dvouletý et al., 2021).

Minat berwirausaha adalah bagian terpenting dalam perilaku wirausaha secara individu (Liu et al., 2019). Motivasi berwirausaha sangat penting untuk kreasi usaha dan pertumbuhan usaha yang bar, dan teentukan keputusana wirausahawan untuk mencari, evaluasi dan peluang eksploitasi wirausaha (Malebana, 2021). Pertumbuhan seseorang dalam sebuah keluarga, latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja, akan mempengaruhi ekspektasi dan persepsi dari minat individu terhadap perilaku wirausaha, ini juga menarik perhatian khusus untuk dapat memahami bagaimana pengalaman setiap individu dan pendidikan dapat di transformasikan menjadi pengetahuan yang berharga (Rajagukguk et al., n.d.); (Purba & Rajagukguk, 2017). Demikian juga perlu diketahui bagaimana pengetahuan dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi dan minat wirausaha (Kautonen et al., 2010; Miralles et al., 2016).

Motivasi berwirausaha memerankan peranan penting dalam setiap tahapan proses wirausaha dan tergantung pada hasil *output* yang diinginkan dari proses tersebut, sehingga dapat membuat pelaku usaha berkomitmen terhadap perusahaan yang dikelolanya (Murnieks et al., 2020). Seorang penulis membahas pengaruh minat wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap generasi muda di Afrika selatan yang masih sangat jarang (Malebana, 2014a). Kemudian penulis lainnya menginvestigasi motivasi kewirausahaan di Afrika selatan khususnya pada murid wanita generasi Y (Hamilton & Klerk, 2019). Tidak begitu banyak yang melakukan pembahasan hubungan antara pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap motivasi wirausaha (Santoso et al., 2020); (Primahendra et al., 2021). Sehingga, dalam pembahasan ini akan dikhususkan pada mahasiswa manajemen yang telah dibekali pengetahuan kewirausahaan di Jakarta, serta menentukan apakah pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wirausaha pada mahasiswa manajemen (Sincovich et al., 2020) (Yue et al., 2019).

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Pengetahuan Kewirausahaan**

Pengetahuan wirausaha sangat penting dikarenakan akan mempengaruhi perekonomian suatu Negara (Purba et al., 2016); (Rajagukguk & Purba, 2012). Pemerintah dan orang banyak telah melihat bahwa pendidikan kewirausahaan sebagai respon dari kompleksitas dunia tempat manusia tinggal, yang mengharuskan orang – orang dan organisasi dalam komunitas sosial untuk dilengkapi dengan kompetensi wirausaha (Gibb, 2002). Dengan adanya kebutuhan kompetensi wirausaha, sehingga universitas membuka kelas wirausaha. Namun demikian, sering kali di sekolah atau universitas mengajarkan konsep wirausaha dengan metode cara berpikir secara logik, dimana sikap wirausaha maupun pola pikir seorang wirausaha tidak sejalan dengan cara berpikir seperti biasa, yang diawali dengan menentukan serangkaian perkiraan dan tentukan gol yang harus

dapat dikembangkan mengalami perubahan dari waktu ke waktu (Sarasvathy, 2014). Serangkaian perkiraan disini bukan hanya pengetahuan pada bisnis tetapi modal yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha tersebut.

Pengetahuan wirausaha bukan hanya membahas konsep atau ide tentang bisnis, pemasaran, perencanaan strategi tetapi harus memperluas dan meningkatkan sikap wirausaha seperti cara berpikir kreatif, inovasi, dan berani mengambil resiko, tetapi harus ada nilai wirausaha yang ditekankan (Abun et al., 2018). Pengetahuan wirausaha seharusnya merupakan hasil dari pembelajaran bagaimana untuk mengenali dan bertindak berdasarkan kesempatan dan peluang dalam wirausaha, dan juga pembelajaran bagaimana mengatasi tantangan baru dalam usaha (Roxas, 2014). Selanjutnya, pengetahuan wirausaha dapat diuraikan sebagai konseptual dan pengertian analitik yang diperlukan untuk mengenal dan bertindak pada peluang kesempatan secara multi fungsional dan banyak segi dari proses kewirausahaan (Roxas, 2014).

Pengetahuan wirausaha digambarkan sebagai sebuah tangki pengetahuan dimana mayoritas dibangun melalui pembukaan secara individu pada pengalaman yang meliputi pengaturan bagian manajemen, pengembangan aktivitas dengan struktur yang formal tetapi dengan rintangan – rintangan maupun hambatan – hambatan yang tak terduga, yang kemudian ditransformasikan menjadi pengetahuan secara individu (Miralles et al., 2016). Konsep pengetahuan wirausaha sebagai wadah atau tangki pengetahuan dapat dipenuhi melalui pengalaman, dapat juga dijelaskan memiliki pengaruh yang terbatas terhadap program pendidikan wirausaha, yang memiliki efek pada minat untuk melibatkan perilaku wirausaha (Bae et al., 2014). Dengan demikian, penelitian ini ingin menganalisis pengaruh pengetahuan wirausaha terhadap minat wirausaha.

H1: Pengetahuan wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap minat wirausaha

### **Motivasi Kewirausahaan**

Tujuan untuk mengejar kekayaan selalu dikaitkan dengan komponen paling utama yaitu motivasi wirausaha. Banyak penulis yang menganalisis motivasi wirausaha dari berbagai faktor yang mempengaruhi motivasi dari sisi psikologi. Motivasi wirausaha telah dipelajari dari berbagai perspektif termasuk alasan, minat maupun gol pencapaian dari wirausaha dan juga teori ekspektansi. Motivasi dapat dikaitkan dengan minat sehingga menjadi satu kesatuan (Hessels & van Stel, 2011; Holland & Garrett, 2015). Seorang penulis investigasi informasi dari akun wirausaha di media sosial dan mengeksplorasi interaksi antara emosi positif dan motivasi wirausaha (Su et al., 2020). Hasil yang diperoleh bahwa emosi yang positif dapat mempengaruhi motivasi wirausaha dan proses dari kewirausahaan secara signifikan.

Motivasi wirausaha merupakan faktor misi secara sosial yang mendorong untuk menjadi seorang wirausaha di eropa (Bartha et al., 2019). Kemudian motivasi wirausaha juga memiliki hubungan antara pengembangan perusahaan dalam industri penjualan, menyatakan bahwa motivasi wirausaha secara positif akan mempengaruhi pengembangan perusahaan (Hemmert et al., 2019; Rajabi et al., 2018). Selanjutnya motivasi wirausaha dapat diinterpretasikan menjadi sebuah tindakan untuk mengambil kesempatan yang ada. Motivasi membutuhkan adanya faktor internal yang dapat mewujudkan tindakan dan faktor eksternal yang dapat bertindak sebagai dorongan untuk bertindak (Locke & Latham, 2004).

Motivasi wirausaha berpengaruh pada tindakan wirausaha melalui pilihan yang dibuat oleh seorang individu, usahanya, persistensi pada aktivitas yang dipilihnya. Motivasi wirausaha mempengaruhi keputusan untuk mencari informasi, evaluasi dan eksplotasi kesempatan yang ada, selanjutnya terdapat perbedaan dengan motivasi dimana individu berusaha untuk mencapai kesempatan yang ada, pengumpulan sumber daya dan bagaimana proses wirausaha dieksekusi (Malebana, 2014a). Kuratko, (2007) mengemukakan bahwa usaha untuk menciptakan usaha yang baru dan keinginan untuk bertahan dalam usaha tersebut berhubungan dengan motivasi wirausaha. Selanjutnya, motivasi dapat dipertimbangkan sebagai hubungan antara minat dan tindakan (Carsrud &

Brännback, 2011). Penulis lain menyatakan bahwa ditemukannya hubungan yang signifikan antara motivasi wirausaha dan minat wirausaha (Solesvik, 2013). Karena itu, minat wirausaha dan motivasi wirausaha dibentuk oleh faktor personal dan lingkungan.

Motivasi wirausaha ditentukan oleh persepsi wirausaha dari lingkungan dan kemampuan diri sendiri, karakteristik pribadi, lingkungan personal, lingkungan usaha yang berkaitan, ide bisnis yang spesifik dan gol dari wirausaha (Estay et al., 2013). Sedangkan, minat wirausaha menunjukkan bahwa faktor personal dan lingkungan dapat mempengaruhi minat wirausaha baik secara langsung maupun tidak langsung yang dipengaruhi oleh kepercayaan, sikap dari wirausaha (Sharma, 2018). Aktivitas wirausaha dipengaruhi oleh nilai, norma dan budaya. Lingkungan sosial mempengaruhi aktivitas wirausaha dengan berkontribusi pada sikap yang positif terhadap wirausaha dan persepsi perilaku dimana dapat mempengaruhi minat wirausaha (Malebana, 2014a). Dapat disimpulkan bahwa motivasi wirausaha dapat memprediksi perilaku wirausaha dan juga mempengaruhi minat wirausaha dengan tindakan. Dengan demikian, minat dan motivasi wirausaha saling berhubungan, sehingga terbentuklah hipotesis berikut.

H2: Motivasi wirausaha memiliki pengaruh positif terhadap minat wirausaha

### **Minat Kewirausahaan**

Minat wirausaha merupakan variabel yang penting untuk memprediksi perilaku pelaku wirausaha. Sebagai seorang wirausaha harus memiliki minat yang kuat untuk berwirausaha, ini merupakan satu syarat mandatory untuk membuka sebuah usaha baru (Hossain et al., 2021). Minat dapat diwujudkan dalam bentuk sebuah perilaku yang konkrit (Castro et al., 2018). Namun, definisi minat secara umum, tidak ada yang identik dengan definisi dari minat seorang wirausaha (Peng et al., 2012). Selanjutnya, seorang penulis menguraikan bahwa minat wirausaha sebagai orientasi mental seperti, keinginan dan harapan yang memberikan pengaruh terhadap pilihan dari wirausaha (Abun et al., 2018); (S Budiono et al., n.d.).

Penulis lainnya menyatakan bahwa minat wirausaha sebagai komitmen dan keinginan untuk berusaha memulai sebuah bisnis yang baru (Miralles et al., 2016). Minat wirausaha merupakan keinginan usaha ketika seseorang ingin mengambil sebuah tindakan. Tindakan ini adalah perilaku yang selalu diarahkan oleh minat (Zhou et al., 2015). Minat usaha sangat berhubungan erat dengan pengetahuan ataupun pendidikan wirausaha. Menurut Liu et al., (2019) mengungkapkan bahwa pendidikan dan pengetahuan wirausaha dapat memperkuat minat seorang individu untuk berwirausaha, serta juga akan meningkatkan kinerja wirausaha (Kindangen & Paulus Paruntu, 2015). Oleh sebab itu, dipercaya bahwa mahasiswa manajemen dengan minat untuk berwirausaha, pengetahuan wirausaha dapat meningkatkan tingkat kesuksesan untuk memulai sebuah usaha baru (Hendayani et al., 2021).

Minat wirausaha sebagai orientasi pribadi untuk memiliki usaha sendiri di masa yang akan datang. Meskipun demikian banyak alasan lainnya mengapa seorang ingin menjadi wirausaha, salah satu alasannya seperti tidak cocok dengan pekerjaan yang ada saat ini, budaya, latar belakang individu dan keluarga, tidak mau di kendalikan oleh orang lain. Minat juga dapat dikaitkan dengan karakteristik individu seperti orientasi untuk sukses, keinginan untuk mengambil resiko, ketahanan dan intelegensi (Abun et al., 2018).

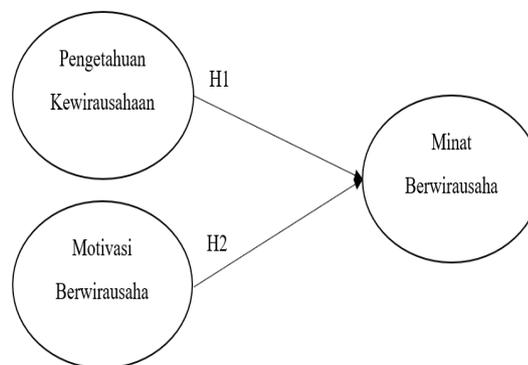
## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk pengujian pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap motif niat wirausaha oleh mahasiswa manajemen selama COVID-19 di Indonesia. Responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa manajemen yang tinggal di Jakarta, Depok, Bogor dan Bekasi. Metode pengumpulan data dengan cara *sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap mahasiswa yang telah dibekali pengetahuan wirausaha (Radnan & Purba, 2018); (Sekaran & Bougie, 2016), dengan mayoritas responden berusia 19-21 tahun termasuk golongan milenial (Alonso & Bressan, 2017) (Tan et al., 2019).

Penelitian ini menggunakan bentuk kuesioner secara *online*. Pernyataan kuesioner dalam bentuk skala likert. Populasi sampel merupakan elemen yang paling penting dalam penelitian dan juga merupakan bagian dari observasi yang dilakukan dalam penelitian ini (Jöreskog et al., 2016).

Menurut Ghozali, (2018), menyatakan bahwa responden haru mengisi data kuesioner dengan karakteristik tertentu. Responden dari kuesioner yang telah dikumpulkan termasuk dalam kategori generasi milenial. Kuesioner yang disebarakan sebanyak 128 responden. Kuesioner data yang digunakan dalam penelitian ini hanya 100 responden.

### Rerangka Konseptual Penelitian



**Figur 1 Rerangka Konseptual Penelitian**

**Tabel 1.** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
PK	0,803	Reliabel
MB	0,889	Reliabel
MINAT	0,898	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Uji reliabilitas memiliki nilai batasan minimum 0.6 dan dapat dinyatakan valid. Hasil pengujian dari reliabilitas setiap variabel dapat dilihat dari tabel yang

memiliki nilai di atas 0.7, sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

**Tabel 2.** Uji Koefisien Determinasi

<b>Model</b>	<b>R Square</b>	<b>R Square Adjusted</b>
Minat Wirausaha	0.485	0.475

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Tabel ini menyatakan nilai R dan R<sup>2</sup>. R *square* tentukan korelasi sederhana antara variabel. Nilai ini memiliki arti variasi dari variabel dependen yaitu minat wirausaha dapat dijelaskan oleh independent variabel termasuk pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha. Dalam penelitian ini nilai R<sup>2</sup> atau R *square* dengan nilai 0.485 yang berarti terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap minat wirausaha sebanyak 48.5 %, sedangkan sisanya sebesar 51.5 % dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya yang tidak dilakukan pengujian dalam penelitian ini.

**Tabel 3.** Uji Statistik F

<b>Model</b>	<b>F</b>	<b>Sig</b>
<b>Minat Wirausaha</b>	45.03	.000b

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2022)

Berdasarkan hasil ANOVA menunjukkan tingkat signifikansi dari sig adalah  $0.000 < 0.005$  dan kalkulasi  $F >$  tabel F adalah  $45.03 > 2.37$ , sehingga dapat disimpulkan variabel dari pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha menunjukkan hubungan signifikan dengan minat wirausaha.

**Tabel 4.** Uji Statistik T

<b>Model</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>	<b>Results</b>
Pengetahuan Wirausaha	1.920	0.058	Reliable
Motivasi Wirausaha	1.761	0.081	Reliable

Tingkat nilai signifikan dari pengetahuan wirausaha adalah 0.058, dimana lebih besar dari 0.05 dan T hitung 1.920 > dari T tabel 1.661 sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel dari pengetahuan wirausaha memiliki pengaruh yang penting terhadap niat untuk berwirausaha. Dengan demikian H1 dapat diterima. Berikutnya, angka signifikan dari motivasi wirausaha sebesar 0.0810 lebih besar dari 0.05 dan T hitung 1.761 > dari T tabel 1.661, oleh sebab itu dapat dijelaskan bahwa variabel dari motivasi wirausaha mempengaruhi minat untuk berwirausaha. Dengan demikian H2 dapat diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan wirausaha memiliki pengaruh yang positif terhadap minat wirausaha pada mahasiswa manajemen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan terhadap pengetahuan wirausaha terhadap minat wirausaha di negara afrika memiliki hasil yang positif (Malebana, 2014b). Penelitian yang dilakukan di Afrika maupun di Indonesia memiliki hasil yang sejalan yaitu pengetahuan memberikan pengaruh terhadap minat untuk berwirausaha. Pengetahuan wirausaha ini terasosiasi juga dengan persepsi perilaku dan minat untuk membuka usaha. Sehingga dukungan dalam bentuk dana, pengetahuan, pemasaran, cara berusaha, ini semua merupakan alat bantu yang tak ternilai untuk menstimulasi minat wirausaha (Nabi & Liñán, 2011). Dukungan yang diterima oleh wirausaha dapat memfasilitasi proses pembuatan keputusan dalam *start-up* demikian juga akan mempengaruhi niat wirausaha (Nabi et al., 2010). Pengetahuan wirausaha sangat penting karena dapat juga menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran .

Variabel berikutnya yaitu motivasi wirausaha menunjukkan hasil yang signifikan dan terdapat pengaruh antara motivasi wirausaha dan minat wirausaha. Hasil yang didapati dalam penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan di Afrika selatan bagian daerah terpencil. Penelitian ini meskipun dilakukan di negara yang berbeda memiliki hasil yang sama bahwa motivasi akan mempengaruhi niat berwirausaha. Mahasiswa manajemen menyatakan bahwa semakin besar motivasi

dari seseorang maka akan semakin besar pula minat untuk berwirausaha (Abun et al., 2018).

Hasil ini juga didukung oleh penemuan yang dilakukan Hamilton & Klerk, (2019), menyatakan bahwa pentingnya motivasi individu secara ekstrinsik, yang berarti seorang individu lebih tertarik untuk menjalankan wirausaha daripada di dorong atau dengan kata lain keinginan untuk menjadi seorang wirausaha inilah yang mendorong orang tersebut untuk menjadi seorang wirausaha. Penelitian yang dilakukan di afrika selatan ini menyatakan bahwa motivasi wirausaha mempengaruhi minat wirausaha yang disebabkan mayoritas penduduk disana ingin berwirausaha karena ingin menjadi bos diri sendiri, kebutuhan untuk menghadapi tantangan hidup, keperluan untuk menciptakan kreativitas dikarenakan memiliki talenta, untuk mendapatkan uang lebih banyak serta kebutuhan dan keperluan untuk mempunyai pekerjaan yang menarik sesuai dengan keinginannya. (Malebana, 2021). Dengan demikian dapat disimpulkan penelitian yang dilakukan di negara yang berbeda tetap memiliki hasil yang sama selama individu tersebut memiliki motivasi untuk berwirausaha.

## **SIMPULAN**

Hasil penelitian ini didapatkan berdasarkan hasil analisis data dari variabel pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha dan minat wirausaha pada mahasiswa manajemen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara *online* kepada 100 responden. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap minat wirausaha pada mahasiswa manajemen. Penelitian ini mengeksplorasi terdapatnya hasil yang signifikan antara setiap variabel.

Variabel pengetahuan wirausaha memiliki pengaruh signifikan terhadap minat wirausaha. Selanjutnya variabel motivasi wirausaha berdampak positif terhadap minat wirausaha dalam lingkungan mahasiswa manajemen. Selanjutnya, penelitian selanjutnya dapat dilakukan terhadap variabel lainnya seperti

lingkungan keluarga, *self-efficacy*, *individual attitude*, *culture*, norma, dan *perceived behavioral control*.

## REFERENSI

- Abun, D., Foronda, S. L. G., Belandres, M. L., Agoot, F., & Magallanez, T. (2018). Measuring Entrepreneurial knowledge and Entrepreneurial Intention of ABM Grade XII. *Senior High School Students of Divine Word Colleges in Region I, Philippines*, 3, 27–43.
- Alonso, A. D., & Bressan, A. (2017). Collaboration among micro and small firms in a traditional industry. *Journal of Small Business & ...* <https://doi.org/10.1080/08276331.2016.1248057>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Bartha, Z., Gubik, A. S., & Bereczk, A. (2019). The social dimension of the entrepreneurial motivation in the central and Eastern European countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9–27. <https://doi.org/10.15678/EBER.2019.070101>
- BPS. (2021). Statistik Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2020. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, 13(02), 2.
- BPS Indonesia. (2021). Keadaan Ketena-gakerjaan Indonesia Agustus 2019. *Badan Pusat Statistik, XXII*(91), 1–20.
- Budiono, S, Purba, J. T., Adirinekso, G. P., & Rajagukguk, W. (n.d.). Market Growth Strategy through Consumers' Satis-faction, Product Quality and Brand Image: Evidence from Jakarta Indonesia. In *ieomsociety.org*. <http://www.ieom-society.org/brazil2020/papers/553.pdf>
- Budiono, Sidik. (2012). *Analisis Shock Dalam Model Dinamik Strukturalis Perekonomian Indonesia*. Universitas Indonesia.
- Budiono, Sidik, & Purba, J. T. (2020). Memerangi Kemiskinan Melalui Melek Huruf, Partisipasi Pendidikan, dan Air Bersih Pada Kabupaten dan Kota Di Indonesia. *Media Ekonomi*, 28(1 April 2020), 67–78. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.25105/me.v28i1.7572>
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Castro, I. J. de, Nagano, M. S., & Ribeiro, S. X. (2018). Elements that influence knowledge sharing in the university-industry-government collaboration: Case

- studies in Brazil. In *Revista de Gestão*. emerald.com. <https://doi.org/10.1108/REGE-04-2018-0061>
- Doern, R., Williams, N., & Vorley, T. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: business as usual? An introduction and review of the literature. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(5–6), 400–412. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1541590>
- Dvouletý, O., Fernandez de Arroyabe, J. C., & Mustafa, M. (2021). Entrepreneurship during the times of COVID-19 pandemic: challenges and consequences. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 489–496. <https://doi.org/10.1108/jee-09-2021-461>
- Estay, C., Durrieu, F., & Akhter, M. (2013). Entrepreneurship: From motivation to start-up. *Journal of International Entrepreneurship*, 11(3), 243–267. <https://doi.org/10.1007/s10843-013-0109-x>
- GEM. (2021). 2020/2021 Global Report. In *Global Entrepreneurship Monitor*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multi-variate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gibb, A. (2002). In pursuit of a new 'enterprise' and 'entrepreneurship' paradigm for learning: creative destruction, new values, new ways of doing things and new combinations of knowledge. *International Journal of Management Reviews*, 4(3), 233–269.
- Hamilton, L., & Klerk, N. De. (2019). *Generation Y Female students' motivation towards entrepreneurship*. June.
- Hemmert, M., Cross, A. R., Cheng, Y., Kim, J. J., Kohlbacher, F., Kotosaka, M., Waldenberger, F., & Zheng, L. J. (2019). The distinctiveness and diversity of entrepreneurial ecosystems in China, Japan, and South Korea: an exploratory analysis. In *Asian Business and Management* (Vol. 18, Issue 3). Palgrave Macmillan UK. <https://doi.org/10.1057/s41291-019-00070-6>
- Hendayani, R., Rachmawati, I., Ayuningtias, H. G., & ... (2021). ... *Sustainable and Competitive Business Growth: Proceedings of the International Conference on Sustainable Collaboration in Business, Information*. books.google.com. <https://books.google.com/books>. ?
- Hessels, J., & van Stel, A. (2011). Entrepreneurship, export orientation, and economic growth. *Small Business Economics*, 37(2), 255–268. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9233-3>
- Holland, D. V., & Garrett, R. P. (2015). Entrepreneur start-up versus persistence decisions: A critical evaluation of expectancy and value. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(2), 194–215. <https://doi.org/10.1177/0266242613480375>
- Hossain, M. S., Kannan, S. N., & ... (2021). Factors influencing sustainable competitive advantage in the hospitality industry. *Journal of Quality* <https://doi.org/10.1080/1528008X.2020.1837049>

- Indramawan, A., Tan, J. D., & Purba, J. T. (2018). Probing into e-commerce logistics: a strategic growth option of Serbada Company. In *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomi*. academia.edu. <https://www.academia.edu/download/67602891/pdf.pdf>
- Jöreskog, K. G., Olsson, U. H., & Wallentin, F. Y. (2016). Springer Series in Statistics Multivariate Analysis with LISREL. In *Livro*.
- Kautonen, T., Luoto, S., & Tornikoski, E. T. (2010). Influence of work history on entrepreneurial intentions in “prime age” and “third age”: A preliminary study. *International Small Business Journal*, 28(6), 583–601. <https://doi.org/10.1177/0266242610368592>
- Kim, S. S., Tan, J. D., Juliana, R., & ... (2018). Financial management of tires retail and restaurant business in Greater Jakarta. *ICONIET*. <https://proceedings.sgu.ac.id/iconiet/index.php/iconiet/article/view/45>
- Kindangen, P., & Paulus Paruntu, C. (2015). Poverty Reduction In Indonesia: A Challenge Facing Asean Economic Community. In *Jurnal of Asean Studies on Maritime Issues*.
- Kuckertz, A., et al. (2020). Startups in times of crisis – A rapid response to the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13(April). <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00169>
- Kuratko, D. F. (2007). *Entrepreneurial Leadership in the 21 st Century*. 13(4).
- 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>
- Locke, E. A., & Latham, G. P. (2004). What should we do about motivation theory? Six recommendations for the twenty-first century. *Academy of Management Review*, 29(3), 388–403. <https://doi.org/10.5465/AMR.2004.13670974>
- Malebana, M. J. (2014a). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Motivation of South African Rural University Students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 709–726. <https://doi.org/10.22610/jebs.v6i9.531>
- Malebana, M. J. (2014b). The effect of knowledge of entrepreneurial support on entrepreneurial intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(20), 1020–1028. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n20p1020>
- Malebana, M. J. (2021). The Effect Of Entrepreneurial Motivation On Entrepreneurial Intention Of South African Rural Youth. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(Special-Issue 3), 1–14.
- Miralles, F., Giones, F., & Riverola, C. (2016). Evaluating the impact of prior experience in entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 791–813. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0365-4>
- Murnieks, C. Y., Klotz, A. C., & Shepherd, D. A. (2020). Entrepreneurial motivation: A review of the literature and an agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 41(1), 1–14. <https://doi.org/10.1002/job.2317>

- zational Behavior*, 41(2), 115–143. <https://doi.org/10.1002/job.2374>
- Nabi, G., Holden, R., & Walmsley, A. (2010). Entrepreneurial intentions among students: Towards a re-focused research agenda. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17(4), 537–551. <https://doi.org/10.1108/14626001011088714>
- Nabi, G., & Liñán, F. (2011). Graduate entrepreneurship in the developing world: Intentions, education and development. *Education + Training*, 53(5), 325–334. <https://doi.org/10.1108/00400911111147668>
- Peng, Z., Lu, G., & Kang, H. (2012). Entrepreneurial Intentions and Its Influencing Factors: A Survey of the University Students in Xi'an China. *Creative Education*, 03(08), 95–100. <https://doi.org/10.4236/ce.2012.38b021>
- Primahendra, R., Purba, J. T., Ugut, G. S. S., & ... (2021). Do Digital Literacy and Digital Entrepreneurship among University Students Contribute to Digital Economy? In ... *Research and Critics* .... [researchgate.net. https://www.researchgate.net/profile/Riza-Primahendra/publication/355424438](https://www.researchgate.net/profile/Riza-Primahendra/publication/355424438).
- Purba, J. T., & Rajagukguk, W. (2017). *Manajemen strategi pembangunan bangsa dengan determinan pengembangan pendidikan nasional: suatu analisa data makroagregat Indonesia*. [repository.uki.ac.id. http:// repository.uki.ac.id/id/eprint/525](http://repository.uki.ac.id/id/eprint/525)
- Purba, J. T., Rajagukguk, W., & Meranga, I. C. (2016). *Strategic Planning and Foresight National Development through Education: Nusantara Nationwide Evidence*.
- Purba, J. T., & Tan, J. D. (2018). Owners' integrity, customers' relation, and focused attitude as strategies of family business sustainability and growth: an empirical study. *Journal of Economics, Business*. [https://journal .perbanas.ac.id /index.php/jebav/article/view/1433](https://journal.perbanas.ac.id/index.php/jebav/article/view/1433)
- Radnan, P. Y., & Purba, J. T. (2018). the Use of Information Communication Technology (Ict) As the Technology Acceptance Model (Tam) of Mobile Banking. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 283. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.2057>
- Rajabi, R., Brashear-Alejandro, T., & Chelariu, C. (2018). Entrepreneurial motivation as a key salesperson competence: trait antecedents and performance consequences. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 33(4), 405–416. <https://doi.org/10.1108/JBIM-12-2016-0278>
- Rajagukguk, W., & Purba, J. T. (2012). Perekonomian Indonesia dan strategi pembangunan jender. In *Jurnal .... STIE Pengembangan Bisnis dan ....*
- Rajagukguk, W., Purba, J. T., Budiono, S., & Adirinekso, G. P. (n.d.). The Role of Economic and Development Factors on Average National Exam Score at Primary, Junior Secondary, and Senior Secondary Level in Indonesia. In [ieomsociety.org. http://www.ieomsociety .org/brazil2020/papers/560.pdf](http://www.ieomsociety.org/brazil2020/papers/560.pdf)
- Roxas, B. (2014). Effects of entrepreneurial knowledge on entrepreneurial intentions: A longitudinal study of selected South-east Asian business students. *Journal of Education and Work*, 27(4), 432–453.

<https://doi.org/10.1080/13639080.2012.760191>

- Santoso, P. B., Purba, J. T., Ugut, G. S. S., & (2020). The Role of Transformational Leadership, Self Efficacy and Professional Competence on Knowledge Sharing and Lecture Performance. *Konti-gensi: Jurnal*. <https://jurnal.dim-unpas.web.id/index.php/JIMK/article/view/156>
- Sarasvathy, S. (2014). The downside of entrepreneurial opportunities. *Management (France)*, 17(4), 305–315. <https://doi.org/10.3917/mana.174.0305>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Method for Business Textbook: A Skill Building Approach*. John Wiley & Sons Ltd.
- Sharma, L. (2018). Entrepreneurial intentions and perceived barriers to entrepreneurship among youth in Uttarakhand state of India: A cross-cultural investigation across genders. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(4), 243–269. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2018-0009>
- Sincovich, A., Gregory, T., Zanon, C., Santos, D. D., & ... (2020). Measuring early child development in low and middle income countries: Investigating the validity of the early Human Capability Index. In *SSM-population*. Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352827320302500>
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial motivations and intentions: Investigating the role of education major. *Education and Training*, 55(3), 253–271. <https://doi.org/10.1108/00400911311309314>
- Steven, W., Purba, J. T., Budiono, S., & ... (2021). How Product Quality, Brand Image and Price Perception Impact on Purchase Decision of Running Shoes? In *Proceedings of the ...* [ieomsociety.org. http://www.ieomsociety.org/brazil2020/papers/562.pdf](http://www.ieomsociety.org/brazil2020/papers/562.pdf)
- Su, X., Liu, S., Zhang, S., & Liu, L. (2020). To be happy: A case study of entrepreneurial motivation and entrepreneurial process from the perspective of positive psychology. *Sustainability (Switzerland)*, 12(2). <https://doi.org/10.3390/su12020-584>
- Tan, J. D., Purba, J. T., & Widjaya, A. E. (2019). *Financial Technology as an Innovation Strategy for Digital Payment Services in the Millennial Generation*. 292(Agc), 364–373. <https://doi.org/10.2991/agc-18.2019.58>
- Thasya, H. C., Tan, J. D., & Purba, J. T. (2018). Strategi persaingan bisnis komputer di Kalimantan Tengah: ABC komputer. *Journal of Accounting ...* <https://ejournal.medan.uph.edu/index.php/jam/article/view/215>
- Yue, S., Shen, Y., & Yuan, J. (2019). Sustainable total factor productivity growth for 55 states: an application of the new malmquist index considering ecological footprint and human development index. *Resources, Conservation and Recycling*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S09213-44919301417>
- Zhou, G., Ruan, M., & Yang, X. (2015). *Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Knowledge and Entrepreneurial Behavior of Female Students in Higher Vocational Colleges: An Interactive Perspective*. *Icsshe*, 412–414. <https://doi.org/10.2991/icsshe-15.2015.92>

