

PENGARUH ENTREPRENEURIAL PASSION TERHADAP KEINGINAN BERWIRAUSAHA DI INDONESIA

Rizqi Anantia¹, Edy Yulianto Putra², Dessy Aliandrina³

^{1,3}Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam
Jl Gajah Mada, Baloi Sei Ladi Batam 29432

²Program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Internasional Batam
Jl Gajah Mada, Baloi Sei Ladi Batam 29432
Email: anantia.rzqy@gmail.com

Abstrak – Teori perilaku terencana (TPB) yang terdiri dari sikap pribadi, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah model studi tentang hubungan niat dan perilaku. Untuk memperluas TPB dimasukkan variabel semangat berwirausaha, yaitu emosi yang berpengaruh terhadap perilaku wirausaha. Dalam penelitian ini dengan menambahkan variabel prediktor pada TPB diharapkan dapat memperkaya penjelasan tentang niat berwirausaha.

Objek penelitian ini adalah pengusaha di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer, hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul diolah menggunakan software SPSS versi 24.0. Analisis pengujian hipotesis menggunakan regresi linier dan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat berwirausaha. Di TPB, masing-masing konstruk mempengaruhi niat berwirausaha secara berbeda. Sikap pribadi dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat berwirausaha, sedangkan norma subjektif berpengaruh signifikan dan negatif. Mengenai variabel intervening, sikap pribadi dan kontrol perilaku yang dirasakan telah berhasil menjadi variabel intervening antara gairah berwirausaha dan niat berwirausaha.

Kata kunci: Semangat Berwirausaha, Niat Berwirausaha, Teori Perilaku Terencana.

Abstract – Theory of planned behavior (TPB) consisting of personal attitude, subjective norms and perceived behaviour control are the model study about the relation of intention and behaviour. In order to expand TPB, entrepreneurial passion variabel is inserted, which is emotion effected to entrepreneur behaviour. In this research by adding predictor variabel in TPB, it is expected to enrich the explanation of entrepreneurial intention.

The object of this research is entrepreneur in Indonesia. The sampling technique used is purposive sampling methode. This research uses primary data, the result of data collection using a questionnaire. The collected data had been processed using

SPSS software version 24.0. Hypothesis testing analysis uses linear regression and path analysis.

The result of the research is entrepreneurial passion significantly and positively affected entrepreneurial intention. In TPB, each construct affects entrepreneurial intention differently. Personal attitude and perceived behavioral control effect entrepreneurial intention significantly and positively, while subjective norm affect significantly and negatively. Regarding intervening variable, personal attitude and perceived behavioral control has successfully become intervening variable between entrepreneurial passion and entrepreneurial intention.

Keywords: *Entrepreneurial passion, Entrepreneurial Intention, Theory of Planned Behaviour*

PENDAHULUAN

Indonesia akan segera memasuki periode bonus demografi, periode dimana jumlah penduduk berusia produktif (15-64 tahun) lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan jumlah penduduk usia non produktif (usia dibawah 15, diatas 64 tahun). Pada periode bonus demografi jumlah penduduk berusia produktif diprediksi akan mencapai 64% dari total jumlah penduduk Indonesia, atau kurang lebih akan berjumlah 297 juta jiwa (jeo.kompas.com).

Periode bonus demografi bisa menjadi tantangan sekaligus menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk bertransformasi menjadi salah satu negara maju di dunia. Periode ini akan berhasil jikalau Indonesia mampu mencetak sumber daya manusia (SDM) yang unggul, namun akan menjadi bencana jika lapangan pekerjaan tidak mampu diciptakan (jeo.kompas.com).

Entrepreneurship (kewirausahaan) merupakan salah satu kunci terpenting dari penciptaan lapangan pekerjaan (Tsordia & Papadimitriou, 2015). Kewirausahaan

dilihat sebagai hal penting yang dapat mendorong suatu negara untuk mencapai kesejahteraan (Iakovleva & Kolvereid, 2009).

Liñán dan Chen (2009) mendefinisikan kewirausahaan sebagai suatu sikap yang dimiliki oleh seorang entrepreneur (wirasusahawan) yang merefleksikan motivasi seseorang untuk mengidentifikasi dan menangkap peluang untuk menghasilkan pencapaian ekonomi yang baru.

Untuk mengetahui kondisi kewirausahaan di Indonesia bisa mengacu pada Global Entrepreneurship Index (GEI). GEI adalah indeks yang menghitung tingkat kemapanan ekosistem kewirausahaan pada setiap negara di dunia. Berdasarkan peringkat GEI, pada tahun 2019 Indonesia berkedudukan di urutan ke-75 dari 137 negara yang disertakan. dibandingkan dengan perolehan peringkat dari 10 negara ASEAN Indonesia berada di urutan ke-6, tertinggal dari Singapore, Malaysia, Brunei Darussalam, Thailand dan Vietnam (Acs et al., 2020). Kondisi seperti ini tentu perlu diperhatikan oleh pemerintah Indonesia karena kewirausahaan merupakan faktor

penentu kesuksesan Indonesia dalam membuat lompatan kemajuan selama periode bonus demografi.

Kewirausahaan telah muncul sebagai sebuah kekuatan ekonomi yang penting, bahkan dianggap sebagai katalis utama dalam membangun ekonomi di era modern ini (Morris et al., 2013). Dengan peranan yang demikian besar maka diperlukanlah studi yang mendalam mengenai kewirausahaan, dan untuk memulai studi tersebut hal paling utama yang harus dipahami adalah pembentukan entrepreneurship intention (keinginan berwirausaha) (Baron & Hmieleski, 2018).

Keinginan Berwirausaha

Keinginan berwirausaha merupakan pemikiran yang mengarahkan pemikiran seseorang untuk menemukan, mengimplementasikan dan mengembangkan suatu konsep wirausaha (Bird, 1988). Ajzen (1991) menyatakan bahwa keinginan berwirausaha merupakan prediktor terbaik yang dapat menggambarkan perilaku yang terencana seorang individu untuk memulai melakukan aktivitas berwirausaha. Hal senada diungkapkan oleh Biraglia dan Kadile (2017) yang mengungkapkan keinginan berwirausahaan merefleksikan keinginan seorang individu yang memilih untuk memulai bisnis baru yang dimilikinya dibandingkan dengan bekerja ditempat yang telah tersedia. Sedangkan Syed et al., (2020) menjelaskan keinginan berwirausaha sebagai keinginan individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas yang mengarah pada terciptanya suatu bisnis yang baru.

Keinginan berwirausaha terbentuk atas kombinasi pemikiran rasional dan

intuitif seseorang mengenai penciptaan bisnis, yang masing-masing dipengaruhi oleh faktor konstektual pribadi (internal) dan lingkungan (eksternal) (Bird, 1988). Faktor pribadi meliputi, sifat, watak serta faktor kondisi kontekstual seperti dukungan dan hambatan yang didapatkan dari lingkungannya. (Karimi et al., 2017). Fatimah dan Purdianto (2020) menambahkan, faktor pribadi berkaitan dengan kepemilikan pengetahuan mengenai kewirausahaan yang dipengaruhi oleh latar belakang keluarga dan pendidikan. Sedangkan beberapa faktor parameter eksternal yaitu seperti kondisi ekonomi yang tidak menguntungkan atau keterbatasan pilihan alternatif pekerjaan yang tersedia (Ghatak et al., 2007).

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Ajzen (1985) merumuskan *Theory of planned behaviour* (TPB) yang digunakan untuk memahami dan memprediksi perilaku yang dilakukan berdasarkan keinginan, di dalam suatu kondisi tertentu dan dengan pengaruh persepsi kontrol berperilaku (*perceived behavioral control*), dengan penambahan tersebut TPB mampu menjelaskan hubungan antara keinginan dengan perilaku aktualnya. TBP mengusulkan 3 faktor yang dapat memprediksi niat kewirausahaan; (1) Sikap pribadi (*personal attitude*), (2) norma subyektif (*subjective norm*), (3) persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). *Personal attitude* dideskripsikan sebagai evaluasi individu mengenai positif atau negatifnya perilaku tertentu, *subjective norm* adalah persepsi individual atas tekanan sosial

untuk ikut serta dalam suatu kondisi, *perceived behavioral control* merupakan persepsi individu yang berkaitan dengan kemampuannya menghadapi suatu kondisi spesifik ((Ajzen, 1991). TPB merupakan kerangka berpikir konseptual yang memberikan pemahaman dan prediksi yang lebih baik mengenai niat kewirausahaan (Krueger et al., 2000).

**Gairah kewirausahaan
(entrepreneurial passion) terhadap
Theory of Planned Behaviour
(TPB)**

Passion didefinisikan sebagai dorongan keinginan untuk menginvestasikan waktu dan tenaga yang dimiliki untuk melakukan hal yang disukai dan dianggap penting untuk dilakukan Vallerand et al (2003). Cardon et al (2009) mengartikan *entrepreneurial passion* sebagai suatu perasaan positif yang intens dan dengan penuh kesadaran dirasakan oleh individu akibat dari keterlibatannya dalam kegiatan yang berkaitan dengan kewirausahaan. Cardon & Kirk (2015) berpendapat bahwa *Passion* adalah asupan karakter terbaik bagi kewirausahaan, karena *passion* merupakan dorongan yang dapat membuat wirausahawan mampu mensiasati keterbatasannya, mengatasi kegagalan dan tantangan yang diperoleh, serta melakukan usaha terbaik untuk mensukseskan bisnis yang dimilikinya. Bukti empiris menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh positif terhadap sikap dan kinerja kewirausahaan (Murnieks et al., 2014). Hal tersebut dipertegas Mueller (2006) yang menjelaskan bahwasanya *entrepreneurial passion* yang dimiliki oleh seorang wirausahawan akan

mendorong efektivitas dalam penciptaan dan pencapaian kesuksesan atas bisnis yang diciptakan.

Ajzen (1991) sebagai pengembang model TPB menyetujui bahwa model ini terbuka untuk variabel prediktor lain disekitarnya, dengan penambahan variabel prediktor pada TPB maka akan memperkaya penjelasan mengenai keinginan dan perilaku. Beberapa penelitian sebelumnya telah memasukan variabel tambahan untuk memperluas TPB seperti, keterampilan wirausaha dan dukungan universitas (Gieure et al., 2020), pengalaman sebelumnya (Sabah, 2016), pengetahuan kewirausahaan (Liñán et al, 2011) dan *entrepreneurial passion* (Karimi, 2020).

Karimi (2020) menyatakan bahwa *entrepreneurial passion* merupakan konstruksi kritis baru dari TPB yang dapat dengan efektif menjelaskan proses motivasi emosional dari perilaku kewirausahaan. Berdasarkan TPB faktor kepribadian dapat mempengaruhi keinginan serta perilaku individu dengan cara tidak langsung melalui *personal attitude* dan *perceived behavioral control* (Fishbein & Ajzen, 2011). Dari penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis,

H₁: *Entrepreneurial passion* berpengaruh secara signifikan terhadap (a) *personal attitude* dan (b) *perceived behavioral control*.

**Theory of Planned Behaviour (TPB)
terhadap Keinginan Berwirausaha**

Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, TPB merupakan model yang mempelajari mengenai hubungan antara keinginan

dan perilaku yang terdiri atas dimensi *personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Tsordia & Papadimitriou (2015) menemukan bahwa ketiga dimensi TPB memiliki peranan yang berbeda-beda dalam pembentukan keinginan berwirausaha.

Dari penelitian yang dilakukan di Yunani ditemukan bahwa *personal attitude* serta *perceived behavioral control* memberikan pengaruh terhadap keinginan berwirausaha dengan signifikan, sedangkan *subjective norm* terbukti tidak berpengaruh dengan signifikan (Tsordia & Papadimitriou, 2015). Kondisi tersebut disinyalir terjadi karena budaya kewirausahaan tidak tertanam dalam budaya Yunani (Piperopoulos, 2012). Selanjutnya hasil serupa ditemukan juga pada penelitian mengenai TPB di Spanyol dan Taiwan, *subjective norm* tidak berpengaruh signifikan terhadap keinginan berwirausaha (Liñán & Chen, 2006). Dilain penelitian Wu dan Wu (2008) bahkan tidak dapat menemukan korelasi antara *subjective norm* dan keinginan berwirausaha pada pelajar di Shanghai. Hal tersebut berbanding terbalik dengan hasil penelitian Tkachev dan Kolvereid (1999) di Rusia yang menemukan bahwa *subjective norm* berkorelasi secara langsung dan signifikan terhadap keinginan berwirausaha. Perbedaan hasil mengenai dimensi *subjective norm* pada masing-masing negara ini terjadi karena pengaruh perbedaan nilai-nilai sosial dan budaya yang dianut dimasing-masing negara (Ajzen, 2001). Sehingga dapat dikatakan bahwa TPB tidak dapat memprediksi keinginan secara kolektif dikarenakan adanya pengaruh dari faktor

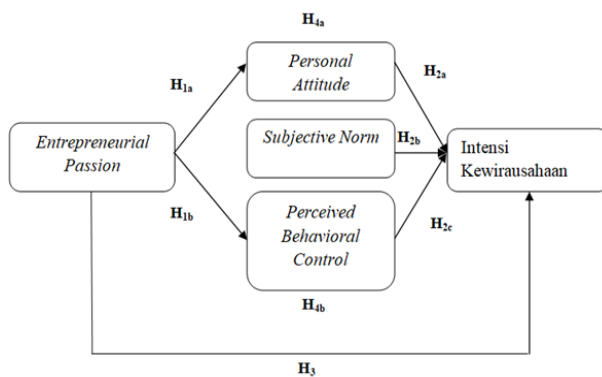
kebudayaan (Siu & Lo, 2013). Dari penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis, H₂: (a) *Personal attitude*, (b) *subjective norm* dan (c) *perceived behavioral control* berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan berwirausaha.

Entrepreneurial Passion terhadap Keinginan Berwirausaha

Passion merupakan aspek utama dalam proses penciptaan bisnis dan pencapaian targetnya (Huyghe *et al.*, 2016). Braga *et al.*, (2014) mendefinisikan *entrepreneurial passion* sebagai motivasi yang melekat pada individu yang memiliki keinginan untuk berwirausaha. Dalam proses pembentukan keinginan berwirausaha, *passion* akan mendorong individu untuk fokus membangun bisnis yang diinginkannya dengan tidak terlalu mempertimbangkan hambatan yang mungkin akan dihadapinya (Biraglia & Kadile, 2017). *Passion* diyakini sebagai pendorong terbentuknya kepercayaan diri dan kompetensi dalam pembentukan keinginan kewirausahaan (Cardon *et al.*, 2009). Dari penjelasan diatas dapat ditarik hipotesis,

H3: Entrepreneurial passion berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan berwirausaha.

H4: Entrepreneur passion berpengaruh signifikan terhadap keinginan berwirausaha melalui (a) *personal attitude* dan (b) *perceived behavioral control* sebagai variabel intervening.



Gambar 1 Model Penelitian
Sumber: Data Primer, 2020

METODE

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan pembuktian hipotesis yang disusun berdasarkan penelitian pendahulunya. Penelitian yang akan dilaksanakan ini merupakan penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilaksanakan menggunakan pertanyaan terstruktur dalam angka numerik, serta menggunakan analisa statistik dalam pengukuran hasil penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian *causal*. Penelitian *causal* menguji apakah satu variabel akan menyebabkan perubahan pada variabel lainnya (Sekaran & Bougie, 2016:44).

Objek Penelitian

Populasi penelitian ini adalah wirausahawan di Indonesia. Berdasarkan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, per Maret 2019 jumlah wirausahawan Indonesia berada pada angka 3,1% dari jumlah total penduduk Indonesia, yaitu sejumlah 8,06 juta jiwa

(RRI.co.id/ekonomi). Pada penelitian ini, besarnya sampel ditentukan berdasarkan Rumus Lomeshow *et al.* (1997). Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel ketika jumlah populasi pada penelitian tidak diketahui atau tidak terbatas (Lomeshow *et al.*, 1997). Berdasarkan rumus ini maka maka besar sampel sebanyak 200 responden.

Teknik penarikan sampel yang terpilih adalah *purposive sampling* dengan kriteria sampel adalah:

1. Pemilik bisnis / ventura
2. Bisnis yang dimilikinya memiliki nilai inovasi
3. Bisnis yang dimilikinya memanfaatkan teknologi

Operasional Variabel

Untuk mengukur variabel keinginan berwirausaha menggunakan 6 butir pertanyaan dari Liñán *et al.*, (2013). TPB memiliki 3 dimensi yaitu *personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Variabel ini akan diukur berdasarkan 14 butir pertanyaan oleh Linan *et al*, (2013). Pengukuran variabel *entrepreneur passion* akan menggunakan 5 butir pertanyaan dari Cardon *et al.* (2013) akan digunakan untuk mengukur variabel ini. Setiap butir pertanyaan akan diukur menggunakan skala Likert 5 poin. Beberapa pertanyaan akan disusun dengan bentuk *reverse question*.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan digunakan dalam penelitian adalah data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu kuesioner melalui survei. Kuesioner didesain sebagai *self administered survey* dimana

responden mengisi kuesioner secara mandiri. Kuesioner disusun dalam bentuk Google Form sehingga bisa diisi secara *online*. Kuesioner didistribusikan melalui media sosial dan aplikasi pesan (*chat application*).

Analisis Data

Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 24.0 adalah software yang akan digunakan sebagai alat bantu menganalisis data. Analisis regresi linier sederhana, berganda, serta analisis jalur (*path analysis*) akan digunakan dalam membuktikan hipotesis.

Uji yang dilakukan berupa uji statistik deskriptif yang terdiri atas uji outlier dan analisis karakteristik responden. Sedangkan untuk menguji kualitas data dilakukannya uji validitas dan uji reliabilitas. Untuk uji asumsi klasik dilakukan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Kondisi jumlah responden pria lebih besar dari pada jumlah responden wanita disebabkan oleh pembatasan kriteria sampel. Kriteria yang dimaksud adalah wirausaha yang dimiliki oleh wirausahawan memanfaatkan kegunaan teknologi. Berdasarkan artikel yang tertera pada situs bccwp.org, wirausahawan pria lebih menguasai teknologi dibandingkan dengan wirausahawan wanita, wirausahawan wanita lebih memprioritaskan hubungan personal dengan konsumennya dibandingkan dengan pemanfaatan teknologi (bccwp.org).

Berdasarkan hasil olah data, kelompok usia respond mayoritas adalah usia 22-35 tahun yaitu sebesar 72%, Hasil tersebut menggambarkan bahwa kelompok usia 22-35 tahun merupakan kelompok yang paling banyak berwirausaha, dimana itu merupakan usia produktif dan usia yang sudah cukup matang untuk memulai bisnis dan sudah mendapatkan dorongan eksternal untuk menghasilkan pemasukan.

Berdasarkan tingkat pendidikannya, responden terbesar adalah kelompok tingkat pendidikan D3/S1 sebesar 60%. Kondisi seperti ini menggambarkan bahwa wirausahawan yang ada di Indonesia mayoritas memiliki pendidikan D3/S1, dikarenakan pada level pendidikan ini seseorang telah memiliki pendidikan yang cukup untuk berwirausaha.

Berdasarkan hasil data analisis, mayoritas responden menempuh pendidikan pada bidang ekonomi/bisnis yaitu sebesar 59% . Pada umumnya akan mempelajari ilmu yang terkait dengan bisnis dan kewirausahaan dan hal ini lah yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi intensi seseorang untuk menjadi wirausahawan.

Selanjutnya dalam penelitian ini menggunakan 2 poin pertanyaan yang menjadi variabel kontrol. Variabel kontrol yang pertama adalah pengalaman menempuh mata kuliah kewirausahaan. Dari 200 responden mayoritas responden pernah memperoleh mata pelajaran terkait kewirausahaan selama menempuh pendidikan yaitu 69,5%. Sedangkan sisanya sebesar 30,5% tidak mendapatkan pendidikan atau mata pelajaran yang berkaitan dengan kewirausahaan selama menempuh

pendidikan. Murphy *et al.*, (2006) menyatakan bahwa pendidikan berperan vital terhadap terbentuknya keterampilan dalam berwirausaha. Jika seseorang pada masa pendidikannya pernah menempuh pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan, maka sedikit banyak akan terbentuk keterampilan dalam berwirausaha. Ketika seseorang telah merasa memiliki bekal keterampilan, maka ia akan memiliki persepsi baik atas kemampuannya untuk memulai wirausaha, sehingga keinginan berwirausaha akan dengan mudah

terbentuk. Berdasarkan latar belakang keluarga, mayoritas responden adalah seorang wirausahawan yang tidak berlatar belakang keluarga pengusaha, yaitu sebesar 60,5%, dan sisanya sebesar 39,5% berlatar belakang keluarga pengusaha. Nguyen (2018) menyatakan bahwa pada dasarnya tidak ada perbedaan yang signifikan antara keinginan berwirausaha bagi seseorang dengan latar belakang keluarga wirausahawan dengan yang bukan wirausahawan.

Tabel 1 Karakteristik Responden

No.	Karakteristik	Frekuensi Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin		
	Wanita	81	40.5
	Pria	119	59.9
2	Kelompok Usia		
	15 – 21 Tahun	30	15
	22 – 35 Tahun	144	72
	36 – 50 Tahun	24	12
	>50 Tahun	2	1
3	Tingkat Pendidikan		
	SMA	46	23
	D3/S1	119	60
	S2	35	18
4	Bidang Pendidikan		
	Ekonomi / Bisnis	117	59
	Teknik	31	16
	Humaniora	9	5
	Kesahatan	4	2
	Lainnya	39	20
5	Menempuh Pendidikan Kewirausahaan		
	Ya	139	69.5
	Tidak	61	30.5
6	Latar belakang keluarga wirausaha		
	Ya	79	39.5
	Tidak	121	60.5

Sumber data: Data Primer, 2021

Uji Kualitas Data

Berdasarkan hasil uji validitas, dari 24 pertanyaan yang digunakan memiliki nilai R hitung (*Pearson Product Moment*) lebih besar dari nilai R tabel

yaitu 0,1381. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semua butir pertanyaan dinyatakan valid.

Pada penelitian ini nilai *cronbach's alpha* yang menjadi acuan penentuan reliabilitas adalah 0.6

(Sekaran & Bougie, 2016). Hasil uji reliabilitas pada keempat variabel menunjuka nilai *cronbach's alpha* bernilai lebih besar dari 0,6, jadi dapat disimpulkan keempat variabel dalam penelitian adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui sebaran distribusi dari setiap variabel dilakukanlah uji normalitas yang dilakukan dengan cara mengamati

Uji Hipotesis

H1: *Entrepreneurial passion* berpengaruh secara signifikan

sebaran dengan *Probability-probability plot* (P-P Plot) (Field, 2009). Hasilnya menunjukan bahwa asumsi normalitas terpenuhi untuk seluruh variabel.

Uji multikolinearitas dengan mengacu pada nilai *tolerance*, menyatakan bahwa tidak terjadi korelasi antar independen variabel. Dilanjutkan dengan uji heterokedastisitas dengan menggunakan *scatterplot* juga menunjukan hasil tidak terjadinya heteroskedastisitas.

terhadap (a) *personal attitude* dan (b) *perceived behavioral control*.

Tabel 2 Hasil Uji Hipotesis H1a dan H1b

	Uji Hipotesis H1a		Uji Hipotesis H1b	
	Constant	Entrepreneurial Passion	Constant	Entrepreneurial Passion
Uji t				
B	8,800	0,570	9,553	0,605
Std. Error	1,775	0,078	1,797	0,079
Beta		0,461		0,478
Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000
Uji Koefisien Determinasi R²				
R ²		0,212		0,228
Adjusted R ²		0,208		0,224

Dependen Variabel: H1a: Personal Attitude, H1b: perceived behavioral control

Sumber Data: Data Primer, 2021

Hasil uji *t* dalam Tabel 2 H1a menunjukan bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *personal attitude*. Nilai *R²* sebesar 0,208 dapat diartikan bahwa, 20,8% keragaman *personal attitude* yang berkaitan dengan kewirausahaan dipengaruhi oleh *entrepreneurial passion*. Sedangkan

79,2% faktor lainnya dipengaruhi oleh hal lainnya diluar model regresi linier ini.

Hasil uji *t* dalam Tabel 2 H1b menunjukan bahwa *entrepreneurial passion* mempengaruhi *perceived behavioral* secara positif dan signifikan. Nilai adjusted *R²* sebesar 0,224 dapat diterjemahkan bahwa keragaman dalam

perceived behavioral control dipengaruhi oleh *entrepreneurial passion* sebesar 22,4%, sedangkan 77,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi linier ini.

Dari penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan *entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap (a) *personal attitude* dan (b) *perceived behavioral control* dapat diterima. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi *entrepreneurial passion* yang dimiliki seseorang akan memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan *personal attitude* yang berkaitan dengan kewirausahaan dan *perceived behavioral*

control. Kondisi ini selaras dengan penelitian Karimi (2020) mengenai keinginan berwirausaha pada mahasiswa di sebagian universitas yang ada di Iran serta Obschonka *et al.*, (2015) di Jerman yang menyatakan bahwa *entrepreneurial passion*, khususnya pada domain *inventor* berpengaruh secara signifikan terhadap *personal attitude* dan *perceived behavioral control*.

H_2 : *Personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan berwirausaha.

Tabel 3 Hasil Uji Hipotesis H_2

	Constant	Personal Attitude	Subjective Norm	Perceived Behavioral Control
Uji f				
F				155,570
Sig.				0,000
Uji t				
B	1,408	0,808	-0,414	0,340
Std. Error	1,048	0,051	0,072	0,047
Beta		0,782	-0,286	0,336
Sig.	0,180	0,000	0,000	0,000
Uji Koefisien Determinasi R^2				
R^2				0,704
Adjusted R^2				0,700

Dependen variabel: Keinginan berwirausaha

Sumber Data: Data Primer, 2021

Mengacu pada Tabel 3, $F = 155,570$ dengan nilai signifikansi = 0,000 dapat diartikan bahwa *Personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* secara bersamaan berpengaruh signifikan positif terhadap keinginan berwirausaha.

Berdasarkan hasil uji t , ketiga variabel prediktor berkorelasi signifikan terhadap keinginan berwirausaha, 2 variabel yaitu *personal attitude* dan *perceived behavioral control* berkorelasi positif dan signifikan terhadap keinginan berwirausaha, namun variabel *subjective*

norm berkorelasi negatif dan signifikan kepada keinginan berwirausaha. Kenaikan pada *personal attitude* dan *perceived behavioral control* akan menyebabkan peningkatan pada keinginan berwirausaha. Hal terbalik terjadi pada *subjective norm*, jika *subjective norm* mengalami peningkatan maka, keinginan berwirausaha justru akan mengalami penurunan. Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 2 (H₂) yang menyatakan bahwa *Personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan berwirausaha dapat diterima.

Hasil adjusted R^2 pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa 0.700 keragaman keinginan berwirausaha dipengaruhi oleh *personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control*. Sedangkan 30% lainnya dipengaruhi faktor lain diluar model regresi linier ini. Angka 70% yang diperoleh dapat diartikan bahwa TPB merupakan prediktor terbaik untuk memprediksi intensi Ajzen (1991).

Hasil perhitungan koefisien pada ketiga variabel ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki perbedaan kontribusi untuk memprediksi keinginan berwirausaha, Hasil tersebut sejalan dengan teori Linan & Chen (2009). Berdasarkan hasil analisis hipotesisnya, pada penelitian ini ditemukan bahwa dari ketiga variabel, variabel *personal attitude* menjadi variabel terbaik yang dapat memprediksikan keinginan berwirausaha. Kondisi dimana *personal attitude* menjadi variabel yang memiliki nilai koefisien terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya juga terjadi pada penelitian Tsordia dan Papadimitriou

(2015) di Yunani dan Linan dan Chen (2009) di Spanyol. Linan dan Chen (2009) menyatakan bahwa, negara dengan *personal attitude* sebagai variabel yang terkuat mempengaruhi keinginan berwirausaha adalah negara yang masyarakatnya memiliki pandangan bahwa, kewirausahaan merupakan sesuatu yang terkait dengan kepuasan dan kesenangan pribadi.

Variabel *subjective norm* memiliki hubungan korelasi yang signifikan terhadap keinginan berwirausaha, namun hubungannya negatif. Hasil ini berlainan jika dibandingkan hasil penelitian sebelumnya. Karimi (2020) dalam penelitiannya di Iran menemukan bahwa *subjective norm* tidak memiliki hubungan korelasi yang signifikan terhadap keinginan berwirausaha, Wu dan Wu (2008) pada penelitiannya di Shanghai bahkan tidak menemukan korelasi antara *subjective norm* dan keinginan berwirausaha. Hasil yang berbeda yang ditemukan pada setiap negara ini mungkin terjadi, hal ini dijelaskan oleh Ajzen (2001) yang menyatakan bahwa, perbedaan hasil mengenai *subjective norm* pada masing-masing negara sangat mungkin terjadi, hal ini dikarenakan *subjective norm* sangat bergantung pada pengaruh perbedaan nilai-nilai sosial dan budaya yang dianut masing-masing negara (Siu & Lo, 2013).

H₃: *Entrepreneurial passion* berpengaruh secara signifikan terhadap keinginan berwirausaha

Tabel 4 Hasil Uji Hipotesis H₃

	<i>Constant</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>
Uji t		
B	6,568	0,665
Std. Error	1,765	0,078
Beta		0,520
Sig.	0,000	0,000
Uji Koefisien Determinasi R²		
R ²		0,271
Adjusted R ²		0,267

Dependen variabel: Keinginan berwirausaha
Sumber Data: Data Primer, 2021

Mengacu pada hasil uji *t* pada Tabel 4 menunjukkan nilai Beta = 0,520 dan nilai signifikansi = 0,000. Kondisi ini menggambarkan bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keinginan berwirausaha.

Nilai adjusted R² pada Tabel 4 sebesar 0,267 dapat diartikan bahwa keragaman dalam keinginan berwirausaha dipengaruhi oleh *entrepreneurial passion* sebesar 26,7%, sedangkan 73,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi linier ini.

Dari penjelasan diatas disimpulkan bahwa hipotesis 3 (H₃) yang menyatakan bahwa *Entrepreneurial passion* berpengaruh secara signifikan terhadap

keinginan berwirausaha dapat diterima. Korelasi signifikan yang terjadi antara *entrepreneurial passion* dan keinginan berwirausaha dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penilitian Cardon *et al.*, (2009), Biraglia & Kadile (2017), Huyghe *et al.*, (2016).yang menemukan bahwa *passion* adalah pendorong terbentuknya kepercayaan diri dan kompetensi dalam pembentukan keinginan berwirausaha.

H₄: *Entrepreneur passion* berpengaruh signifikan terhadap keinginan berwirausaha melalui (a) *personal attitude* dan (b) *perceived behavioral control* sebagai variabel *intevening*.

Tabel 5 Hasil Perhitungan Regresi H_{4a}

Persamaan Regresi	Pertama	Kedua	Ketiga	
Variabel independen	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Entrepreneurial Passion</i>	<i>Personal Attitude</i>
Variabel dependen	Keinginan berwirausaha	<i>Personal Attitude</i>	Keinginan berwirausaha	
Uji t				
B	0,665	0,570	0,264	0,704
Std. Error	0,078	0,078	0,062	0,050
Beta	0,520	0,461	0,206	0,682

Sig.	0,000	0,000	0,000	0,000
Uji Koefisien Determinasi R²				
R ²	0,271	0,212	0,637	
Adjusted R ²	0,267	0,208	0,633	

Sumber Data: Data Primer, 2021

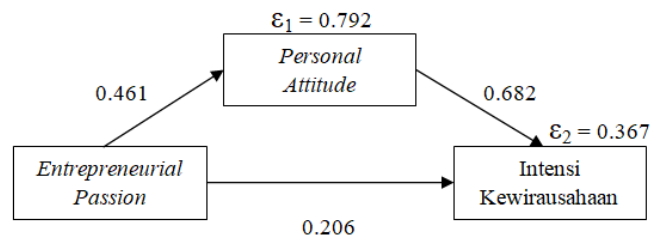
Berdasarkan landasan teori Baron dan Kenny (1986) untuk melakukan analisis hipotesis dengan model jalur harus dilakukan dengan 3 kali regresi, berikut adalah hasilnya.

Mengacu pada hasil perhitungan pada tabel 5, nilai signifikansi dari masing-masing regresi lebih kecil dari 0,05, untuk itu bisa diartikan bahwa setiap regresi memiliki korelasi yang signifikan, syarat no 1 dari teori Baron dan Kenny (1986) terpenuhi.

Selanjutnya adalah membandingkan nilai koefisien korelasi pada regresi

pertama dan ketiga, koefisien korelasi untuk variabel independen ke variabel dependen pada regresi pertama adalah 0,520 dan nilai regresi yang ketiga adalah 0,206. Dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi pada regresi ketiga lebih kecil dari regresi pertama, untuk itu syarat no 2 berdasarkan teori Baron dan Kenny (1986) terpenuhi. Dikarenakan kedua syarat telah terpenuhi maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H4_a diterima.

Gambar 2 Model pengaruh variabel entrepreneurial passion Terhadap keinginan berwira-usaha dengan personal attitude sebagai variabel intervening



Sumber: Data Primer, 2021

Untuk mengetahui perbandingan nilai pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung maka dilakukan perhitungan berikut; pengaruh langsung adalah nilai beta dari independen variabel ke dependen variabel pada regresi ketiga yaitu sebesar 0,321. sedangkan pengaruh tidak langsung dapat dihitung dari, perkalian antara pengaruh nilai beta dari variabel independen ke variabel intervening pada regresi kedua dan nilai beta dari variabel intervening ke variabel dependen pada regresi ketiga, $0,478 \times 0,417 = 0,199$. Dari perhitungan diatas dapat dikatakan bahwa nilai beta untuk pengaruh tidak langsung lebih kecil daripada pengaruh langsung, yang dapat diartikan bahwa

pengaruh *entrepreneurial passion* terhadap keinginan berwirausaha lebih besar tanpa melalui *perceived behavioral control*.

Hasil analisis dengan menggunakan *path analysis* diatas menyatakan bahwa TPB mampu menjadi variabel mediasi antara *entrepreneurial passion* dan keinginan berwirausaha, hasil ini selaras dengan penelitian Karimi (2020) dan Obschonka *et al.*, (2015) yang menggunakan *personal attitude* dan *perceived behavioral control* yang merupakan konstruk TPB sebagai mediasi antar *entrepreneurial passion* dan *self identity* dengan keinginan berwirausaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *entrepreneurial passion* terhadap keinginan kewirausahaan melalui TPB sebagai variabel *intervening* pada wirausahawan di Indonesia.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *entrepreneurial passion* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keinginan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Cardon (2009) yang menemukan bahwa *Passion* diyakini sebagai pendorong terbentuknya kepercayaan diri dan kompetensi dalam pembentukan keinginan berwirausaha.

Konstruk dalam TPB yaitu, *personal attitude*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* secara bersamasama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan berwirausaha. Namun jika dikorelasikan satu-persatu terhadap keinginan berwirausaha ketiga konstruk tersebut mempengaruhi

keinginan berwirausaha secara berbeda-beda. *Personal attitude* dan *perceived behavioral* mempengaruhi keinginan berwirausaha secara signifikan positif, sedangkan *subjective norm* mempengaruhi secara signifikan negatif. Dari ketiga konstruk tersebut ditemukan bahwa *personal attitude* adalah konstruk yang paling berpengaruh terhadap pembentukan keinginan berwirausaha pada wirausahawan di Indonesia.

Berkaitan dengan variabel *intervening*, pada penelitian ini *personal attitude* dan *perceived behavioral control* berhasil menjadi variabel *intervening* diantara *entrepreneurial passion* dan keinginan berwirausaha, hal ini disimpulkan berdasarkan ketentuan pada teori Baron & Kenny (1986).

Hasil penelitian menyatakan bahwa, 27% keragaman keinginan berwirausaha dipengaruhi oleh *entrepreneurial passion*, sedangkan 73% faktor lainnya dipengaruhi oleh variabel lain, peneliti merasa perlu

untuk dilakukannya kajian lebih lanjut mengenai faktor lain yang mempengaruhi keinginan berwirausaha di Indonesia. Faktor lain yang bisa diteliti dapat berupa faktor yang berkaitan dengan kepribadian ataupun faktor yang berkaitan dengan keterampilan teknis.

Cardon *et al* (2013) telah membagi identitas kewirausahaan terkait dengan *passion* kedalam 3 domain yaitu, *inventor*, *founder* dan *developer*. Pada penelitian ini, penyusunan butir pertanyaan bagi variabel *entrepreneur passion* hanya fokus dalam domain *inventor*, untuk itu pada penelitian selanjutnya diharapkan butir pertanyaan untuk variabel *entrepreneurial passion* ditambahkan butir pertanyaan yang

berasal dari domain *founder* dan *developer*.

Hasil penelitian mengenai korelasi TPB terhadap keinginan berwirausaha menyatakan bahwa wirausahawan Indonesia melakukan aktifitas kewirausahaan utamanya didorong oleh ambisi atau dorongan faktor pribadi. Selain itu ditemukan juga bahwa dorongan sosial dari pihak keluarga, sahabat ataupun rekan ternyata berkorelasi negatif terhadap keinginan berwirausaha. Temuan tersebut bertentangan dengan citra masyarakat Indonesia yang dikenal dengan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai kekeluargaan. Untuk itu pada penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mendalami mengenai TPB di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Acs, Z. J., Szerb, L., Lafuente, E., & Markus, G. (2020). Global Entrepreneurship Index. *The Global Entrepreneurship and Development Institute, January*, 64.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. In *Action Control*.
- Ajzen, I. (1991). Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. The theory of planned behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Ajzen, I. (2001). *Attitude and*. 27–58.
- Baron, R., & Hmielecki, K. M. (2018). *Essentials of entrepreneurship: Changing the world, one idea at a time*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2017). The Role of Entrepreneurial Passion and Creativity in Developing Entrepreneurial Intentions: Insights from American Homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 170–188.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*.
- Braga, J. C., Proença, T., & Ferreira, M. R. (2014). Motivations for social entrepreneurship – Evidences from Portugal. *Tékhnē*.
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self-Efficacy to Persistence Relationship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.

- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532.
- Fatimah, S. E., & Purdianto, A. (2020). *Factors Affecting Entrepreneurial Interest Among Students in Higher Education*. 123(Icamer 2019), 145–147.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2011). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. In *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*.
- Ghatak, M., Morelli, M., & Sjöström, T. (2007). Entrepreneurial talent, occupational choice, and trickle up policies. *Journal of Economic Theory*.
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The entrepreneurial process: The link between intentions and behavior. *Journal of Business Research*, 112(July), 541–548.
- Huyghe, A., Knockaert, M., & Obschonka, M. (2016). Unraveling the “passion orchestra” in academia. *Journal of Business Venturing*.
- Iakovleva, T., & Kolvereid, L. (2009). An integrated model of entrepreneurial intentions. *International Journal of Business and Globalisation*, 3(1), 66–80.
- Karimi, S. (2020). The role of entrepreneurial passion in the formation of students’ entrepreneurial intentions. *Applied Economics*, 52(3), 331–344.
- Karimi, S., Biekmans, J. . H., Mahdei, K. N., Lans, T., Mohammed, C., & Mulder, M. (2017). Introduction for the special section on immigration. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227–240.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*.
- Liñán, F., & Chen, Y. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a two-country Sample. *Documents de Treball*.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. h
- Liñán, F., Nabi, G., & Kueger, N. (2013). British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study. *Revista de Economia Mundial*, 33, 73–103.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218.
- Lemeshow, 1997, Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan, Yogyakarta, UGM
- Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Cornwall, J. R. (2013). Entrepreneurship programs and the modern university. In

- Entrepreneurship Programs and the Modern University.*
- Mueller, P. (2006). Entrepreneurship in the region: Breeding ground for nascent entrepreneurs? *Small Business Economics*.
- Murnieks, C. Y., Mosakowski, E., & Cardon, M. S. (2014). Pathways of Passion: Identity Centrality, Passion, and Behavior Among Entrepreneurs. *Journal of Management*, 40(6), 1583–1606.
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*.
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: why? *Journal of Global Entrepreneurship Research*.
- Obschonka, M., Silbereisen, R. K., Cantner, U., & Goethner, M. (2015). Entrepreneurial Self-Identity: Predictors and Effects Within the Theory of Planned Behavior Framework. *Journal of Business and Psychology*.
- Piperopoulos, P. (2012). Could higher education programmes, culture and structure stifle the entrepreneurial intentions of students? *Journal of Small Business and Enterprise Development*.
- Sabah, S. (2016). Entrepreneurial Intention: Theory of Planned Behaviour and the Moderation Effect of Start-Up Experience. *Entrepreneurship - Practice-Oriented Perspectives*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Method for Business(7th ed.). Chichester, West Sussex.
- Siu, W. sum, & Lo, E. S. chung. (2013). Cultural contingency in the cognitive model of entrepreneurial intention. *Entrepreneurship: Theory and Practice*.
- Syed, I.,
is, J. (2003). Les Passions de l'Âme: On Obsessive and Harmonious Passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(4), 756–767.
- Wu, S., & Wu, L. (2008). The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China. *Journal of Small Business and Enterprise Development*.