

JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS PERFORMA

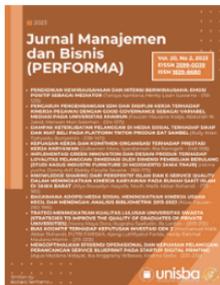
Register Login

CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS ABOUT ▾

Q SEARCH

HOME / ARCHIVES / Vol. 20 No. 2 (2023)

Vol. 20 No. 2 (2023)



Published (Online Digital Available)

DOI: <https://doi.org/10.29313/performa.v20i2>

PUBLISHED: 2024-01-23

MAKE A SUBMISSION

NAVIGATION

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Editorial Board

Reviewer

Indexing

Browser address bar: journals.unisba.ac.id

Navigation: Register Login

JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS PERFORMA

CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS ABOUT

SEARCH

HOME / ARCHIVES / VOL. 20 NO. 2 (2023) / Articles

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN INTENSI BERWIRAUSAHA: EMOSI POSITIF SEBAGAI MEDIATOR

Tarisyia Apriliana
Universitas Kristen Maranatha

Henky Lisan Suwarno
Universitas Kristen Maranatha

DOI: <https://doi.org/10.29313/performa.v20i2.2664>

Keywords: emosi positif, intensi berwirausaha, pendidikan kewirausahaan

Jurnal Manajemen dan Bisnis (PERFORMA)
Vol. 20, No. 2, 2023
ISSN 2025-0039
ISN 3022-3680

- PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN INTENSI BERWIRAUSAHA: EMOSI POSITIF SEBAGAI MEDIATOR
- PENGARAH PENGEMBANGAN SDM DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP MINAT PELAJAR DENGAN GOOD GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA UNIVERSITAS BERKUALITAS
- DAMPAK PETERBELIAN PELANGGAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP SAUK DAN RASA BELI PADA PLATFORM TOKOPROK CAT SHANEL
- KERLUASAN KERJA DAN KOMITMEN ORGANISASI TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN
- IMPLEMENTASI GREEN INNOVATION DAN DESAIN PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH DIMENSI PERUBAHAN PERILAKU (STUDI KASUS INDUSTRI FURNITURE DI MODOKERTO JAWA TIMUR)
- INFLUENCE OF BRAND, USER PERCEPTION OF BRAND IMAGE & SERVICE QUALITY DALAM MENINGKATKAN KINERJA KAPRIKAWAN PADA BUNGA SAUKI TELAN DI BANG KEMAS
- BAGAIMANA ADOPSI MEDIA SOSIAL MENINGKATKAN KINERJA USAHA KECIL DAN MENENGAH ANALISIS EKSPLOKORATIF 2019-2022
- STRATEGI MENINGKATKAN KUALITAS LULUSAN UNIVERSITAS BERKUALITAS (STRATEGIES TO IMPROVE THE QUALITY OF GRADUATES OF PRIVATE UNIVERSITIES THROUGH QUALITY ASSURANCE)
- BUDAYA KEBERHASILAN: DAMPAK PERSEPSI PELAJAR DAN SERVICE QUALITY TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA
- MENGOPTIMALKAN EFISIENSI OPERASIONAL DAN MELUNCURKAN PELANGGARAN PERENCANAAN SERVICE ELABORATION FACETS DARI THE SOCIAL, PSYCHOLOGICAL, AND ORGANIZATIONAL

MAKE A SUBMISSION

NAVIGATION

- Focus and Scope
- Author Guidelines
- Peer Review Process
- Editorial Board
- Reviewer
- Indexing
- Publication Frequency

JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS (PERFORMA)
 UNIVERSITAS ISLAM BANDUNG
 P-ISSN : 18298680 <> E-ISSN : 25990039

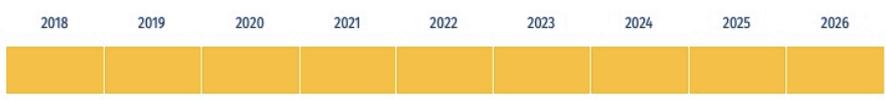
4.2093
Impact Factor

881
Google Citations

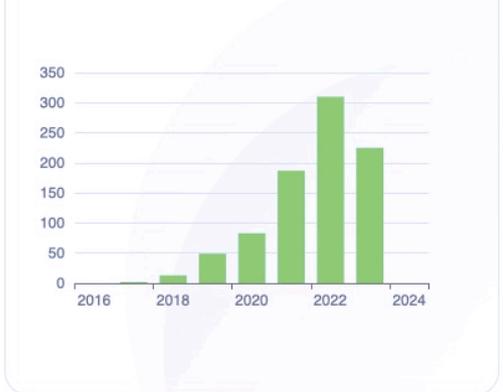
Sinta 4
Current Accreditation

[Google Scholar](#) [Garuda](#) [Website](#) [Editor URL](#)

History Accreditation



Citation Per Year By Google Scholar



Journal By Google Scholar

	All	Since 2019
Citation	881	872
h-index	14	14
i10-index	25	25

PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN INTENSI BERWIRAUSAHA: EMOSI POSITIF SEBAGAI MEDIATOR

Tarisya Apriliana¹, Henky Lisan Suwarno²

¹ Universitas Kristen Maranatha, Jl. Babakan Cianjur No.55, Bandung, 40184, Indonesia

² Universitas Kristen Maranatha, Jl. Gempol Asri 5 No. 9, Bandung, 40215, Indonesia

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima, 30/08/2023

Diperbaiki, 10/11/2023

Disetujui, 21/11/2023

Tersedia daring, 23/01/2024

Keywords:

entrepreneurship education; entrepreneurial intention; positive emotion

Kata Kunci:

emosi positif; intensi berwirausaha; pendidikan kewirausahaan

DOI:

<https://doi.org/10.29313/performa.v20i2.2664>

© 2023 JMB. All rights reserved

1952109@eco.maranatha.edu¹, henky.ls@eco.maranatha.edu²

ABSTRACT

This study aims to determine positive emotional effects on the relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intention. The population of this research is students of The Management Study Program, at Maranatha Christian University. The sample was 216 students collected through an online questionnaire. Data were analyzed using PLS-SEM with the help of SmartPLS 3 software. The research results based on the T-Statistic value of 3.105, a P-Values of 0.002, and an original sample of 0.178 indicate that entrepreneurship education positively and significantly affect entrepreneurial intention. Positive emotion positively affect entrepreneurship intention and mediate the effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention.

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengetahui efek emosi positif pada hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha. Populasi penelitian ini merupakan Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Maranatha. Sampel yang digunakan sebanyak 216 mahasiswa yang dikumpulkan melalui kuesioner daring. Data penelitian dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan bantuan *software* SmartPLS 3. Hasil penelitian berdasarkan nilai T-Statistic sebesar 3.105, nilai P-Values 0.002, dan *original sample* sebesar 0.178. Hal tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha dan emosi positif. Emosi positif memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dan juga memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha.

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi suatu negara membutuhkan peran penting agar bisa mempertahankan perekonomian yang positif dalam persaingan globalisasi. Kewirausahaan merupakan salah satu hal yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi untuk menghadapi globalisasi. Era globalisasi membentuk tantangan yang semakin luas bagi para pengusaha dan bentuk bisnis juga semakin meluas, dalam artian globalisasi memberikan dampak bagi suatu bisnis agar tidak hanya memperhatikan barang dan jasa, tetapi juga teknologi yang terkait di dalamnya (Othman et al., 2020). Hal tersebut menunjukkan meskipun tantangan

menjadi semakin luas, tetapi muncul juga sebuah peluang yang besar bagi para pelaku usaha, sehingga semakin terbukanya peluang seharusnya memudahkan seseorang untuk membuka usaha. Selain itu, menurut (Widyansah, 2021) bagi mereka yang masih pada posisi mengembangkan usahanya, dengan adanya peluang tersebut dapat membantu menjadi pengusaha yang sukses apabila pelaku usaha memiliki kemampuan mengenali dan memanfaatkan peluang dengan baik. (Kuckertz et al., 2017) menjelaskan bahwa usaha akan sukses apabila ditandai dengan sikap kehati-hatian terhadap peluang bisnis potensial serta aktif mencari dan mengumpulkan informasi, terlebih lagi menurut (Kasali, 2019) perubahan dalam dunia usaha akan terus terjadi bahkan bisa mengalami perubahan secara tidak disadari atau tidak terduga, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk dapat melihat peluang baru dan segala bentuk perubahan atau perkembangan tersebut seperti peluang adanya kepemilikan modal atau investor dan perkembangan teknologi yang mempermudah para pelaku usaha (Hamzah et al., 2023).

Melalui pembahasan di atas, dikarenakan globalisasi membentuk persaingan yang semakin kompetitif dan semakin menantang bagi pelaku usaha serta bagaimana cara mereka dapat mengidentifikasi kemudian memanfaatkan peluang yang ada, maka baik pengetahuan maupun pengalaman kewirausahaan dapat membantu meningkatkan pemahaman dalam hal berwirausaha lalu diharapkan juga dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk memilih wirausaha sebagai karier. Itu artinya intensi kewirausahaan dari pihak mahasiswa bisa dilibatkan dalam pembangunan ekonomi karena semakin tinggi minat mahasiswa untuk memilih wirausaha sebagai karier, maka semakin banyak lapangan pekerjaan yang terbentuk (Ulfah, 2019). Hal tersebut sejalan dengan (Khamimah, 2021) bahwa kegiatan usaha dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Mengenai intensi dari pihak mahasiswa di atas, perlu disampaikan karena mengingat masih banyaknya lulusan yang menganggur setiap tahunnya. (Badan Pusat Statistik, 2022) mencatat bahwa Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Februari 2022 sebesar 5,83 persen (8,40 juta orang), data angka tersebut turun sebesar 0,43 persen dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Meskipun jumlah angkatan kerja meningkat sebanyak 4,0 juta orang dari tahun sebelumnya, tingkat jumlah pengangguran di Indonesia masih terbilang cukup tinggi dibandingkan dengan negara di Asia Tenggara lainnya. Kementerian Koperasi UKM (Kemenkopukm, 2022) menyatakan rasio kewirausahaan di Indonesia 2022 masih terbilang rendah, yaitu 3,47% dari total penduduk Indonesia. Jumlah tersebut masih di bawah negara Malaysia dengan rasio 4,74% dan Singapura dengan rasio 8,76%. Sudah sebaiknya pola pikir para mahasiswa berubah ke arah pencipta lapangan pekerjaan dibandingkan mencari pekerjaan.

Berbicara mengenai wirausaha sebagai karier dan bagaimana kemampuan untuk memanfaatkan peluang yang ada di sekitar, peran pendidikan yang berorientasi usaha menjadi diperlukan di perguruan tinggi. Hal tersebut diakui oleh (Suandi & Suwarno, 2022) bahwa pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan intensi berwirausaha pada mahasiswa. Beberapa penelitian terdahulu lainnya seperti (Anggraeni & Nurcaya, 2016) dan (Wibowo & Pramudana, 2016) juga mengakui hal yang sama bahwa pendidikan kewirausahaan dapat memengaruhi minat berwirausaha.

Menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti, n.d.-b), jumlah mahasiswa yang berkecimpung dalam Program Studi Manajemen di Universitas Kristen Maranatha sebanyak 1.379 mahasiswa. Apabila dilihat berdasarkan bidang studi, ekonomi berada di urutan ke-2 setelah pendidikan. Mahasiswa di seluruh Indonesia yang berkecimpung dalam bidang studi ekonomi sebanyak 1.146.430 mahasiswa dan jumlah program studi ekonomi di Indonesia sebanyak 3.448, jumlah tersebut masih di urutan ke-5 setelah Program Studi Pendidikan, Teknik, Sosial dan Kesehatan (PDDikti, n.d.-a). Berdasarkan data yang ada, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang masuk bidang ekonomi dan manajemen terbilang banyak. Meskipun demikian, masih terdapat mahasiswa yang ingin bekerja di perusahaan lain dibandingkan menciptakan pekerjaan sendiri, padahal pendidikan tentang kewirausahaan dipelajari di bidang tersebut, terlebih lagi berbagai universitas telah mewadahnya. Hal ini dibuktikan melalui pra survei yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap 44 responden mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Maranatha. Hasil pra survei menunjukkan rata-rata skor intensi berwirausaha sebesar 3,99. Nilai tersebut menunjukkan angka 79,8%. Hal ini berarti intensi berwirausaha masih perlu untuk ditingkatkan kembali, karena masih berada jauh di bawah 100% (dengan nilai maksimal 5). Sedangkan skor rata-rata pendidikan kewirausahaan sebesar 4,23. Nilai tersebut menunjukkan angka 84,6% yang berarti pendidikan kewirausahaan masih perlu untuk ditingkatkan kembali, karena masih belum mencapai 100% (dengan nilai maksimal 5). Hal lain yang dapat memengaruhi intensi berwirausaha adalah emosi positif seseorang (Othman

et al., 2020). Hasil pra survei untuk pengujian emosi positif dari 44 responden menunjukkan rata-rata skor emosi positif sebesar 2,93. Nilai tersebut menunjukkan angka sebesar 58,6% yang artinya masih di bawah 100% (dengan nilai maksimal 5). Pentingnya emosi bisnis bagi seorang wirausahawan disetujui oleh (Peristiwo, 2013). Aktivitas berbisnis tidak lepas dengan risiko dan ketidakpastian ditambah dengan adanya persaingan yang semakin ketat membuat kecerdasan wirausaha ini menjadi penting. Hal tersebut diakui oleh (Peristiwo, 2013) bahwa tanpa adanya emosi positif, membuat individu tidak memiliki keberanian untuk memulai membuka usaha. Selain itu, kondisi pasar yang selalu berubah dan terus berkembang pelaku usaha harus bisa mengendalikan keadaan. Pengendalian keadaan tersebut perlu disertai dengan kecerdasan emosional. Studi tentang emosi telah diakui oleh peneliti sebelumnya, yaitu dari bidang psikologi bahwa motivasi untuk berwirausaha akan berkurang apabila kecerdasan emosional seseorang rendah (Irawati & Fauziah, 2018). Penelitian terdahulu yang lain juga menyatakan dengan adanya modal emosi dapat memberikan pengaruh positif pada pembentukan intensi berwirausaha (Kadiyono, 2017). Dengan demikian, hal ini sejalan dengan pendidikan kewirausahaan, karena dapat mengantisipasi emosi negatif mahasiswa terhadap kewirausahaan dan bagaimana mereka dapat memanfaatkan peluang atau mengendalikan situasi.

Penjelasan di atas menimbulkan ketertarikan penulis untuk mengidentifikasi lebih lanjut. Akhir dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh mediasi emosi positif terhadap hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, khususnya mahasiswa program studi Manajemen.

LANDASAN TEORI

Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Berwirausaha

Pendidikan kewirausahaan merupakan salah satu upaya untuk memberikan pemahaman, pengetahuan dan pelatihan kepada seseorang yang bertujuan agar menumbuhkan minat wirausahawan sebagai karier (Syarifudin, 2017), sehingga dengan begitu hal tersebut dapat membantu mereka untuk memulai usaha. Menurut (Fatoki, 2014) pendidikan kewirausahaan bukan hanya mempelajari bagaimana untuk memulai suatu bisnis, tetapi juga memberikan dorongan untuk berpikir kreatif dan mendorong nilai diri serta akuntabilitas yang kuat. Melalui pendidikan kewirausahaan, pelajar belajar bagaimana untuk menciptakan sebuah bisnis. Selain itu, inti pengetahuan diciptakan melalui pendidikan kewirausahaan diantaranya yaitu kemampuan untuk mengenali peluang di lingkungan sekitar, kemampuan untuk mengambil peluang dengan menghasilkan ide baru dan memanfaatkan sumber daya yang dibutuhkan, kemampuan untuk menciptakan dan menjalankan bisnis baru dan kemampuan untuk berpikir kreatif dan bersikap kritis. Pengukuran variabel pendidikan kewirausahaan dapat diukur berdasarkan indikatornya, yaitu pendidikan kewirausahaan membantu menumbuhkan minat berwirausaha, pendidikan kewirausahaan memberikan pemikiran meminimalisir risiko dalam berwirausaha, pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan memanfaatkan peluang dalam aspek berwirausaha (Budiarti, 2012) dan pendidikan kewirausahaan menambahkan pengetahuan seputar berwirausaha (Bukorim et al., 2014).

Menurut (Handaru et al., 2015) Intensi berwirausaha digambarkan sebagai bentuk keinginan individu untuk memulai bisnis yang baru. Adapun pendapat dari (Wijaya et al., 2015), intensi berwirausaha diartikan memiliki kecenderungan keinginan dalam diri untuk melakukan kegiatan wirausaha dengan menciptakan ide sebuah produk melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko. Intensi berwirausaha diukur menggunakan indikator lebih memilih karier sebagai wirausahawan setelah lulus, akan membuka usaha pada 1-3 tahun mendatang (Darmanto, 2016), lebih suka menciptakan pekerjaan sendiri dibandingkan menjadi karyawan di perusahaan lain, dan mempunyai bisnis sendiri adalah hal yang menyenangkan dan membanggakan.

Beberapa penemuan mengenai pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha telah dilakukan. Berdasarkan penelitian dari (Suandi & Suwarno, 2022) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki korelasi positif terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa. Temuan lain juga menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan secara implisit berhubungan erat dengan minat seseorang untuk berwirausaha (Wibowo & Pramudana, 2016). Sama perhalnya dengan studi penelitian dari (Adnyana & Purnama, 2016) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha mahasiswa. Berdasarkan berbagai hasil penelitian dan literatur yang telah dipaparkan di atas, sehingga dapat membuat hipotesis sebagai berikut:

H1: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Pendidikan Kewirausahaan dan Emosi Positif

Melihat definisi pendidikan kewirausahaan seperti penjelasan di atas bahwa secara garis besar pendidikan kewirausahaan dimaksudkan untuk mengembangkan kemampuan para pelajar, baik dari sisi pengetahuan, keterampilan kewirausahaan maupun sikap yang diharapkan dapat memengaruhi emosi seseorang sebelum memulai bisnis ataupun pada saat menjalankan bisnis. Terdapat penelitian yang mendukung pernyataan tersebut bahwa bertambahnya kemampuan kewirausahaan mahasiswa melalui pendidikan tentang kewirausahaan akan memengaruhi emosi mereka dalam mengambil keputusan ketika memulai bisnis (Othman et al., 2020). Kemudian emosi positif sendiri digambarkan seperti rasa percaya diri, optimis, bahagia dan sebagainya. Gambaran dari emosi positif terdapat pengertian yang sama dengan sikap kewirausahaan, yakni menurut Ajzen dalam (Kusmintarti et al., 2017) sikap cenderung memberikan reaksi suka atau tidak suka terhadap sesuatu baik orang, benda, suatu kejadian atau institusi. (Kusmintarti et al., 2017) meneliti pendidikan kewirausahaan dan intensi kewirausahaan dengan sikap kewirausahaan sebagai mediasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan terdapat pengaruh positif dan signifikan. Sehingga pada kesimpulannya bahwa sikap kewirausahaan dapat didukung sebagai variabel mediasi pada pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi kewirausahaan. Selain itu, penelitian dari (Dwijayanti, 2017) pun menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada pendidikan kewirausahaan terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut, maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

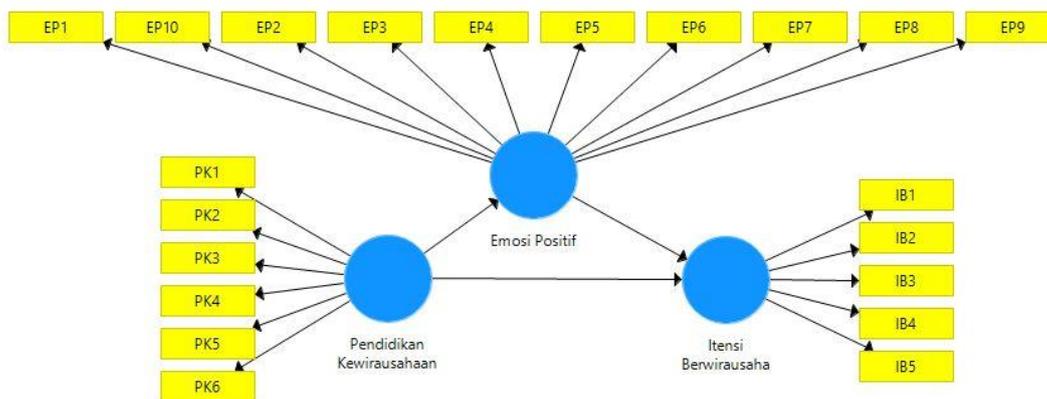
H2: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap emosi positif.

Emosi Positif dan Intensi Berwirausaha

Emosi positif menggambarkan perasaan bahagia, kebanggaan, semangat, kepuasan dan kenikmatan untuk memulai bisnis. Adanya emosi positif memberikan motivasi seseorang untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Emosi kewirausahaan yang positif merupakan sumber kewirausahaan yang penting, dan emosi kewirausahaan dapat menghubungkan kesadaran dengan niat dan perilaku kewirausahaan (Zhao & Xie, 2020). Emosi positif pada individu sangat berguna untuk bisnisnya ketika dihadapi dengan suatu masalah yang kompleks, karena dengan keadaan emosional yang positif, seseorang akan mudah untuk mengembangkan ide, mencoba metode baru dan memecahkan masalah (Chen et al., 2021). Dengan begitu, tidak heran seseorang yang bisa mengontrol emosinya ke arah positif mereka lebih mudah untuk berkembang.

Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya. Menurut (Zampetakis et al., 2016) bentuk emosional positif yang diantisipasi memiliki hubungan positif dengan peningkatan motivasi kewirausahaan. Ketika motivasi tersebut ada dalam diri seseorang, maka terdapat pengaruh positif terhadap minat atau intensi untuk berwirausaha (Koranti, 2013). Penelitian lain dari (Zhao & Xie, 2020) juga membuktikan bahwa emosi kewirausahaan yang bersifat positif memiliki dampak positif yang signifikan secara statistik terhadap intensi kewirausahaan, sedangkan menurut (Chen et al., 2021) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa emosi positif tidak secara langsung memengaruhi intensi berwirausaha. Dengan demikian berdasarkan pemaparan di atas, penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H3: Emosi positif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.



Gambar 1. Model Penelitian
 Sumber: Data primer yang diolah, 2022

METODE

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian verifikatif yaitu penelitian yang bertujuan menguji hipotesis dari hubungan antara setiap variabel independen dan dependen (Sugiyono, 2013) atau membuktikan kebenaran dari penelitian yang telah ada sebelumnya. Penelitian ini menggunakan kuesioner berbasis survei sebagai instrumen utama dan subjek dari penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Kristen Maranatha sebagai responden. Waktu pengumpulan data berlangsung selama 4 bulan, yaitu dari tanggal 27 September hingga 6 Desember 2022. Waktu pengumpulan data tersebut termasuk *pre-test* dan *post-test*. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala sebagai alat ukur untuk memperoleh data yang diperlukan. Skala yang digunakan menggunakan model skala Likert 5, yakni; Sangat Tidak Setuju (STS); Tidak Setuju (TS); Netral (N); Setuju (S); Sangat Setuju (SS). Kuesioner meliputi empat bagian, yaitu bagian pertama berisi tentang data diri responden, bagian kedua tentang pendidikan kewirausahaan, bagian ketiga terkait dengan intensi berwirausaha, dan bagian terakhir yaitu tentang emosi positif. Dalam studi ini, bagian pendidikan kewirausahaan terdiri dari 6 *item* yang diadaptasi dari (Anggraeni & Nurcaya, 2016) dan (Budiarti, 2012). Intensi berwirausaha yang berhubungan dengan minat seseorang untuk menjadi pengusaha terdiri dari 5 *item* yang diadaptasi dari (Anggraeni & Nurcaya, 2016), (Mat et al., 2015) dan (Darmanto, 2016). Terkait emosi positif terdiri dari 6 *item* yang diadaptasi dari (Zampetakis et al., 2016).

Penelitian ini menggunakan populasi dari Mahasiswa Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Maranatha dengan jumlah 468 mahasiswa dari angkatan 2019 hingga 2021. Angkatan tersebut dipilih sebagai jumlah populasi pada penelitian ini karena dilihat berdasarkan mata kuliah mengenai pendidikan kewirausahaan yang sudah diberikan di kelas. Jumlah populasi yang didapat menunjukkan sampel pada penelitian ini sebanyak 216 mahasiswa. Angka sampel didapat dengan menggunakan rumus Slovin (Sujarweni, 2014).

Proses menganalisis dan menghitung data dari responden yang dikumpulkan pada penelitian ini menggunakan aplikasi PLS. *Partial Least Square* yaitu teknik peramalan untuk penelitian yang memiliki banyak variabel independen (Ghozali et al., 2012). Pengujian dilakukan dalam dua tahapan, yakni: (1) Tahap pertama pengujian model pengukuran yaitu pengujian reliabilitas dan validitas konstruksi setiap indeksinya; (2) Tahap kedua yaitu pengujian model struktural yang bertujuan untuk menyimpulkan ada atau tidaknya pengaruh antar variabel.

HASIL

Analisis Karakteristik Responden Penelitian

Analisis ini digunakan untuk mengamati karakteristik dari responden. Dengan begitu, karakteristik tertentu dapat terlihat di setiap kelompok sampel yang diteliti. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan 44% wanita dan 56% pria. Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan usia responden terdapat pada rentang 18 hingga 24 tahun. Karakteristik responden berdasarkan bidang konsentrasi yang diambil mahasiswa menunjukkan 20,8% konsentrasi Kewirausahaan, 5,1% Manajemen Operasi, 16,7% Manajemen Keuangan, 30,6% Manajemen Pemasaran, 11,6% Manajemen Sumber Daya Insani dan 15,3% belum mengambil konsentrasi. Karakteristik responden berdasarkan kepemilikan usaha menunjukkan 67,6% belum memiliki usaha, sedangkan sisanya sebanyak 32,4% responden sudah memiliki usaha dengan persentase dominan berada di bidang kuliner kemudian jasa dan *fashion*. Semua responden untuk keperluan penelitian ini adalah mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan atau berupa seminar tentang kewirausahaan.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan data dalam indikator variabel yang dilihat adalah nilai rata-rata (*mean*), *skewness* dan standar deviasi. Berikut adalah hasil uji statistik deskriptif yang disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

No.	Indikator	Mean	Skewness	Standar Deviasi
-----	-----------	------	----------	-----------------

1.	PK1	4.347	-1.555	0.767
2.	PK2	4.106	-0.945	0.914
3.	PK3	4.079	-0.01	0.897
4.	PK4	4.046	-0.855	0.917
5.	PK5	4.282	-1.104	0.757
6.	PK6	4.199	-1.139	0.777
7.	IB1	4.213	-1.279	0.953
8.	IB2	3.792	-0.475	1.017
9.	IB3	3.907	-0.767	1.037
10.	IB4	3.926	-0.737	1.09
11.	IB5	4.389	-1.638	0.859
12.	EP1	2.523	0.451	1.126
13.	EP2	2.292	0.717	1.09
14.	EP3	4.125	-0.84	0.87
15.	EP4	2.046	0.903	1.013
16.	EP5	2.157	0.773	1.024
17.	EP6	2.31	0.752	1.11
18.	EP7	4.13	-0.887	0.777
19.	EP8	2.449	0.514	1.104
20.	EP9	2.389	0.681	1.216
21.	EP10	4	-0.834	0.943

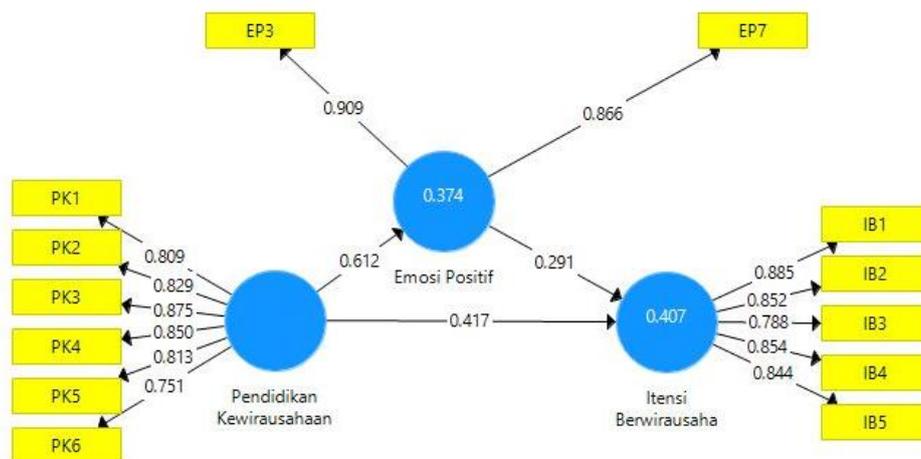
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Pengujian Model Pengukuran

Model pengukuran diuji menggunakan analisis *outer model*. Analisis *outer model* ini di dalamnya akan menunjukkan hasil *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Berikut di bawah ini adalah penjelasan mengenai pengukuran yang digunakan.

Analisis Outer Model

Analisis ini dilakukan untuk menguji *measurement* yang dipakai apakah layak digunakan sebagai pengukuran atau tidak, artinya untuk mengevaluasi dan menganalisis validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian dalam analisis *outer model* dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Outer Model
 Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dilakukan guna mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator yang diuji dengan konstruk. Hasil uji validitas konvergen dapat dilihat melalui metode *outer loading* yang menunjukkan gambaran besaran korelasinya di antara setiap *item* (indikator) yang diukur dengan konstraknya. Pengukuran pada nilai *outer loading* antara 0,5-0,7 merupakan dianggap lemah. Hasil positif menunjukkan bahwa *outer loading* harus di atas 0,70 sehingga dapat diterima (Hair et al., 2017). Berikut hasil akhir *outer loading* yang disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Convergent Validity

No.	Item / Indikator	Pendidikan	Intensi	Emosi Positif
		Kewirausahaan	Berwirausaha	
1.	PK1	0.809		
2.	PK2	0.829		
3.	PK3	0.875		
4.	PK4	0.850		
5.	PK5	0.813		
6.	PK6	0.751		
7.	IB1		0.885	
8.	IB2		0.852	
9.	IB3		0.788	
10.	IB4		0.854	
11.	IB5		0.844	
12.	EP3			0.909
13.	EP7			0.866

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dalam penelitian ini telah memenuhi syarat secara *convergent validity* dengan metode *outer loading*, karena semua indikator menunjukkan lebih besar dari 0,7. Oleh karena itu, seluruh *item* dapat menggambarkan variabel yang diteliti.

Uji Validitas Diskriminan

Pengukuran validitas diskriminan dapat dievaluasi menggunakan *cross loading* dan *fornell larcker criterion*. Instrumen dapat dikatakan valid apabila setiap konstruk memiliki nilai kuadrat AVE lebih besar dari korelasi dengan variabel laten lainnya. Nilai AVE yang dapat diterima yakni lebih dari 0,5. Terdapat beberapa butir pertanyaan yang tidak memenuhi syarat, sehingga harus dihilangkan dalam pengujian berikutnya. Butir pertanyaan tersebut diantaranya butir 1,2,4,5,6,8,9 dan 10 pada bagian Emosi Positif. Sisanya pertanyaan yang sudah memenuhi syarat disajikan dalam tabel. Sedangkan menurut metode *cross loading*, dapat dikatakan valid apabila setiap indikator memiliki nilai *loading* yang lebih besar pada konstraknya dibandingkan nilai *loading* pada indikator tersebut dalam konstruk lainnya. Hasil akhir *fornell larcker* dan *cross loading* dalam penelitian ini sudah mengikuti kriteria, berikut hasil dari kedua metode tersebut dalam Tabel 3 dan 4 di bawah ini.

Tabel 3. Discriminant Validity

No.	Variabel	AVE
1.	Pendidikan Kewirausahaan	0.676
2.	Intensi Berwirausaha	0.900
3.	Emosi Positif	0.733

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3, variabel Pendidikan Kewirausahaan memiliki nilai AVE sebesar 0.676. variabel ke-2 yaitu Intensi Berwirausaha memiliki nilai AVE sebesar 0.900, sedangkan pada variabel Emosi Positif memiliki nilai AVE sebesar 0.733. Hasil tersebut menunjukkan sesuai kriteria dengan berada di atas 0,5.

Tabel 4. Fornell Larcker

No.	Variabel	Emosi Positif	Pendidikan Kewirausahaan	Intensi Berwirausaha
1.	Emosi Positif	0,888		
2.	Pendidikan Kewirausahaan	0,612	0,822	
3.	Intensi Berwirausaha	0,546	0,595	0,845

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Composite Reliability

Composite Reliability digunakan sebagai indikator guna mengukur konstraknya yang dapat diobservasi dalam *view latent variable coefficients*. Kemudian *Composite Reliability* dievaluasi dengan dua instrumen, yakni *internal consistency* dan *cronbach's alpha*. Nilai konstruk dapat dikatakan reliabilitas tinggi jika nilai yang diraih memiliki angka lebih besar dari 0,70.

Tabel 5. Composite Reliability

No.	Variabel	Composite Reliability
1.	Pendidikan Kewirausahaan	0.926
2.	Intensi Berwirausaha	0.926
3.	Emosi Positif	0.881

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 5, Pendidikan Kewirausahaan memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.926, Intensi Berwirausaha memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.926, sedangkan Emosi Positif memiliki nilai *composite reliability* sebesar 0.881. Nilai-nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai konstruk bersifat reliabilitas tinggi karena telah memenuhi kriteria.

Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha merupakan pengujian reliabilitas yang dilaksanakan agar menguatkan hasil dari *Composite Reliability*. Nilai minimum *Cronbach's Alpha* menurut beberapa peneliti adalah sebesar 0,6 (Ghozali & Latan, 2014).

Tabel 6. Cronbach's Alpha

No.	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Pendidikan kewirausahaan	0.904
2.	Intensi Berwirausaha	0.900
3.	Emosi Positif	0.733

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

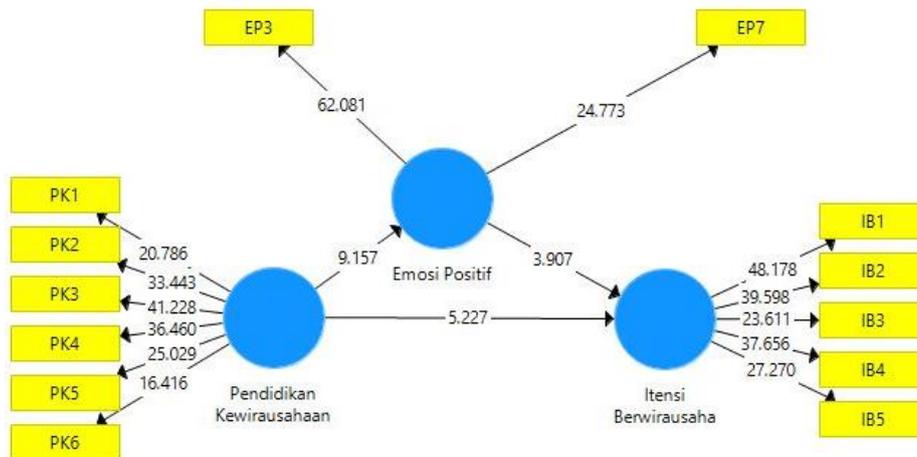
Berdasarkan Tabel 6, Pendidikan Kewirausahaan memiliki *Cronbach's Alpha* senilai 0.904, Intensi berwirausaha memiliki *Cronbach's Alpha* senilai 0.900 sedangkan pada variabel Emosi Positif memiliki *Cronbach's Alpha* senilai 0.733. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa skala *Cronbach's Alpha* untuk variabel Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Berwirausaha berada dalam kategori sangat reliabel, sedangkan variabel Emosi Positif berada dalam kategori reliabel.

Pengujian Model Struktural

Pengujian model struktural dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis *inner model* yang di dalamnya terdapat hasil *Goodness Of Fit Test*, *Coefficient Determination* (uji R) dan uji hipotesis (uji T). Hasil analisis *inner model* dapat dilihat dari penjelasan di bawah ini.

Analisis Inner Model

Analisis *inner model* ini memberi gambaran relasi antar variabel laten didasarkan pada *inner model*. Pengujian ini menggunakan dua alat ukur, yakni analisis menggunakan *Goodness of Fit* (GoF) dan *R Square*.



Gambar 3. Inner Model
 Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Uji Good of Fit

Pengujian ini berperan sebagai memvalidasi model secara keseluruhan dan ukuran yang dipakai adalah *Goodness of Fit* (GoF) *index*. Indeks tersebut untuk memberikan nilai terhadap pengukuran dan model struktural serta memberikan penilaian dasar prediksi model secara keseluruhan. Nilai GoF berkisar 0 hingga 1. Nilai Standardized Root Mean Square Residual (SRMR) < 0.10 yang memiliki arti model dianggap cocok. Ada pun Normal Fit Index (NFI) menunjukkan nilai antara 0 serta 1 dan apabila suatu nilai semakin dekat dengan angka 1, maka model yang dibuat semakin sesuai. Penjelasan tersebut dapat dilihat di Tabel 7.

Tabel 7. Uji GoF

No.		<i>Saturated Model</i>	<i>Estimated Model</i>
1.	SRMR	0.065	0.065
2.	d_ULS	0.386	0.386
3.	d_G	0.209	0.209
4.	Chi-Square	277.812	277.812
5.	NFI	0.848	0.848

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Coefficient Determination (R²)

Besarnya nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur seberapa banyak variabel endogen dipengaruhi oleh variabel lainnya. Hasil pengujian ini dapat dilihat di tabel berikut.

Tabel 8. Uji R

No.		<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
1.	Emosi Positif	0.374	0.371
2.	Intensi Berwirausaha	0.407	0.401

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil *R-Square* pada Tabel 8 menunjukkan bahwa variabel Intensi Berwirausaha dipengaruhi oleh Pendidikan Kewirausahaan dan Emosi Positif sebesar 40%, sisanya 60% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti lingkungan keluarga (Kurniawan et al., 2016), keberanian mengambil risiko dan *self-efficacy* (Hamzah et al., 2023). Kemudian variabel Emosi Positif dipengaruhi oleh Pendidikan Kewirausahaan sebesar 37% dan sisanya 63% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Faktor tersebut bisa dari kecerdasan emosional seseorang, karena dengan adanya kecerdasan emosional seseorang akan mudah untuk memecahkan masalah (Deniz, 2013) dan

mudahnya memecahkan masalah tersebut merupakan salah satu bentuk dari emosi yang positif (Chen et al., 2021). Selebihnya belum ada penelitian lebih lanjut yang menunjukkan faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi emosi positif dalam konteks kewirausahaan selain pendidikan kewirausahaan dan kecerdasan emosional.

Uji Hipotesis

Hasil pengujian pengaruh parsial dapat dilihat melalui *T-Statistics* dan *P-Values*. Hipotesis disimpulkan diterima jika *P-Values* < 0,05. Berikut hasil uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Uji Hipotesis (Uji T)

Hipotesis	Pengaruh Antar Variabel	Original Sample	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1	Pendidikan Kewirausahaan → Intensi Berwirausaha	0.417	4.828	0	Positif dan Signifikan
H2	Pendidikan Kewirausahaan → Emosi Positif	0.612	9.334	0	Positif dan Signifikan
H3	Emosi Positif → Intensi Berwirausaha	0.291	3.748	0	Positif dan Signifikan
<i>Specific Indirect Effect</i>					
H4	Pendidikan Kewirausahaan → Emosi Positif → Intensi Berwirausaha	0.178	3.105	0.002	Positif dan Signifikan

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan bahwa hipotesis 4 diterima karena memiliki nilai *T-Statistic* sebesar 3.105, nilai *P-Values* 0.002 dan *original sample*-nya 0.178. Mengenai hal tersebut, dapat dikatakan bahwa emosi positif secara parsial memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha. Hasil mediasi ini belum dapat dibandingkan dengan penelitian terdahulu, sebab sebelumnya para peneliti belum membahas mengenai peran emosi positif sebagai mediasi terhadap hubungan pendidikan kewirausahaan dan intensi berwirausaha. Dengan demikian, penelitian mengenai emosi positif dapat dikembangkan kembali.

PEMBAHASAN

Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan hasil olah data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi berwirausaha serta memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Hasil *P-Values* 0 maka artinya hipotesis tersebut diterima. Hasil temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, seperti dari (Fauziati & Suryanti, 2020), (Harianti et al., 2020) dan (Aryaningtyas & Palupiningtyas, 2017) yang menyatakan bahwa Pendidikan Kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha.

Pendidikan Kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha sebab pendidikan tentang kewirausahaan baik itu berupa mata kuliah maupun seminar, mahasiswa mendapatkan pemahaman, teori maupun praktik bagaimana mereka berbisnis. Dengan begitu mereka akan lebih mengenali dunia kewirausahaan yang disertai dengan pemahaman atau teori, sehingga semakin timbul rasa minat mahasiswa

untuk memilih kewirausahaan sebagai karier dibandingkan bekerja di suatu perusahaan. Individu, baik itu mahasiswa maupun tidak, apabila individu tersebut memiliki pemahaman pendidikan kewirausahaan secara 'formal' intensi untuk memulai suatu bisnis menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan individu yang tidak memiliki pemahaman pendidikan kewirausahaan secara 'tidak formal' (Cera et al., 2020).

Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Emosi Positif

Berdasarkan hasil olah data tersebut memberikan hasil bahwa terdapat pengaruh antara Pendidikan Kewirausahaan dan Emosi Positif serta memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai *P-Values* yang bernilai 0. Artinya, hipotesis diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Othman et al., 2020) semakin bertambahnya kemampuan kewirausahaan mahasiswa melalui pendidikan kewirausahaan akan memengaruhi emosi mereka dalam mengambil keputusan. Penelitian dari (Kusmintarti et al., 2017) dan (Dwijayanti, 2017) juga mendukung penelitian ini bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap kewirausahaan yang memiliki arti yang sama dengan emosi positif.

Mahasiswa yang diberikan pendidikan tentang kewirausahaan dapat memengaruhi emosi mereka, seperti rasa percaya diri, yakin pada diri sendiri, tidak takut mengambil risiko, optimis, sangat menyukai pada bidang usaha dan sebagainya. Emosi positif tersebut sangat berguna pada saat mereka memutuskan untuk mulai menjalankan bisnis dan mengharuskan mereka mengambil keputusan yang tepat ketika menghadapi berbagai pilihan, sedangkan bisnis memiliki sifat ketidakpastian di masa mendatang. Ketidakpastian tersebut dapat diatasi atau adanya berbagai kemungkinan risiko dapat diminimalisir, karena mahasiswa telah belajar bagaimana menganalisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT), menganggarkan biaya dengan baik, cara merekrut dan memilih karyawan yang kompeten, membuat SOP dan sebagainya. Itulah sebabnya rasa emosi positif bisa muncul setelah diberikan pendidikan kewirausahaan.

Emosi Positif Terhadap Intensi Berwirausaha

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Emosi Positif berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha secara positif dan signifikan. Hasil tersebut mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh (Zampetakis et al., 2016) bahwa bentuk emosional positif yang diantisipasi memiliki hubungan positif dengan motivasi berwirausaha. Motivasi tersebut akan menimbulkan intensi berwirausaha. Selain itu penelitian dari (Zhao & Xie, 2020) juga mendukung penelitian ini yang berkesimpulan bahwa emosi kewirausahaan yang positif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Adanya emosi pada mahasiswa akan memengaruhi minat atau tidaknya untuk berwirausaha. Tetapi emosi yang bersifat positif bisa memberikan pengaruh terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa, karena dengan adanya emosi positif dapat memberikan motivasi untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Berdasarkan karakteristik responden yang sudah memiliki bisnis sebanyak 32,4% rata-rata mereka setuju dengan pernyataan yang bersifat emosi positif. Itu artinya, mahasiswa yang sudah memiliki bisnis mereka sangat senang menjalaninya dan merupakan suatu kebanggaan bagi mereka, bahkan sebelum bisnis mereka dimulai mereka mengatakan tidak takut gagal.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran pendidikan kewirausahaan dan emosi positif pada peningkatan intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa melalui pendidikan kewirausahaan dan adanya dukungan emosi positif. Melalui pendidikan kewirausahaan, pemahaman sekaligus rasa percaya diri meningkat dan kemampuan mereka untuk mengenali peluang serta bagaimana meminimalisir risiko lebih tinggi dibandingkan tidak memiliki pemahaman seputar kewirausahaan secara formal di perguruan tinggi. Berdasarkan hasil survei intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa masih terbilang kurang, sehingga peran pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi menjadi penting dan perlu ditingkatkan kembali. Hal tersebut sudah jelas terbukti bahwa peran pendidikan kewirausahaan dapat membantu meningkatkan minat mereka dalam berwirausaha. Menurut (Maisah et al., 2020) terdapat beberapa langkah atau strategi dalam meningkatkan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi, yakni merumuskan kurikulum berbasis kewirausahaan, peningkatan kompetensi sumber daya manusia baik dosen maupun mahasiswa, membentuk *entrepreneurship centre* sebagai wadah untuk mahasiswa melakukan berbagai kegiatan kewirausahaan, menjalin kerja sama dengan dunia usaha, seperti magang usaha. Selain itu, diperlukan praktik dengan membentuk unit usaha agar mendapatkan pengalaman berbisnis secara langsung, berkolaborasi dengan pihak institusi perbankan maupun non perbankan dalam hal pemodalannya, dan mengadakan kompetisi dalam

kegiatan kewirausahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, ternyata bukan hanya pendidikan kewirausahaan saja yang berperan penting dalam meningkatkan intensi berwirausaha, melainkan ada faktor lain yang memengaruhinya. Faktor tersebut adalah adanya dukungan emosi yang bersifat positif. Dapat disimpulkan bahwa meskipun mahasiswa sudah memahami semua materi, pemahaman mendasar, praktik dan sebagainya tentang kewirausahaan tetapi jika mahasiswa tersebut tidak yakin, pesimis, tidak menyukai dan sebagainya maka tidak akan memengaruhi terhadap intensi berwirausaha. Dengan demikian, yang dapat penulis sarankan adalah bukan hanya berfokus pada teori mendasar, tetapi perguruan tinggi juga perlu memikirkan bagaimana cara membangun emosi positif tersebut pada mahasiswa. Jadi, secara langsung bentuk emosi positif juga dapat memengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa. Pada penelitian ini membuktikan bahwa untuk membangun emosi positif bisa dikembangkan melalui pendidikan kewirausahaan. Artinya, pendidikan kewirausahaan dapat memengaruhi emosi mahasiswa. Emosi seseorang bisa saja akan berbeda dengan orang yang diberikan pendidikan kewirausahaan. Semakin kaya akan pemahaman tentang kewirausahaan, maka bisa saja semakin tinggi dorongan emosi positifnya. Begitupun sebaliknya, semakin sedikit pemahaman tentang kewirausahaan, maka semakin tinggi dorongan emosi negatifnya. Akan tetapi, mengenai emosi negatif tersebut belum ada penelitian yang membahasnya, sehingga penulis belum dapat memastikan apakah itu bisa memengaruhi. Dengan demikian, hal tersebut menjadi kekurangan dalam penelitian ini.

Dari pembahasan di atas, penelitian ini memiliki keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya melibatkan sebagian kecil sampel dari Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Maranatha. Penemuan berikutnya dapat meningkatkan ukuran sampel mahasiswa dari beberapa universitas sebagai bentuk generalisasi hasil temuan. Kedua, penelitian ini hanya berfokus pada faktor emosi positif saja sebagai bentuk mediasinya. Penelitian masa depan dapat menggunakan faktor emosi negatif sebagai mediasi terhadap intensi berwirausaha baik pada kalangan mahasiswa atau bukan. Apakah faktor emosi negatif dapat menghambat minat mereka. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan faktor dari sisi keluarga untuk memengaruhi intensi berwirausaha seseorang. Apakah keluarga yang sudah memiliki usaha dapat menjadi dorongan bagi anaknya untuk mendirikan usaha sendiri atau bahkan melanjutkan usaha milik orang tuanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. G. L. A., & Purnama, N. M. P. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Self Efficacy dan Locus of Control Pada Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2), 253915.
- Anggraeni, D., & Nurcaya, I. (2016). Peran Efikasi Diri Dalam Memediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(4), 241653.
- Aryaningtyas, A. T., & Palupiningtyas, D. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Dukungan Akademik Terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa STIEPARI Semarang). *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 140. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1398>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *BRSbrsInd-20220509104634*. 34.
- Budiarti, M. (2012). Analisis Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia In *Skripsi. Salemba: Universitas Indonesia* (Issue June). <http://152.118.24.168/detail?id=20319578&lokasi=lokal>
- Bukorim, Indradi, H., Permana, A., & Martono. (2014). Pengaruh Pendidikan Berwirausaha Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Pembentukan Jiwa Berwirausaha Mahasiswa. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 29(2), 144–151.
- Cera, G., Mlouk, A., Cera, E., & Shumeli, A. (2020). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. A Quasi-Experimental Research Design. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 39–56.
- Chen, B. S., Yuan, C. H., Yin, B., & Wu, X. Z. (2021). Positive Emotions and Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Entrepreneurial Cognition. *Frontiers in Psychology*, 12(August 2012). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.760328>
- Darmanto, S. (2016). *Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity To Act Terhadap Intensi Berwirausaha*. 1(2), 25049.
- Deniz, S. (2013). The Relationship Between Emotional Intelligence and Problem Solving Skills in Prospective Teachers. *Educational Research and Reviews*, 8(24), 2339–2345. <https://doi.org/10.5897/ERR2013.1584>

- Dwijayanti, R. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Locus of Control, Dan Kebutuhan Berprestasi Terhadap Pembentukan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(2), 170. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n2.p170-180>
- Fatoki, O. (2014). *The Entrepreneurial Intention of Undergraduate Students in South Africa : The Influences of Entrepreneurship Education and Previous Work Experience*. 5(7), 294–299. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n7p294>
- Fauziati, P., & Suryanti, K. (2020). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Mahasiswa Untuk Berwirausaha. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 18(1), 76.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2014). *Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications using WarpPLS 4* (Ed.2). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2012). *Partial Least Square: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 2.0 M3*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. ., Hult, G. T. ., Ringle, C. ., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Sage (Second Edi)*.
- Hamzah, F. A., Sucipto, H., & Harini, D. (2023). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha pada Pemuda di Kecamatan Salem. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 19–27.
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (2015). Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Adversity Quotient, Self Efficacy, Dan Need For Achievement. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 155–166. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.155>
- Harianti, A., Malinda, M., Nur, N., Suwarno, H. ., Margaretha, Y., & Kambuno, D. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Motivasi, Kompetensi dan Munumbuhkan Minat Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(3), 214–220.
- Irawati, M. D., & Fauziah, N. (2018). Hubungan Antara Kecerdasan Emosional Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis UNDIP. *Jurnal Empati*, 7(Nomor 3), 63–72.
- Kadiyono, A. L. (2017). Pengaruh Emotional Capital Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Siswa Setara SMA di Jatinangor. *Sosiohumaniora*, 19(2), 167–176.
- Kasali, R. (2019). *Disruption*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kemenkopukm. (2022). *Data UMKM*. https://satudata.kemenkopukm.go.id/kumkm_dashboard/
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Koranti, K. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. *Prosiding PESAT*, 5.
- Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, Differentiating, and Measuring Opportunity Recognition and Opportunity Exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(1), 78–97. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-12-2015-0290>
- Kurniawan, A., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi, dan Kepribadian Terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education*, 5(1), 100–109.
- Kusmintarti, A., Riwijanti, N. I., & Asdani, A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan dan Intensi Kewirausahaan dengan Sikap Kewirausahaan sebagai Mediasi. *Journal of Research and Applications: Accounting and Management*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.18382/jraam.v2i2.160>
- Maisah, Sohiron, Hariandi, A., Sopian, A., & Sandi, Q. (2020). Pengembangan Pendidikan Tinggi Berorientasi Kewirausahaan Dalam Perspektif Global. *Jurnal Ilmu Manajemen Terpadu*, 1(4), 305–317. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Mat, S. C., Maat, S. M., & Mohd, N. (2015). A Descriptive Analysis on Entrepreneurial Intention among Engineering Technology Students. *Asian Social Science*, 11(24), 286–292. <https://doi.org/10.5539/ass.v11n24p286>
- Othman, N. H., Othman, N., & Juhdi, N. H. (2020). Entrepreneurship education and business opportunity exploitation: Positive emotion as mediator. *Cakrawala Pendidikan*, 39(2), 370–381. <https://doi.org/10.21831/cp.v39i2.30102>
- PDDikti. (n.d.-a). *Statistik Mahasiswa Berdasarkan Bidang*. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/mahasiswa>
- PDDikti. (n.d.-b). *Statistik Perbandingan Prodi*. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/perbandingan/prodi>
- Peristiwono, H. (2013). Entrepreneurial Quotient (Entre-Q): Kecerdasan Wirausaha. *Jurnal Ekonomi Islam*,

4(2), 1–9.

- Suandi, A. P., & Suwarno, H. L. (2022). Peran Pendidikan Kewirausahaan dan Dukungan Akademik Dalam Meningkatkan Intensi Berwirausaha. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*. Yogyakarta: Pustaka baru press.
- Syaifudin, A. (2017). Pengaruh Kepribadian, Lingkungan Keluarga dan Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi. *Jurnal Profita Edisi* 8, 3, 1-3
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/profita/article/view/9958/9559>
- Ulfah, M. (2019). Intensi Berwirausaha Mahasiswa Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 5(3), 290–298.
<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i3.410>
- Wibowo, S., & Pramudana, K. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha Yang Dimediasi Oleh Sikap Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(12), 8167–8198.
- Widyansah, I. (2021). *Keberhasilan Usaha Ditinjau Dari Peluang Usaha Dan Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Pada Industri Mi Soun Desa Manjung, Kecamatan Ngawen, Kabupaten Klaten)*. Skripsi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Wijaya, T., Nurhadi, & Kuncoro, A. M. (2015). Intensi Berwirausaha Mahasiswa : Perspektif Pengambilan Risiko. *Siasat Bisnis*, 19(2), 109–123.
- Zampetakis, L. A., Lerakis, M., Kafetsios, K., & Moustakis, V. (2016). Anticipated Emotions Towards New Venture Creation: A Latent Profile Analysis Of Early Stage Career Starters. *International Journal of Management Education*, 14(1), 28–38. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2015.11.004>
- Zhao, Y., & Xie, B. (2020). Cognitive Bias, Entrepreneurial Emotion, and Entrepreneurship Intention. *Frontiers in Psychology*, 11(April), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00625>