

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA, PENGEMBANGAN HIPOTESIS, DAN KERANGKA KONSEPTUAL PENELITIAN

#### 2.1. Definisi Kewirausahaan

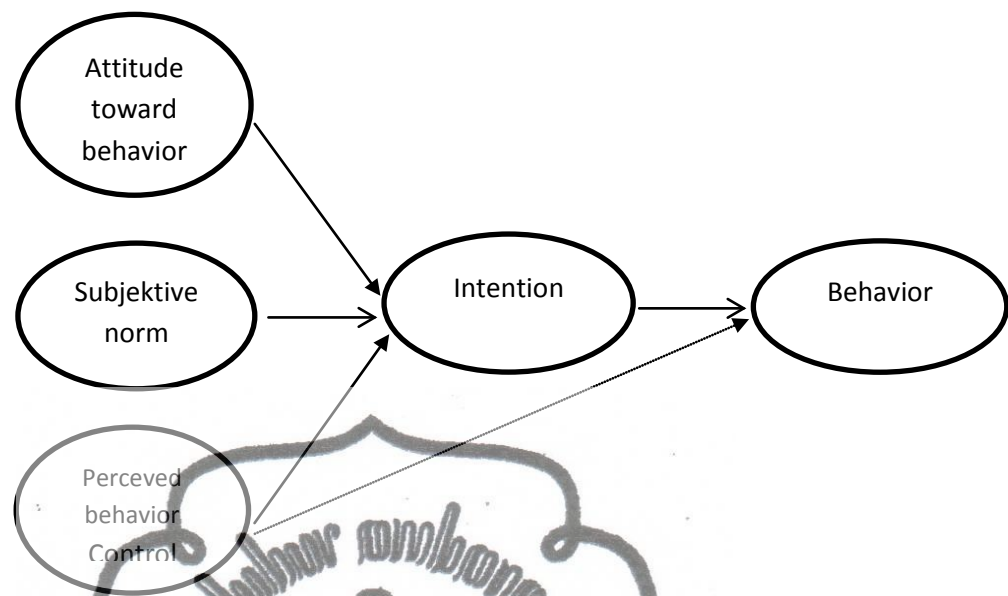
Hisrich, Michael, Peters, Shepherd, (2005) kewirausahaan adalah suatu proses dinamis untuk menciptakan kekayaan *inkremental*. Kekayaan ini diciptakan oleh individu-individu yang berani menanggung risiko modal, waktu, dan komitmen karir, untuk menciptakan nilai dari suatu barang atau jasa (Hisrich *et al.*, 2005). Barang atau jasa tersebut tidak baru, bersifat unik, tetapi bernilai yang diciptakan oleh wirausaha melalui ketrampilan-keterampilan, dan sumber daya-sumber daya yang diperlukan (Hisrich *et al.*, 2005).

Bruyad dan Julien (2005) mengatakan kewirausahaan adalah melakukan hal-hal baru atau melakukan hal-hal yang sudah dilakukan dengan cara baru, termasuk di dalamnya penciptaan produk baru dengan kualitas baru, metode produksi baru, pangsa pasar baru, sumber pasokan dan organisasi. Ivan dan Willard (1993) berpendapat kewirausahaan adalah karakteristik individu untuk mencari peluang, mengambil resiko, dan memiliki keinginan untuk merubah ide menjadi kenyataan. Leibenstein dalam Ivan dan Willard (1993) mengatakan kewirausahaan sebagai salah satu pengguna semua sumber daya yang diperlukan untuk memproduksi dan memasarkan produk untuk menjawab kekurangan pasar. Schumpeter dalam Ivan dan Willard (1993) mengaitkan wirausaha dengan konsep yang diterapkan dalam konteks bisnis dan mencoba menghubungkan dengan kombinasi berbagai sumberdaya. Lebih lanjut Schumpeter dalam Bruyad dan Julien (2005) menegaskan yang melakukan kombinasi baru disebut perusahaan (*entreprise*), sedangkan individu yang melakukan kombinasi tersebut disebut dengan pengusaha (*entrepreneur*).

Inpres No.4 Tahun 1995 mendefenisikan kewirausahaan sebagai semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan/atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Sejalan dengan Inpres No. 4 Tahun 1995.

#### 2.2. Theory of Planned Behavior

*Theory of Planned Behavior* menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari niat untuk perilaku (Hartono, 2008). Niat berperilaku merupakan fungsi dari tiga determinan dasar. Pertama sikap, yaitu evaluasi positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu. Kedua norma subjektif, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Ketiga adalah aspek kontrol perilaku yang persepsikan, yaitu evaluasi diri atas kompetensi seseorang terkait dengan tugas atau perilaku (Ajzen, 1991). Bentuk skema, TPB dapat dilihat pada Gambar 2.1



Sumber: Ajzen, 1991

**Gambar 2.1 Model *Theory of Planned Behavior***

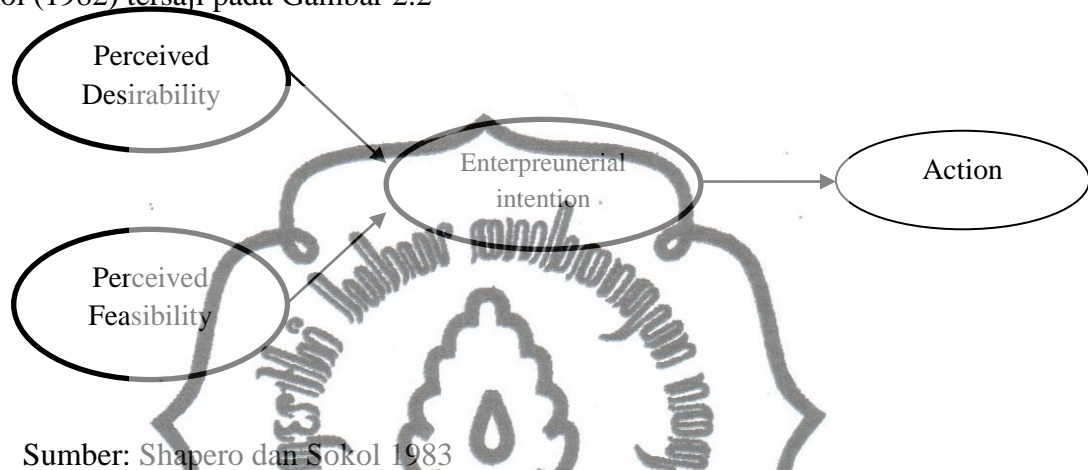
### 2.3. *Shapero Entrepreneur Event Model (SEEM)*

Menurut Shapero dan Sokol (1982), tidak semua wirausaha lahir dan berkembang mengikuti jalur yang sistematis dan terencana sejak awal disebabkan oleh:

1. *Negative displacement*  
Seseorang bisa saja menjadi wirausaha gara-gara dipecat dari tempatnya bekerja, tertekan, terhina atau mengalami kebosanan selama bekerja, terpaksa pindah dari daerah asal, memasuki usia pensiun atau cerai perkawinan
2. *Being between things*  
Orang-orang yang baru keluar dari sekolah, atau penjara, kadangkala merasa seperti memasuki dunia baru yang belum mereka mengerti dan kuasai. Keadaan ini membuat mereka seakan berada di tengah-tengah dari dua dunia yang berbeda, namun mereka tetap harus berjuang menjaga kelangsungan hidupnya. Di sinilah pilihan menjadi wirausaha muncul karena dengan menjadi wirausahaan mereka bekerja dengan mengandalkan diri sendiri.
3. *Having positive pull*  
Terdapat juga orang-orang yang mendapat dukungan membuka usaha dari mitra kerja, investor, pelanggan, teman dekat, keluarga atau mentor. Dukungan memudahkan mereka dalam mengantisipasi peluang usaha, selain itu juga menciptakan rasa aman dari risiko usaha

*commit to user*

*Shapero entrepreneur event model* (SEEM) terdiri dari dua variabel utama, yaitu; *desirability* (keinginan yang dirasakan) dan *feasibility* (kelayakan yang dirasakan). Shapero mendefinisikan keinginan yang dirasakan sebagai daya tarik pribadi untuk memulai bisnis. Sedangkan kelayakan yang dirasakan adalah individu secara pribadi merasakan mampu untuk memulai bisnis. Model *Shapero Entrepreneurial Event Model* (SEEM) yang dikembangkan oleh Shapero dan Sokol (1982) tersaji pada Gambar 2.2



Gambar 2.2: *Shapero Entrepreneurial Event Model*

#### 2.4. Akses untuk Mendapatkan Modal

Hampir semua bisnis baru membutuhkan investasi untuk membeli barang, jasa, menyediakan modal kerja dan untuk membangun infrastruktur dasar sebuah bisnis baru (Mason dan Harrison, 2003). Lembaga keuangan, tabungan pribadi, bantuan keluarga dan teman-teman, adalah yang paling sering digunakan sebagai sumber utama keuangan pada permulaan bisnis (Fraser, 2008). Kebutuhan investasi bervariasi dalam kaitannya dengan jenis bisnis (Marlow, Carter, dan Elarnor, 2004). Pada awal memulai sebuah usaha, untuk memperoleh pembiayaan melalui pinjaman bank atau investor dirasakan sulit hal ini disebabkan. Pertama, bisnis adalah kegiatan yang mengandung risiko keuangan, pemberi pinjaman sering tidak mau memberikan modal dan beberapa mengkompensasi dengan meningkatkan biaya pinjaman (Jurik, 1998). Kedua, bisnis baru dikenakan biaya mengidentifikasi potensi pemodal dan kegiatan untuk memastikan legitimasi perusahaan (Jurik, 1998).

#### 2.5. *Self Efficacy*

*Self Efficacy* berasal dari teori kognitif sosial, yang dikembangkan oleh Albert Bandura (1982). Lebih lanjut Bandura (1982) mengatakan *self efficacy* didasarkan atas proposisi bahwa baik proses sosial maupun proses kognitif adalah sentral bagi pemahaman mengenai motivasi, emosi, dan tindakan manusia. Sebagian besar perilaku manusia diatur oleh pemikiran antisipatifnya bukan oleh reaksinya terhadap lingkungannya. Bandura (1986) mendefinisikan *self-efficacy*

sebagai penilaian tentang kemampuan diri untuk melaksanakan suatu kinerja pada tingkat tertentu. Baron dan Byrne (2000) mengemukakan bahwa *self-efficacy* merupakan penilaian individu terhadap kemampuan atau kompetensinya untuk melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, dan menghasilkan sesuatu. Schultz (1994) mendefinisikan *self-efficacy* sebagai persepsi terhadap kecukupan, efisiensi, dan kemampuan dalam mengatasi kehidupan. Krueger and Carsrud (1993) *self efficacy* adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan. *Self efficacy* menggambarkan ekspektasi efikasi yang tinggi, bahwa dirinya mampu melaksanakan suatu tugas (Krueger dan Carsrud 1993).

### 2.5.1. Sumber Self Efficacy

Menurut Bandura (1994) *self efficacy* dapat diperoleh, diubah, ditingkatkan atau diturunkan, melalui salah satu atau kombinasi empat sumber, yakni pengalaman menguasai sesuatu prestasi, pengalaman tak langsung, persuasi sosial dan pembangkitan emosi.

1. Pengalaman Keberhasilan. Pengalaman keberhasilan pribadi merupakan sumber ekspektasi *self efficacy* yang paling fundamental. Pengalaman keberhasilan akan mempertinggi ekspektasi *self efficacy*, sedangkan kegagalan yang berulang-ulang akan memperrendahnya.
2. Pengalaman Tak Langsung. *Self efficacy* dapat berubah setelah mengamati orang lain dan melihat konsekuensi positif dan negatif dari perilaku orang itu baginya.
3. Persuasi Verbal. Persuasi verbal, seperti saran dan nasihat, dapat juga mempengaruhi *self-efficacy*.
4. Keadaan Fisiologis. Keadaan fisiologis dan afektif dapat berpengaruh terhadap *self efficacy* dalam tiga cara. Pertama, bila orang sedang tegang dan cemas, keadaan fisiologis atau tingkat emosinya dapat berpengaruh negatif terhadap ekspektasi *self efficacy*. Tingginya tingkat emosi biasanya memperburuk kinerja dan karenanya akan menurunkan tingkat ekspektasi *self efficacy*. Pendekatan yang menurunkan tingkat emosi dapat mempertinggi keyakinan *self efficacy* maupun kinerja. Dimilikinya keyakinan tentang *self-efficacy* untuk mengontrol pikiran akan mempengaruhi emosi yang dibangkitkan secara kognitif. Kedua, keadaan perasaan (*mood*) mempengaruhi penilaian tentang *self-efficacy*: perasaan yang positif akan meningkatkan keyakinan *self efficacy*, sedangkan perasaan tertekan akan menghilangkan keyakinan tersebut. Ketiga, dalam kegiatan yang membutuhkan kekuatan dan stamina, orang memandang rasa letih dan penatnya sebagai tanda-tanda melemahnya *self efficacy* fisik.

## 2.6. Pengembangan Hipotesis

### 2.6.1. Hubungan antara sikap dengan keinginan berwirausaha

*Theory of planned behavior* menjelaskan perilaku manusia dalam konteks tertentu (Ajzen dan Fishbein, 1991). Sikap individu terhadap perilaku meliputi evaluasi terhadap hasil perilaku perasaan positif atau negatif dari individual jika harus melakukan perilaku tertentu yang dikehendaki. Shapero dan Sokol dalam Krueger *et al.* (2000) mengembangkan suatu model niat kewirausahaan yang disebut sebagai teori peristiwa kewirausahaan (*theory of entrepreneurial event model*). Model tersebut menjelaskan bahwa terjadinya niat kewirausahaan



membutuhkan kredibilitas perilaku dan kecenderungan untuk bertindak. Perilaku dikatakan kredibel apabila perilaku tersebut menarik (persepsi keinginan/ *perceptions of desirability*) dan mampu untuk dilaksanakan (persepsi kelayakan/ *perceptions of feasibility*). Persepsi keinginan adalah persepsi tentang seberapa menarik gagasan yang ditemukan untuk memulai berwirausaha (Almqvist, Anna-Lena, Anette Sandberg, and Lars Dahlgren, 2011). Krueger *et al.* (2000) menitik beratkan pada model TPB model serta SEE model dan berfokus pada faktor-faktor yang membentuk kewirausahaan. Menurut Krueger (2000) sikap berpengaruh pada keinginan yang dirasakan pada persepsi konsekuensi hasil perilaku. Hasil perilaku kemungkinan bahwa menjadi pengusaha merupakan tindakan yang menguntungkan atau merugikan (Krueger, 1993)

Penelitian sebelumnya Scott dan Twomey (1988) melaporkan bahwa 24,6 persen siswa di Amerika tertarik untuk wirausaha karena adanya keuntungan finansial. Doh *et al.* (1996) melakukan survei pada siswa sarjana tahun akhir dan menemukan 61,8 persen dari 359 siswa tertarik untuk memulai bisnis sebagai pilihan karir. Ghazali *et al.* (1995) melakukan survei pada 2.486 lulusan di Singapura dan menemukan 8,6 persen dari mereka tertarik untuk menjadi wiraswasta. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh Volery *et al.* (1997) yang meneliti niat berwirausaha terhadap sejumlah siswa di Australia hasil penelitian menunjukkan para siswa tersebut tertarik untuk menjadi wirausaha pilihan karir yang menarik. Penelitian yang dilakukan oleh Wong dan Wang (2002) terhadap sejumlah mahasiswa di Singapura, hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan dipengaruhi oleh etnis dan dianggap sebagai pilihan karir. Survey yang dilakukan oleh Chow dan Wong (2004) terhadap pensiunan militer di Singapura, hasil penelitian menunjukkan para pensiunan tersebut tertarik untuk menjadi wirausaha karena keuntungan finansial, kepuasan otonomi, dan kewirausahaan sebagai pilihan karir yang berikutnya. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

*Hipotesis 1: sikap berpengaruh positif pada keinginan berwirausaha*

#### **2.6.2. Hubungan antara Keinginan berwirausaha dengan niat berwirausaha**

Pemahaman tentang proses pembentukan niat kewirausahaan sosial, dapat diperoleh melalui pendekatan pemodelan hubungan antar variabel variabel pembentuk niat kewirausahaan. Shapero dan Sokol dalam Krueger *et al.* (2000) mengembangkan suatu model niat kewirausahaan yang disebut sebagai *Shapero Entrepreneurial Event Model*. Model tersebut menjelaskan bahwa terjadinya niat kewirausahaan dipengaruhi oleh persepsi kelayakan (*perceptions of feasibility*) adalah persepsi tentang kemudahan atau kesulitan untuk memulai berwirausaha (Solesvik *et al.*, 2012). Untuk memungkinkan prediksi perilaku, niat harus dibentuk dengan baik, namun demikian itu tidak dimungkinkan tanpa adanya sifat kecenderungan untuk bertindak (Shapero dan Sokol, 1982 dalam Krueger *et al.*, 2000). Krueger dan Carsrud (1993) telah membuktikan bahwa persepsi kelayakan, persepsi keinginan, dan kecenderungan untuk bertindak menjelaskan lebih dari separuh varians niat kewirausahaan.

Krueger *et al.* (2000) mengatakan niat berwirausaha muncul karena adanya perubahan jalan hidup individu seperti dipecat dari pekerjaan, perceraian, mengalami kebosanan selama bekerja, baru keluar dari penjara, baru lulus dari sekolah. Keadaan ini membuat mereka merasa berada di dalam lingkungan yang

baru dan berbeda, namun mereka tetap harus berjuang menjaga kelangsungan hidupnya, pada tahap inilah pilihan menjadi wirausaha munculkan karena dengan menjadi wirausaha mereka bekerja dengan mengandalkan diri sendiri (Kruger, 2000).

Krueger (1993) membandingkan TPB model dan SEE model dan menemukan keinginan dirasakan menjelaskan lebih dari setengah dari varians dalam niat wirausaha. Krueger, (2000) menemukan hubungan positif antara persepsi keinginan dan niat untuk mulai bisnis, hal ini disebabkan adanya faktor untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Penelitian Carsul *et al.* (2007) mengatakan bahwa niat berwirausaha munculkan karena berwirausaha merupakan pilihan karir yang menarik, selain itu adanya keuntungan finansial. Ngugi, Gakure, Waithaka, Kiwara (2012) melakukan pengujian Shapero model terhadap sejumlah mahasiswa bisnis di Kenya, dan menemukan hubungan yang positif antara keinginan berwirausaha terhadap niat berwirausaha. Lebih lanjut hasil penelitian menyimpulkan bahwa peluang ekonomi dan otonomi sangat penting dalam membuat pilihan untuk berwirausaha. Hasil penelitian juga menyarankan agar lembaga pendidikan dan pemerintah untuk mengembangkan program kewirausahaan agar peserta didik memiliki pengetahuan tentang kegiatan kewirausahaan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

*Hipotesis 2. Keinginan berwirausaha berpengaruh positif pada niat berwirausaha*

### **2.6.3. Hubungan antara sikap berwirausaha dengan niat berwirausaha**

Segal *et al.* (2005) menyatakan penentu terpenting perilaku seseorang adalah niat untuk berperilaku. Niat individu untuk menampilkan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap untuk menampilkan perilaku tersebut. Sikap individu terhadap perilaku meliputi evaluasi terhadap hasil perilaku. Konteks kewirausahaan sikap sebagai evaluasi menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap berwirausaha (Yang, 2013). Dengan demikian, sikap terhadap niat berwirausaha akan menunjukkan respon tertentu bahwa niat berwirausaha sebagai tindakan yang menguntungkan atau merugikan (Yang, 2013).

Penelitian sebelumnya menemukan bahwa setiap niat berwirausaha yang diukur sangat dipengaruhi sikap wirausaha (Gird dan Bagraim, 2008) hal ini disebabkan oleh faktor keuntungan keuangan, otonomi dan gaya hidup. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Gelderen *et al.* (2008). Venesaar, Urve, Ene Kolbre, and Toomas Piliste (2006) melakukan penelitian sikap mahasiswa pada niat untuk berwirausaha di Universitas Tallin Technology. Sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan dinilai melalui motivasi mereka untuk memulai bisnis. Hasil penelitian mengungkapkan ambisi untuk otonomi mencari kesempatan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih baik sangat berpengaruh pada niat berwirausaha. Veciana, José, Aponte, dan Urbano (2005) membandingkan sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan di Catalonia dan Puerto Rico, menggunakan , masing-masing sampel 837 dan 435 siswa. Survei ini mengungkapkan bahwa mahasiswa baik di Puerto Rico dan di Catalonia memiliki persepsi sikap positif terhadap niat berwirausaha (92,2% di Puerto Rico dan 74,0% di Catalonia). Lebih lanjut hasil penelitian mengungkapkan masing-masing sampel 28,7% di Puerto Rico dan 12,1% menganggap berwirausaha sebagai pilihan karir. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

*Hipotesis 3: Sikap berwirausaha berpengaruh positif pada niat berwirausaha*

#### 2.6.4. Hubungan antara Norma Subjektif dengan niat berwirausaha

Norma subjektif merupakan fungsi dari keyakinan normatif dirasakan penting yang berasal dari pendapat orang lain, seperti keluarga, teman, dan rekan kerja (Hartono, 2007). Norma subjektif mencerminkan pengaruh budaya organisasi atau masyarakat dan memberikan pedoman untuk mengambil keputusan apakah suatu tindakan mendapatkan dukungan bagi pihak lain

Scott dan Twomey (1988) melaporkan bahwa siswa yang orang tuanya memiliki bisnis kecil menunjukkan preferensi tertinggi untuk menjadi wirausaha. Brown (1990) juga mengamati fenomena serupa di Inggris. Lebih lanjut Brown (1990) melakukan program pelatihan untuk membantu mahasiswa memulai bisnis mereka sendiri dan menemukan 38 persen siswa yang berasal dari keluarga pengusaha sangat tertarik untuk memulai usaha sendiri. Ghazali *et al.* (1995), melakukan penelitian di Singapura, dengan membandingkan tempat tinggal mahasiswa. Mahasiswa yang tinggal dilingkungan bisnis perkotaan lebih berniat untuk berwirausaha dibandingkan dengan mahasiswa yang tinggal dilingkungan perumahan pribadi. Ghazali *et al.* (1995) melaporkan pengamatan serupa pada pilihan wirausaha lulusan di Singapura.

Yang (2013) yang menguji *the theory of planned behavior* untuk memprediksi niat kewirausahaan terhadap 1.300 mahasiswa di China. Hasil penelitian menunjukan bahwa norma subjektif berpengaruh pada niat berwirausaha. Dalam budaya Cina penekanan besar ditempatkan pada kolektivisme (Hofstede, 2001). Oleh karena itu, orang-orang melihat hal penting oleh seorang individu akan memiliki dampak yang kuat pada individu untuk berwirausaha. Jika orang-orang yang penting bagi mahasiswa Cina, seperti guru dan orang tua mereka, percaya bahwa siswa harus membangun usaha baru, atau jika orang-orang ini mendukung proses kewirausahaan siswa, maka motivasi kewirausahaan siswa akan meningkat (Yang 2013). Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut

*Hipotesis 4: Norma Subjektif berpengaruh positif pada niat berwirausaha*

#### 2.6.5. Self efficacy sebagai variabel pemoderasi hubungan antara norma subjektif pada niat untuk berwirausaha

Menurut Clement dan Wang, (2002) terdapat dua model untuk menjelaskan pengaruh peran keluarga: panutan orang tua dan dukungan keluarga. Peran orang tua menegaskan bahwa seorang wirausaha yang berasal dari keluarga pengusaha akan menjadi pengusaha karena teladan orang tua mereka. Sedangkan dukungan keluarga individu yang menjadi penguasaha karena dukungan keluarga. Dukungan tersebut bisa dukungan modal, informasi bahan baku, tenaga kerja dan pasar potensial. Tantangan lain ketika mengukur norma sosial adalah mengidentifikasi kelompok *references*. Kelompok *references* bagi pengusaha potensial tidak hanya keluarga dan teman-teman, tetapi termasuk rekan kerja dan mitra bisnis (Carsrud *et al.*, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Gird dan Bagraim (2008); Joao, *et al.* (2012); Solesvik, *et al.* (2012), Renner, *et al.* (1991) norma subjektif ditemukan tidak terdukung pada niat untuk berwirausaha.

*commit to user*



Sebagai contoh pada penelitian sebelumnya, Fatoki dan Olufonso (2010) yang melakukan penelitian niat berwirausaha pada 710 orang mahasiswa di Afrika, hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh pada niat berwirausaha. Lebih lanjut Fatoki dan Olufonso (2010) mengatakan bahwa salah satu faktor penghambat niat berwirausaha di Afrika Selatan adalah ketiadaan dukungan keluarga serta tidak memiliki kemampuan mengendalikan bisnis dan takut terhadap resiko. Pretorius dan Shaw, 2004 dalam Fatoki dan Olufonso (2010) mengatakan faktor terbesar penyebab kegagalan wirausaha di Afrika Selatan adalah ketidak mampuan untuk mengendalikan bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Hadjimanolis dan Poutziouris (2011) pada kasus perusahaan keluarga, hasil penelitian menyatakan norma subjektif berpengaruh pada niat berwirausaha. Lebih lanjut Hadjimanolis dan Poutziouris (2011) mengatakan bahwan generasi sebelumnya ketika akan memilih penerusnya tidak berdasarkan urutan anak yang tertua, tetapi memilih berdasarkan *self efficacy* yang dimilikinya. Pengaruh norma subjektif pada niat berwirausaha yang masih bervariasi tersebut dapat dicarikan jalan keluarnya, yaitu menambahkan variabel moderasi agar dapat menguatkan hubungan norma subjektif pada niat berwirausaha. *Self efficacy* dapat dijadikan variabel moderasi. Baron dan Byrne (2000) mengemukakan bahwa *self-efficacy* merupakan penilaian individu terhadap kemampuan atau kompetensinya untuk melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, dan menghasilkan sesuatu. Rosa Grau, Marisa Salanova and José María Peiró (2001) melakukan penelitian *self efficacy* sebagai variabel moderasi dalam proses stres kerja terhadap 140 pekerja yang menggunakan teknologi baru dalam pekerjaan mereka, hasil penelitian menemukan bahwa variabel *self-efficacy* sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian menemukan bahwa individu dengan *self-efficacy* rendah stress kerja yang tinggi ketika otonomi pekerjaan mereka lebih tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh, Markman, Balkin, dan Baron, (2002) menemukan bahwa, dalam industri teknologi tinggi, seorang penemu yang memiliki *self-efficacy* tinggi memilih untuk mengeksploitasi penemuan mereka dengan meluncurkan bisnis baru, sedangkan seorang penemu dengan *self-efficacy* rendah lebih suka bekerja diperusahaan.

Pada kasus perusahaan keluarga Hadjimanolis dan Poutziouris (2011) mengatakan bahwan generasi sebelumnya ketika akan memilih penerusnya tidak berdasarkan urutan anak yang tertua, tetapi memilih berdasarkan *self efficacy*. Lippke *et al.* (2009) yang melakukan penelitian peran *self efficacy* sebagai variabel moderasi pengaruh peran keluarga terkait dengan pilihan niat menjadi pengusaha sebagai pilihan karir. Krueger dan Dickson (1994) mengatakan individu yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi mampu membaca situasi, ancaman dan peluang bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan individu yang memiliki *self efficacy* rendah. Pierce, Gardner, Dunham, Cummings (1993) menyatakan bahwa individual yang memiliki *self efficacy* tinggi pada situasi tertentu akan mencurahkan semua usaha dan perhatiannya sesuai dengan tuntutan situasi tersebut dalam mencapai tujuan dan kinerja yang telah ditentukannya. Kegagalan dalam mencapai suatu target tujuan akan membuat individu berusaha lebih giat lagi untuk meraihnya kembali serta mengatasi rintangan yang membuatnya gagal dan kemudian akan menetapkan target lain yang lebih tinggi lagi. Individu yang mempunyai *self efficacy* rendah ketika menghadapi situasi yang sulit dan tingkat kompleksitas tugas yang tinggi akan cenderung malas



berusaha atau lebih menyukai kerja sama. Individu yang mempunyai *self efficacy* rendah menetapkan target yang lebih rendah pula serta keyakinan terhadap keberhasilan akan pencapaian target yang juga rendah sehingga usaha yang dilakukan lemah.

Hipotesis 5: *Self efficacy sebagai variabel pemoderasi pengaruh norma subjektif pada niat berwirausaha*

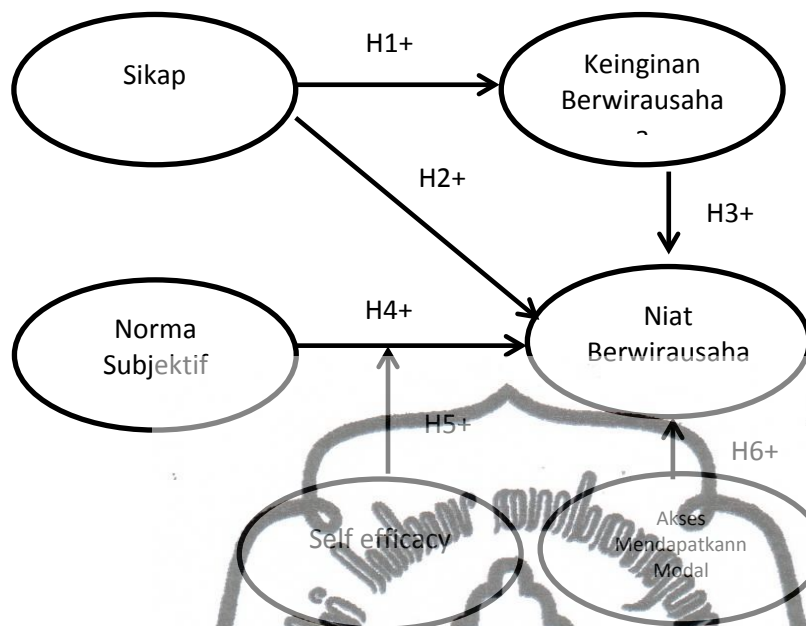
#### **2.6.5. Hubungan akses mendapatkan modal dengan niat untuk berwirausaha**

Indarti dan Rostiani (2008) berpendapat akses kepada modal merupakan hambatan klasik terutama dalam memulai usaha-usaha baru, setidaknya terjadi di negara-negara berkembang dengan dukungan lembaga-lembaga penyedia keuangan yang tidak begitu kuat. Studi empiris terdahulu menyebutkan bahwa kesulitan dalam mendapatkan akses modal, skema kredit dan kendala sistem keuangan dipandang sebagai hambatan utama dalam kesuksesan usaha menurut calon-calon wirausaha di negara-negara berkembang (Marsden, 1992; Meier dan Pilgrim, 1994; Steel, 1994). Penelitian menyebutkan bahwa akses kepada modal menjadi salah satu penentu kesuksesan suatu usaha (Kristiansen *et al.*, 2003; Indarti, 2004). Wilayah negara maju infrastruktur keuangan sangat efisien, akses kepada modal juga dipersepsikan sebagai hambatan untuk menjadi pilihan wirausaha karena tingginya hambatan masuk untuk mendapatkan modal yang besar terhadap risiko tenaga kerja di banyak industri yang ada. Penelitian sebelumnya Kim, Phillip, Aldrich, dan Lisa, Keister (2006) menemukan pengaruh yang positif akses mendapatkan modal pada niat berwirausaha di Amerika Serikat. Pemerintah Amerika memberikan dukungan yang luas pada bidang entrepreneur dan lembaga pendidikan untuk berinvestasi. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 6: *Akses mendapatkan modal berpengaruh positif pada niat berwirausaha*

#### **2.7. Kerangka konseptual Penelitian**

Untuk mempermudah dalam analisa masalah yang dihadapi, maka diperlukan kerangka pemikiran yang akan memberikan gambaran hubungan antar variabel sehingga mencapai suatu kesimpulan. Sekaran (2010) mengatakan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah penelitian. Berdasarkan perumusan masalah dan eksplorasi literatur, maka peneliti mengembangkan model keterkaitan antara sikap, keinginan, akses mendapatkan modal dan peran *self efficacy* sebagai variabel pemoderasi pengaruh norma subjektif pada niat berwirausaha dapat dilihat pada Gambar 2.3. Berdasarkan Gambar 2.3. dapat dijelaskan hubungan kausal model penelitian, yang merupakan representasi TPB model dan Shapero model. Pada penelitian ini dibatasi sampai niat berwirausaha, hal ini disebabkan sampel dalam penelitian ini mahasiswa yang belum memiliki action.



Sumber: TPB Model dan SEE Model, Burt, 1992

**Gambar 2.3**  
**Model Penelitian**

Niat individu untuk menampilkan suatu perilaku dipengaruhi oleh sikap, keinginan, norma subjektif, akses mendapatkan modal dan peran *self efficacy* sebagai variabel moderasi pengaruh norma subjektif pada niat berwirausaha. Sikap individu terhadap perilaku meliputi evaluasi terhadap hasil perilaku dalam hal kewirausahaan perasaan untung atau rugi dari individual jika berwirausaha. Norma subyektif berhubungan dengan preskripsi normatif persepsian, yaitu persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial (kepercayaan-kepercayaan orang lain) yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. *Desirability* (keinginan yang dirasakan) sebagai daya tarik pribadi untuk memulai bisnis. *Self efficacy* yang merupakan representasi variabel kontrol perilaku yang dikembangkan Azjen (1989) dan variabel kemudahan yang dirasakan yang dikembangkan oleh Shapero dan Sokol (1982). Bandura (1982) mendefinisikan *self efficacy* sebagai persepsi atas kemampuan seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Pada awal memulai sebuah usaha, untuk memperoleh pembiayaan melalui pinjaman bank atau investor dirasakan sulit hal ini disebabkan kegiatan bisnis adalah kegiatan yang mengandung risiko keuangan, pemberi pinjaman sering tidak mau memberikan modal dan beberapa mengkompensasi dengan meningkatkan biaya pinjaman (Jurik, 1998). Pada konteks kewirausahaan modal sosial dianggap atribut yang memungkinkan pengusaha untuk mewujudkan keunggulan melalui jaringan sosial (Burt, 1992).

*commit to user*



*commit to user*