

The Effect of Business Opportunities and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention in College Students: a Study on State University Students in Bandar Lampung

Mar'atus Sholekah¹, Keumala Hayati^{2*}

Universitas Lampung

Corresponding Author: Keumala Hayati keumala.hayati@feb.unila.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Business Opportunities, Self-efficacy, Entrepreneurial Intention

Received : 09, March

Revised : 11, April

Accepted: 13, May

©2025 Sholekah, Hayati: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether business opportunities and self-efficacy can influence entrepreneurial intentions in state university students in Bandar Lampung. This study uses a quantitative research type, with the data used being primary data obtained through the distribution of questionnaires with Google Form, the data obtained was then processed using multiple linear regression analysis tools using IBM SPSS version 25. The respondents of the study were state university students in Bandar Lampung. The results of this study support the hypothesis used, namely that business opportunities and self-efficacy have a significant positive effect on entrepreneurial intentions. This study was conducted using a sample of students from state universities in Bandar Lampung only. Similar research can be done by expanding the sample and further developing the variables in this study.

Pengaruh Peluang Usaha dan Efikasi Diri terhadap Niat Berwirausaha pada Mahasiswa: Studi pada Mahasiswa PTN di Bandar Lampung

Mar'atus Sholekah¹, Keumala Hayati^{2*}

Universitas Lampung

Corresponding Author: Keumala Hayati keumala.hayati@feb.unila.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Peluang Usaha, Efikasi Diri, Niat Berwirausaha

Received : 09, Maret

Revised : 11, April

Accepted: 13, Mei

©2025 Sholekah, Hayati: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah peluang usaha dan efikasi diri dapat mempengaruhi niat berwirausaha pada mahasiswa PTN di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan google form, data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat analisis regresi linier berganda menggunakan IBM SPSS versi 25. Responden penelitian mahasiswa PTN di bandar lampung. Hasil dari penelitian ini mendukung hipotesis yang digunakan yaitu peluang usaha dan efikasi diri berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel mahasiswa dari PTN di Bandar Lampung saja. Penelitian serupa dapat dilakukan dengan memperluas sampel dan lebih mengembangkan variabel-variabel dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan kemajuan teknologi yang pesat, kewirausahaan telah muncul sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Ninawati et al., 2024; Mulyani & Asnawi, 2022). Mahasiswa, terutama yang berada di perguruan tinggi negeri, memiliki potensi yang signifikan untuk menjadi wirausahawan yang inovatif. Namun, niat kewirausahaan mereka sering kali dibentuk oleh berbagai faktor, termasuk ketersediaan peluang bisnis di lingkungan mereka dan tingkat efikasi diri mereka. Peluang bisnis, jika diidentifikasi dengan baik, dapat meningkatkan motivasi mahasiswa untuk memulai bisnis, sementara efikasi diri yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menghadapi tantangan kewirausahaan (Ajzen, 1991; Krueger & Dickson, 2007).

Peluang bisnis mengacu pada ide bisnis yang berpotensi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Mariotti et al., 2017). Peluang ini dapat berasal dari inspirasi, ide, atau keuntungan situasional yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan pribadi dan komersial (Hatammimi & Nurafifah, 2023). Peluang ini merupakan perpaduan antara pemikiran dan tindakan yang bertujuan untuk mengembangkan ide bisnis berdasarkan kondisi pasar (Bygrave & Zacharakis, 2011).

Menurut laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2023/2024, Indonesia memiliki potensi kewirausahaan yang cukup besar, terutama di sektor-sektor yang sedang berkembang seperti teknologi informasi, e-commerce, dan bisnis yang berkelanjutan, yang diakselerasi oleh digitalisasi pascapandemi (Hill, 1999). Namun demikian, banyak anak muda yang ragu untuk berwirausaha karena kekhawatiran akan keterbatasan modal, infrastruktur bisnis, dan jaringan (Maryati & Masriani, 2019).

Ketakutan akan kegagalan masih menjadi penghalang psikologis yang menghalangi anak muda untuk memulai bisnis. Namun, mengidentifikasi peluang bisnis yang layak adalah langkah pertama yang penting dalam proses kewirausahaan, yang bertindak sebagai penyaring sebelum sebuah ide diubah menjadi usaha yang layak (Okudan & Rzasa, 2006). Individu yang unggul dalam mengenali peluang bisnis lebih mungkin untuk memulai kegiatan kewirausahaan dan memiliki niat kewirausahaan yang lebih kuat (Boyd & Vozikis, 1994; Krueger & Carsrud, 1993; Dahalan et al., 2015; Hassan et al., 2020). Faktor-faktor seperti pengalaman wirausaha sebelumnya, pendidikan, dan kreativitas secara signifikan memengaruhi kemampuan seseorang untuk mengidentifikasi peluang tersebut (Kang & Yang, 2016).

Kewirausahaan menuntut kreativitas, ketekunan, dan kesiapan psikologis (Newman et al., 2019). Data dari GEM dan studi lintas negara secara konsisten menunjukkan bahwa rasa takut gagal merupakan salah satu hambatan psikologis utama dalam berwirausaha (Bosma et al., 2010). Efikasi diri kewirausahaan-keyakinan individu terhadap kapasitas mereka untuk melaksanakan tugas-tugas kewirausahaan-telah diidentifikasi sebagai penentu utama niat kewirausahaan (Barakat et al., 2014; Schmutzler et al., 2019; Zhao et al., 2005; Şahin et al., 2019). Hal ini lebih berkaitan dengan keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka daripada keterampilan teknis (Alwisol, 2019), dan

memiliki dampak positif yang signifikan terhadap perilaku dan kesuksesan wirausaha (McGee & Peterson, 2019; Memon et al., 2019).

Terlepas dari banyaknya literatur tentang intensi kewirausahaan (Alammari et al., 2019), sebagian besar penelitian berfokus pada sifat-sifat pribadi dan terkonsentrasi di negara-negara maju, dengan perhatian terbatas pada negara-negara berkembang (Sharahiley, 2020; Al-Mamary et al., 2020; Bakar et al., 2022). Mempertimbangkan posisi ekonomi Bandar Lampung yang strategis dan tingkat pengangguran yang relatif tinggi di kalangan lulusan (BPS, 2023), penelitian ini menyelidiki bagaimana peluang bisnis dan efikasi diri memengaruhi niat berwirausaha di kalangan mahasiswa di perguruan tinggi negeri di kota tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menawarkan strategi berbasis bukti untuk mendorong kewirausahaan mahasiswa sebagai jalan untuk mengurangi pengangguran lulusan dan mendorong pembangunan ekonomi lokal (Ng et al., 2021; Diana Wangania et al., 2024). Penelitian ini berusaha untuk menyelidiki pengaruh peluang bisnis dan efikasi diri kewirausahaan terhadap niat kewirausahaan mahasiswa di universitas negeri di Bandar Lampung. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana persepsi peluang bisnis dan kepercayaan diri individu terhadap kemampuan berwirausaha berkontribusi dalam membentuk keinginan mahasiswa untuk berwirausaha. Temuan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang perilaku kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan menjadi referensi yang berharga untuk penelitian masa depan tentang niat kewirausahaan di lingkungan pendidikan tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Peluang Usaha Berpengaruh terhadap Niat Berwirausaha

Berbagai sumber informasi mendukung wirausahawan dalam mengidentifikasi peluang (Krueger & Dickson, 2007). Mengidentifikasi peluang bisnis merupakan salah satu proses kunci dalam kewirausahaan karena pengenalan peluang berfungsi sebagai penyelamat saat memilih ide sebelum diubah menjadi konsep bisnis, serta mengadopsi dan memanfaatkan semua keterampilan yang ada (Okudan & Rzasa, 2006), sehingga berpotensi meningkatkan keuntungan seseorang, pengelolaan sikap dan perilaku terkait kewirausahaan. Sebuah landasan diletakkan untuk penciptaan sebuah usaha bisnis baru melalui pengakuan terhadap peluang bisnis yang menjanjikan (Boyd & Vozikis, 1994; Krueger & Carsrud, 1993), yang menunjukkan bahwa individu yang lebih mahir dalam mengenali peluang bisnis yang berpotensi memiliki kemungkinan lebih besar untuk memulai usaha mereka sendiri dan cenderung lebih kuat dalam kewirausahaan.

Mahasiswa dengan tingkat pengenalan peluang yang lebih tinggi cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk memulai usaha (Dahalan et al., 2015; Hassan et al., 2020). Pengenalan peluang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti pengetahuan, pengalaman, dan kreativitas. Mahasiswa yang memiliki pengalaman sebelumnya dalam kewirausahaan atau telah mengikuti kursus kewirausahaan lebih mungkin untuk mengidentifikasi peluang bisnis. Selain itu, mahasiswa yang kreatif dan memiliki tingkat inovasi yang tinggi cenderung lebih efektif dalam mengenali peluang bisnis (Dahalan et al., 2015.; Hassan et al., 2020; Kang & Yang, 2016). Penelitian oleh Ng et al., (2021) juga menyatakan bahwa peluang kewirausahaan berhubungan positif dengan niat kewirausahaan. Selain itu, Ahmad et al, (2022) mengatakan bahwa evaluasi dan penyempurnaan ide-ide yang sudah ada dapat menjadi dasar terbentuknya wirausaha yang nantinya akan diwujudkan dengan mengembangkan usaha baru. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, maka menghasilkan hipotesis pertama pada penelitian ini yakni:

H1: Peluang usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa PTN di Bandar Lampung.

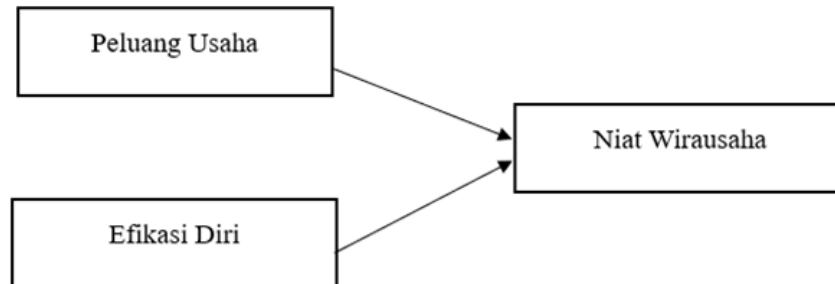
Efikasi Diri Berpengaruh terhadap Niat Berwirausaha

Berdasarkan penelitian di bidang kewirausahaan, efikasi diri kewirausahaan menunjukkan sejauh mana seseorang yakin akan keterampilan dan kemampuannya untuk berhasil menyelesaikan tugas-tugas yang diperlukan dalam memulai usaha baru (McGee et al., 2009; Zhao et al., 2005). Efikasi diri wirausaha memiliki hubungan positif dengan keberhasilan dalam kewirausahaan (McGee & Peterson, 2019). Tingkat efikasi diri kewirausahaan yang tinggi mencerminkan kesiapan dan kemampuan individu untuk menghadapi tantangan selama proses pengembangan bisnis baru dan untuk mencapai tujuannya (Memon et al., 2019). Efikasi diri adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan individu dalam mencapai tujuan tertentu (Bandura., 1997: 31). Penelitian yang dilakukan oleh Fesharaki (2019) menyatakan bahwa efikasi diri berhubungan positif dengan keinginan untuk mendirikan usaha. Temuan oleh Elnadi dan Geith, (2021) juga mengatakan bahwa persepsi siswa terhadap wirausaha ekosistem saraf mempengaruhi niat berwirausaha melalui entre efikasi diri. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, maka menghasilkan hipotesis kedua pada penelitian ini yakni:

H2: Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa PTN di Bandar Lampung.

Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Uma Sekaran). Kerangka berpikir menjelaskan pola hubungan antara variabel yang ingin diteliti yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan dependen (Y). Kerangka penelitian ini ditunjukkan oleh gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODOLOGI

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), populasi mengacu pada sekumpulan individu, kejadian, atau entitas yang lengkap yang diminati oleh peneliti. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari mahasiswa yang terdaftar di perguruan tinggi negeri di Bandar Lampung, termasuk Universitas Lampung, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Institut Teknologi Sumatera, Politeknik Negeri Lampung, dan Poltekkes Tanjung Karang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, di mana data dikumpulkan dari individu yang bersedia dan mudah diakses (Sekaran & Bougie, 2016). Berdasarkan Hair dkk. (2014), jumlah sampel minimum yang direkomendasikan adalah lima hingga sepuluh kali jumlah indikator. Meskipun salah satu dari 17 indikator yang digunakan dalam penelitian ini dikeluarkan karena tidak valid selama analisis data, peneliti mempertahankan jumlah sampel sebanyak 170 untuk memastikan kelengkapan data dan meningkatkan ketahanan temuan.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan secara langsung untuk dianalisis lebih lanjut guna menjawab masalah penelitian yang spesifik (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang didistribusikan melalui Google Forms, dengan menggunakan skala Likert yang dikembangkan oleh Sekaran dan Bougie (2016), dengan lima pilihan jawaban mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (1) hingga “Sangat Setuju” (5). Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber yang ada, termasuk artikel ilmiah, jurnal, buku, dan konten online. Pengumpulan data dilakukan selama tiga minggu, dari tanggal 6 Februari hingga 27 Februari 2025, untuk memastikan perolehan data yang komprehensif.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Dalam penelitian, variabel didefinisikan sebagai karakteristik yang dapat diukur yang dapat menunjukkan perubahan dari waktu ke waktu dalam satu subjek atau di antara subjek yang berbeda pada saat tertentu (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel: variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen adalah faktor-faktor yang diduga mempengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel dependen, baik secara positif maupun negatif, yang mengindikasikan hubungan dimana perubahan dalam variabel dependen diatribusikan pada kehadiran atau variasi variabel independen (Sekaran & Bougie, 2016). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari peluang usaha (X1) dan efikasi diri berwirausaha (X2), sedangkan variabel dependennya adalah intensi berwirausaha (Y).

Definisi operasional memberikan kerangka kerja untuk menerjemahkan konsep-konsep abstrak ke dalam elemen-elemen yang dapat diukur. Peluang bisnis didefinisikan sebagai serangkaian kondisi yang menguntungkan yang menciptakan permintaan untuk produk, layanan, atau usaha baru (Barringer & Ireland, 2009). Indikator untuk variabel ini mencakup identifikasi dan eksploitasi peluang (Kuckertz et al., 2017). Efikasi diri wirausaha mengacu pada keyakinan individu terhadap kapasitas mereka untuk berhasil dalam tugas-tugas kewirausahaan (McGee et al., 2009), yang diukur melalui indikator-indikator yang terkait dengan ketahanan pribadi dan kompetensi yang dirasakan (Wang et al., 2013). Intensi kewirausahaan adalah rencana sadar individu untuk memulai aktivitas kewirausahaan (Liñán & Chen, 2009), yang dinilai melalui tujuan kewirausahaan yang berorientasi pada masa depan. Semua variabel diukur dengan menggunakan skala Likert.

Analisis Data

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, teknik ini digunakan untuk menilai sejauh mana peluang bisnis dan efikasi diri wirausaha berdampak pada niat kewirausahaan mahasiswa. Analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, yang memfasilitasi pemrosesan data yang akurat dan efisien.

Untuk menguji hipotesis, uji-t dilakukan untuk mengevaluasi signifikansi parsial dari setiap variabel independen. Uji ini menentukan apakah prediktor individual memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Sebuah variabel dianggap memiliki pengaruh yang signifikan jika nilai p-value (tingkat signifikansi) kurang dari 0,05. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut: jika nilai t hitung melebihi nilai t tabel kritis, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Sebaliknya, jika nilai t hitung lebih rendah dari nilai t tabel kritis, maka hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak (Sekaran & Bougie, 2016). Pendekatan ini memastikan bahwa analisis menangkap kontribusi sebenarnya dari setiap variabel dalam model yang diusulkan.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini disajikan untuk menggambarkan profil demografi partisipan yang terdiri dari mahasiswa dari perguruan tinggi negeri (PTN) di Bandar Lampung. Berdasarkan distribusi jenis kelamin, 59% dari 170 responden teridentifikasi sebagai perempuan, sedangkan 41% adalah laki-laki. Dari segi usia, mayoritas peserta berusia 21 tahun, yaitu 30% dari sampel. Kelompok usia lainnya termasuk 20 tahun (20%), 22 tahun (22%), 19 tahun (17%), dan 18 tahun (5%), sementara frekuensi terendah ditemukan pada kelompok usia 17, 24, dan 25 tahun, masing-masing kurang dari 1% dari total. Mengenai afiliasi universitas, jumlah responden tertinggi berasal dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (25%), diikuti oleh Universitas Lampung dan Institut Teknologi Sumatera (masing-masing 23%), Politeknik Negeri Lampung (21%), dan Poltekkes Tanjung Karang (8%). Selain itu, hanya 19% responden yang menyatakan telah memiliki usaha, sedangkan mayoritas (81%) menyatakan bahwa mereka belum memulai usaha sendiri.

Tanggapan Responden

Persepsi responden mengenai tiga variabel utama penelitian-peluang wirausaha (X1), efikasi diri (X2), dan intensi berwirausaha (Y)-dirangkum dalam nilai rata-rata masing-masing. Untuk variabel peluang kewirausahaan (X1), item yang paling banyak mendapat tanggapan positif adalah kecenderungan responden untuk mencari ide-ide baru untuk produk atau jasa (mean = 4,22), sementara yang paling sedikit mendapat dukungan adalah keterlibatan mereka dalam membentuk tim kewirausahaan (mean = 3,51). Skor rata-rata keseluruhan sebesar 3,83 mencerminkan kecenderungan yang secara umum kuat untuk mengenali dan mengejar peluang bisnis. Mengenai efikasi diri (X2), pernyataan dengan tanggapan tertinggi menunjukkan kepercayaan diri responden dalam menangani situasi kehidupan (rata-rata = 4,00), sedangkan item dengan nilai terendah berkaitan dengan perasaan sukses (rata-rata = 2,95). Skor rata-rata 3,67 menunjukkan tingkat kepercayaan diri yang moderat di antara para responden. Untuk intensi kewirausahaan (Y), kesepakatan terkuat terlihat pada intensi untuk memulai bisnis (rata-rata = 4,10), yang mengindikasikan tingkat motivasi kewirausahaan yang relatif tinggi, dengan rata-rata keseluruhan 3,94.

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis

Tabel 1 menyajikan hasil analisis regresi linier berganda mengenai variabel peluang berwirausaha, efikasi diri, dan intensi berwirausaha. Koefisien regresi untuk variabel peluang berwirausaha sebesar 0,541 menunjukkan hubungan positif antara ketersediaan peluang berwirausaha dengan intensi berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa ketika peluang kewirausahaan mendukung, niat untuk memulai bisnis di kalangan mahasiswa juga meningkat, sedangkan peluang yang buruk berhubungan dengan niat kewirausahaan yang lebih lemah.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji-t menunjukkan nilai t hitung sebesar 8,270, yang melebihi nilai t kritis 1,974, dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menegaskan bahwa peluang berwirausaha secara signifikan dan positif mempengaruhi intensi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi negeri di Bandar Lampung, sehingga mendukung hipotesis pertama.

Demikian pula, koefisien regresi untuk efikasi diri adalah 0,214, menunjukkan bahwa efikasi diri yang lebih tinggi secara positif mempengaruhi niat kewirausahaan. Hasil uji-t untuk variabel ini menunjukkan nilai t sebesar 3,263 yang lebih besar dari 1,974 dan tingkat signifikansi 0,001 ($p < 0,05$), semakin menegaskan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap intensi berwirausaha, sehingga mendukung hipotesis kedua.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	2.028	0.852		2.380
Peluang Wirausaha	0.216	0.026	0.541	8.270
Efikasi diri	0.161	0.049	0.214	3.263

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS (2025)

Pengaruh Peluang Usaha terhadap Niat Berwirausaha

Peluang usaha merupakan variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan niat berwirausaha merupakan variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa peluang berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Bandar Lampung, sehingga mendukung hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini. Hubungan positif antara peluang berwirausaha dan niat berwirausaha menunjukkan bahwa ketersediaan peluang tersebut mendorong niat untuk berwirausaha. Khususnya, pernyataan dengan nilai rata-rata tertinggi untuk peluang kewirausahaan adalah "Saya mencari ide-ide baru tentang produk atau layanan," menyoroti faktor kunci yang mendorong niat kewirausahaan mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan Hassan dkk. (2020), yang juga menyimpulkan bahwa peluang kewirausahaan secara positif mempengaruhi niat kewirausahaan. Demikian pula, Ng dkk. (2021) menekankan bahwa kemajuan teknologi, globalisasi, dan perubahan demografis memberikan peluang yang mendorong niat kewirausahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa universitas harus fokus pada pengembangan peluang kewirausahaan untuk mendorong lulusannya beralih dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja, yang merupakan faktor penting untuk mengatasi pengangguran. Tidak seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan di India dan Arab Saudi, penelitian ini dilakukan di Indonesia, yang menyoroti variasi regional.

Pengaruh Efikasi Diri terhadap Niat Berwirausaha

Efikasi diri berfungsi sebagai variabel independen kedua dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara efikasi diri terhadap intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa di perguruan tinggi negeri di Bandar Lampung, sehingga mendukung hipotesis kedua. Temuan ini sejalan dengan teori efikasi diri kewirausahaan, yang menekankan pentingnya keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk menghadapi tantangan dan mengambil inisiatif. Mahasiswa dengan efikasi diri yang tinggi cenderung merasa lebih percaya diri dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk memulai bisnis. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata tertinggi responden untuk pernyataan "Saya dapat menangani situasi yang saya hadapi dalam hidup," yang menunjukkan bahwa efikasi diri mendorong niat berwirausaha.

Hasil penelitian ini konsisten dengan Zhao dkk. (2005), yang menemukan bahwa efikasi diri berkorelasi positif dengan intensi berwirausaha. Penelitian mereka menunjukkan bahwa individu dengan efikasi diri yang tinggi lebih mungkin untuk mengejar kewirausahaan. Demikian pula, McGee dkk. (2009) mengkonfirmasi pengaruh positif dari efikasi diri terhadap intensi kewirausahaan. Perbedaan utama dari penelitian ini terletak pada konteks geografisnya, karena penelitian sebelumnya dilakukan di Amerika Serikat, sedangkan penelitian ini dilakukan di Indonesia.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Temuan penelitian ini menyoroti bahwa peluang bisnis dan efikasi diri memiliki dampak yang signifikan dan positif terhadap niat kewirausahaan mahasiswa di universitas negeri di Bandar Lampung. Ketersediaan peluang bisnis meningkatkan niat mahasiswa untuk berwirausaha, menunjukkan bahwa semakin banyak peluang yang dirasakan mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka untuk mengembangkan aspirasi kewirausahaan. Selain itu, efikasi diri memainkan peran penting, karena siswa dengan kepercayaan diri yang lebih tinggi pada kemampuan mereka lebih cenderung mempertimbangkan kewirausahaan sebagai jalur karir yang layak. Hal ini menekankan pentingnya menumbuhkan kesadaran akan peluang dan keyakinan yang kuat akan kemampuan diri sendiri untuk mendorong niat berwirausaha.

Berdasarkan hasil ini, disarankan agar universitas meningkatkan paparan praktis mahasiswa terhadap kegiatan kewirausahaan. Menciptakan platform untuk membangun jaringan dan pembentukan tim di sekitar ide bisnis dapat menstimulasi pengalaman praktis yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan pola pikir kewirausahaan mahasiswa. Selain itu, inisiatif yang berfokus pada pengembangan pribadi, seperti lokakarya yang mempromosikan pola pikir pertumbuhan dan pemikiran yang berorientasi pada kesuksesan, dapat semakin memperkuat efikasi diri mahasiswa. Mengintegrasikan pendidikan kewirausahaan ke dalam kurikulum melalui proyek-proyek praktik dan simulasi juga akan mendorong mahasiswa untuk melihat kewirausahaan sebagai tujuan karir yang serius, yang pada akhirnya akan menumbuhkan budaya kewirausahaan yang lebih kuat di dalam komunitas universitas.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini terbatas pada mahasiswa PTN di Bandar Lampung dan hanya menggunakan dua variabel bebas dalam meneliti niat berwirausaha. Disarankan kepada peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa dapat memperluas sampel penelitian dan mengkaji lebih banyak sumber mengenai variabel-variabel yang ada dari penelitian ini dengan lebih baik dan lebih lengkap lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Bagian ini memberi Anda kesempatan untuk menyampaikan terima kasih kepada rekan-rekan Anda yang memberikan saran untuk makalah Anda. Anda juga dapat menyampaikan penghargaan Anda atas bantuan keuangan yang Anda terima, dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Alammari, K., Newbery, R., Haddoud, M. Y., & Beaumont, E. (2019). Post-materialistic values and entrepreneurial intention – the case of Saudi Arabia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(1), 158–179. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2017-0386>.
- Al-Mamary, Y. H. S., Abdulrab, M., Alwaheeb, M. A., & Alshammari, N. G. M. (2020). Factors impacting entrepreneurial intentions among university students in Saudi Arabia: testing an integrated model of TPB and EO. *Education and Training*, 62(7–8), 779–803. <https://doi.org/10.1108/ET-04-2020-0096>.
- Alwisol. (2019). *Psikologi Kepribadian Edisi Revisi*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., & Thoudam, P. (2021). Traits and entrepreneurial intention: Testing the mediating role of entrepreneurial attitude and self-efficacy. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 13(1), 40–60. <https://doi.org/10.1504/JIBED.2021.112276>.
- Barakat, S., Boddington, M., & Vyakarnam, S. (2014). Measuring entrepreneurial self-efficacy to understand the impact of creative activities for learning innovation. *International Journal of Management Education*, 12(3), 456–468. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.007>.
- Bosma, N., Levie, J., Justo, R., Lepoutre, J., & Terjesen, S. (2010). *With contributions from William D.*
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). *Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions (Vol. 1)*.
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2011). *Entrepreneurship Second Edition*.

- Dahalan, N., Jaafar, M., Asma', S., & Rosdi, M. (2015). Attitude And Entrepreneurial Intention Among Rural Community: The Mediating Role of Entrepreneurial Opportunity Recognition. *SHS Web of Conferences*, 18, 01005. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20151801005>.
- Diana Wangania, Christian Tarandung, Avent Patiro, Nathacia Rembet, Tonny Wangania, Only Tumiwa, Eva Lutia, Delvin Mamuko, Revally Nusa, & Horvan Katulung. (2024). Menciptakan Peluang Bisnis Berdasarkan Kreativitas Mahasiswa Universitas Teknologi Sulawesi Utara. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(3), 01–08. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i3.849>.
- Hair Jr; Mary Celsi; Arthur Money; Phillip Samouel; Michael Page. (2014). *Essentials of Business Research Methods*. www.routledge.com/cw/hair.
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7–8), 843–861. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>.
- Hatammimi, J., & Nurafifah, F. Z. (2023). Mengukur Pengenalan Peluang Berwirausaha Sebagai Dampak Pendidikan Kewirausahaan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 506–523. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.294>.
- Hill Stephen, I.-S. A. C. A. G. M. M. E. B. F. Z. P. S. S. S. J. (1999). *GEM 2023/2024 Global Report*. <http://www.witchwoodhouse.com>.
- Kang, J.-H., & Yang, D.-W. (2016). A Study on Effect of the University Student's Entrepreneurship on Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Intention: Focusing on Mediating Effect of Opportunity Recognition. *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 17(1), 493–507. <https://doi.org/10.5762/kais.2016.17.1.493>.
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>.
- Krueger, N., & Dickson, P. R. (1994). How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Perceived Self-Efficacy and Opportunity Recognition. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1994.tb00810.x>.
- 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>.

- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions.
- Mariotti, Steve., Towle, Tony., & Delgatto, Jason. (2017). *Entrepreneurship: Owning Your Future*. Prentice Hall.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). *Peluang Bisnis Di Era Digital Bagi Generasi Muda Dalam Berwirausaha: Strategi Memperkuat Perekonomian* (Vol. 4).
- McGee, J. E., & Peterson, M. (2019). The Long-Term Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Orientation on Venture Performance. *Journal of Small Business Management*, 57(3), 720–737. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12324>.
- Mcgee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(4), 965–988. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>.
- Memon, M., Soomro, B. A., & Shah, N. (2019). Enablers of entrepreneurial self-efficacy in a developing country. *Education and Training*, 61(6), 684–699. <https://doi.org/10.1108/ET-10-2018-0226>.
- Mulyani, S., & Asnawi, N. (2022). Peran Strategis Kewirausahaan dalam Pembangunan (Tinjauan Pendekatan Ekonomi Islam). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2958. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6776>.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. In *Journal of Vocational Behavior* (Vol. 110, pp. 403–419). Academic Press Inc. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>.
- Ng, H. S., Hung Kee, D. M., & Khan, M. J. (2021). Effects of personality, education and opportunities on entrepreneurial intentions. *Education and Training*, 63(7–8), 992–1014. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2019-0040>.
- Ninawati Ninawati, Veronika Tiara, Fransiska Liska, & Yusawinur Barella. (2024). Pemahaman Mendalam tentang Kewirausahaan: Manfaat yang Diperoleh, Fungsi yang Dimainkan, dan Peran dalam Perubahan Sosial dan Ekonomi. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(2), 218–222. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i2.920>.
- Okudan, G. E., & Rzasa, S. E. (2006). A project-based approach to entrepreneurial leadership education. *Technovation*, 26(2), 195–210. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2004.10.012>.
- Şahin, F., Karadağ, H., & Tuncer, B. (2019). Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention: A configurational approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 25(6), 1188–1211. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2018-0466>.

- Schmutzler, J., Andonova, V., & Diaz-Serrano, L. (2019). How Context Shapes Entrepreneurial Self-Efficacy as a Driver of Entrepreneurial Intentions: A Multilevel Approach. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(5), 880–920. <https://doi.org/10.1177/1042258717753142>.
- Sekaran and Bougie. (2016). Research methods for business: a skill-building approach / Uma Sekaran and Roger Bougie. <https://doi.org/http://lcn.loc.gov/2015051045>.
- Sharahiley, S. M. (2020). Examining Entrepreneurial Intention of the Saudi Arabia's University Students: Analyzing Alternative Integrated Research Model of TPB and EEM. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 21(1), 67–84. <https://doi.org/10.1007/s40171-019-00231-8>.
- Wang, Y. L., Ellinger, A. D., & Wu, Y. C. J. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: An empirical study of R&D personnel. *Management Decision*, 51(2), 248–266. <https://doi.org/10.1108/00251741311301803>.
- Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>.