



Contents lists available at [Journal IICET](https://journal.iicet.org)

JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)

ISSN: 2502-079X (Print) ISSN: [2503-1619](https://doi.org/10.29210/30033801000) (Electronic)

Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti>



Pengaruh sikap terhadap niat dengan keyakinan entrepreneur sebagai mediasi

Muhammad Aldiansyah^{*)}, Asmar Yulastri, Ganefri Ganefri, Ambiyar Ambiyar, Fadhilah Fadhilah
Universitas Negeri Padang, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Feb 28th, 2024

Revised Mar 25th, 2024

Accepted Apr 17th, 2024

Keyword:

Sikap

Niat

Keyakinan entrepreneur

ABSTRACT

Keadaan seseorang untuk menjadi memiliki *Entrepreneurship*, dapat ditentukan dengan sikap, niat dan keyakinan *Entrepreneur*. Dalam melaksanakan keinginan yang telah disusun pada dasarnya selalu bertujuan untuk mencapai Keyakinan *Entrepreneur*. Niat sangat mempengaruhi tindakan, dimana pikiran seseorang akan mengarahkan tindakan seperti apa yang akan dilakukan bisa atau tidaknya tindakan tersebut dilakukan serta kapan dan bagaimana tindakan itu akan terjadi, melalui berbagai pertimbangan serta rasa ingin melakukan tindakan tersebut. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap niat dengan keyakinan entrepreneur sebagai mediasi. Variabel independen pada penelitian ini sikap, sedangkan niat dijadikan sebagai variabel dependen, dan keyakinan entrepreneur sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan sampling jenuh dimana menjadikan seluruh populasi sebagai sampel yang didapat sebanyak 142 responden. Dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang dianalisa memakai analisis SEM-PLS, dimana hasil yang diperoleh yaitu sikap berpengaruh signifikan dan positif terhadap niat. Keyakinan entrepreneur dapat memediasi sikap terhadap niat.



© 2024 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Corresponding Author:

Muhammad Aldiansyah,

Universitas Negeri Padang

Email: m.aladiansyah@unp.ac.id

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia dengan jumlah 275.773 juta jiwa, pada Desember 2022 (Badan Pusat Statistik, 2022). Jumlah penduduk yang besar merupakan salah satu keuntungan jika ditinjau dari segi pasar yang besar untuk menopang perkembangan industri di dalam negeri dan merupakan kekuatan yang besar jika sumber daya manusia yang ada dikembangkan secara tepat (Rifkhan, 2017). Disisi lain dengan jumlah penduduk yang besar menyebabkan pemerintah dihadapkan dengan berbagai permasalahan sosial seperti menyediakan sarana pendidikan, pangan dan sandang, serta lapangan pekerjaan yang besar.

Peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya berdampak pada bertambahnya angkatan kerja, baik yang berpendidikan maupun yang tidak berpendidikan. Kondisi ini masih belum diimbangi dengan pemenuhan kesempatan kerja, mengingat kecenderungan angkatan kerja sebagai pencari kerja, bukan sebagai pencipta lapangan kerja (Indriyatni, Wahyuningsih, & Purwanto 2015). Dalam dunia ketenagakerjaan masalah utama yang dihadapi adalah tingginya tingkat pengangguran karena pertambahan jumlah tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan dengan ketersediaan lapangan kerja, sehingga banyak orang yang tidak mendapatkan kesempatan untuk bekerja, akibatnya jumlah pengangguran semakin besar yang berdampak pada kondisi perekonomian di Indonesia (Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia, 2021).

Tabel 1 <Penduduk Usia Kerja dari Angkatan Kerja, Agustus 2020-Agustus 2022>

Status Keadaan Ketenaga kerjaan	Agustus 2020	Agustus 2021	Agustus 2022	Perubahan Agt 2020– Agt 2021		Perubahan Agt 2021–Agt 2022	
	juta orang	juta orang	juta orang	juta orang	persen	juta orang	persen
Penduduk Usia Kerja (PUK)	203,97	206,71	209,42	2,74	1,34	2,71	1,31
Angkatan Kerja	138,22	140,15	143,72	1,93	1,40	3,57	2,55
- Bekerja	128,45	131,05	135,30	2,60	2,02	4,25	3,24
-Pengangguran	9,77	9,10	8,42	-0,67	-6,82	-0,68	-7,43
Bukan Angkatan Kerja	65,75	66,56	65,70	0,81	1,22	-0,86	-1,29

Sumber: Data Diolah 2023

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa penduduk usia kerja (PUK) merupakan semua orang yang berumur 15 tahun ke atas, sedangkan angkatan kerja adalah penduduk usia kerja (15 tahun dan lebih) yang bekerja, atau punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja dan pengangguran (BPS, 2022). Penduduk usia kerja pada Agustus 2022 sebanyak 209,42 juta orang kemudian naik sebanyak 2,71 juta orang dibandingkan Agustus 2021. Sebagian besar penduduk usia kerja merupakan angkatan kerja, yaitu 143,72 juta orang dan sisanya termasuk bukan angkatan kerja sebesar 65,70 juta orang. Komposisi angkatan kerja pada Agustus 2022 terdiri dari 135,30 juta orang penduduk yang bekerja dan 8,42 juta orang pengangguran. Apabila dibandingkan Agustus 2021, jumlah angkatan kerja meningkat sebanyak 3,57 juta orang. Penduduk bekerja naik sebanyak 4,25 juta orang sementara pengangguran turun sebanyak 0,68 juta orang.

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur tenaga kerja yang tidak terserap oleh pasar kerja menggambarkan kurang termanfaatkannya pasokan tenaga kerja. TPT hasil sakernas Agustus 2022 sebesar 5,86 persen. Hal ini berarti dari 100 orang angkatan kerja terdapat sekitar 6 orang penganggur. Pada Agustus 2022, TPT mengalami penurunan sebesar 0,63 persen poin dibandingkan dengan Agustus 2021 (Badan Pusat Statistik, 2022).

Lulusan perguruan tinggi diharapkan dapat menjadi agen perubahan bagi masyarakat sekitar. Namun data dari Badan Pusat Statistik diatas menunjukkan bahwa lulusan perguruan tinggi memberikan kontribusi terhadap angka pengangguran, sehingga dapat diartikan bahwa lulusan tersebut masih cenderung memilih menjadi tenaga kerja daripada membangun lapangan pekerjaan sendiri atau berwirausaha (Muliadi, Mirawati, & Prayogi 2021).

Menurut Andika & Madjid (2012) salah satu faktor yang mengakibatkan tingginya angka pengangguran di negara Indonesia adalah terlampau banyaknya tenaga kerja yang diarahkan ke sektor formal, sehingga ketika pekerjaan di sektor formal tidak tumbuh dan berkembang maka orang tidak berusaha untuk menciptakan pekerjaan sendiri di sektor swasta. Oleh karena itu, perlu adanya solusi konkret seperti mengembangkan pengetahuan dan keterampilan lulusan perguruan tinggi dalam hal berwirausaha agar memiliki kemandirian dalam membangun karir, mengurangi pengangguran dan berdampak positif bagi perekonomian bangsa (Listyawati 2017). Azwar (2013) mengemukakan bahwa menumbuhkan jiwa kewirausahaan para mahasiswa perguruan tinggi merupakan alternatif untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi entrepreneur muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri.

Sikap

Sikap adalah evaluasi individu secara positif atau negatif terhadap benda, orang, institusi, kejadian, perilaku atau minat tertentu. Berdasarkan teori ini, sikap individu terhadap suatu perilaku diperoleh dari keyakinan terhadap konsekuensi yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut, yang diistilahkan dengan behavioral beliefs (keyakinan terhadap perilaku) (Ajzen, 2005). Sikap merupakan suatu kecenderungan bertindak yang diperoleh dari hasil belajar dengan maksud yang konsisten, yang menunjukkan rasa suka atau tidak suka terhadap suatu objek (Schiffman, 2007). Sedangkan sikap menurut (Kotler & Keller, 2009) adalah evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari individu terhadap suatu obyek yang relatif konsisten". Sikap menempatkan orang dalam kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau menjauhinya.

Attitude toward the behavior terhadap perilaku dan mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki hal yang disukai atau tidak disukai evaluasi atau penilaian dari perilaku yang bersangkutan (Ajzen, 1991). Hal ini ditentukan melalui penilaian dari keyakinan seseorang mengenai konsekuensi yang timbul dari perilaku dan

evaluasi dari keinginan konsekuensi-konsekuensi. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) dibentuk oleh: 1) *Behavioral belief* (keyakinan perilaku), yaitu keyakinan bahwa perilaku akan menghasilkan suatu keluaran atau keyakinan terhadap adanya konsekuensi karena melakukan perilaku tertentu; 2) *Outcomes evaluation/evaluation of the consequence* (evaluasi konsekuensi), yaitu evaluasi seseorang terhadap keluaran atau evaluasi terhadap konsekuensi dari keyakinan perilaku.

Pengukuran dari *Attitude toward the behavior*/sikap terhadap perilaku menggunakan indikator yang digunakan oleh (Latip et al., 2020), dimana indikator *Attitude toward the behavior*/sikap terhadap perilaku yaitu, berpikir *entrepreneur* itu penting, bermanfaat dan keputusan yang bijaksana.

Niat

Niat sangat mempengaruhi tindakan, dimana pikiran seseorang akan mengarahkan tindakan seperti apa yang akan dilakukan, bisa atau tidaknya tindakan tersebut dilakukan serta kapan dan bagaimana tindakan itu akan terjadi, melalui berbagai pertimbangan serta rasa ingin melakukan tindakan tersebut. Sesuai dengan *theory of plan behavior* (Ajzen, 1991) seseorang akan melakukan tindakan didasarkan pada intensi dari orang tersebut serta memiliki kontrol terhadap perilakunya. Berbagai tingkah laku pada dasarnya merupakan kontrol kesadaran dari pada individu itu sendiri, bahkan ada faktor dari luar kontrol individu tersebut yaitu adanya kesempatan dan ketersediaan sumber (Ajzen, 2005). Intensi bisa juga bisa diperuntukan untuk memperkirakan seberapa besarnya keinginan seorang individu untuk memperlihatkan perilaku yang akan di tampilkan dan usaha seperti apa yang dilakukan untuk menampilkan hal tersebut.

Keyakinan Entrepreneur

Keyakinan Entrepreneur merupakan bentuk komitmen pihak tertentu terhadap yang tindakan dalam upaya melakukan bersikap, hal tersebut didasarkan pada suatu keyakinan bahwa orang yang yakin tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik, sesuai dengan hal yang diharapkan (Adji dan Samuel, 2014). Keyakinan didefinisikan sebagai persepsi kepercayaan terhadap andalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan (Hasan, 2013). Sebagaimana (Morgan & Hunt, 1994) mengkonseptualisasikan ketika satu kelompok memiliki keyakinan bahwa partner pertukaran memiliki reliabilitas dan integritas. Keyakinan dilihat sebagai faktor dasar yang menentukan keberhasilan hubungan suatu perusahaan.

Metode

Menentukan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teori yang dikemukakan oleh kesimpulan (Sekaran & Bougie, 2016) dimana jumlah indikator dikalikan dengan lima, maka jumlah sampel pada penelitian ini 22 dikalikan 5 maka jumlah sampel pada penelitian ini minimal sebanyak 110 responden. Sedangkan metode penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini lebih fokus pada survey kuisisioner online (*questionnaire online survey*) berupa berkas google docs. berkas kuisisioner online langsung dikirimkan oleh peneliti kepada setiap responden melalui platform social media dan dapat diakses oleh responden melalui media internet.

Semua indikator dari variabel norma subjektif, sikap, niat dan keyakinan entrepreneur diukur menggunakan skala Likert. Setiap jawaban diberikan bobot yang berbeda, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan yang terdiri dari lima butir tingkat persetujuan dimulai dari hal yang bersifat negatif hingga hal yang paling positif (Sekaran & Bougie, 2016). Terdapat lima jawaban yang dapat menilai *equity*, media tradisional dan media sosial.

Pengumpulan data untuk dipergunakan pada penelitian ini dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner, responden disesuaikan dengan kriteria yang yang diajukan dan kuesioner disebarkan kepada responden tersebut. Digunakan aplikasi Smart-PLS untuk mengolah perolehan data pada penelitian ini.

Pada aplikasi PLS-SEM atau CB-SEM dilakukan penilaian model pada pengukuran reflektif meliputi beberapa aspek dari konstruk model : realibilitas, konstruk, validitas konvergen, validitas diskriminan dan indikator loading (Hair et al., 2018). Pada PLS-SEM, penilaian outer loading diperiksa terlebih dahulu pembebanan indikatornya hingga memperlihatkan bahwa pada konstruksi menjelaskan lebih dari 50 persen varian indikator. Pada indikator ditunjukkan keunggulan item yang bisa diterima secara jelas, sebesar minimal 0,50. (Hair et al., 2018).

Convergent validity adalah metrik keseluruhan dari model pengukuran reflektif yang mengukur sejauh mana indikator konstruk konvergen, sehingga menjelaskan varians item. Hal ini sering di kenal dengan komunalitas,

penilaiannya dilakukan dengan mengevaluasi rata rata pada varian ekstraksi (AVE) pada semua indikator yang berhubungan secara konstruk tertentu. AVE merupakan rata-rata (mean) dari beban kuadrat dari semua indikator yang terkait dengan konstruksi tertentu. Aturan praktis untuk nilai AVE yang bisa diterima yaitu 0,50 atau lebih tinggi. Angka pada level ini atau lebih tinggi menunjukkan bahwa rata-rata konstruksi menjelaskan 50 persen atau lebih varians dari indikatornya (Hair et al., 2018).

Validitas diskriminannya adalah bentuk metrik yang dipergunakan untuk mengevaluasi sejauh mana suatu konstruksi akan berbeda dari konstruksi yang lainnya. Pada dasarnya Prinsip validitas diskriminan adalah untuk menilai seberapa unik indikator-indikator suatu konstruk merepresentasikan konstruk itu sendiri (varian bersama dalam konstruk itu) versus seberapa banyak konstruk itu berkorelasi dengan semua konstruk lain dalam model (varian bersama antar konstruk). Uji validitas diskriminan dilakukan untuk semua pasangan konstruksi reflektif dalam model. Menggunakan konsep AVE yang dibahas di atas, validitas diskriminan hadir ketika varian bersama dalam sebuah konstruksi (AVE) selalu melebihi varian bersama dengan semua konstruksi lainnya (Hair et al., 2018).

Construct reliability adalah penentuan keandalan konsistensi internal setiap konstruk. Meskipun cronbach's alpha adalah metode yang banyak digunakan untuk menilai keandalan, pada metode ini tidak membobotkan indikator individu dalam perhitungan. Keandalan komposit (composite reliability) mengatasi batasan ini karena bobot indikator individu berdasarkan bebannya dan oleh karena itu merupakan pendekatan keandalan yang disukai. Keandalan komposit (composite reliability) lebih disukai tetapi alpha cronbach dapat diterima. Keandalan minimum yang direkomendasikan adalah 0,70, kecuali untuk studi eksplorasi, di mana 0,60 dianggap sebagai minimum (Hair et al., 2018).

Variabel mediasi merupakan variable penghubung antara variabel independen dengan variabel dependen. Efek mediasi menunjukkan hubungan antara variabel independen dan dependen melalui variabel penghubung atau mediasi. Pengaruh variabel terhadap variabel dependen tidak secara langsung terjadi tetapi melalui proses transformasi yang diwakili oleh variabel mediasi (Baron & Kenny, 1986). Metode *variance accounted for* (VAF) yang dikembangkan oleh Preacher dan Hayes (2008) serta *bootstrapping* dalam distribusi pengaruh tidak langsung dipandang lebih sesuai karena tidak memerlukan asumsi apapun tentang distribusi variabel sehingga dapat diaplikasikan pada ukuran sampel kecil.

Langkah pertama dalam prosedur pengujian mediasi adalah pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen harus signifikan. Kedua, pengaruh tidak langsung harus signifikan, setiap jalur variabel independen terhadap variabel mediasi dan variabel mediasi terhadap variabel dependen harus signifikan untuk memenuhi kondisi ini. Pengaruh tidak langsung ini diperoleh dengan rumus pengaruh variabel bebas pada variabel mediasi dikalikan dengan variabel pengaruh mediasi pada variabel terikat (Hair et al., 2018). Jika pengaruh tidak langsung signifikan, maka hal ini menunjukkan variabel mediasi mampu mengurangi pengaruh langsung pada pengujian pertama. Ketiga, menghitung VAF dengan formula (Hair et al., 2018) sebagai berikut:

$$VAF = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Langsung} + \text{Pengaruh Tidak Langsung}}$$

Jika nilai VAF di atas 80%, maka menunjukkan peran variabel mediasi sebagai pemediasi penuh (mediasi penuh). Dapat dikategorikan sebagai pemediasi parsial apabila nilai VAF meningkat antara 20% sampai dengan 80%, namun jika nilai VAF kurang dari 20% dapat disimpulkan bahwa tidak ada efek mediasi.

Hasil dan Diskusi

Berikut karakteristik responden atau beberapa keterangan tentang responden, karakteristik responden dibagi menjadi empat karakteristik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel 2.

Dari tabel 2 terlihat bahwa responden dalam penelitian mayoritas didominasi oleh laki – laki sebanyak 95 responden atau sebesar 66,9% dan perempuan hanya 47 responden atau sebesar 33,1%. Jika dilihat berdasarkan usia dari responden mayoritas responden memiliki rentang usia 36 tahun – 45 tahun sebanyak 64 orang atau 45,1%, kemudian diikuti kelompok usia dengan rentang umur 26 tahun – 35 tahun sebanyak 52 orang atau 36,6%, kelompok rentang usia 20 – 25 tahun sebanyak 18 orang atau 12,7%, kelompok usia 46 – 60 tahun sebanyak 7 orang atau 4,9% , dan terakhir usia diatas 60 tahun sebanyak 1 orang atau 0,7 %.

Tabel 2 <Karakteristik Responden>

No	Karakteristik	Deskripsi	Frekuensi	Persen (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	95	66,9
		Perempuan	47	33,1
3	Usia	20 Tahun-25 Tahun	18	12,7
		26 Tahun- 35 Tahun	52	36,6
		36 Tahun-45 Tahun	64	45,1
		46 Tahun-60 Tahun	7	4,9
		Diatas 60 Tahun	1	0,7
		SMU/SMK	13	9,2
4	Pendidikan	D3	58	40,8
		S1	56	39,4
		S2	14	9,9
		S3	1	0,7
		Pelajar/Mahasiswa	15	10,6
		Pegawai Negeri (PNS)	7	4,9
5	Pekerjaan/Aktifitas	Pegawai BUMN	4	2,8
		Pegawai Swasta	83	58,5
		Wirausaha	21	14,8
		Ibu Rumah Tangga	7	4,9
		Lainya	5	3,5
		Dibawah Rp. 2.000.000,-	22	15,5
6	Penghasilan	Rp. 2.000.001 - Rp. 3.000.000,-	31	21,8
		Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000,-	12	8,5
		Rp. 4.000.001 - Rp. 5.000.000,-	62	43,7
		Diatas Rp. 5.000.000,-	15	10,6
		Total Responden	142	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Sedangkan dilihat dari latar belakang pendidikan terakhir dari responden mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir diploma (D3) sebanyak 58 orang atau 40,8% , sarjana (S1) sebanyak 56 orang atau 39,4%, pascasarjana (S2) sebanyak 14 orang atau 9,9 %, doktoral sebanyak 1 orang ,lulusan SMP sebanyak 1 orang, serta sisanya pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 13 orang atau 9,2 %. Kemudian karakteristik responden berdasarkan aktifitas dimana terlihat bahwa mayoritas aktifitas dari responden merupakan pegawai swasta sebanyak 83 orang atau 58,2%, sedangkan responden yang paling sedikit yaitu responden yang memiliki aktifitas sebagai pegawai BUMN sebanyak 4 orang atau 2,8%. Adapun mayoritas respondent memiliki pendapatan Rp. 4.000.001 – Rp. 5.000.000,- sedangkan responden yang paling sedikit merupakan responden yang memiliki pendapatan pada range Rp. 3.000.001 - Rp. 4.000.000,-, hal ini menunjukkan bahwa responden yang banyak yakin *entrepreneur* merupakan responden yang memiliki pendapatan sedang / kelas menengah.

Measurement Models/ Outer Model

Outer Loading

Pada aplikasi PLS-SEM atau CB-SEM dilakukan penilaian model pada pengukuran reflektif meliputi beberapa aspek dari konstruk model : realibilitas, konstruk, validitas konvergen, validitas diskriminan dan indikator loading (Hair et al., 2018). Pada PLS-SEM , penilaian outer loading diperiksa terlebih dahulu pembebanan indikatornya hingga memperlihatkan bahwa pada konstruksi menjelaskan lebih dari 50 persen varian indikator. Pada indikator ditunjukkan keunggulan item yang bisa diterima secara jelas, sebesar minimal 0,50. (Hair et al., 2018). Hasil dari pengolahan data dapat dilihat pada table 3:

Pada Tabel 3 memperlihatkan nilai outer loading pada indikator penelitian yang digunakan, terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai outer loading di atas 0,5, artinya seluruh indikator penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan pada pengujian selanjutnya. Selanjutnya pengujian convergent validity adalah metrik keseluruhan dari model pengukuran reflektif yang mengukur sejauh mana indikator konstruk konvergen, sehingga menjelaskan varians item. Hal ini sering di kenal dengan komunalitas, penilaiannya dilakukan dengan mengevaluasi rata rata pada varian ekstraksi (AVE) pada semua indikator yang berhubungan secara konstruk tertentu. AVE merupakan rata-rata (mean) dari beban kuadrat dari semua indikator yang

terkait dengan konstruksi tertentu. Aturan praktis untuk nilai AVE yang bisa diterima yaitu 0,50 atau lebih tinggi. Angka pada level ini atau lebih tinggi menunjukkan bahwa rata-rata konstruksi menjelaskan 50 persen atau lebih varians dari indikatornya (Hair et al., 2018).

Tabel 3 <Outer Loading>

Item	Outer Loading	Item	Outer Loading
GR1	0,906	MB1	0,772
GR2	0,799	MB2	0,844
GR3	0,774	MB3	0,851
GR4	0,831	MB4	0,882
GR5	0,776	MB5	0,836
GT1	0,820	S1	0,863
GT2	0,842	S2	0,877
Item	Outer Loading	Item	Outer Loading
GT3	0,826	S3	0,862
GT4	0,847	S4	0,846
GT5	0,843	S5	0,692
GT6	0,765	S6	0,836

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Hasil pengujian average variance extracted dilihat pada Tabel 4:

Tabel 4 <Average Variance Extracted (AVE)>

	Average Variance Extracted (AVE)
Sikap	0,692
Niat	0,702
Keyakinan Entrepreneur	0,680

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Dari Tabel 4.3 terlihat bahwa nilai average variance extracted (AVE) pada setiap variabel lebih besar dari 0,5, artinya seluruh indikator dapat menjelaskan variabel penelitian dan variabel telah memenuhi batas minimal yang disyaratkan.

Selanjutnya pengujian validitas diskriminan untuk menilai seberapa unik indikator-indikator suatu konstruk merepresentasikan konstruk itu sendiri (varian bersama dalam konstruk itu) versus seberapa banyak konstruk itu berkorelasi dengan semua konstruk lain dalam model (varian bersama antar konstruk). Uji validitas diskriminan dilakukan untuk semua pasangan konstruksi reflektif dalam model. Menggunakan konsep AVE yang dibahas di atas, validitas diskriminan hadir ketika varian bersama dalam sebuah konstruksi (AVE) selalu melebihi varian bersama dengan semua konstruksi lainnya (Hair et al., 2018). Hasil dari discriminant validity dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5 <Discriminant Validity>

	Sikap	Niat	Keyakinan Entrepreneur
Sikap	0,832		
Niat	0,788	0,838	
Keyakinan Entrepreneur	0,748	0,832	0,824

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Pada Tabel 5 terlihat nilai perbandingan dari nilai akar AVE memperlihatkan bahwa masing-masing dari nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel laten memiliki discriminant validity dan convergent validity yang baik.

Dan terakhir pengujian construct reliability untuk penentuan keandalan konsistensi internal setiap konstruk. Meskipun cronbach's alpha adalah metode yang banyak digunakan untuk menilai keandalan, pada metode ini tidak membobotkan indikator individu dalam perhitungan. Keandalan komposit (composite

reliability) mengatasi batasan ini karena bobot indikator individu berdasarkan bebannya dan oleh karena itu merupakan pendekatan keandalan yang disukai. Keandalan komposit (composite reliability) lebih disukai tetapi alpha cronbach dapat diterima. Keandalan minimum yang direkomendasikan adalah 0,70, kecuali untuk studi eksplorasi, di mana 0,60 dianggap sebagai minimum (Hair et al., 2018). Hasil dari pengujian reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6 <Uji Reliabilitas>

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Sikap	0,910	0,931
Niat	0,893	0,922
Keyakinan Entrepreneur	0,905	0,927

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas setelah diperoleh nilai cronbach' alpha dan composite reliability menunjukkan hasil akhir yang telah memenuhi syarat dimana nilai cronbach' alpha dan composite reliability seluruh variabel penelitian lebih dari 0,7, maka seluruh variabel telah dinyatakan handal atau reliable, dan dapat dilakukan pengujian ketahap selanjutnya.

Measurement Models

Pengujian measurement models koefisien determinasi merupakan ukuran in-sample daya prediksi, rentang nilai R² dari 0 sampai 1, dimana 0 menunjukkan tidak ada hubungan dan 1 menunjukkan hubungan yang sempurna. Semakin tinggi nilai R² semakin besar daya penjelas dari model struktural PLS, dan Oleh karena itu semakin baik prediksi konstruk endogen (Hair et al., 2018). Dimana nilai R-Square merupakan uji goodness-fit model. Adapun nilai R-Square pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 7 di bawah ini:

Tabel 7 <R-Square>

	R Square	R Square Adjusted
Niat	0,766	0,761
Keyakinan Entrepreneur	0,566	0,559

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Berdasarkan tabel 7 dapat menggambarkan bahwa variabel Niat dapat dijelaskan oleh Keyakinan Entrepreneur dan sikap sebesar 0,766 atau (76,6%), sedangkan selebihnya (23,4%) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Keyakinan Entrepreneur dapat dijelaskan oleh sikap sebesar 0,566 atau (56,6%), sedangkan selebihnya (43,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

Sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan bootstrap melibatkan penilaian pada ukuran dan signifikansi terhadap koefisien jalur, bootstrap tersebut merupakan prosedur yang dilakukan untuk mendapatkan signifikansi. Sama dengan halnya penilaian bobot pada indikator formatif proses bootstrap menggunakan kesalahan standar untuk bisa menghitung nilai t dan p untuk koefisien jalur. Bias dikoreksi dan percepatan interval kepercayaan juga diperiksa, dan koefisien jalur signifikan pada tingkat 0,05 (Hair et al., 2018). Untuk melihat signifikansi pengaruh keyakinan entrepreneur dan sikap terhadap niat adalah dengan melihat nilai koefisien parameter dan nilai signifikansi t-statistic dan P-value. Tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis ditujukan oleh nilai koefisien path atau inner model. Hasil dari dari koefisien path atau inner model dapat dilihat pada Tabel 8 berikut ini:

Tabel 8 <Path Coefficients>

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Sikap -> Niat	0,394	4,963	0,000
Sikap -> Keyakinan Entrepreneur	0,750	16,512	0,000
Keyakinan Entrepreneur -> Niat	0,532	6,951	0,000
Sikap -> Keyakinan Entrepreneur -> Niat	0,399	6,309	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2023

Pengujian koefisien path atau inner model dilakukan untuk menguji pengaruh hubungan langsung antara Keyakinan Entrepreneur dan sikap terhadap niat. Suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan dengan cara melihat nilai p-values dan T-Statistik, apabila nilai p-values yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 dan T-statistik lebih besar dari 1,98 maka suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan begitu juga sebaliknya.

Sedangkan untuk melihat arah (slot) dari variabel independent terhadap variabel dependent dapat dilihat dari nilai koefisien yang diperoleh.

Hasil pengujian koefisien path atau inner model pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8, dengan hasil dan keterangan sesuai dengan hipotesis yang diajukan sebagai berikut: 1) Sikap memiliki nilai koefisien 0,394, sedangkan jika dilihat dari nilai T-statistik sebesar 4,963 dan nilai *p-values* sebesar 0,000, dimana nilai koefisien yang diperoleh berslot positif, sedangkan nilai T-statistik lebih besar dari 1,98 dan nilai *p-value* yang lebih kecil dari 0,05, artinya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat, maka H_1 pada penelitian ini diterima; 2) Sikap memiliki nilai koefisien 0,750, sedangkan jika dilihat dari nilai T-statistik sebesar 16,512 dan nilai *p-values* sebesar 0,000, dimana nilai koefisien yang diperoleh berslot positif, sedangkan nilai T-statistik lebih besar dari 1,98 dan nilai *p-value* yang lebih kecil dari 0,05, artinya sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keyakinan Entrepreneur, maka H_2 pada penelitian ini diterima; 3) Keyakinan entrepreneur memiliki nilai koefisien 0,532, sedangkan jika dilihat dari nilai T-statistik sebesar 6,951 dan nilai *p-values* sebesar 0,000, dimana nilai koefisien yang diperoleh berslot positif, sedangkan nilai T-statistik lebih besar dari 1,98 dan nilai *p-value* yang lebih kecil dari 0,05, artinya keyakinan entrepreneur berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat, maka H_3 pada penelitian ini diterima; 4) Keyakinan entrepreneur sebagai variabel mediasi parsial antara sikap dan niat, maka H_4 diterima, dengan perhitungan nilai VAF sebagai berikut:

$$\text{VAF} = \frac{\text{Pengaruh Tidak Langsung}}{\text{Pengaruh Langsung} + \text{Pengaruh Tidak Langsung}}$$

$$\text{VAF} = \frac{0,399}{(0,394 + 0,399)}$$

$$\text{VAF} = \frac{0,399}{0,793}$$

$$\text{VAF} = 0,503 \text{ atau } 50,3\% \text{ (Parsial Mediasi)}$$

Keyakinan entrepreneur dinyatakan sebagai variabel mediasi parsial karena memiliki nilai VAF sebesar 50,3%, dimana nilai tersebut berada diantara 20% hingga 80%.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pada keputusan berwirausaha; 2) Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keyakinan entrepreneur pada keputusan berwirausaha; 3) Keyakinan entrepreneur berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pada keputusan berwirausaha 4) Keyakinan entrepreneur berperan sebagai mediasi parsial antara sikap dan niat p pada keputusan berwirausaha.

Referensi

- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personallity and Behavior. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing* (Vol. 3, p. 117). open university press.
- Azwar, Budi. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention). Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Islam Negeri SUSKA Riau." *Jurnal Menara* 12(1): 12–22.
- Badan Pusat Statistik. 2020. "Catalog : 1101001." *Statistik Indonesia 2020* 1101001: 790. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>.
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis* (Eighth). Annabel Ainscow.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Indriyatni, Lies, Panca Wahyuningsih, and Agus Budi Purwanto. 2015. "Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan Untuk Perempuan Pengangguran Di Kabupaten Demak." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 13(2): 1–24.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management*. In Global Edition (Vol. 15E, Issue 4). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(July), 20–38. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/002224299405800302>

-
- Muliadi, Agus, Baiq Mirawati, and Saiful Prayogi. 2021. "The Effect Entrepreneurship Education and Subjective Norm on Biology Students' Self-Efficacy in Entrepreneurial." *Prisma Sains : Jurnal Pengkajian Ilmu dan Pembelajaran Matematika dan IPA IKIP Mataram* 9(1): 127.
- Rifkhan. 2017. "Pengaruh Sikap Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akuntansi." *Nucl. Phys.* 13(1): 104–16.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. John Wiley & Sons Ltd.