

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

1. Teori Konstruktivistik

Menurut pandangan Piaget (1977) teori Konstruktivistik menegaskan pengetahuan tidak berasal dari lingkungan sosial tetapi lebih menekankan pada kegiatan belajar dan berorientasi pada penemuan sendiri. Namun, interaksi sosial bukan berarti tidak penting tetapi interaksi sosial digunakan sebagai stimulus dalam membangun kognitif individu (Suryana et al., 2022). Menurut J. Piaget konstruktivisme merupakan pengetahuan konstruksi (bentukan) dari menganalisis sesuatu. Menurut teori belajar konstruktivisme, pengetahuan tidak begitu saja diteruskan dari guru kepada peserta didik. Peserta didik harus aktif membangun pengetahuannya berdasarkan kematangan kognitif yang dimiliki untuk meningkatkan kecerdasannya (Masgumelar & Mustafa, 2021).

Menurut tokoh Vygotsky (1978) Konstruktivisme sosial tidak dapat dipisahkan dari latar belakang dan peran sosial individu. Proses belajar akan mengalami enkulturasi atau proses memahami berdasarkan budaya yang melibatkan lingkungannya. Konstruktivisme adalah suatu teori ilmu mengenai cara memperoleh pengetahuan yang lebih difokuskan pada pembentukan pengetahuannya sendiri (Saputro & Pakpahan, 2021). Moshman (1982) membagikan kategori pembentukan teori Konstruktivisme terdiri dari tiga hal yaitu

- 1) *Exogenous constructivism*, yaitu adanya realitas eksternal yang direstorasi menjadi pengetahuan. Pengajaran formal di sekolah dapat membantu peserta didik memahami pengetahuan yang positif untuk digunakan mereka dalam proses membangun sebuah pengalaman.
- 2) *Endogenous constructivism* atau Konstruktivisme kognitif, yang mana proses pembentukan pengetahuan berfokus kepada internal individu. Peran guru sebagai fasilitator untuk lebih menekankan serta memberikan input yang sesuai guna mendukung pembentukan pengetahuan internal peserta didik.
- 3) *Dialectical constructivism* atau Konstruktivisme sosial, konstruksi pengetahuan termasuk bagian dari interaksi sosial, yang meliputi berbagai informasi, perbandingan, diskusi, debat, dan lain sebagainya. Pembelajaran sebenarnya dapat terjadi melalui pengalaman yang telah dialami peserta didik sehingga memerlukan dukungan dan kolaborasi dengan orang lain agar tercipta ilmu baru yang dapat dipelajari untuk dimanfaatkan dimasa mendatang (Azali et al., 2022).

Peserta didik dalam proses belajar dapat dibantu oleh orang lain yang lebih berpengalaman. Dengan adanya interaksi sosial individu dengan lingkungannya dapat dijadikan sebagai sarana belajar dalam diri seorang peserta didik. Konstruktivisme memandang berdasarkan filsafat tertentu terkait dengan manusia dan pengetahuan. Artinya bagaimana proses manusia paham akan pengetahuan. Menurut pandangan konstruktivisme pengetahuan

dibentuk dari proses interaksi manusia dengan lingkungan dan semua orang yang terlibat disekelilingnya (Wardoyo, 2015). Teori Konstruktivisme memfokuskan pada pengorganisasian pengalaman peserta didik untuk meraih kesuksesan, bukan kepatuhan peserta didik dalam merefleksi perilaku yang diperintahkan dan dilakukan oleh pendidik. Peserta didik lebih diutamakan dalam mengkonstruksi pengetahuannya sendiri (Abdjul, 2019).

Menurut teori pembelajaran Konstruktivistik, pembelajaran kewirausahaan memberikan pengalaman secara langsung kepada peserta didik untuk menerapkan konsep-konsep kewirausahaan dalam konteks yang nyata, sehingga memperdalam pemahaman kewirausahaan peserta didik (Nasila et al., 2023). Dalam hal ini, diharapkan peserta didik termotivasi untuk mengembangkan minat berwirausaha.

2. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior atau TPB merupakan teori yang dikemukakan Ajzen tahun 1991 pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* yang dicetuskan Ajzen dan Fishbein tahun 1980. *Theory of Planned Behavior* merupakan teori yang mengasumsikan perilaku manusia hasil dari intensi seseorang dalam membuat keputusan secara sadar. Terdapat tiga konsep yang ada dalam *Theory of Planned Behavior*, diantaranya sikap terhadap perilaku (*attitude towards the behaviour*) merupakan evaluasi yang mengacu pada sikap positif atau negatif terhadap perilaku, norma subjektif (*subjective norm*) merupakan bagaimana seseorang melihat lingkungannya. Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasa untuk melakukan

perilaku tersebut atau tidak, sedangkan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioural control*) merupakan persepsi kepercayaan terhadap kemampuannya untuk melakukan suatu perilaku yang mencerminkan pengalaman dimasa lalu dalam menghadapi hambatan sebagai antisipasi (Hendrawan & Sirine, 2017).

Theory of Planned Behavior dalam berbagai konteks dirancang untuk memahami perilaku manusia, salah satunya adalah minat berwirausaha. Teori perilaku tidak dapat dipisahkan dari minat berwirausaha karena dalam teori ini terbentuknya perilaku wirausaha didasari oleh keputusan seseorang yang dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal dan eksternal tersebut terdapat pada konsep *Theory of Planned Behavior* (Chrismardani, 2016).

Theory of Planned Behavior hanya terfokus pada determinan psikologis seseorang, padahal sikap dan perilaku seseorang juga dipengaruhi oleh faktor demografis, seperti gender, usia, latar belakang pendidikan hingga pengalaman yang telah dilalui seseorang juga dapat mengakibatkan perbedaan niat atau minat (Chrismardani, 2023). Minat berwirausaha memiliki hubungan dalam membentuk perilaku wirausaha. Perilaku tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk sikap berwirausaha atau perasaan yang muncul karena adanya dasar keyakinan yang dimiliki untuk mulai berbisnis (Indrayanti & Iskandar, 2020).

3. Teori Abraham Maslow

Abraham Maslow pada tahun 1953 mengemukakan pada dasarnya manusia memiliki kebutuhan pokok. Teori motivasi Abraham Maslow merupakan teori kebutuhan, teori ini digunakan untuk memotivasi seseorang dalam melakukan suatu kegiatan (Timuloba et al., 2023). Ada lima tingkatan kebutuhan atau dorongan yang disebut dengan Hirarki Kebutuhan Maslow. Pertama, kebutuhan fisik yaitu kebutuhan dasar bagi manusia ialah kebutuhan untuk bertahan hidup seperti sandang, pangan, dan papan. Kedua, kebutuhan rasa aman yaitu saat seseorang termotivasi untuk memenuhi kebutuhannya dalam suatu kegiatan maka yang dibutuhkan ialah rasa aman, terlindungi, dan terselamatkan dalam menjalankan sebuah kegiatan. Ketiga, kebutuhan sosial ialah manusia merupakan makhluk sosial yang berarti manusia memerlukan manusia lain untuk berinteraksi mulai dari keluarga, teman, dan orang lain. Keempat, kebutuhan pengakuan yaitu seperti kebutuhan untuk dikenali dan dihargai. Kelima, kebutuhan aktualisasi diri yaitu ditahap ini manusia mulai mengenali dan berusaha untuk hidup dengan menjalankan kegiatan seperti hobi yang dimiliki, belajar memecahkan masalah, menilai sesuatu, mengolah data informasi dan lain-lain (Siagian & Manalu, 2021).

Dari penjelasan teori kebutuhan, ada banyak cara atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan tersebut salah satunya dengan berwirausaha. Dengan berwirausaha seseorang dapat memenuhi kebutuhannya dengan keuntungan atau laba yang diperoleh, relasi yang tercipta dilingkungan wirausaha dan

lain-lain (Septiarini et al., 2019). Sehingga dapat disimpulkan teori Maslow dapat dijadikan dasar motivasi untuk mengembangkan jiwa atau minat dalam berwirausaha.

4. Minat Berwirausaha

Minat merupakan segala sesuatu dalam diri manusia yang timbul karena adanya dorongan dari dalam maupun dari luar (Fernandes, 2020). Minat tumbuh dan berkembang seiring dengan pengalaman yang telah dilalui seseorang, bukan dari bawaan sejak lahir (Hartoyo & Wahyuni, 2020). Minat berwirausaha merupakan rasa keinginan dan ketertarikan untuk bekerja keras memenuhi kebutuhan hidup tanpa ada rasa takut akan resiko yang dihadapi (Ariyanti, 2018).

Minat berwirausaha muncul karena adanya pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha kemudian pada saat ikut serta dalam kegiatan wirausaha memperoleh pengalaman yang akhirnya menimbulkan sebuah keinginan untuk melakukan lagi kegiatan tersebut. Minat berwirausaha pada individu dapat dipupuk dan dikembangkan (Kusumajanto, 2015). Sehingga dapat disimpulkan minat berwirausaha tidak muncul begitu saja, namun ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi timbulnya ketertarikan tersebut. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha menurut Ariyanti (2018) sebagai berikut:

- 1) *The Factor Inner Urge*

Rangsangan yang berasal dari ruang lingkup lingkungan yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan yang dampaknya mudah menimbulkan minat seseorang.

2) *The Factor of Social Motive*

Minat seseorang terhadap sesuatu hal yang dipengaruhi oleh faktor dalam diri manusia dan motif sosial.

3) *Emotional Factor*

Faktor perasaan dan emosi yang berpengaruh terhadap sesuatu atau obyek.

Menurut Anggraini et al (2023) minat berwirausaha timbul dari berbagai faktor antara lain:

1) Faktor Pribadi

Faktor pribadi timbul dari dalam diri individu. Motivasi dari dalam diri menentukan minat dalam melakukan suatu kegiatan. Motivasi ini hendaknya untuk dimaksimalkan agar potensi yang dimiliki dapat berkembang menjadi lebih baik.

2) Faktor Sosiologi

Faktor sosiologi berasal dari aspek sosial individu. Aspek sosial ini dapat dilihat dari hubungan keluarga, pekerjaan, dan status sosial.

3) Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan dipengaruhi oleh pesaing, sumber daya, dan kebijakan pemerintah, selain itu juga dipengaruhi oleh panutan, peluang, serta aktivitas.

Menurut Makuku (2023) terdapat sejumlah komponen minat diantaranya:

1) Kognisi (mengenal)

Komponen yang mengawali adanya minat dalam individu yang didorong oleh wawasan atau informasi tentang suatu aktivitas.

2) Emosi (perasaan)

Hadirnya perasaan tertentu bersamaan dengan munculnya minat dipacu oleh pengetahuan serta informasi yang dimiliki mengenai bidang yang diminati. Individu yang memiliki minat akan menyukai atau memiliki perasaan senang pada aktivitas yang diminati.

3) Konasi (kehendak)

Kemauan berupa tindakan dalam menjalankan aktivitasnya. Komponen ini timbul setelah dua komponen sebelumnya terjadi.

Minat menurut Makuku (2023) dibedakan menjadi dua jenis diantaranya:

1) Minat Ekstrinsik

Kemungkinan individu dalam menentukan atas dasar tujuan kegiatan memenuhi harapan orang lain.

2) Minat Intrinsik

Kemungkinan aktivitas yang dipilih oleh kesadaran individu.

Indikator minat berwirausaha menurut Effrisanti & Wahono (2022) indikator minat berwirausaha terdiri dari:

1) Mau melakukan apa saja untuk menjadi wirausaha;

- 2) Apa tujuan menjadi wirausahawan;
- 3) Tekad menciptakan inovasi mengembangkan usaha dimasa depan;
- 4) Peningkatan ekonomi keluarga;
- 5) Terciptanya lapangan pekerjaan.

Sedangkan menurut Hartoyo & Wahyuni (2020) indikator minat wirausaha terdiri dari:

- 1) Memiliki rasa percaya diri
- 2) Kreatif dan inovatif
- 3) Berorientasi kemasa depan
- 4) Jujur dan mandiri.

Berdasarkan dari beberapa referensi, indikator yang sesuai dengan topik penelitian adalah indikator dari Effrisanti & Wahono (2022) yang akan digunakan dalam penelitian ini. Dalam indikator tersebut sesuai dengan teori TPB yakni pada poin 1 dan 3 masuk dalam konsep persepsi kontrol perilaku sedangkan poin 2, 4 dan 5 sesuai dengan teori Maslow yakni masuk dalam hierarki kebutuhan tingkat rasa aman.

5. Mata Kuliah Kewirausahaan

Mata kuliah kewirausahaan masuk dalam kurikulum pembelajaran yang wajib ditempuh dan dipelajari oleh tiap mahasiswa (Hapsari, 2018). Kurikulum kewirausahaan dapat dilaksanakan ditingkat universitas sebagai mata kuliah dasar umum yang diberikan kepada tiap prodi dengan kurikulum dan sasaran belajar yang relatif sama dalam merefleksikan capaian pembelajaran kewirausahaan (Pujiastuti, 2020). Capaian

pembelajaran mata kuliah kewirausahaan menurut Sulastri et al (2017) dikelompokkan menjadi tiga sasaran konstruksi.

- 1) Pengetahuan (*knowledge*) yang terdiri dari beberapa poin diantaranya pentingnya ilmu pengetahuan untuk memulai serta mengembangkan bisnis, menyadari perubahan budaya dari mencari kerja menjadi budaya menciptakan lapangan pekerjaan, berwawasan luas, mengetahui teknik berwirausaha.
- 2) Keterampilan (*skill*) yang terdiri dari beberapa poin yaitu mampu berpikir kritis, kreatif, mampu membaca peluang usaha, mampu merancang rencana bisnis, mampu menjalankan usaha secara professional.
- 3) Sikap (*attitude*) yang terdiri dari memiliki etos kerja, memiliki cita-cita yang tinggi, memiliki minat menjadi wirausaha, memiliki semangat berwirausaha, memiliki jiwa bisnis, dan termotivasi untuk mendirikan usaha.

Mata kuliah kewirausahaan meliputi penanaman motivasi, jiwa *entrepreneurship*, dan *mindset* berwirausaha, menilai dan memanfaatkan peluang, mengelola manajemen keuangan dan sumber daya manusia sampai dengan belajar membuat perencanaan bisnis (*business plan*). Mata kuliah kewirausahaan tidak hanya memberikan ilmu teori, namun juga terdapat praktik berwirausaha yang harus dijalankan mahasiswa sebagai syarat penilaian. Mata kuliah kewirausahaan yang berupa pembelajaran teori

diberikan di dalam kelas, sedangkan untuk praktek mahasiswa diberikan tugas berkelompok mendirikan usaha kecil-kecilan.

Proses pembelajaran mata kuliah kewirausahaan memberikan dampak positif pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa mengenai kewirausahaan (Nursita, 2021). Dalam proses praktek pembelajaran, mahasiswa diberi tugas menciptakan ide usaha kemudian diminta untuk menjalankan bisnis tersebut sebagai wujud implementasi teori serta mempersiapkan diri sebagai wirausahawan. Praktek tersebut diharapkan mampu meningkatkan motivasi dan minat berwirausaha agar mahasiswa setelah lulus mampu berwirausaha secara mandiri (Meliani & Panduwinata, 2022).

Mata kuliah kewirausahaan diberikan dalam bentuk kuliah umum maupun dalam bentuk konsentrasi program studi. Menurut Sintya (2019) mata kuliah kewirausahaan memiliki beberapa tujuan antara lain:

- 1) Paham mengenai peran perusahaan dalam sistem perekonomian
- 2) Kelebihan dan kekurangan berbagai bentuk perusahaan
- 3) Paham mengenai karakteristik dan proses kewirausahaan
- 4) Paham mengenai perencanaan produk dan proses pengembangan produk
- 5) Mampu mengidentifikasi peluang usaha dan menciptakan sebuah kreativitas serta membentuk tim organisasi
- 6) Mampu mengidentifikasi dan mencari sumber-sumber
- 7) Paham mengenai dasar marketing, financial, organisasi, dan produksi

- 8) Mampu memimpin dan menghadapi tantangan dimasa depan dalam berbisnis

Menurut Ambarriyah & Fachrurrozie (2019) indikator mata kuliah kewirausahaan terdiri dari:

- 1) Pendidikan kewirausahaan tumbuhkan niat berwirausaha;
- 2) Pendidikan kewirausahaan memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha;
- 3) Kurikulum dari mata kuliah kewirausahaan menunjang mahasiswa untuk berwirausaha;
- 4) Program pendidikan kewirausahaan menambah ilmu dan wawasan dalam bidang wirausaha.

Sedangkan menurut Meliani & Panduwinata (2022) indikator mata kuliah kewirausahaan terdiri dari:

- 1) Adanya tujuan pembelajaran yang jelas
- 2) penggunaan metode pembelajaran yang tepat dalam penyampaian materi memiliki pengaruh besar untuk menambah ilmu pengetahuan tentang kewirausahaan bagi mahasiswa
- 3) kelengkapan sarana prasarana dalam pembelajaran dapat menambah pengetahuan mahasiswa tentang kewirausahaan
- 4) Peka terhadap adanya peluang usaha yang dirasa tepat untuk dirinya
- 5) Membentuk pola pikir mahasiswa dalam mempersiapkan kematangan baik fisik maupun mental ketika memutuskan berwirausaha sebagai jalan karirnya.

Indikator yang sesuai dengan topik penelitian ini adalah indikator dari Ambarriyah & Fachrurrozie (2019) yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam indikator tersebut sesuai dengan teori Konstruktivistik yakni pada poin 1 dan 4 mengkonstruksikan pengalaman dan interaksinya dalam membangun minat dan pengetahuannya melalui pendidikan kewirausahaan sedangkan poin 2 dan 3 sesuai dengan teori Maslow yakni masuk dalam hierarki kebutuhan aktualisasi diri.

6. Lingkungan Sosial

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang menjadi faktor mempengaruhi pertumbuhan seseorang. Lingkungan sosial adalah tempat dimana kegiatan sehari-hari berlangsung dan saling berinteraksi. Lingkungan sosial menjadi faktor dalam setiap perubahan perilaku individu maupun kelompok. Lingkungan sosial terdiri dari lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat (Khairunnisa & Rigianti, 2023).

Lingkungan sosial keluarga terdapat orangtua, saudara kandung, sepupu dan lain-lain. Keluarga memiliki peran penting dalam mempersiapkan dan mendukung seorang anak mencapai masa depan anak yang lebih baik (Hamzah et al., 2023). Artinya lingkungan keluarga secara tidak langsung mempengaruhi minat anaknya dalam memilih pekerjaan, termasuk memilih menjadi wirausaha. Adapun pengaruh dari lingkungan keluarga yang mayoritas memiliki usaha sendiri kemungkinan besar anak saat dewasa cenderung berminat menjadi pengusaha. Lingkungan keluarga yang

mendukung akan mempengaruhi minat berwirausaha yang lebih besar pula (Julindrastuti & Karyadi, 2022).

Lingkungan sosial sekolah atau kampus mencakup teman sekolah atau kampus, guru dan orang-orang yang berada dilingkup sekolah. Lingkungan kampus meliputi dukungan dari pihak universitas bagi mahasiswa yang ingin mengenal dunia wirausaha seperti penyediaan sarana dan prasarana bagi praktek berwirausaha, serta kegiatan pelatihan dan seminar kewirausahaan (Hapsari, 2018). Lingkungan sekolah atau kampus memiliki peran dalam menumbuhkan dan mengembangkan pengetahuan akan kewirausahaan, maka lingkungan sekolah dapat meningkatkan upaya minat wirausaha dikalangan siswa ataupun mahasiswa (Ariyani, 2023).

Lingkungan sosial masyarakat merupakan lingkungan luar yang berada di lingkup lingkungan sekitar kita. Lingkungan sosial masyarakat mencakup bentuk kehidupan masyarakat tetangga dan teman bergaul. Masyarakat memberikan pengaruh terhadap perkembangan siswa apabila berada di lingkungan masyarakat yang baik maka akan membawa dampak yang baik. Sebaliknya jika lingkungan masyarakat buruk akan membawa dampak buruk pula. Jika berada di lingkungan masyarakat yang mayoritas berwirausaha akan berdampak pada siswa yang terpengaruh ingin mencoba berwirausaha juga (Amalia & Hadi, 2016). Artinya lingkungan masyarakat turut dalam mempengaruhi perkembangan minat (Hamzah et al., 2023).

Menurut Faulina et al (2021) indikator lingkungan sosial terdiri dari 1) lingkungan sosial keluarga 2) lingkungan sosial kampus 3) lingkungan sosial

masyarakat. Sedangkan menurut Nainggolan & Harny (2020) indikator lingkungan sosial terdiri dari 1) orangtua dan kerabat 2) teman-teman 3) universitas 4) suasana lingkungan kampus. Berdasarkan dua referensi indikator, indikator yang sesuai dengan penelitian ini adalah indikator dari Faulina et al (2021) yang akan digunakan. Dalam indikator tersebut sesuai dengan teori TPB yakni pada poin 1, 2 dan 3 masuk dalam konsep norma subjektif

7. Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan berperan dalam mengelola keuangan pada tahap penentuan sumber dana, penggunaan dana, manajemen risiko, dan perencanaan masa depan (Waluyo & Marlina, 2019).

Keuangan merupakan hal krusial yang sangat sensitif bagi setiap orang, maka perlu pemahaman mengenai literasi keuangan terkhusus bagi seorang wirausahawan. Perencanaan keuangan diperlukan untuk penetapan tujuan kedepannya. Tujuan literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meliputi:

- 1) Meningkatnya kualitas pengambilan Keputusan keuangan individu; dan
- 2) Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan

Lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Tahapan-tahapan pelaksanaan perencanaan keuangan menurut kusumadyahdewi & firdiansyah (2022) antara lain:

- 1) Menentukan tujuan keuangan yang akan dicapai
- 2) Periksa kondisi keuangan pada saat ini
- 3) Mengumpulkan informasi untuk mencapai tujuan keuangan dengan mempertimbangkan kondisi keuangan saat ini dengan tujuan keuangan yang ingin dicapai
- 4) Membuat rencana keuangan apa saja yang harus dicapai dalam menjalankan tujuan keuangan
- 5) Menjalankan rencana keuangan sesuai dengan apa yang sudah direncanakan
- 6) Melakukan evaluasi terhadap kemajuan pencapaian target secara berkala

antara lain:

- 1) *General Knowledge* (Pengetahuan Umum Keuangan)

Pemahaman mengenai konsep keuangan secara umum. Pengetahuan umum tentang keuangan ini dijadikan dasar untuk mempelajari ilmu keuangan tingkat lanjut. Pengetahuan ini mencakup pengetahuan keuangan pribadi dan konsep dasar keuangan (Suryanto & Rasmini, 2018).

2) *Savings and Borrowing* (Tabungan dan Hutang)

Wawasan mengenai penggunaan serta manfaat dari tabungan dan pinjaman atau hutang (Choerudin et al., 2023).

3) *Insurance* (Asuransi)

Kemampuan memahami tentang pengetahuan dasar mengenai berbagai aspek asuransi (Choerudin et al., 2023). Persetujuan antara pihak yang menjamin dengan pihak yang dijamin untuk menerima uang premi sebagai ganti rugi yang diderita oleh pihak yang dijamin (Suryanto & Rasmini, 2018).

4) *Investments*

Wawasan mengenai pemahaman berbagai aspek investasi mulai dari pengertian investasi, manfaat, hingga bentuk dari investasi (Choerudin et al., 2023). Berinvestasi biasanya dengan menempatkan uang dalam bentuk surat berharga seperti saham, obligasi, reksa dana, dan lain-lain (Suryanto & Rasmini, 2018).

Menurut Sugiharti & Maula (2019) indikator literasi keuangan terdiri dari 1) pengetahuan dasar keuangan 2) tabungan dan pinjaman 3) asuransi 4) investasi sedangkan menurut Sari et al (2021) indikator literasi keuangan terdiri dari 1) pengetahuan keuangan 2) perencanaan keuangan pribadi 3) pemasukan 4) pengeluaran. Berdasarkan penelitian ini, indikator yang digunakan dalam penelitian adalah indikator dari penelitian Sugiharti & Maula (2019) karena sesuai dengan topik penelitian. Dalam indikator tersebut sesuai dengan teori Konstruktivistik yakni pada poin 1

mengkonstruksikan pengetahuannya sendiri mengenai dasar keuangan sedangkan poin 2, 3 dan 4 sesuai dengan teori Maslow yakni masuk dalam hierarki kebutuhan tingkat rasa aman dan aktualisasi diri.

8. *E-commerce*

E-commerce merupakan media perdagangan elektronik yang memperjualbelikan barang dan jasa kepada pengguna platform (Jain et al., 2021). Tidak Dipungkiri lagi, *E-commerce* telah memberikan perubahan paradigma mengenai proses pengembangan, penjualan, pemasaran, pemesanan, pelayanan, pengiriman serta pembayaran dan sebagainya. Keberadaan transaksi elektronik secara *online* ini kemudian membentuk komunikasi global secara virtual antar pelaku bisnis (Hastuti et al., 2021). Karakteristik *E-commerce* antara lain sebagai berikut:

1) Transaksi Tanpa Batas

E-commerce banyak digunakan bagi pengusaha skala kecil maupun skala menengah bahkan hingga skala besar. Dengan adanya *E-commerce* pengusaha dapat memasarkan produknya hingga skala internasional tanpa terhalang oleh letak geografis maupun terhalang waktu.

2) Transaksi Anonim

Para penjual dan pembeli dapat bertransaksi tanpa harus berinteraksi tatap muka secara langsung. Penjual juga tidak memerlukan nama pembeli untuk melakukan pembayaran yang telah diotorisasi oleh penyedia sistem pembayaran.

3) Produk Digital dan *Non-Digital*

Produk yang bersifat digital dapat dipasarkan melalui internet menggunakan cara sistem *download*.

4) Produk Barang Tak Berwujud

Perusahaan yang bergerak dibidang *E-commerce* dapat menawarkan dan menjual barang dagangan dalam bentuk tak terwujud seperti data, *software* dan ide kreatifitas.

E-commerce terbagi menjadi beberapa jenis *E-commerce* menurut Hastuti et al (2021) adalah sebagai berikut:

1) *Business To Business* (B2B)

Transaksi antara pembeli dan penjual sama-sama berbentuk organisasi ataupun perusahaan.

2) *Business to Consumer* (B2C)

Penjual merupakan organisasi atau Perusahaan, sedangkan pembeli merupakan individual.

3) *Consumer to Business* (C2B)

Konsumen memberitahukan kebutuhan produk atau jasa tertentu, kemudian para pemasok bersaing menyediakan produk atau jasa yang dibutuhkan konsumen tersebut.

4) *Consumer to Consumer* (C2C)

Penjual menjual produk atau jasa ke satu sama lain, biasanya dilakukan pihak ketiga yang menawarkan produk dari forum transaksi *online*.

5) *Intrabusiness* (*Intraorganizational*) *Commerce*

Perusahaan menggunakan *E-commerce* secara internal untuk memperbaiki operasinya atau yang disebut juga EC B2E (*business to its employees*)

6) *Government to Citizens (G2C)*

Pemerintah menyediakan sebuah layanan kepada pelanggan melalui *E-commerce*.

7) *Perdagangan Mobile (Mobile Commerce)*

E-commerce dilakukan dalam lingkungan nirkabel menggunakan akses internet untuk berbelanja.

8) *Collaborative Commerce*

Individu atau kelompok melakukan kolaborasi secara *online*, maka dapat disebutkan mereka terlibat dalam *collaborative commerce*.

Menurut Sihombing & Sulistyio (2021) indikator *E-commerce* terdiri dari

1) mudah diakses 2) transaksi mudah dilakukan 3) permodalan 4) transaksi aman 5) proses pelayanan cepat sedangkan menurut Asy'Ari & Shulthoni (2023) indikator *E-commerce* terdiri dari 1) mudah diakses 2) kegunaan 3) kepercayaan 4) norma subjektif. Indikator yang sesuai dan akan digunakan dalam penelitian ini adalah indikator dari penelitian Sihombing & Sulistyio (2021). Dalam indikator tersebut sesuai dengan teori Maslow yakni pada poin 1, 2, 3 dan 4 masuk dalam hierarki kebutuhan tingkat rasa aman dan aktualisasi diri sedangkan poin 5 sesuai dengan teori TPB yakni masuk dalam konsep persepsi kontrol perilaku.

9. Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan kepercayaan diri seseorang yang sadar akan potensi yang dimiliki dalam menjalankan keinginan. Efikasi diri memiliki dampak pada minat berwirausaha karena dianggap penting dalam membuat perencanaan usaha. Hubungan antara individu dengan efikasi diri ialah apabila individu memiliki keyakinan dalam diri mereka dapat mengatasi permasalahan yang ada serta percaya akan kapabilitas dalam dirinya (Makuku, 2023).

Seseorang harus memiliki efikasi diri untuk menumbuhkan keyakinan terhadap rasa percaya diri ketika memiliki atau membangun suatu usaha. Seseorang harus membentuk sikap tangguh untuk mempertahankan usaha yang dibangun dimasa depan (Anggraini et al., 2023). Dalam mengevaluasi keyakinan dapat melalui sumber struktural efikasi diri berikut ini:

1) Pengalaman Penguasaan (*Mastery Experience*)

Pengalaman penguasaan memiliki hubungan dengan kesuksesan masa lalu. Pengalaman sukses berulang dimasa lalu dapat memperkuat keyakinan akan kemajuan. Pengalaman tersebut memberikan pengalaman masa lalu yang dibutuhkan seseorang untuk menjadi sukses.

2) Pengalaman Perwakilan (*Vicarious Experience*)

Dalam teori efikasi diri, pengalaman perwakilan mengacu pada proses pembelajaran mengamati keberhasilan atau kegagalan orang lain. Melalui pengalaman perwakilan mengembangkan efikasi diri dengan mengamati kesuksesan yang dialami orang lain tersebut.

3) Persuasi Verbal (*Verbal Persuasion*)

Sumber keyakinan yang berkaitan dengan penilaian negatif dan positif terhadap orang lain. Efikasi diri ini dipengaruhi oleh dorongan dan keputusan orang lain.

4) Keadaan Emosional dan Psikologis (*Emotional & Psychological States*)

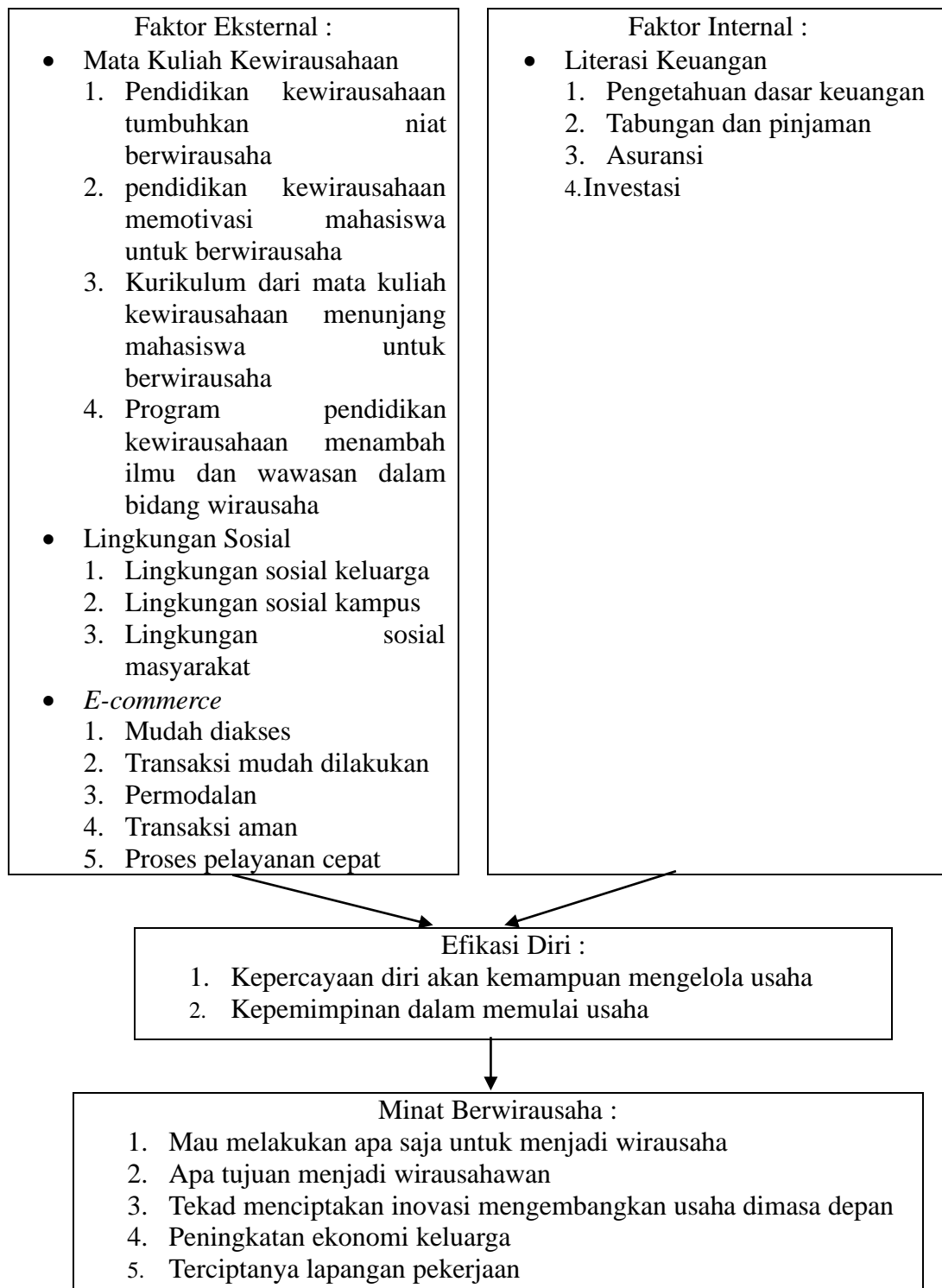
Keadaan emosional dan psikologis ini mengacu pada umpan balik yang dialami oleh individu dalam aktivitasnya (Bhati & Sethy, 2022).

Menurut Karyaningsih & Wibowo (2017) indikator efikasi diri terdiri dari 1) kepercayaan diri akan kemampuan mengelola usaha 2) kepemimpinan dalam memulai usaha sedangkan menurut Ambarriyah & Fachrurrozie (2019) indikator efikasi diri terdiri dari 1) keyakinan akan potensi diri 2) keyakinan akan kesuksesan usaha yang dirintis 3) keyakinan akan tetap *survive* dalam usaha. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator yang sesuai dengan topik penelitian sehingga indikator yang digunakan berasal dari penelitian Karyaningsih & Wibowo (2017). Dalam indikator tersebut sesuai dengan teori TPB yakni pada poin 1 dan 2 termasuk dalam konsep sikap terhadap perilaku.

B. Kerangka Berpikir

Pada rencana kajian ini minat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, pada faktor eksternal terdapat mata kuliah kewirausahaan. Mata kuliah kewirausahaan menjadi pendorong utama mahasiswa dan berperan terhadap minat wirausaha mahasiswa dengan beberapa indikator didalamnya. Lingkungan sosial juga menjadi faktor

pendorong mahasiswa untuk berminat menjadi wirausaha dengan beberapa indikator sebagai pembentuk minat berwirausaha. Selain itu, faktor *E-commerce* juga mendukung mahasiswa dengan beberapa indikator pembentuk minat mahasiswa berwirausaha. Untuk faktor internal terdiri dari literasi keuangan sebagai pendorong utama munculnya minat berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan memunculkan minat yang kuat untuk mendirikan sebuah usaha dan beberapa indikator pembentuknya. Pada kerangka penelitian ini tidak hanya faktor eksternal dan faktor internal saja, tetapi terdapat efikasi diri yang ikut memicu terbentuknya minat berwirausaha. Adanya mata kuliah kewirausahaan, lingkungan sosial, *E-commerce*, dan literasi keuangan yang bernilai positif tidak akan mempengaruhi minat berwirausaha jika mahasiswa tidak memiliki efikasi diri yang muncul dalam dirinya. Efikasi diri menjadi peran mediasi secara tidak langsung pada minat berwirausaha mahasiswa.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2016). Berdasarkan kerangka berpikir dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Mata kuliah kewirausahaan berupa praktik dan teori. Praktik mahasiswa dalam berwirausaha memberikan pengalaman baru pada mahasiswa untuk mengasah keterampilan membuat atau mengkreasikan produk wirausaha yang akan dibentuk. Menurut teori pembelajaran konstruktivistik, mahasiswa yang menggunakan hal-hal yang pernah dialaminya untuk diaplikasikan didunia yang sesungguhnya akan menarik minat yang besar dengan memproyeksikan konsep-konsep yang telah disusun dalam mata kuliah kewirausahaan. Dalam perjalanan mewujudkan keinginan tersebut mahasiswa pasti memiliki tujuan dalam hidupnya seperti mencapai aktualisasi diri, sesuai dengan teori Maslow. Untuk mencapai aktualisasi diri mahasiswa akan berjuang membuktikan eksistensinya sebagai mahasiswa yang sukses nantinya. Dari latar belakang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan tersebut, mahasiswa memiliki pengetahuan dan keterampilan sebagai motivasi yang dapat membangkitkan dan memperkuat minat berwirausaha dibandingkan dengan kalangan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah tersebut.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian Nursita (2021) bahwa pemberian mata kuliah kewirausahaan kepada mahasiswa berpengaruh secara nyata dan

positif terhadap minat kewirausahaan mahasiswa. Mahasiswa menganggap mata kuliah kewirausahaan memberikan wawasan luas mengenai pengetahuan dan keterampilan mereka tentang berwirausaha sehingga memunculkan niat dalam diri mereka untuk memulai sebuah usaha. Wijayanti & Patrikha (2022) dan Hapsari (2018) juga membuktikan bahwa mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Mahasiswa yang mengikuti mata kuliah kewirausahaan mendapat ilmu mengenai berbagai konsep dasar, sikap dan perilaku kewirausahaan dengan begitu dapat menimbulkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Mata kuliah kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

2. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Lingkungan pembelajaran yang berdasar pada teori pendekatan Konstruktivisme dipengaruhi oleh sejarah, sosial, dan budaya. Berdasarkan hal tersebut, pembelajaran kewirausahaan digunakan untuk observasi dan bertindak dalam mencari peluang dan berinteraksi di lingkungan sosial untuk merencanakan dan mengelola wirausaha. Dalam konteks teori Konstruktivisme, lingkungan sosial menekankan individu untuk membangun pengetahuan dan keterampilan melalui nilai-nilai kehidupan sosial. Minat dan motivasi tidak hanya muncul karena keinginan dalam diri individu, minat dan

motivasi bisa muncul karena adanya faktor dari luar seperti interaksi individu di lingkungan sosial sesuai dengan teori *Planned of Behavior*. *Teori Planned of Behavior* dalam faktor norma subjektif, individu yang memiliki lingkungan sosial yang mendukung, mendapat kesempatan untuk saling berdiskusi dan berkolaborasi membentuk minat dalam bidang wirausaha.

Penelitian yang dilakukan Nugraheni et al (2023) dan Nainggolan & Harny (2020) lingkungan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha karena kritik dari lingkungannya dapat dijadikan sebagai acuan untuk membangun wirausaha kearah yang lebih baik menuju kesuksesan. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan (Khaerani & Handayanti, 2022) bahwa lingkungan sosial dan keluarga tidak berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut bisa terjadi karena tidak terdapat dukungan berwirausaha dari orang-orang terdekat seperti keluarga ataupun teman serta budaya masyarakat yang masih memandang sebelah mata bahwa berwirausaha bukanlah pekerjaan yang menjanjikan. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₂ : Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berwirausaha

Pemahaman mengenai literasi keuangan menekankan pentingnya memiliki pengalaman mengenai konsep keuangan. Dalam teori

Konstruktivistik, individu dapat membangun pemahaman literasi keuangan melalui pengalaman pribadi yang telah dilalui, pendidikan serta media atau sumber informasi lain. Setiap individu membutuhkan pengetahuan keuangan dasar dan kemampuan dalam mengelola keuangan secara efektif agar individu mampu membuat keputusan terhadap aspek keuangan yang tepat dimasa depan untuk memenuhi kebutuhannya. Sesuai dengan teori Maslow, adanya literasi keuangan dapat membantu individu menciptakan rasa aman dalam memenuhi kebutuhannya. Rasa aman yang tercipta menjadi landasan membentuk minat untuk menciptakan sebuah usaha atau bisnis sebagai bentuk motivasi pemenuhan aktualisasi diri.

(Aldi et al., 2019) membuktikan faktor literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Semakin tinggi literasi keuangan maka minat seseorang akan semakin meningkat. Sejalan dengan Anggraini et al (2023) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Semakin pandai dalam mengelola keuangan maka semakin baik pula sistem pengelolaan keuangan seseorang dalam berwirausaha. Keberhasilan berwirausaha tidak terlepas dari bagaimana cara seorang wirausahawan mengelola keuangan yang baik ketika mendirikan dan menjalankan usahanya. Ketika literasi keuangan yang dimiliki seseorang, maka minat berwirausaha seseorang tersebut juga akan tinggi karena pandangan dalam menjalankan wirausaha sudah terencana di masa depan mengenai cara pengelolaan keuangan yang baik. Namun, tidak sejalan dengan Effrisanti & Wahono (2022) menyatakan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha.

Mahasiswa bisa membangun minatnya tanpa harus memahami literasi keuangan lebih dahulu. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₃ : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

4. Pengaruh *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Penggunaan *E-commerce* sebagai konsumen ataupun pedagang pada Teori *Planned of Behavior* menunjukkan bahwa niat seseorang dalam merencanakan sebuah tindakan atau perilaku untuk terlibat dalam aktivitas jual beli secara *online*. Memperoleh manfaat penggunaan *E-commerce* dan mendapat dukungan dari interaksi jaringan sosial dapat meningkatkan persepsi kontrol perilaku dan norma subjektif mahasiswa dalam wirausaha sesuai dengan teori Maslow. Adanya kemudahan ekosistem digital *E-commerce* menjelaskan akan semakin banyak individu yang tertarik atau berminat untuk mulai mengembangkan bisnis guna memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks teori Maslow, *E-commerce* dapat digunakan untuk memenuhi tingkat kebutuhan seperti menciptakan keamanan finansial dengan menjadikan *E-commerce* sebagai sumber mencari nafkah dan *E-commerce* digunakan untuk pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri dengan mengembangkan kreatifitas dalam berbisnis.

Trihudyatmanto (2019) membuktikan bahwa *E-commerce* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berwirausaha. Manfaat yang diperoleh dari *E-*

commerce yaitu dapat menjangkau dan berinteraksi lebih cepat dengan konsumen sehingga berperan penting dalam berwirausaha. Sejalan dengan Istiqomah (2020) dan Asy'Ari & Shulthoni (2023) pemanfaatan *E-commerce* yang semakin meningkat akan mendorong minat berwirausaha yang lebih besar karena berwirausaha menggunakan *E-commerce* menjadi lebih efektif, efisien, murah dan didukung oleh fasilitas yang mumpuni yang disediakan oleh sistem *E-commerce*. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₄ : *E-commerce* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

5. Pengaruh Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha

Dalam konteks teori Konstruktivisme, efikasi diri dapat muncul dan berkembang dalam membangun pengetahuan dan pemahaman diri mahasiswa (Purwanto & Anistyasari, 2023). Efikasi diri dapat berkembang melalui pengalaman pembelajaran yang diperoleh, sehingga dapat memperkuat keyakinan dalam diri. Pengetahuan serta pemahaman yang diperoleh dari pengalaman berbagai faktor tersebut menjadi peran penting dalam membentuk minat dan keterampilan berwirausaha individu. Pengalaman yang telah dilalui menjadi dasar untuk melakukan tindakan, sesuai dengan teori *Planned of Behavior*. Individu yang mempunyai efikasi diri yang tinggi mungkin akan membentuk sikap dan perilaku ke arah positif sesuai dengan pengalaman positif yang telah terjadi sehingga dukungan sosial dan kepercayaan yang telah

didapat memotivasi untuk bisa menghadapi hambatan dalam memulai berbisnis.

Muchayatin (2022) menyatakan minat berwirausaha dapat meningkat saat mahasiswa memiliki keyakinan dan berani mengambil resiko. Penelitian tersebut sejalan dengan Dhitara & Ardiansyah (2022) dan Nengseh & Kurniawan (2021) yang membuktikan efikasi diri terhadap minat berwirausaha berpengaruh signifikan dan positif. Mahasiswa yang memiliki efikasi diri yang besar dalam dirinya dapat dikatakan mampu merencanakan sebuah bisnis melalui kepercayaan dirinya untuk mengembangkan usahanya. Mahasiswa yang memiliki keyakinan jika dirinya mampu untuk berwirausaha, maka dapat meningkatkan minat dalam berwirausaha. Efikasi diri yang dimiliki seorang mahasiswa berpengaruh terhadap pilihan dan tujuan dalam dirinya.

Effrisanti & Wahono (2022) membuktikan efikasi diri berpengaruh pada minat berwirausaha. Individu yang memiliki efikasi yang kuat, akan lebih memiliki semangat dalam mengejar peluang dan mewujudkan keinginan tersebut menjadi sebuah rintangan yang dapat ditangani sendiri. Efikasi yang berkembang melalui penguasaan pengalaman yang baik dari pendidikan maupun non-pendidikan akan semakin meningkatkan minat berwirausaha dan mewujudkan keinginan menjadi wirausahawan. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₅ : Efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

6. Pengaruh Efikasi Diri Memediasi Mata Kuliah Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha

Dengan adanya mata kuliah kewirausahaan, teori Konstruktivisme dapat digunakan untuk pengembangan pengetahuan peserta didik melalui praktik kewirausahaan. Praktik kewirausahaan dapat dijadikan bahan belajar mahasiswa untuk memfokuskan pengetahuan kewirausahaan melalui pengalaman kewirausahaan. Mahasiswa yang melaksanakan tugas atau praktik kewirausahaan berpartisipasi dalam membangun efikasi diri dengan melihat langsung proses dan hasil dari praktik berwirausaha. Mata kuliah kewirausahaan yang ditempuh memperkuat pemahaman teori dan praktik yang berdampak menimbulkan keyakinan diri mahasiswa dalam memotivasi atau berminat dalam berwirausaha. Dengan berwirausaha, individu dapat membantu memenuhi kebutuhannya sejalan dengan teori Maslow. Adanya efikasi diri membantu memfasilitasi tingkat kebutuhan fisik dan aktualisasi diri. Ketika kebutuhan fisik dan aktualisasi diri meningkat maka individu akan berusaha dan membangun keyakinan diri bahwa ia mampu dan termotivasi untuk mencapai kesuksesan dengan menjadi kewirausahaan dengan nilai tambahan individu telah menempuh mata kuliah kewirausahaan yang dapat dijadikan dasar untuk membangun sebuah usaha.

Maulidya & Patrikha (2022) membuktikan *self-efficacy* memediasi pengaruh mata kuliah kewirausahaan terhadap *interest entrepreneurship*. *Self-efficacy* berperan penting dalam pembentukan rasa percaya diri dalam berminat mendirikan usaha, dengan adanya pendidikan kewirausahaan mahasiswa dapat memperoleh lebih banyak pengetahuan dan keterampilan berwirausaha

sehingga rasa kepercayaan diri mahasiswa juga semakin meningkat yang mengakibatkan minat berwirausaha mahasiswa bertambah besar. Sejalan dengan Nengseh & Kurniawan (2021) pendidikan kewirausahaan yang ditempuh mahasiswa mampu meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa. Namun, jika tidak disertai dengan efikasi diri maka mahasiswa menjadi ragu untuk membangun suatu usaha. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₆ : Efikasi diri memediasi mata kuliah kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha

7. Pengaruh Efikasi Diri Memediasi Lingkungan Sosial terhadap Minat Berwirausaha

Dalam Konstruktivistik mahasiswa dapat membangun efikasi diri melalui pengalaman dan observasi secara langsung melalui interaksinya dengan lingkungan sosial yang ada disekitarnya terutama di lingkungan yang mayoritas bergerak pada sektor wirausaha. Pengalaman positif yang berasal dari lingkungan membentuk keyakinan diri bahwa mereka dapat berhasil mendirikan sebuah usaha. Sesuai dengan teori *Planned of Behavior*, bentuk norma subjektif berupa dukungan dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan masyarakat memperkuat persepsi kontrol perilaku dalam hal ini kepercayaan atau keyakinan dalam diri sehingga mengembangkan minat mahasiswa untuk memulai berbisnis.

Maulida & Nurkhin (2017) lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan masyarakat yang memberikan dukungan terhadap keputusan untuk berwirausaha memberikan dampak kepercayaan bahwa keinginan untuk mendirikan usaha dapat berjalan dengan baik karena adanya motivasi dari lingkungan sekitar. Lingkungan yang mayoritas menjadi wirausaha dapat menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Minat berwirausaha akan bertambah tinggi dengan adanya keyakinan atau kepercayaan dalam diri dan dengan dukungan dari lingkungan sosial. Aziz & Setyaningrum (2024) membuktikan efikasi diri dapat memediasi lingkungan sosial terhadap intensi atau minat berwirausaha. Lingkungan sosial mempengaruhi keyakinan seseorang dalam mencapai keinginan, salah satunya menumbuhkan minat berwirausaha. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₇ : Efikasi diri memediasi lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat berwirausaha

8. Pengaruh Efikasi Diri Memediasi Literasi Keuangan terhadap Minat Berwirausaha

Pembelajaran Konstruktivisme mengajarkan mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan mengenai literasi keuangan secara mandiri dari aktivitas-aktivitas pribadi yang berkaitan dengan pendanaan membentuk proses pemahaman bagaimana pengelolaan keuangan dapat berputar dengan baik. Dalam proses pembelajaran tersebut dapat memperkuat keyakinan

mahasiswa dalam kemampuan mengelola finansial yang dimiliki. Adanya keyakinan bahwa mereka mampu dan berkompeten setelah mempelajari literasi keuangan akan menarik intensi atau minat mahasiswa untuk merintis sebuah usaha. Mahasiswa yang merasa mampu dan berkompeten termasuk dalam pemenuhan kebutuhan tingkat pengakuan dalam teori Maslow. Dalam konteks berwirausaha, individu yang membutuhkan rasa dihargai dan diakui akan berusaha untuk menampilkan dirinya bahwa ia mampu dan yakin dapat menciptakan sebuah usaha yang unik.

Pradanimas & Slamet (2023) membuktikan efikasi diri memediasi hubungan antara literasi keuangan dan minat berwirausaha. Tingkat literasi keuangan yang tinggi menyebabkan peningkatan efikasi diri dalam individu pada pengambilan risiko finansial dan keterampilan dalam manajemen bisnis yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan. Pada akhirnya dapat meningkatkan minat berwirausaha seseorang, sehingga pengaruh literasi keuangan terhadap minat berwirausaha menjadi lebih kuat jika dimediasi oleh efikasi diri. Peneliti juga membuktikan efikasi diri memediasi hubungan literasi keuangan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₈ : Efikasi diri memediasi literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berwirausaha

9. Pengaruh Efikasi Diri Memediasi *E-commerce* terhadap Minat Berwirausaha

Dalam konteks teori *Planned of Behavior*, efikasi diri yang tinggi dalam penggunaan *E-commerce* dapat meningkatkan kontrol perilaku sehingga individu merasa ia mampu untuk mulai menjalankan bisnis secara *online*. Tingkat keyakinan atau efikasi diri membantu individu untuk mendorong minat lebih lanjut dalam berwirausaha. Sama dengan teori Maslow, ketika seseorang yakin dan mampu mengembangkan kemahirannya dalam menggunakan *E-commerce*, ia akan memanfaatkan keahliannya tersebut untuk menghasilkan kepuasan terhadap kebutuhan dalam tingkat aktualisasi diri. Adanya efikasi diri yang tinggi ketika memanfaatkan *E-commerce* dapat meningkatkan intensi atau minat dalam berwirausaha secara *online*.

Menurut Nurhudayati & Suningrat (2022) Efikasi diri dapat memediasi secara positif signifikan pengaruh pemanfaatan *E-commerce* terhadap minat berwirausaha. Dukungan teknologi *E-commerce* harus dibarengi dengan adanya efikasi diri dari pelaku ekonomi untuk meyakinkan bahwa ia akan sukses dengan apa yang akan dilakukan seperti menjadi wirausahawan. Jika memanfaatkan *E-commerce* dengan baik dan maksimal maka efikasi diri akan semakin tinggi pula dalam mempengaruhi munculnya minat berwirausaha yang tinggi. Berdasarkan kerangka konseptual dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

H₉ : Efikasi diri memediasi *E-commerce* berpengaruh terhadap minat berwirausaha.