



**UNTAR**

FAKULTAS  
EKONOMI & BISNIS

# Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 8/02/April/2026

## DAFTAR ISI

MODAL AWAL DAN PENGALAMAN USAHA MENJADI FAKTOR UTAMA DALAM PERTUMBUHAN BISNIS UMKM Bertha Mellisa, Andi Wijaya	404-412
MEMBANGUN INTENSI MEMBELI <i>TUMBLER</i> : PERAN ULASAN PELANGGAN <i>ONLINE</i> DAN <i>INFLUENCER ENDORSEMENT</i> MELALUI <i>TRUST</i> Kelvin Andika Saputra, Keni	413-426
PERAN <i>ELECTRONIC WORD OF MOUTH</i> , CITRA MEREK, DAN KEPERCAYAAN DALAM MENINGKATKAN NIAT BELI KONSUMEN PRODUK ZARA Juliani Putri, Carunia Mulya Firdausy	427-438
PENGARUH KONTEN BUATAN PENGGUNA, ELEKTRONIK DARI MULUT KE MULUT, DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP CITRA MEREK H&M DI JAKARTA Suwandi Chandra, Cokki	439-446
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Dea Novera, Arifin Djakasaputra	447-455
PENGARUH LITERASI KEUANGAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GENERASI Z: <i>FINANCIAL SELF-EFFICACY</i> SEBAGAI MEDIATOR Monica Chandra, Sawidji Widoatmodjo, Halim Putera Siswanto	456-464
PENGARUH <i>SERVICE QUALITY</i> , <i>PERCEIVED PRICE FAIRNESS</i> , DAN <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> SEBAGAI MEDIASI TERHADAP <i>CUSTOMER LOYALTY</i> GRABFOOD Natalia, Galuh Mira Saktiana	465-475
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA: STUDI KASUS DI UNIVERSITAS TARUMANAGARA Alfayed Sadam Eldira, Oey Hannes Widjaya	476-485
KINERJA BAKESHOP DENGAN INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Dalvin Alfredo, Ida Puspitowati	486-494
PENGARUH INOVASI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN LACHEL DI SHOPEE Dicky Susanto, Sarwo Edy Handoyo	495-503

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NIAT BERWIRSAUSAHA KULINER PADA MAHASISWA Richard Felix, Nur Hidayah	504-511
ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK, KOMPETENSI, DAN INOVASI KEWIRSAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN UMK SEKTOR PAKAIAN DI JAKARTA Ivan Pratama Yusuf, Kartika Nuringsih	512-522
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI <i>PURCHASE INTENTION</i> PRODUK FACETOLOGY PADA GEN Z DI TIKTOK Ely Irmawati, Sanny Ekawati	523-532
PENGARUH <i>CELEBRITY ENDORSEMENT</i> DAN <i>BRAND IMAGE</i> TERHADAP <i>PURCHASE INTENTION</i> DENGAN <i>BRAND TRUST</i> SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Rifaldo Hardion, Galuh Mira Saktiana	533-544
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN Feby Mega Natalia, Sanny Ekawati	545-554
PENGARUH DUTA MEREK, PERSEPSI KUALITAS, DAN E-WOM: NIAT BELI INNISFREE BERDASARKAN <i>GENDER</i> Panca Sampurna, Cokki	555-566
PENGARUH PENGALAMAN DAN KEPUASAN MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PENGGUNA PONSEL PINTAR DI JAKARTA: KEPERCAYAAN DAN KECINTAAN MEREK SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Chris Clarence, Frangky Selamat	567-579
FAKTOR PENENTU KEPUASAN KERJA KARYAWAN MELALUI KOMITMEN ORGANISASI PADA PERUSAHAAN JASA Irsyad Sabil, Yanuar	580-592
RESILIENSI USAHA DAN ADAPTASI PASAR SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEBERLANGSUNGAN UMKM <i>FASHION</i> DI JAKARTA BARAT DENGAN DUKUNGAN PEMERINTAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI Angelina Juliet Kurnia, Mei Ie	593-601
ANALISIS DETERMINAN <i>SAVING BEHAVIOR</i> PADA NASABAH BANK DI JAKARTA Anne Emily Soetanto, Ary Satria Pamungkas	602-612

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN KERJA PADA KARYAWAN GENERASI Z DI JAKARTA Olivia Priscilla Suharly, Kurniati W. Andani	613-620
KEUANGAN DALAM PERANTAUAN: FAKTOR PENENTU PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA RANTAU Lee Selly, Nuryasman MN	621-630
NIAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT Beatrice Piterson, Ronnie Resdianto Masman	631-638
PENGARUH <i>E-SERVICE QUALITY</i> DAN <i>PERCEIVED VALUE</i> TERHADAP <i>LOYALTY</i> DENGAN <i>SATISFACTION</i> SEBAGAI MEDIASI TERHADAP PELANGGAN SHOPEEFOOD JAKARTA BARAT Alfito, Rodhiah	639-649
FAKTOR PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT MELALUI EFIKASI DIRI Novia, Lydiawati Soelaiman, Joyce Angelique Turangan	650-659
DETERMINAN KECEMASAN KEUANGAN PADA PEKERJA MUDA DI JAKARTA Janechristy Stevie, Ignatius Roni Setyawan	660-669
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA INOVASI DIMEDIASI PEMBELAJARAN ORGANISASI Michaela Yaputri, Louis Utama	670-680
MEDIASI <i>BRAND TRUST</i> DALAM PENGARUH <i>LIVE STREAMING</i> DAN E-WOM TERHADAP <i>IMPULSE BUYING</i> Madeline Sidharta, Herlina Budiono	681-689
PENGARUH KREDIBILITAS <i>INFLUENCER</i> DAN E-WOM TERHADAP NIAT BELI MELALUI CITRA MEREK PRODUK SOMETHINC Steven Delon Herjana, Yenny Lego	690-700
FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN SUB-SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN: PROFITABILITAS SEBAGAI MEDIATOR Jansen Zanetti Kifli, Indra Widjaja	701-711
PENGARUH <i>LEVERAGE</i> , <i>PROFITABILITY</i> , DAN <i>CAPITAL INTENSITY</i> TERHADAP <i>TAX AVOIDANCE</i> PADA PERUSAHAAN <i>RETAIL</i> DI BEI Marcelino, Herman Ruslim	712-719

- PENGARUH STRUKTUR MODAL, *GREEN FINANCE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR Tommy Mahaputra Samsapmukti, Agus Zainul Arifin 720-728
- PENGARUH PERILAKU KEUANGAN, PENGALAMAN INVESTASI, DAN TOLERANSI RISIKO TERHADAP *FINANCIAL ALLOCATION* GEN Z PADA OBLIGASI Kennale Justin Wang, I Gede Adiputra 729-735
- PEMASARAN MEDIA SOSIAL DAN PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI PENENTU NIAT BELI *CLOUD KITCHEN* Nicholas Triputra, M. Tony Nawawi 736-747
- PENGARUH BIAS PERILAKU TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI Z DI JAKARTA Janice Callista, Halim Putera Siswanto 748-757
- FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN BLU BY BCA DI JAKARTA Alexanders Valentino, Richard Andrew 758-766
- PERAN *BRAND TRUST* SEBAGAI MEDIATOR DALAM PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN PRODUK *GOLF CLUB* Yulike Prawinda, Keni 767-780
- PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA MELALUI KELELAHAN KERJA SEBAGAI MEDIATOR Steven Salim, Yusi Yusianto 781-789
- CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI MEDIATOR *CUSTOMER LOYALTY* DARI *SERVICE QUALITY*, CRM, DAN *BRAND IMAGE* Gabriella Angelin Widjaya, Tommy Setiawan Ruslim 790-798
- PENGARUH *FINANCIAL LITERACY* DAN *FINANCIAL ATTITUDE* TERHADAP *SAVING BEHAVIOR* DENGAN *SELF CONTROL* SEBAGAI VARIABEL MODERASI Kelvin Asjarie, Hendra Wiyanto 799-808

## FAKTOR PENENTU INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA DI JAKARTA BARAT MELALUI EFIKASI DIRI

Novia<sup>1</sup>, Lydiawati Soelaiman<sup>2\*</sup>, Joyce Angelique Turangan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
*Email: novia.115220049@stu.untar.ac.id*

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
*Email: lydiawatis@fe.untar.ac.id*

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta  
*Email: joycet@fe.untar.ac.id*

\*Penulis Korespondensi

*Masuk: 08-01-2026, revisi: 15-01-2026, diterima untuk diterbitkan: 30-04-2026*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa di Jakarta Barat melalui efikasi diri. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 290 responden mahasiswa/i Universitas Tarumanagara dan Universitas Bina Nusantara. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner Google Forms dan diolah menggunakan metode analisis data *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Selain itu, efikasi diri mampu memediasi secara positif dan signifikan variabel pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha. Berdasarkan kesimpulan penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi bagi perguruan tinggi, pemangku kebijakan, dan keluarga untuk memperkuat upaya dalam mendorong wirausaha muda di Jakarta Barat.

**Kata Kunci:** pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, motivasi berwirausaha, intensi berwirausaha, efikasi diri

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of entrepreneurship education, family background, and entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions among Student in West Jakarta with self-efficacy. 290 respondents from Tarumanagara University and Bina Nusantara University students. Data were obtained through the distribution of Google Form questionnaires and processed using the Partial Least Squares - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) data analysis method with the SmartPLS 4.0 application. The test results show that entrepreneurship education, family background, and entrepreneurial motivation have a positive and significant effect on entrepreneurial intentions. In addition, self-efficacy is able to positively and significantly mediate the variables of entrepreneurship education, family background, and entrepreneurial motivation on entrepreneurial intentions. The results of this study are expected to provide implications for universities, policy makers, and families to continue to strengthen efforts to encourage young entrepreneurs in West Jakarta.*

**Keywords:** entrepreneurship education, family background, entrepreneurial motivation, entrepreneurial intentions, self-efficacy

## 1. PENDAHULUAN

### Latar belakang

Kewirausahaan memainkan peran krusial dalam mendukung perkembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan menghasilkan peluang pekerjaan, menurunkan tingkat kemiskinan, serta meningkatkan taraf hidup masyarakat dalam jangka panjang (Suarna *et al.*, 2024). Saat ini

kewirausahaan menjadi tren di kalangan generasi muda, di mana banyak anak muda sudah memulai dan mengembangkan usahanya sendiri (Aini & Oktafani, 2020).

Namun, walaupun memiliki kontribusi yang signifikan, peran kewirausahaan di Indonesia masih memerlukan perhatian, karena persentase kewirausahaan di Indonesia masih tergolong rendah. yaitu hanya sebesar 3,47% dari total populasi, yang masih tertinggal jika dibandingkan negara-negara Asia Tenggara lainnya (Chai & Soelaiman, 2024). Dalam menenuhi target untuk mencapai Indonesia Emas 2045, diperlukan rasio kewirausahaan minimal 4% wirausaha dari total populasi (Dadag, 2023).

Generasi Z merupakan generasi dengan kelompok yang memiliki peluang besar untuk berkontribusi pada peningkatan pertumbuhan ekonomi (Khomarudin *et al.*, 2024). Generasi Z memiliki karakter dan intensi yang kuat untuk memasuki dunia kewirausahaan (Wasilczuk & Kaźmierska, 2020). Menurut Gabrielova & Buchko (2021) sebagian generasi Z lebih memilih untuk membangun usahanya sendiri.

Meskipun demikian, terdapat kendala utama yang banyak dialami oleh mahasiswa dalam menjalankan wirausaha, yaitu rendahnya tingkat kepercayaan diri yang disebabkan oleh minimnya pengetahuan mengenai kewirausahaan (Soelaiman *et al.*, 2023). Selain itu, mereka sering merasa ragu dan khawatir ketika harus menghadapi risiko dalam berwirausaha karena kurangnya motivasi berwirausaha, serta rendahnya kepercayaan diri terhadap kemampuan yang dimiliki (Nengseh & Kurniawan, 2021).

Pendidikan kewirausahaan memiliki peran dalam membentuk pola pikir kewirausahaan serta mengembangkan individu menjadi pribadi yang lebih kreatif (Jena, 2020). Berdasarkan penelitian terdahulu, diketahui bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membantu individu dalam mengembangkan ide-ide untuk mewujudkan dan memulai usaha (Al-Jubari *et al.*, 2019). Pendidikan kewirausaha juga dapat membantu mahasiswa mempersiapkan diri untuk mewujudkan intensi berwirausaha dengan mengubah konsep ide bisnis yang dapat direalisasikan secara nyata (Duong, 2022).

Selain pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga memiliki peran penting dalam membentuk intensi seseorang untuk terjun ke dunia usaha. Sebagian anak muda sangat mengandalkan keluarga untuk mendapatkan dukungan emosional seperti meredakan kecemasan sehingga dengan adanya peran dalam keluarga, dapat mendorong individu untuk mencapai tujuan (Hu *et al.*, 2021). Selain itu, anak dengan latar belakang keluarga yang memiliki usaha, dapat lebih mendukung pemilihan karier anak tersebut untuk mendirikan usahanya sendiri atau bergabung dengan usaha keluarga (Georgescu & Herman, 2020).

Faktor lain yang turut berperan penting dalam mendorong intensi seseorang untuk berwirausaha adalah motivasi berwirausaha. Motivasi memainkan peran dalam keputusan seseorang untuk memulai berwirausaha (Hartanto & Widjaja, 2025). Motivasi adalah dorongan internal yang menggerakkan individu untuk bertindak sebagai wirausaha (Aini & Oktafani, 2020). Individu yang memiliki motivasi yang kuat cenderung lebih bertekad dan siap untuk merealisasikan usahanya (Cañas *et al.*, 2023).

Lebih lanjut, efikasi diri memiliki peranan penting dalam proses pembentukan intensi berwirausaha. Dengan adanya keyakinan dalam diri, dapat membantu individu untuk tetap percaya diri saat menghadapi berbagai tantangan seperti, mengambil risiko, mengelola sumber daya, dan

beradaptasi dengan dinamika (Soelaiman *et al.*, 2024). Efikasi diri diperlukan pada generasi Z, karena dengan tingkat efikasi diri yang tinggi generasi muda lebih efektif dalam mengelola tekanan, meningkatkan kualitas hidup, dan lebih yakin dalam membuat keputusan penting ditengah persaingan dan perubahan yang cepat (Kleppang *et al.*, 2023). Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha dapat memengaruhi intensi berwirausaha pada Mahasiswa di Jakarta Barat melalui efikasi diri.

### Rumusan masalah

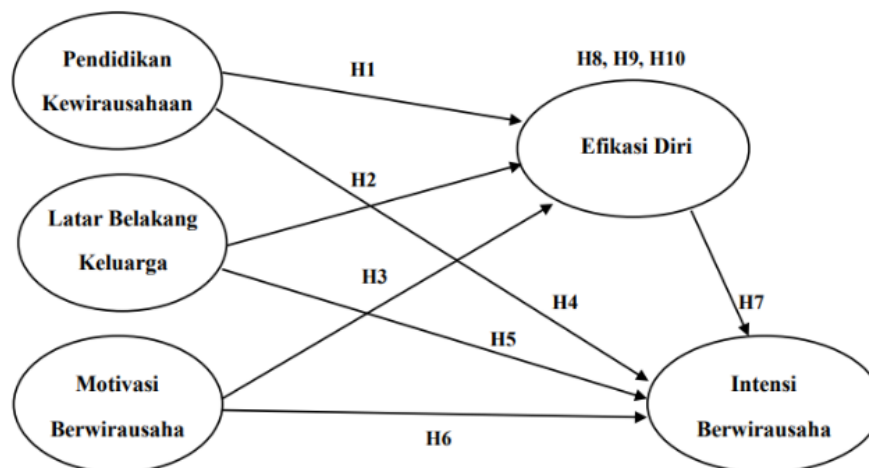
Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

- Apakah pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap efikasi diri pada mahasiswa di Jakarta Barat?
- Apakah pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta Barat?
- Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta Barat?
- Apakah efikasi diri mampu memediasi pengaruh pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa di Jakarta Barat?

### Kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

Pendidikan kewirausahaan berperan penting dalam membangun dasar pengetahuan, keterampilan, serta pola pikir kreatif sehingga individu lebih berani dalam mengambil risiko. Melalui Pendidikan tersebut, individu akan belajar untuk mengenali dan menilai peluang. Kemudian, pengalaman dalam keluarga yang berwirausaha dapat membentuk pembelajaran yang mendorong sikap positif dalam membangun usaha.

Selain itu, motivasi berwirausaha juga berfungsi sebagai dorongan internal yang membuat individu lebih berani mengambil peluang. Lebih lanjut, efikasi diri turut menentukan intensi seseorang dalam memulai usaha. Efikasi diri dipengaruhi oleh Pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha, sehingga ketiga variabel tersebut dapat meningkatkan intensi berwirausaha. Dengan demikian, model penelitian yang dikembangkan pada penelitian ini ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian

Beberapa hipotesis berdasarkan model penelitian yang ditunjukkan pada Gambar 1 adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif pendidikan kewirausahaan terhadap efikasi diri.

H2: Terdapat pengaruh positif latar belakang keluarga terhadap efikasi diri.

H3: Terdapat pengaruh positif motivasi berwirausaha terhadap efikasi diri.

H4: Terdapat pengaruh positif pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha.

H5: Terdapat pengaruh positif latar belakang keluarga terhadap intensi berwirausaha.

H6: Terdapat pengaruh positif motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha.

H7: Terdapat pengaruh positif efikasi diri terhadap intensi berwirausaha.

H8: Terdapat pengaruh positif pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh efikasi diri.

H9: Terdapat pengaruh positif latar belakang keluarga terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh efikasi diri.

H10: Terdapat pengaruh positif motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh efikasi diri.

## 2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan deskriptif dengan bentuk penelitian yang difokuskan untuk memaparkan atau menjelaskan karakteristik suatu objek penelitian (Malhotra, 2020). Penelitian ini menggunakan metode penelitian *cross-sectional design* yang mana data dikumpulkan dari satu kelompok responden dengan satu kali dalam satu periode penelitian.

Selanjutnya, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* yang dilakukan berdasarkan pertimbangan kriteria khusus agar menyediakan data yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sekaran & Buogie, 2020). Kuesioner dalam penelitian ini disebarkan kepada mahasiswa/i Universitas Tarumanagara dan Universitas Bina Nusantara. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 290 responden dan telah memenuhi kriteria berdasarkan acuan Hair *et al.* (2021), yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal lima kali jumlah indikator.

Tabel 1. Karakteristik subjek penelitian

Keterangan	Jumlah (Persentase)
<b>Jenis Kelamin</b>	
Perempuan	163 (56,2%)
Laki-laki	127 (43,8%)
<b>Status Akademik</b>	
Mahasiswa Semester 3	17 (5,9%)
Mahasiswa Semester 5	61 (21%)
Mahasiswa Semester 7	199 (68,6%)
Mahasiswa Semester >7	13 (4,5%)
<b>Latar Belakang Keluarga</b>	
Wirausaha	254 (87,6%)
Bukan Wirausaha	36 (12,4%)

Kemudian, pengukuran variabel pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, motivasi berwirausaha, intensi berwirausaha dan efikasi diri menggunakan skala *likert 5* poin yang terdiri dari poin 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan poin 5 (sangat setuju). Selanjutnya, data yang terkumpul diolah menggunakan metode analisis data *Partial Least Square - Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Indikator variabel  
Sumber: Gunarso dan Selamat (2020), Kusumawardani dan Richard (2020), Saoula *et al.* (2022), serta Liu *et al.* (2019)

Variabel	Indikator
Pendidikan Kewirausahaan	Memahami pengembangan ide bisnis
	Mengenali pilihan karier wirausaha
	Meningkatkan kemampuan mengenali peluang bisnis
	Memahami cara memperoleh modal usaha
	Memperoleh keterampilan dan pengetahuan mengelola bisnis
	Menumbuhkan kesadaran untuk menjadi wirausaha
	Memahami langkah-langkah memulai usaha
Latar Belakang Keluarga	Contoh dan pandangan kewirausahaan dari orang tua
	Dukungan keputusan berwirausaha dari orang tua
	Dukungan finansial dari orang tua
	Perhatian dan dukungan orang tua yang memotivasi
	Pengaruh latar belakang keluarga
Motivasi Berwirausaha	Keterbatasan lapangan kerja
	Meningkatkan pendapatan
	Melanjutkan bisnis keluarga.
	Minat dan kesenangan berwirausaha
	Dorongan dari teman
	Menerapkan ide inovatif
Efikasi Diri Berwirausaha	Kemampuan menghadapi diri
	Kemampuan mencari solusi
	Mampu mengatasi masalah
	Kemampuan menciptakan produk baru
	Keyakinan mengidentifikasi peluang bisnis baru
Intensi Berwirausaha	Membangun bisnis di masa depan.
	Tujuan karier menjadi seorang wirausaha.
	Berusaha maksimal untuk menjadi wirausaha.
	Berusaha keras untuk memulai usaha.
	Membangun bisnis sebagai bentuk ekspresi diri.
	Memilih menjadi wirausaha.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3 menunjukkan hasil uji *outer model* yang bertujuan untuk mempresentasikan model konseptual penelitian yang mencakup variabel laten beserta hubungan antar variabel (Hair *et al.*, 2017). Uji validitas konvergen dilakukan dengan metode *Average Variance Extracted* (AVE). Uji validitas dinyatakan terpenuhi atau valid apabila nilai AVE setiap variabel lebih dari 0,5 (>0,5). Selanjutnya, uji reliabilitas dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh di atas atau sama dengan 0,6 (Ghozali, 2016) dan nilai *composite reliability* yang diperoleh di atas atau sama dengan 0,7 (Hair *et al.*, 2019).

Berdasarkan Tabel 3, nilai AVE setiap variabel lebih dari 0,5, sehingga memenuhi kriteria dan dapat dinyatakan valid. Selain itu, nilai *Cronbach's alpha* setiap variabel lebih dari 0,6, sementara nilai *composite reliability* lebih dari 0,7, sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil uji *outer model*

Variabel	AVE	Keterangan	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pendidikan Kewirausahaan	0,606	Valid	0,885	0,837	Reliabel
Latar Belakang Keluarga	0,640	Valid	0,914	0,887	Reliabel
Motivasi Berwirausaha	0,635	Valid	0,897	0,856	Reliabel
Intensi Berwirausaha	0,608	Valid	0,903	0,870	Reliabel
Efikasi Diri	0,645	Valid	0,927	0,908	Reliabel

Tabel 4. Hasil uji hipotesis

Hipotesis	Original Sample	p-values	f <sup>2</sup>	Kesimpulan
H <sub>1</sub> : Pendidikan Kewirausahaan → Efikasi Diri	0,253	0,000	0,092	Tidak Ditolak
H <sub>2</sub> : Latar Belakang Keluarga → Efikasi Diri	0,332	0,000	0,162	Tidak Ditolak
H <sub>3</sub> : Motivasi Berwirausaha → Efikasi Diri	0,309	0,000	0,130	Tidak Ditolak
H <sub>4</sub> : Pendidikan Kewirausahaan → Intensi Berwirausaha	0,269	0,000	0,173	Tidak Ditolak
H <sub>5</sub> : Latar Belakang Keluarga → Intensi Berwirausaha	0,249	0,000	0,143	Tidak Ditolak
H <sub>6</sub> : Motivasi Berwirausaha → Intensi Berwirausaha	0,365	0,000	0,293	Tidak Ditolak
H <sub>7</sub> : Efikasi Diri → Intensi Berwirausaha	0,177	0,008	0,057	Tidak Ditolak

Berdasarkan Tabel 4, hasil uji hipotesis kesatu, diketahui pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,253) secara signifikan ( $p$ -value 0,000 < 0,05) terhadap efikasi diri mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H1 didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nguyen (2020) dan Newman *et al.*, (2019). Individu yang memiliki latar belakang pendidikan kewirausahaan cenderung memiliki tingkat keyakinan yang lebih tinggi dalam mengembangkan usahanya serta mampu mengatasi berbagai tantangan untuk meraih kesuksesan dalam bisnisnya (Putra & Sari, 2022).

Berdasarkan uji hipotesis kedua, diketahui bahwa latar belakang keluarga berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,332) secara signifikan ( $p$ -value 0,000 < 0,05) terhadap efikasi diri mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H2 didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lingappa *et al.*, (2020) dan (Gunarso & Selamat, 2020), yang menyatakan latar belakang keluarga mampu memberi pengaruh positif terhadap efikasi diri. Individu yang berasal dari keluarga dengan latar belakang kewirausahaan akan secara langsung maupun tidak langsung mendapatkan pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan terkait kewirausahaan. Pengalaman tersebut akan meningkatkan rasa percaya diri dan selanjutnya dapat memengaruhi intensi berwirausaha individu (Gunarso & Selamat, 2020).

Berdasarkan hasil uji hipotesis ketiga, diketahui motivasi berwirausaha berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,309) secara signifikan ( $p$ -value 0,000 < 0,05) terhadap efikasi diri mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H3 didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nengseh & Kurniawan (2021) dan Aini *et al.*, (2015). Motivasi memberikan dorongan, arahan, dan keberanian individu dalam mengembangkan usaha serta memanfaatkan peluang yang ada, dengan memanfaatkan keyakinan diri yang dimilikinya. Motivasi yang dimiliki dapat menumbuhkan keyakinan diri individu untuk memulai usahanya (Nengseh & Kurniawan, 2021).

Berdasarkan hasil uji hipotesis keempat, diketahui pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,269) secara signifikan ( $p$ -value 0,000 < 0,05) terhadap IB mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H4 didukung, Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardani & Richard (2020) dan Tung *et al.*, (2020). Pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan minat individu terhadap intensi berwirausaha, sehingga individu lebih kompeten untuk memulai bisnis mereka sendiri (Tung *et al.*, 2020) Dengan memahami proses membangun bisnis seperti menemukan peluang secara lebih nyata meningkatkan keinginan individu untuk memulai usahanya.

Berdasarkan uji hipotesis kelima, diketahui bahwa latar belakang keluarga berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,249) secara signifikan ( $p$ -value 0,000 < 0,05) terhadap intensi berwirausaha mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H5 didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farrukh *et al.*, (2017), serta Szabó dan Aranyossy (2024) yang menyatakan latar belakang keluarga memberi pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Latar belakang keluarga dapat

memberikan gambaran dan dukungan bagi seseorang dalam mendorong intensi individu untuk memulai usahanya (Szabó & Aranyossy, 2024).

Berdasarkan hasil uji hipotesis keenam, diketahui motivasi berwirausaha berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,365) secara signifikan ( $p$ -value  $0,000 < 0,05$ ) terhadap intensi berwirausaha mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H6 didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saoula *et al* (2023) dan Hassan *et al.*, (2020). Seseorang yang memiliki motivasi akan melihat peluang usaha dan berupaya untuk mewujudkannya dalam membangun usaha. Motivasi tersebut akan menumbuhkan semangat dan keyakinan untuk meningkatkan minat dalam berwirausaha.

Berdasarkan hasil dari hipotesis ketujuh, diketahui bahwa efikasi diri berpengaruh positif ( $\beta$ : 0,177) secara signifikan ( $p$ -values  $0,008 < 0,05$ ) terhadap intensi berwirausaha mahasiswa di Jakarta Barat maka dapat disimpulkan H7 didukung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Liu *et al.*, (2019) dan Memon *et al.*, (2019) dalam penelitiannya, yang menyatakan bahwa efikasi diri dapat memengaruhi intensi berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat efikasi diri maka akan memperkuat keyakinan terhadap potensi kewirausahaan mereka.

Selanjutnya dilakukan uji mediasi untuk mengetahui apakah efikasi diri mampu memediasi variabel pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha

Tabel 5. Hasil uji mediasi

Hipotesis	Original Sample	p-values	Kesimpulan	Keterangan
H <sub>8</sub> : Pendidikan Kewirausahaan → Efikasi Diri → Intensi Berwirausaha	0,045	0,017	Tidak Ditolak	Mediasi Parsial
H <sub>9</sub> : Latar Belakang Keluarga → Efikasi Diri → Intensi Berwirausaha	0,059	0,018	Tidak Ditolak	Mediasi Parsial
H <sub>10</sub> : Motivasi Berwirausaha → Efikasi Diri → Intensi Berwirausaha	0,055	0,040	Tidak Ditolak	Mediasi Parsial

Berdasarkan hasil uji mediasi menyatakan bahwa efikasi diri mampu memediasi latar belakang keluarga ( $\beta$ : 0,059,  $p$ -value  $0,018 < 0,05$ ), dan pendidikan kewirausahaan ( $\beta$ : 0,045,  $p$ -value  $0,017 < 0,05$ ) terhadap intensi berwirausaha. Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa efikasi diri menjadi variabel mediasi parsial antara latar belakang keluarga dan pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumawardani dan Richard (2020) yang menunjukkan latar belakang keluarga dan pendidikan kewirausahaan mempengaruhi efikasi diri dan efikasi diri memediasi hubungan antara latar belakang keluarga dan pendidikan kewirausahaan dalam intensi berwirausaha. Selanjutnya, efikasi diri juga mampu menjadi variabel mediasi hubungan motivasi berwirausaha ( $\beta$ : 0,055,  $p$ -value  $0,040 < 0,05$ ). Berdasarkan hasil pengujian dapat ditarik kesimpulan bahwa efikasi diri menjadi variabel mediasi parsial antara motivasi berwirausaha terhadap intensi berwirausaha. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustin dan Trisnawati (2021) yang menyatakan efikasi diri memediasi secara positif dan signifikan pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Pada penelitian ini membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, motivasi berwirausaha, dan efikasi diri menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Hal ini terjadi karena melalui pengembangan keterampilan teori

dan melalui pengalaman keluarga merupakan fondasi awal yang menumbuhkan sikap positif dan intensi berwirausaha. Dorongan ini diperkuat oleh motivasi berwirausaha yang tinggi, yang memberikan ketangguhan serta tekad bagi mahasiswa untuk mengambil risiko. Ketiga faktor ini berkontribusi dalam membentuk keyakinan diri atau efikasi diri, yang pada akhirnya menjadi penentu dalam membentuk mahasiswa untuk memulai dan menjalankan usaha.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, dan motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap efikasi diri mahasiswa di Jakarta Barat. Pembelajaran kewirausahaan memperkuat keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan yang dapat diterapkan, sehingga mendorong terbentuknya intensi berwirausaha. Dukungan keluarga juga meningkatkan rasa percaya diri untuk memulai usaha. Selain itu, motivasi berwirausaha perlu didukung oleh keyakinan diri agar mampu menghadapi tantangan. Ketika individu memiliki keyakinan dan motivasi yang kuat untuk mencari peluang usaha, kepercayaan diri mereka meningkat dan muncul intensi nyata untuk berwirausaha.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan seperti penggunaan variabel yang hanya terbatas pada pendidikan kewirausahaan, latar belakang keluarga, motivasi berwirausaha, dan efikasi diri untuk mengukur intensi berwirausaha mahasiswa. Selain itu, jumlah sampel yang hanya mencakup 290 responden di Jakarta Barat mungkin belum cukup merepresentasikan populasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, disarankan dapat memperluas jangkauan area penelitian dan menggunakan objek penelitian yang berbeda yaitu penelitian untuk generasi alpha untuk mengetahui intensi mereka dalam berwirausaha.

## REFERENSI

- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 151-159. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>
- Aini, S. N., Purwana, D., & Saptono, A. (2015). Pengaruh lingkungan keluarga dan efikasi diri terhadap motivasi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 22-50. <https://doi.org/10.21009/JPEB.003.1.2>
- Agustin, M. D., & Trisnawati, N. (2021). Pengaruh lingkungan keluarga dan motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha melalui self efficacy pada mahasiswa Prodi Pendidikan Administrasi Perkantoran angkatan 2018 Universitas Negeri Surabaya. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(3), 298-313. <https://doi.org/10.26740/joaep.v1n3.p298-313>
- Al-Jubari, I., Mosbah, A., Mohd Talib, Z., & Binti Azman, N. (2019). How Do Entrepreneurship Education and Self-Efficacy Influence Entrepreneurship Intention?
- Chai, M., & Soelaiman, L. (2024). Entrepreneurial intentions and readiness for startup among P2MW grant recipients. *Jurnal Ekonomi*, 29(2), 185-201. <https://doi.org/10.24912/je.v29i2.2107>
- Dadag. (2025, September 20). Rasio Kewirausahaan Jadi Prasyarat Indonesia Menuju Negara Maju Tahun 2045. Diakses dari <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4617800/rata-rata-rasio-wirausaha-di-negara-maju-12-persen-indonesia-baru-374-persen>
- Farrukh, M., Khan, A. A., Khan, M. S., Ramzani, S. R., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>

- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>
- Georgescu, M. A., & Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11). <https://doi.org/10.3390/su12114775>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8).
- Gunarso, M. T., & Selamat, F. (2020). The influence of entrepreneurial education, and family background on entrepreneurship intention with self-efficacy as a mediating variable in final year undergraduate students in Jakarta. Dalam *2<sup>nd</sup> Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities*, 624-628. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.097>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2 ed.). Sage Publishing.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3 ed.). Sage Publishing.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hartanto J. C., & Widjaja, H. O. (2025). Pengaruh motivasi, lingkungan keluarga, dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha gen-z di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(3), 927-936. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34635>
- Hassan, H., Sade, A. B., & Rahman, M. S. (2020). Shaping entrepreneurial intention among youngsters in Malaysia. *Journal of Humanities and Applied Social Sciences*, 2(3), 235–251. <https://doi.org/10.1108/jhass-02-2020-0029>
- Khomarudin, I., Nudin, I., Alfareza, R. S., & Lestari, R. D. (2024). Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Nasional Melalui Peran Gen Z Menuju Indonesia Emas 2045.
- Kleppang, A. L., Steigen, A. M., & Finbråten, H. S. (2023). Explaining variance in self-efficacy among adolescents: the association between mastery experiences, social support, and self-efficacy. *BMC Public Health*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16603-w>
- Kusumawardani, K. A., & Richard, R. (2020). Family Comes First: An Investigation on Entrepreneurial Intention among Chinese Indonesian Gen Z. *International Journal of Family Business Practices*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.33021/ijfbp.v3i1.1156>
- Lingappa, A. K., Shah, A., & Mathew, A. O. (2020). Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students. *SAGE Open*, 10(3). <https://doi.org/10.1177/2158244020933877>
- Liu, X., Lin, C., Zhao, G., & Zhao, D. (2019). Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention. *Frontiers in Psychology*, 10, 869. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00869>
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th Edition ed.). United Kingdom: Pearson.
- 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>
- Nengseh, R. R., & Kurniawan, R. Y. (2021). Efikasi Diri sebagai Mediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 156–167. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v9i2.5157>
- 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. *Journal of Vocational Behavior* (Vol. 110, pp. 403–419). <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Nguyen, X. T. (2020). Factors affecting entrepreneurial decision of nascent entrepreneurs belonging generation Y in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 407–417. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO8.407>
- Putra, S., & Oktovita Sari, P. (2022). The Influence of Entrepreneurship Education and Family Environment on Interest in Entrepreneurship with Self Efficacy as a Mediation Variable for Undergraduate Students in East Java.
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 20–45. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2022-0055>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Soelaiman, L., Keni K., & Puspitowati, I. (2024). Empowering entrepreneurial intentions: educational support and self-efficacy in MBKM context. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 23-44. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i1.1760>
- Soelaiman, L., Selamat, F., & Puspitowati, I. (2023). Exploring the predictive factors of gen z readiness for entrepreneurship. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(5), 10-16. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i5.2757>
- Suarna, I. F., Marhamah, M., & Nurhalijah, I. S. (2024). Peran Kewirausahaan Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Melalui E-Commerce Di Desa Bojong Kalapa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 177–184.
- Szabó, K., & Aranyosy, M. (2024). The influence of family business background on the entrepreneurial intention of individuals A quantitative study of Hungarian university students. *Society and Economy*, 46(4), 441–461. <https://doi.org/10.1556/204.2024.00009>
- Tung, D. T., Hung, N. T., Phuong, N. T. C., Loan, N. T. T., & Chong, S. C. (2020). Enterprise development from students: The case of universities in Vietnam and the Philippines. *International Journal of Management Education*, 18(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.100333>
- Wasilczuk, J. E., & Richert-Kaźmierska, A. (2020). What potential entrepreneurs from generation y and z lack-IEO and the role of EE. *Education Sciences*, 10(11), 1–14. <https://doi.org/10.3390/educsci10110331>