

PENGARUH PERCEIVED DESIRABILITY DAN PERCEIVED FEASIBILITY TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA

Farid Hamzah Prihandani¹, Hasnin Aulia Nurlatifah², Fazar Nuriansyah³

^{1,2,3}Universitas Pendidikan Indonesia

¹faridhp@upi.edu, ²hasnin@upi.edu, ³fazar@upi.edu

Abstract

This purpose of this study was to determine the effect of perceived desirability and perceived feasibility on entrepreneurial intentions. The approach in the research used is a quantitative approach with the survey method. Data collection techniques used are through questionnaires distributed to respondents. The population in this study were all students of the Economic Education Study Program at the University of Education Indonesia. Data collection techniques using questionnaire. The data analysis techniques used include classical assumption tests, descriptive statistics, multiple linear regression tests and hypothesis testing. The results showed that: (i) perceived desirability, perceived feasibility and entrepreneurial intentions in Economic Education students of University of Education Indonesia are in the high category. (ii) perceived desirability has a positive effect on entrepreneurial intention, students who have a strong interest or desire for entrepreneurship will be encouraged to start and run a business (iii) perceived feasibility has a positive effect on entrepreneurial intention, students who have good entrepreneurial skills will be encouraged to start and run a business (iv) perceived desirability and perceived feasibility simultaneously have a positive effect on entrepreneurial intention.

Keywords: perceived desirability, perceived feasibility, entrepreneurial intention.

Pendahuluan

Berwirausaha merupakan salah satu syarat dalam memajukan perekonomian suatu negara. Dengan adanya wirausaha, suatu negara dapat menekan jumlah pengangguran. Dimana masyarakat yang memiliki jiwa berwirausaha dapat memanfaatkan berbagai peluang untuk dijadikan sebagai sumber penghidupan masyarakat tersebut. Dengan kata lain, masyarakat bisa mandiri secara ekonomi tanpa perlu bergantung pada negara dan bahkan bisa memberikan kesempatan bagi masyarakat lain untuk bekerja. Dengan begitu, jumlah pengangguran dapat menurun. Jumlah pengangguran yang menurun akan meningkatkan produktivitas negara yang berujung pada majunya negara tersebut secara ekonomi.

Berdasarkan publikasi Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 dikutip dari Katadata .co.id (<https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6464b3d3c584e/jumlah-wirausahawan-di-indonesia-ganjal-pertumbuhan-ekonomi>), jumlah wirausaha di Indonesia sebesar 3,47% dari jumlah penduduk. Angka tersebut masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara tetangga seperti Thailand yang memiliki jumlah wirausaha sebesar 4,2%, Malaysia dengan jumlah wirausaha sebesar 4,7% dan Singapura sebesar 8,8%. Rendahnya jumlah wirausaha tersebut tentu berimplikasi pada jumlah pengangguran di Indonesia.

Berdasarkan publikasi Badan Pusat Statistik (2023) jumlah pengangguran terbuka di Indonesia sebesar 5,32% atau sekitar 7,86 juta jiwa. Penyumbang kedua tingginya jumlah pengangguran tersebut adalah dari kalangan masyarakat dengan pendidikan tinggi (Diploma dan Universitas). Tingkat pendidikan tinggi menyumbang sebesar 5,10% atau terdapat sekitar 400 ribu mahasiswa yang sedang menganggur. Hal tersebut merupakan ironi, dimana seharusnya mahasiswa yang merupakan agen perubahan negara dengan salah satunya menciptakan lapangan pekerjaan justru menjadi donatur kedua masalah pengangguran di Indonesia.

DOI: 10.33603/ejpe.v12i1.36

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



Intensi merupakan faktor yang mendorong seseorang dalam melakukan perilaku (Hisrich et al., 2017, hal. 16). Dengan kata lain, rendahnya jumlah wirausaha disebabkan karena rendahnya niat atau intensi terhadap wirausaha itu sendiri. Berdasarkan data dari Global Entrepreneurship Monitor tahun 2022, jumlah wirausahawan baru di Indonesia tiap tahunnya mengalami penurunan. Tercatat tahun 2022 hanya sebesar 8,1% turun sebesar 1,4% dari tahun 2020. Rendahnya jumlah wirausahawan baru tersebut, menunjukkan masih rendahnya intensi berwirausaha masyarakat Indonesia termasuk di dalamnya dari kalangan masyarakat pendidikan tinggi atau mahasiswa.

Rendahnya intensi berwirausaha mahasiswa merupakan masalah yang perlu diselesaikan. Hal tersebut dikarenakan dengan intensi berwirausaha yang rendah akan berpengaruh terhadap jumlah wirausaha yang juga rendah. Dimana jumlah wirausaha yang rendah tidak akan dapat menekan jumlah pengangguran. Jika hal tersebut terus menerus dibiarkan, nantinya akan berdampak pada meningkatnya pengangguran dan mengganggu produktivitas atau kemajuan ekonomi di suatu negara. Oleh karena itu, masalah intensi berwirausaha ini perlu dicarikan solusi penyelesaiannya.

Menurut Shapero (dalam Krueger et al., 2000, hal. 419), berdasarkan teori Entrepreneurial Event, Intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga hal yaitu *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act*. *Perceived desirability* atau persepsi keinginan berkaitan dengan keinginan atau ketertarikan seseorang untuk memulai bisnis, *perceived feasibility* atau persepsi kelayakan berkaitan dengan kemampuan dan kepercayaan diri seseorang dalam memulai dan melakukan bisnis, sementara itu *propensity to act* atau kecenderungan untuk bertindak berkaitan dengan sikap seseorang untuk melakukan sesuatu yang mencerminkan dari keinginan seseorang tersebut (Krueger et al., 2000, hal. 419). Seseorang yang memiliki *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act* yang tinggi maka akan tinggi juga intensi berwirausahanya.

Terdapat penelitian-penelitian yang mendukung teori Entrepreneurial Event yang menyatakan bahwa baik *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act* memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha (Khuyen et al., 2023; Astiana et al., 2022; Bui et al., 2020; Afifah et al., 2020). Akan tetapi, dalam penelitian lain menyatakan bahwa *perceived desirability* dan *perceived feasibility* tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha (Hernawati & Yuliniar, 2018; Fitzsimmons & Douglas, 2011). Dalam penelitian lainnya hanya *propensity to act* yang tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha (Miralles et al., 2012; Wang et al., 2011). Adanya hal tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi dan ketidaksesuaian (Gap) dengan teori sehingga perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk menguji teori *Entrepreneurial Event*.

Dalam Penelitian ini, variabel *propensity to act* tidak diteliti. Selain karena memiliki pengaruh yang lemah dan tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, variabel *propensity to act* merupakan variabel yang kompleks. Dalam penelitian Davids (2017, hal. 19) dijelaskan bahwa *Propensity to Act* termasuk dalam konsep locus of control internal yang mencakup pandangan seseorang terhadap sejauh mana mereka merasa memiliki kendali atas kehidupan dan keputusannya, sehingga dalam hal ini *propensity to act* tidak dapat berpengaruh langsung pada intensi berwirausaha. Dalam beberapa penelitian, *propensity to act* menjadi variabel mediasi (Dissanayake, 2013; Guerrero et al., 2008) dan dalam penelitian lain *propensity to act* juga memiliki peran sebagai variabel moderator (Krueger, 1993, hal. 9). Dengan demikian, variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini hanya *perceived desirability* dan *perceived feasibility*.

Berdasarkan pemaparan di atas, penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji teori *Entrepreneurial Event* yaitu menguji pengaruh *perceived desirability* dan *perceived feasibility* terhadap intensi berwirausaha. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. 1) *Perceived desirability* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. 2) *Perceived feasibility* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Penelitian ini perlu dilakukan untuk menganalisis intensi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia.

Metode Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah intensi berwirausaha (Y) sebagai variabel terikat, *perceived desirability* (X1) dan *perceived feasibility* (X2) sebagai variabel bebas. Sedangkan subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia. Penelitian ini berlokasi di lingkungan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Instrumen penelitian dalam penelitian ini diadaptasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bui et al., (2020). Dimana variabel *perceived desirability* terdiri dari 4 item pertanyaan, *perceived feasibility* terdiri dari 11 item pertanyaan dan intensi berwirausaha terdiri dari 5 item pertanyaan. Tiap item diukur dengan skala likert 5 poin yaitu dari sangat setuju yang dinyatakan dengan angka 5 sampai dengan sangat tidak setuju yang dinyatakan dengan angka 1.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Kemudian statistika deskriptif, uji analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis yang meliputi uji koefisien determinasi, uji-t dan uji-F.

Hasil dan Pembahasan

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Sirminov*. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan *software* SPSS 25 diperoleh nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200. Dengan ketentuan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan pengujian dengan menggunakan *software* SPSS 25 diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,578 untuk *perceived desirability* maupun *perceived feasibility*. Dengan ketentuan jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *tolerance* lebih kecil dari 0,1 maka terjadi multikolinearitas. Kemudian diperoleh nilai VIF yaitu sebesar 1,730. Dengan ketentuan jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai VIF lebih dari 10 maka terjadi

multikolinearitas. Dengan demikian, berdasarkan pengujian dan ketentuan tersebut dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *White*. Berdasarkan pengujian dengan menggunakan *software* SPSS 25 diperoleh R Square sebesar 0,072. Dengan R Square tersebut diperoleh nilai *Chi Square* hitung sebesar $0,072 \times 116 = 8,352$. Adapun untuk penentuan *Chi Square* tabel dilihat berdasarkan taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan ($df = 5 - 1 = 4$). Berdasarkan hal tersebut diperoleh *Chi Square* tabel sebesar 9,488. Dengan ketentuan, jika *Chi Square* hitung lebih kecil dari *Chi Square* tabel maka tidak terjadi heteroskedastisitas, jika *Chi Square* hitung lebih besar dari *Chi Square* tabel maka terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan pengujian tersebut diperoleh nilai *Chi Square* hitung (8,352) < *Chi Square* tabel (9,488). Dengan demikian, dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambaran Umum Intensi Berwirausaha

Gambaran umum intensi berwirausaha dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia. Pengukuran gambaran umum terkait intensi berwirausaha dilakukan dengan membuat standar perbandingan dengan skor kriterium yang dapat dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu tinggi, sedang dan rendah. Adapun gambaran umum intensi berwirausaha adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Gambaran Umum Intensi Berwirausaha

Kategori	Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	$X < 12$	5	4,3%
Sedang	$12 \leq X < 18$	44	37,9%
Tinggi	$X > 18$	67	57,8%
Jumlah		116	100%

Berdasarkan Tabel 1. Intensi berwirausaha pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya mahasiswa yang memiliki intensi berwirausaha dengan kategori tinggi yaitu sebanyak 67 mahasiswa atau 57,8%. Sementara itu, sebanyak 44 mahasiswa atau sebesar 37,9% terkategori sedang dan sebanyak 5 mahasiswa atau sebesar 4,3% terkategori rendah.

Gambaran Umum *Perceived Desirability*

Gambaran umum *perceived desirability* dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia. Pengukuran gambaran umum terkait *perceived desirability* dilakukan dengan membuat standar perbandingan dengan skor kriterium yang dapat dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu tinggi, sedang dan rendah. Adapun gambaran umum *perceived desirability* adalah sebagai berikut.

Tabel 2. Gambaran Umum *Perceived Desirability*

Kategori	Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	$X < 9$	3	2,6%
Sedang	$9 \leq X < 15$	20	17,2%
Tinggi	$X > 15$	93	80,2%
Jumlah		116	100%

Berdasarkan Tabel 2. *Perceived desirability* atau persepsi keinginan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya mahasiswa yang memiliki *perceived desirability* dengan kategori tinggi yaitu sebanyak 93 mahasiswa atau 80,2%. Sementara itu, sebanyak 20 mahasiswa atau sebesar 17,2% terkategori sedang dan sebanyak 3 mahasiswa atau sebesar 2,6% terkategori rendah.

Gambaran Umum *Perceived Feasibility*

Gambaran umum *perceived feasibility* dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia. Pengukuran gambaran umum terkait *perceived feasibility* dilakukan dengan membuat standar pembandingan dengan skor kriterium yang dapat dikategorikan menjadi tiga tingkatan, yaitu tinggi, sedang dan rendah. Adapun gambaran umum *perceived feasibility* adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Gambaran Umum *Perceived Feasibility*

Kategori	Rentang	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	$X < 26$	5	4,3%
Sedang	$26 \leq X < 40$	44	37,9%
Tinggi	$X > 40$	67	57,8%
Jumlah		116	100%

Berdasarkan Tabel 3. *Perceived feasibility* atau persepsi kelayakan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia termasuk dalam kategori tinggi. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya mahasiswa yang memiliki *perceived feasibility* dengan kategori tinggi yaitu sebanyak 67 mahasiswa atau 57,8%. Sementara itu, sebanyak 44 mahasiswa atau sebesar 37,9% terkategori sedang dan sebanyak 5 mahasiswa atau sebesar 4,3% terkategori rendah.

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu *perceived desirability* (X1) dan *perceived feasibility* (X2) terhadap variabel terikat yaitu intensi berwirausaha (Y). Adapun hasil dari analisis data dengan bantuan *software* SPSS 25 adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Analisis Data

Model	R	R ²	B	Std. Error	F	t	Sig.
(Constant)	,848	,719	-2,705	1,280	144,326	-2,114	,037
<i>Perceived Desirability</i>			,517	,096		5,409	,000
<i>Perceived Feasibility</i>			,307	,035		8,731	,000

Berdasarkan Tabel 4. Diperoleh persamaan regresi dalam penelitian ini terdiri dari konstanta sebesar -3,427, kemudian koefisien regresi X1 sebesar 0,517, X2 sebesar 0,307. Adapun persamaan regresinya adalah sebagai berikut. $Y = -2,705 + 0,517X_1 + 0,307X_2 + e$

Dari persamaan berikut, diinterpretasikan bahwa nilai konstanta sebesar -3,427 menunjukkan jika *perceived desirability*, *perceived feasibility* bernilai 0, maka nilai intensi berwirausaha adalah sebesar -3,247. Koefisien regresi X1 sebesar 0,517 menunjukkan jika *perceived desirability* meningkat sebesar satu satuan maka intensi berwirausaha akan meningkat sebesar 0,517 atau 52%. Koefisien regresi X2 sebesar 0,307 menunjukkan jika *perceived feasibility* meningkat sebesar satu satuan maka intensi berwirausaha akan meningkat sebesar 0,307 atau 31%.

Nilai R Square dalam penelitian ini sebesar 0,719 atau 72%. Dengan kata lain, *perceived desirability* dan *perceived feasibility* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sebesar 72% sementara itu, 28% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengujian hipotesis secara simultan (Uji-F) dalam penelitian ini ditunjukkan dengan taraf signifikansi 5%. Diperoleh nilai F hitung (96,489) > dari F tabel (3,077) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan *perceived desirability* dan *perceived feasibility* secara simultan berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t) dalam penelitian ini ditunjukkan dengan taraf signifikansi 5%. Untuk *perceived desirability* diperoleh t hitung (4,948) > t tabel (1,650) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Kemudian untuk *perceived feasibility* diperoleh t hitung (7,868) > t tabel (1,656) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel *perceived desirability* dan *perceived feasibility* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

Pengaruh *Perceived Desirability* terhadap Intensi Berwirausaha

Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa *perceived desirability* berpengaruh secara positif terhadap intensi berwirausaha, yang berarti bahwa mahasiswa yang memiliki *perceived desirability* atau persepsi keinginan yang tinggi maka akan tinggi juga intensinya dalam berwirausaha. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (Bui et al., 2020; Dissnayake, 2013; Afifah et al., 2020; Kruger et al., 2000). Skor tertinggi pada persepsi keinginan dalam penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Bui et al., (2020, hal. 375), yang menyatakan bahwa faktor *perceived desirability* memiliki pengaruh terkuat terhadap intensi berwirausaha diantara mahasiswa. Ketika individu mempersepsikan kewirausahaan sebagai sesuatu yang diinginkan, individu tersebut cenderung memiliki intensi yang lebih kuat untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan (Krueger et al., 2000, hal. 419). Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki daya tarik atau keinginan berwirausaha yang tinggi akan terdorong

untuk memulai dan menjalankan usaha dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki *perceived desirability* yang rendah.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan item-item *perceived desirability* yang termasuk dalam kategori tinggi. Dengan kata lain mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia sebagian besar menganggap penciptaan bisnis merupakan sesuatu yang menarik dan diinginkan yang digambarkan melalui kecintaan terhadap kewirausahaan, tingkat antusiasme, tingkat ketegangan, dan tingkat kelelahan (Bui et al., 2020, hal. 378). Hal ini dipengaruhi oleh sikap, nilai, dan persepsi masing-masing individu. *Perceived desirability* juga terbentuk karena adanya faktor yang mendorong individu untuk bersikap positif, seperti adanya pengalaman kewirausahaan dan dukungan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, dan kerabat (Afifah et al., 2020, hal. 145).

Dalam penelitian ini, jawaban mahasiswa mengenai ketertarikan untuk memulai bisnis apabila memiliki peluang dan sumber daya merupakan item dengan nilai tertinggi. Dengan kata lain, sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia tertarik dan memiliki keinginan untuk menjalankan bisnis jika ada peluang dan sumber daya yang memadai. Peluang atau momentum seperti adanya peluang usaha yang dilihat dari demografi, peluang usaha yang dilihat dari kebutuhan atau permintaan zaman dan peluang usaha dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Adapun sumber daya yang mendukung jalannya peluang usaha tersebut dapat berupa sumber daya modal, tenaga, tempat dan waktu. Apabila peluang dan sumber daya usaha sudah terpenuhi maka intensi untuk berwirausaha akan mengalami kenaikan.

Temuan dalam penelitian ini menemukan tingkat *perceived desirability* pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia secara umum termasuk dalam kategori tinggi terhadap intensi berwirausaha. Dengan kata lain, *perceived desirability* memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Dimana intensi berwirausaha akan meningkat jika *perceived desirability* nya juga meningkat.

Pengaruh *Perceived Feasibility* terhadap Intensi Berwirausaha

Hasil dalam penelitian ini menyatakan bahwa *perceived feasibility* berpengaruh secara positif terhadap intensi berwirausaha, yang berarti bahwa mahasiswa yang memiliki *perceived feasibility* atau persepsi kelayakan yang tinggi maka akan tinggi juga intensinya dalam berwirausaha. Hal tersebut sejalan dengan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya (Afifah et al., 2020; Astiana et al., 2022; Bui et al., 2020). Berdasarkan penelitian tersebut, mahasiswa yang memiliki yang memiliki *perceived feasibility* berarti memiliki kemampuan dan kelayakan dalam berwirausaha sehingga mahasiswa tersebut akan percaya diri untuk memulai dan menjalankan usaha (Afifah et al., 2020, hal. 148). Dengan kata lain, mahasiswa yang memiliki kemampuan berwirausaha yang baik akan terdorong untuk memulai dan menjalankan usaha dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki *perceived feasibility* yang rendah.

Secara keseluruhan, dalam penelitian ini menunjukkan item-item *perceived feasibility* termasuk dalam kategori tinggi. Dengan kata lain mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia sebagian besar memiliki kemampuan dan kelayakan dalam memulai dan menjalankan usaha seperti mampu mengidentifikasi peluang usaha baru, mengidentifikasi pendanaan usaha baru, membuat produk sesuai dengan kebutuhan, berfikir kreatif dalam usaha, mengembangkan hubungan bisnis dengan orang penting, membangun tim dalam bisnis, menginspirasi orang lain, mampu bekerja produktif, mentolerir perubahan kondisi bisnis,

mampu menghadapi masalah dalam bisnis serta yakin bisa memulai dan menjalankan bisnis dengan sukses.

Dalam penelitian ini, jawaban mahasiswa terkait kepercayaan diri akan keberhasilannya dalam menjalankan bisnis merupakan item dengan nilai tertinggi. Dengan kata lain, sebagian besar mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia percaya diri akan kemampuan mereka yaitu dapat menjalankan bisnis dengan sukses. Hal tersebut sejalan dengan penelitian lain yang juga menyatakan rasa percaya diri dan sikap optimis mahasiswa dalam menjalankan proses bisnis termasuk dalam kategori tinggi (Astiana et al., 2022, hal. 997). Shapero & Shokol (Mukharomah et al., 2017, hal. 285) mengemukakan bahwa kemampuan dalam menjalankan bisnis yang baik merupakan hasil dari pendidikan dan pengajaran. Dimana Pendidikan dan pengajaran tentang menjalankan bisnis yang baik akan meningkatkan kepercayaan diri untuk memulai bisnis dengan sukses. Kepercayaan diri yang tinggi tersebut nantinya akan mendorong intensi mahasiswa untuk memulai usaha.

Temuan dalam penelitian ini menemukan tingkat *perceived feasibility* pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia secara umum termasuk dalam kategori tinggi terhadap intensi berwirausaha. Dengan kata lain, *perceived feasibility* memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Dimana intensi berwirausaha akan meningkat jika *perceived feasibility* nya juga meningkat.

Simpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil pembahasan, mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Indonesia memiliki tingkat *perceived desirability* dan *perceived feasibility* yang tinggi sehingga berdampak positif pada intensi berwirausaha. Hal ini sesuai dengan teori *Entrepreneurial Event* Shapero yang menekankan bahwa keinginan dan kelayakan yang dirasakan oleh individu dapat mempengaruhi intensi mereka untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan. Mahasiswa yang melihat kewirausahaan sebagai sesuatu yang diinginkan dan menarik, menciptakan dorongan untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, dan mahasiswa yang merasa mampu dan memiliki kelayakan dalam berwirausaha cenderung memiliki intensi berwirausaha yang lebih tinggi karena pengalaman positif dan keyakinan pada kemampuan diri merupakan hal yang dapat memicu intensi berwirausaha.

Referensi

- Afifah, A. Y., Kurjono, K., & Muntashofi, B. (2020). Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, dan Propensity to Act Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(2), 144–150.
<https://doi.org/10.24036/011103250>
- Astiana, M., Malinda, M., Nurbasari, A., & Margaretha, M. (2022). Entrepreneurship Education Increases Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students. *European Journal of Educational Research*, 11(2), 995–1008.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12973/eu-jer.11.2.995>
- BPS. (2023). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,32 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,18 juta rupiah per bulan*. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/11/06/2002/tingkat-pengangguran-terbuka-->

tp--sebesar-5-32-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-18-juta-rupiah-per-bulan.html

- Bui, T. H. V., Nguyen, T. L. T., Tran, M. D., & Nguyen, T. A. T. (2020). Determinants Influencing Entrepreneurial Intention Among Undergraduates in Universities of Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB)*, 7(7), 369–378. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.369>
- Darmanto, S. (2016). Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity To Act Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no7.369>
- Davids, F. (2017). The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention Among Undergraduate Students in Sri Lanka: An Extended Model. In *Master's thesis, University of Cape Town*.
papers2://publication/uuid/75DC58E6-0984-4909-92D2-100E76491467
- Dihni, V. A. (2023). *Jumlah Wirausahawan di Indonesia Ganjal Pertumbuhan Ekonomi*. Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/analisisdata/6464b3d3c584e/jumlah-wirausahawan-di-indonesia-ganj-al-pertumbuhan-ekonomi>
- Dissanayake, D. M. N. S. . (2013). *The impact of perceived desirability and perceived feasibility on entrepreneurial intention among undergraduate students in Sri Lanka: An extended model*. 2(1), 39–57. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2312589>
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction Between Feasibility and Desirability in The Formation of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001>
- Guerrero, M., Rialp, J., & Urbano, D. (2008). The Impact of Desirability and Feasibility on Entrepreneurial Intentions: A Structural Equation Model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35–50. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0032-x>
- Hernawati, E., & Yuliniar, Y. (2018). Pemetaan Potensi dan Minat Mahasiswa UPN “Veteran” Jakarta untuk Berwirausaha. *Ekonomi dan Bisnis Ekobis*, 5(2), 145–159. <https://doi.org/10.35590/jeb.v5i2.748>
- Hisrich, D. R., Peters, P. M., & Shepherd, A. D. (2017). *Entrepreneurship: Vol. Tenth Edit*. McGraw-Hill Education.
- Hutabarat, Z., Helawatunisa, I., & Suryawan, I. N. (2022). Pengaruh Innovation, Entrepreneurial Desirability, Entrepreneurial Feasibility, Terhadap Entrepreneurial Intention. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(2), 997–1010. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.2.997-1010.2022>
- Khuyen, N. T., Thanh, L. C., Tan, H. K., & Ghi, T. N. (2023). The Role of Perceived Feasibility and Perceived Desirability on Entrepreneurial Behaviour Through Goal and Implementation Intentions of Students in Southeast Vietnam. *Nurture*, 17(4), 516–527. <https://doi.org/10.55951/NURTURE.V17I4.390>
- Krueger, N. (1993). The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions of New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(1), 5–21. <https://doi.org/10.1177/104225879301800101>

- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432.
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Mikić, M., Horvatinović, T., & Turčić, I. (2020). A Closer Look at Entrepreneurial Intentions. *Economics and Business Letters*, 9(4), 361–369.
<https://doi.org/10.17811/ebl.9.4.2020.361-369>
- Miralles, F., Riverola, C., & Giones, F. (2012). Analysing Nascent Entrepreneurs' Behaviour Through Intention-Based Models. *Proceedings of the 7th European Conference on Innovation and Entrepreneurship, Vols 1 and 2, September 2012*, 482–491.
<https://doi.org/10.13140/2.1.4595.6161>
- Mukharomah, W., Soepatini, S., & Praswati, A. N. (2017). Pengaruh Perceived desirability Dan Perceived Feasibility Terhadap Entrepreneurial Intention. *URECOL*, 281–294.
- Ranga, V., Jain, S., & Venkateswarlu, P. (2019). Exploration of Entrepreneurial Intentions of Management Students Using Shapero's Model. *Theoretical Economics Letters*, 9(4), 959–972. <https://doi.org/10.4236/tel.2019.94062>
- Stirzaker, R., Galloway, L., Muhonen, J., & Christopoulos, D. (2021). The Drivers of Social Entrepreneurship: Agency, Context, Compassion and Opportunism. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 27(6), 1381–1402.
<https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2020-0461>
- Tua, R. (2022). Peristiwa Entrepreneurial: Tinjauan Dan Pengembangan Pemikiran Shapero Dalam Cerita Tiga Wirausaha Di Bali. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 138–152.
<https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.6224.138-152>
- Wang, M. T. et al. (2018). Friends, academic achievement, and school engagement during adolescence: A social network approach to peer influence and selection effects. *Learning and Instruction*, 58, 148–160.
<https://doi.org/10.1016/j.learninstruc.2018.06.003>