



JURNAL VALUE : Jurnal Manajemen dan Akuntansi

Journal homepage: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/VL>



Peran Efikasi Diri dan Dukungan Sosial: Membangun Niat Berwirausaha Generasi Z

Sri Karuniawati Retna Ningsih¹

Henry Lisan Suwarno²

¹Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

Email : 2252113@bus.maranatha.edu

² Manajemen, Universitas Kristen Maranatha

Email : henky.ls.eco.maranatha.edu

Diterima: 11 Desember 2025

Direview: 20 Februari 2026

Dipublikasikan: 28 Juni 2026

Abstract

The high rate of unemployment among Generation Z shows that encouraging entrepreneurial ideas is important for creating new job opportunities. This study looks at how self-efficacy and social support affect the desire of Generation Z to start their own businesses. The research involved 150 participants, selected through purposeful sampling, and used a questionnaire with a 5-point scale to gather information. The data was analyzed using PLS-SEM and regression models. The results show that both self-efficacy and social support have a strong and positive effect on entrepreneurial intentions, whether looked at on their own or together. These results underscore the effectiveness of the combination of individual confidence and supportive social environments in fostering entrepreneurial intentions. Therefore, strengthening both internal and external factors is a key strategy in promoting an entrepreneurial mindset among Generation Z. The findings imply that efforts to develop internal potential and foster a positive social environment must be optimized to encourage entrepreneurship among Generation Z. Additionally, this study seeks to provide insights into the importance of self-efficacy and social support in shaping entrepreneurial intentions, serving as a basis for reflection in developing entrepreneurial potential within this generation.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Generation Z, Self-efficacy, Social Support

Abstrak

Tingkat pengangguran yang tinggi di kalangan Generasi Z membuat pentingnya meningkatkan semangat untuk berwirausaha sebagai alternatif dalam menciptakan lapangan kerja. Studi ini memiliki tujuan menganalisis dampak dari dukungan sosial dan efikasi diri pada niat seseorang untuk menjadi pengusaha. Penelitian ini dilakukan pada 150 orang responden dengan teknik purposive sampling, menggunakan kuesioner berbentuk skala Likert 5 poin. Metode PLS-SEM dan regresi dipakai guna menganalisa data. Temuan studi memperlihatkan niat berwirausaha seseorang terpengaruh signifikan positif oleh efikasi diri serta dukungan sosial, baik ketika dianalisis secara terpisah maupun bersamaan. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan diri individu dan dukungan dari lingkungan sekitar merupakan kombinasi yang efektif dalam membentuk niat berwirausaha. Oleh karena itu, penguatan faktor internal dan faktor eksternal menjadi strategi penting dalam mendorong jiwa kewirausahaan di kalangan Generasi Z. Temuan ini memberikan implikasi bahwa dukungan pengembangan potensi internal dan lingkungan sosial yang positif perlu dioptimalkan untuk mendorong semangat kewirausahaan Generasi Z. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman bagi pembaca mengenai pentingnya efikasi diri dan dukungan sosial dalam membentuk niat berwirausaha, serta dapat menjadi dasar refleksi untuk mengembangkan potensi kewirausahaan di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Dukungan Sosial, Efikasi Diri, Generasi Z, Kewirausahaan, Niat Berwirausaha

PENDAHULUAN

Indonesia telah menghadapi tingkat pengangguran yang tinggi dalam perkiraan waktu yang panjang, dan masalah ini akan tetap berlangsung di tahun berikutnya (Viguna et al., 2024). Menariknya, jika dilihat dari struktur usia, kelompok usia 15–24 tahun mendominasi tingkat pengangguran di Indonesia (Septiana et al., 2025). Ini dapat menjadi masalah serius ketika tingkat pengangguran di kalangan pemuda, yang sebagian besar berasal dari Generasi Z, semakin meningkat (Wijaya et al., 2024). Salah satu penyebab masalah tersebut adalah kompetensi keahlian yang dimiliki lulusan perguruan tinggi masih belum selaras dengan tuntutan pasar kerja (Harianti, et al., 2020). Dari hal ini akan memicu bertambahnya jumlah pengangguran terdidik sebab tidak seimbangnya angka peluang kerja yang tersedia, ditambah lagi dengan ketatnya persaingan di antara para pencari kerja (Rahayuningsih et al., 2023). Fenomena ini juga tercermin pada distribusi pengangguran pada sejumlah daerah Indonesia, utamanya pada Pulau Jawa sebagai pusat aktivitas ekonomi dan pendidikan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024, Pulau Jawa memiliki jumlah pengangguran terdidik usia muda tertinggi di Indonesia, yaitu sekitar 1,97 juta orang dengan tingkat pengangguran sebesar 21,98%, dan 73,81% di antaranya berada di wilayah perkotaan. Kondisi ini cukup memprihatinkan mengingat Pulau Jawa merupakan pusat perekonomian nasional dengan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57,04% (Septiana et al., 2025). Salah satu kota besar di Pulau Jawa adalah Bandung, terkenal selaku kota pendidikan dengan banyak perguruan tinggi yang menghasilkan lulusan setiap tahunnya. Oleh karena itu, Kota Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian alternatif dalam menghadapi keterbatasan lapangan kerja. Melihat kondisi tersebut, diperlukan upaya yang dapat mendorong generasi muda untuk menciptakan peluang kerja secara mandiri. Untuk mengatasi masalah pengangguran di Indonesia, kewirausahaan telah muncul sebagai salah satu solusi yang layak. Oleh sebab itu, dalam kewirausahaan, niat juga memainkan peran yang penting (Nurhidayati et al., 2018). Dalam konteks ini, niat berwirausaha memiliki peran penting karena tidak hanya mendorong seseorang memulai usaha, tetapi juga membentuk pola pikir serta kesiapan individu dalam menghadapi tantangan dunia usaha. Oleh karena itu, penguatan niat berwirausaha pada Generasi Z menjadi langkah penting agar mereka mampu menciptakan lapangan kerja secara mandiri (Wardana et al., 2024).

Sejalan dengan hal tersebut, niat berwirausaha dapat terbentuk melalui berbagai pengaruh, baik dari dalam ataupun luar individu. Pengaruh internal mencakup kondisi psikologis dan cara berpikir seseorang, seperti pendidikan kewirausahaan, sikap, motivasi, efikasi diri, dan persepsi terhadap peluang bisnis (Sitanggang et al., 2021). Faktor-faktor tersebut berperan penting dalam membentuk pola pikir Generasi Z terhadap dunia usaha dengan membekali mereka konsep serta keterampilan yang relevan. Selain itu, faktor eksternal seperti lingkungan juga berpengaruh pada niat kewirausahaan. Lingkungan mendukung dalam bentuk dukungan keluarga, sosial, maupun institusi pendidikan (Ukil, 2022). Faktor ini dapat menaikkan kepercayaan diri seseorang guna mengawali sebuah usaha. Faktor lainnya yang turut berperan dalam niat berwirausaha adalah pengalaman sebelumnya dalam kewirausahaan dan adanya role model, yang dapat memberikan motivasi, dan inspirasi, serta dapat meningkatkan persepsi individu terhadap kelayakan dan peluang keberhasilan dalam berwirausaha (Fragoso et al., 2020).

Dalam konteks ini, faktor internal dan eksternal tidak hanya bekerja secara terpisah, tetapi juga saling memengaruhi dalam membentuk niat seseorang untuk berwirausaha (Neneh, 2022). Salah satu aspek internal yang memiliki pengaruh besar adalah keyakinan akan kemampuan diri sendiri (efikasi diri) dalam memulai, mengelola, dan mempertahankan sebuah usaha (Nurhidayati et al., 2018). Efikasi diri memiliki peranan penting dalam membangun niat berwirausaha, karena tingkat kepercayaan diri yang tinggi dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan bisnis secara tepat (Gunawan et al., 2023). Orang-orang yang sangat percaya diri biasanya selalu tekun dan terus berusaha secara konsisten dalam jangka panjang, serta tetap bertahan meskipun menghadapi kesulitan, dan mampu menyusun strategi yang lebih matang demi mencapai tujuannya (Ferreira-Neto et al., 2023a). Selain faktor dari dalam diri, pengaruh dari luar individu juga memainkan peran penting dalam membentuk niat untuk berwirausaha, dan salah satu bentuknya adalah dukungan sosial. Dukungan ini memberikan kontribusi besar terhadap tumbuhnya niat berwirausaha, karena dapat menawarkan

dorongan moral, akses terhadap sumber daya, serta meningkatkan rasa percaya diri seseorang dalam memulai bisnis (Huang et al., 2024). Lebih dari itu, dukungan sosial juga memperkuat daya tahan individu dalam menghadapi dinamika dunia usaha, terutama bagi mereka yang memiliki jaringan relasi yang solid (Alshibani et al., 2020). Dalam konteks ini, dukungan dari keluarga, teman, masyarakat, maupun lembaga berperan dalam membantu individu mengatasi tantangan kewirausahaan serta menciptakan ekosistem yang lebih mendukung bagi pertumbuhan usaha mereka (Molino et al., 2018).

Terkait faktor internal dan eksternal tersebut, hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya ketidakselarasan temuan mengenai peran dukungan sosial dan efikasi diri pada niat berwirausaha. Beberapa penelitian menyatakan bahwa kedua hal ini berpengaruh pada niat berwirausaha, namun ada pula studi yang menyimpulkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Penemuan yang tidak konsisten ini menampilkan terdapatnya gap teori dalam riset tentang faktor-faktor yang memengaruhi niat berwirausaha, sehingga masih dibutuhkan kajian lebih lanjut untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif. Berdasarkan studi Rahmatika et al., (2024) menampilkan kalau niat berwirausaha terakibat positif serta nyata oleh efikasi diri. Penemuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan seseorang dalam kemampuan mereka untuk mengelola usaha, semakin besar pula kecenderungannya untuk tertarik dan berkomitmen untuk terjun ke dunia kewirausahaan. Hasil serupa juga ditemukan oleh Ferreira-Neto et al., (2023), yang memperlihatkan efikasi diri ialah bagian penting, salah satu pendorong dalam meningkatkan niat berwirausaha. Di sisi lain, temuan dari Santoso et al., (2016) justru menunjukkan bahwa rasa percaya diri tidak berdampak besar terhadap keinginan untuk berwirausaha.

Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Ilevbare et al., (2022) memperlihatkan dukungan sosial berkontribusi signifikan pada pembentukan niat berwirausaha pada individu. Dukungan ini mencakup berbagai bentuk bantuan, seperti dukungan emosional, finansial, dan informasi, yang dapat meningkatkan motivasi untuk memulai usaha. Sebagaimana ditegaskan oleh Putri et al., (2024), terdapat korelasi positif antara tingkat dukungan sosial yang diperoleh dengan niat seseorang untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan, yang juga tercermin dalam hasil studi ini. Meskipun demikian, temuan berbeda disampaikan oleh Putri et al., (2021), mengungkapkan dukungan sosial tidak memberi pengaruh pada niat individu dalam memulai usaha (niat berwirausaha). Perbedaan hasil penelitian tersebut semakin memperlihatkan bahwa hubungan antara dukungan sosial, efikasi diri, dan niat berwirausaha masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks dan karakteristik responden yang berbeda.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, peneliti melakukan survei awal terhadap 30 responden. Hasilnya menunjukkan bahwa tingkat efikasi diri mencapai 70%, dukungan sosial sebesar 62%, dan niat berwirausaha sebesar 76%. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar orang yang menjawab memiliki faktor internal dan eksternal yang cukup baik untuk mendorong niat berwirausaha. Namun demikian, tidak semua individu yang punya dukungan sosial serta efikasi diri baik menunjukkan niat berwirausaha yang sama kuatnya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya fenomena yang menarik guna ditelaah kian dalam. Meskipun mayoritas responden punya dukungan sosial serta efikasi diri baik, serta menunjukkan keinginan untuk berwirausaha, persentasenya belum mencapai seluruh responden. Hal ini menandakan adanya kesenjangan antara kondisi yang diharapkan secara teoritis dengan realitas di lapangan. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh efikasi diri dan dukungan sosial terhadap niat berwirausaha masih relevan untuk dilakukan. Penelitian ini juga memiliki unsur kebaruan dengan menguji kedua variabel tersebut tidak hanya secara parsial, tetapi juga secara simultan, sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi niat berwirausaha pada Generasi Z, khususnya di Kota Bandung.

KAJIAN PUSTAKA

Grand Theory

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen sebagai landasan teori utama. Teori ini menjelaskan bahwa niat merupakan faktor utama yang memengaruhi seseorang dalam melakukan suatu perilaku. Menurut TPB, niat individu terbentuk melalui tiga komponen utama, yaitu attitude toward behavior, subjective norms, dan perceived behavioral control (Ajzen, 1991). Dalam konteks kewirausahaan, perceived behavioral control berkaitan dengan efikasi diri, yaitu kepercayaan seseorang pada kapabilitasnya guna memulai juga dan mengelola bisnis mereka sendiri. Sementara itu, subjective norms mencerminkan dukungan sosial yang

diperoleh individu dari lingkungan sekitarnya. Kedua faktor tersebut dapat memengaruhi terbentuknya niat seseorang untuk berwirausaha (Yesmin et al., 2024). Oleh karena itu, TPB dipakai pada studi ini untuk menggambarkan bagaimana dukungan sosial serta efikasi diri dapat memengaruhi niat berwirausaha.

Niat Berwirausaha

Niat berwirausaha merupakan kesiapan individu untuk menjalankan usaha, dalam konteks ini niat berwirausaha mencerminkan keadaan mental yang mengarahkan pengalaman, perhatian, dan tindakan individu dalam menciptakan serta mengelola usaha baru (Shah et al., 2020). Menurut Tomy et al., (2020) niat berwirausaha didefinisikan sebagai keinginan sadar individu untuk mendirikan bisnis baru di masa depan, niat berwirausaha ini dianggap sebagai langkah pertama dalam proses pendirian bisnis yang berkelanjutan. Adapun pendapat Suwarno et al., (2023) menjelaskan niat kewirausahaan diartikan sebagai komitmen individu untuk memulai bisnis dan kemauan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Secara umum niat berwirausaha merupakan komitmen individu dan kesiapan mental untuk menciptakan, mengelola, serta memulai bisnis baru secara sadar, sebagai langkah awal dalam membangun usaha (Suwarno et al., 2026). Niat berwirausaha memiliki fungsi atau kegunaan yang berperan sebagai dorongan yang mencerminkan kepercayaan diri individu untuk memulai bisnis, menjadikannya sebagai pilihan karier, dan merancang langkah-langkah yang strategis guna mencapai kejayaan pada waktu mendatang datang (Wijaya et al., 2024). Niat berwirausaha dapat diukur melalui indikator seperti, menjadikan kewirausahaan sebagai pilihan karier dibandingkan bekerja untuk pihak lain, membangun karier sebagai pelaku usaha mandiri, merancang langkah awal untuk memulai sebuah bisnis, dan mengangkat citra diri melalui peran sebagai seorang wirausahawan (Nurhidayati et al., 2018).

Efikasi Diri

Menurut Nurhidayati et al., (2018), efikasi diri mengacu pada seberapa besar seseorang meyakini bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas atau pekerjaan tertentu dengan baik. Sementara itu, menurut Omar et al., (2019) efikasi diri dipahami selaku kepercayaan individu pada tugas tertentu, atau persepsi tentang kemampuan diri mereka dalam mencapai kinerja yang optimal. Pendapat lain yang dikemukakan oleh Martini et al., (2024) menjelaskan efikasi diri ialah kepercayaan individu terhadap kapabilitasnya dalam memengaruhi tindakannya sendiri serta menghasilkan hasil yang diharapkan. Secara keseluruhan, efikasi diri dapat dimaknai sebagai kepercayaan seseorang pada kapasitas dirinya dalam menyelesaikan tugas, memengaruhi perilaku, dan meraih hasil yang diinginkan dengan kinerja yang tinggi. Dalam konteks kewirausahaan, Ukil (2022) menyatakan bahwa efikasi diri berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri individu untuk menetapkan tujuan usaha dan mengambil inisiatif dalam membangun bisnis. Untuk mengukur efikasi diri, indikator yang dapat digunakan meliputi keyakinan dalam mengelola bisnis, kepercayaan terhadap kemampuan pribadi, serta dorongan untuk menyelesaikan tantangan yang memberikan kepuasan sesuai harapan (Nurhidayati et al., 2018).

Dukungan Sosial

Dukungan sosial merupakan dukungan berupa informasi yang diperoleh dari orang lain, yang berasal dari komunitas tertentu serta saling memberikan timbal balik, dukungan sosial dapat berasal dari keluarga, pasangan, teman, komunitas, dan kontak sosial di masyarakat (Afiati et al., 2023). Menurut Aprizal et al., (2022) dukungan sosial merupakan bentuk dukungan yang dapat memberikan perasaan dihargai dan diperhatikan yang diterima dari orang lain, terutama dari orang-orang yang punya keterikatan emosional yang dekat, dan yang dipercaya, individu yang mendapatkan dukungan sosial dapat merasakan manfaat psikologis yang bisa meningkatkan kesejahteraan dan ketahanan dalam menghadapi tantangan. Dukungan sosial didefinisikan sebagai interaksi individu yang di mana sosial-emosional, kedekatan, serta keterikatan dipertukarkan Marta et al., (2019). Secara umum dukungan sosial merupakan jenis interaksi timbal balik di mana individu atau komunitas berbagi perhatian, informasi, dan keterikatan emosional, hal ini membuat individu merasa dihargai, dapat meningkatkan kesehatan mental, dan membantu individu dalam menghadapi tantangan. Dalam berwirausaha dukungan sosial berperan penting karena membuat individu merasa didampingi dan diyakini oleh individu lain, alhasil bisa menaikkan keyakinan diri juga motivasi terhadap menjalankan usaha (Jadmiko, 2021). Indikator pengukuran dukungan sosial berdasarkan aspek-aspek yang meliputi,

bantuan moral, bantuan sosial, bantuan pengakuan, dan bantuan pemberian informasi (Nurhidayati et al., 2018).

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Efikasi Diri dan Niat Berwirausaha

Menurut TPB atau “*Theory of Planned Behavior*”, menjabarkan “niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh persepsi kontrol perilaku, juga dikenal sebagai (*perceived behavioral control*), dalam kewirausahaan, ini terkait erat dengan efikasi diri, atau keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk melakukan usaha. Semakin tinggi keyakinan seseorang terhadap kemampuannya, semakin besar pula kemungkinan munculnya niat untuk melakukan perilaku tersebut. Dalam ranah kewirausahaan, individu yang memiliki tingkat efikasi diri rendah cenderung kurang menunjukkan ketertarikan untuk memulai usaha serta mengalami kesulitan dalam mengenali dan memanfaatkan peluang, meskipun berada dalam situasi lingkungan bisnis yang sama (Vu et al., 2024). Sebaliknya, keyakinan tinggi terhadap kemampuan diri sendiri membuka peluang lebih besar bagi seseorang untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Kepercayaan diri yang kuat terhadap kapabilitas pribadi sering kali menjadi landasan utama munculnya dorongan serta keberanian dalam menjalankan bisnis. Pernyataan ini diperkuat oleh Mahfudh et al., (2024) yang menegaskan tentang niat berwirausaha cenderung melemah ketika tingkat efikasi diri rendah. Dengan kata lain, semakin besar keyakinan seseorang terhadap kemampuannya, semakin tinggi pula kemungkinan dirinya untuk mengambil peran aktif dalam dunia usaha. Gultom et al., (2023) juga mengidentifikasi hubungan searah niat berwirausaha dengan efikasi diri, di mana rendahnya efikasi diri berbanding lurus dengan minimnya keinginan untuk berwirausaha. Penelitian dari Supatminingsih et al., (2024) turut menegaskan bahwa tanpa adanya efikasi diri yang memadai, dorongan seseorang untuk memulai bisnis cenderung melemah secara signifikan.

H1: Efikasi diri berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

Dukungan Sosial dan Niat Berwirausaha

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), faktor lingkungan sosial tercermin dalam subjective norms yang menggambarkan pengaruh dukungan, dorongan, maupun harapan dari lingkungan sekitar terhadap keputusan individu untuk melakukan suatu perilaku. Dukungan sosial dari teman, keluarga, dan lingkungan dalam kewirausahaan dapat mendorong seseorang untuk memulai bisnis dan meningkatkan keinginan mereka untuk melakukan bisnis tersebut. Bagi wirausahawan, dukungan sosial dapat membantu dalam menghadapi tekanan, meningkatkan peluang bisnis untuk bertahan, dan dapat membantu dalam menghadapi masalah hukum atau keterbatasan finansial, dukungan sosial juga dapat membantu mengurangi risiko keluar dari dunia usaha (Alshibani et al., 2020). Adanya dukungan sosial yang suportif dapat meningkatkan niat berwirausaha individu, karena lebih mampu dalam membangun jejaring yang dapat membuka peluang kerja sama strategis dan memperluas akses terhadap sumber daya. Rizkyan et al., (2023) dalam penelitiannya terhadap 80 mahasiswa manajemen di FEB Universitas Riau, ditemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara dukungan sosial dan niat untuk berwirausaha. Hasil ini konsisten dengan temuan Ilevbare et al., (2022) dan Gunawan et al., (2023) yang juga mengungkap adanya korelasi antara dukungan sosial dan kecenderungan individu untuk berwirausaha (niat berwirausaha).

H2: Dukungan sosial berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

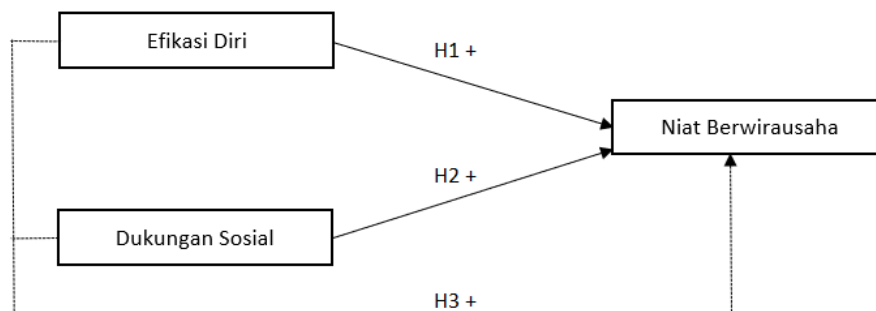
Efikasi diri, Dukungan Sosial dan Niat Berwirausaha

Menurut TPB atau “*Theory of Planned Behavior*”, banyak aspek internal dan eksternal yang bekerja sama untuk memengaruhi niat berwirausaha. Dalam konteks kewirausahaan, efikasi diri merepresentasikan aspek internal berupa keyakinan individu terhadap kapabilitasnya, sedangkan dukungan sosial merepresentasikan aspek eksternal, bersumber lingkungan sosial seseorang. Efikasi diri, atau pandangan seseorang tentang seberapa besar ia mampu menyelesaikan tugas tertentu dengan baik, menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk niat berwirausaha. Selain itu, dukungan sosial yang mencakup bantuan dan dorongan dari lingkungan sekitar, ini juga berperan dalam mendukung keyakinan tersebut. Efikasi diri dan dukungan sosial hadir secara bersamaan, jika salah satu unsur dilemahkan, maka potensi peningkatan niat individu untuk berwirausaha juga bisa terhambat, sebab keduanya saling melengkapi dan memiliki peran penting secara bersamaan. Hal ini selaras dengan hasil

penelitian dari Putra et al., (2021) dan Sofia et al., (2021). Temuan mereka menunjukkan bahwa individu yang merasa percaya diri dengan kemampuannya dan mendapatkan dorongan dari lingkungannya cenderung lebih siap untuk memulai sebuah usaha.

H3: Efikasi diri dan dukungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap niat berwirausaha

Berdasarkan uraian hipotesis di atas, maka berikut ini merupakan gambaran model penelitian yang terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Riset
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

METODE PENELITIAN

Fokus studi ini ialah Generasi Z, mayoritas tinggal di Pulau Jawa, terutama di Kota Bandung. Populasi penelitian adalah individu berusia 18–24 tahun yang termasuk dalam kelompok Generasi Z dan berada pada fase awal memasuki dunia kerja atau mulai mempertimbangkan pilihan karier, termasuk kewirausahaan. Dalam studi ini, purposive sampling dipakai selaku teknik perolehan sampel, yakni penetapan sampel dengan sengaja berlandaskan sebuah klasifikasi yang dengan tujuan studi (Sugiyono, 2022). Kriteria responden meliputi: (1) berusia 18–24 tahun dan termasuk Generasi Z, (2) berdomisili di Kota Bandung, serta (3) memiliki pemahaman dasar mengenai kewirausahaan atau pernah mempertimbangkan untuk memulai usaha. Teknik ini dipilih agar responden yang diperoleh sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam penelitian.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada ketentuan dalam analisis PLS-SEM yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimum dapat ditentukan sebesar 5–10 kali jumlah indikator penelitian (Hukmu et al., 2025). Penelitian ini menggunakan 22 indikator pertanyaan kuesioner, sehingga jumlah sampel minimum yang disarankan berada pada kisaran 110–220 responden. Oleh karena itu, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 orang dinilai telah memenuhi kriteria kecukupan sampel untuk dilakukan analisis menggunakan metode PLS-SEM. Selain itu, jumlah sampel ini juga dianggap telah merepresentasikan populasi penelitian karena responden yang dipilih telah memenuhi klasifikasi purposive sampling yang sudah ditentukan sebelumnya, alhasil hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang relevan terhadap populasi Generasi Z di Kota Bandung.

Dalam studi ini, data dihimpun melewati digital yang didistribusikan secara online kepada partisipan melalui Google Forms. Metode ini dipilih karena dinilai efektif untuk menjangkau Generasi Z yang memiliki tingkat penggunaan teknologi digital yang tinggi, sekaligus memungkinkan proses pengumpulan data berlangsung lebih cepat dan efisien. Instrumen penelitian memakai skala Likert lima poin dengan rentang jawaban “1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju)”. Kuesioner dirangkai berdasarkan kerangka konseptual penelitian dan terbagi menjadi empat bagian, yaitu informasi demografis responden, pengukuran efikasi diri, penilaian dukungan sosial, serta pertanyaan mengenai niat berwirausaha.

Untuk memastikan bahwa semua pertanyaan dipahami dengan baik, peneliti melakukan uji coba awal (pilot test) sebelum menyebarkan kuesioner kepada responden utama. Langkah ini bertujuan meminimalkan kesalahan pemahaman terhadap butir pertanyaan. Pada bagian awal kuesioner juga disertakan petunjuk pengisian serta penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian agar responden memahami konteks pertanyaan dan dapat mengisi kuesioner secara lebih tepat. Data yang diperoleh kemudian dianalisis memakai PLS-SEM atau “Partial Least Squares Structural Equation Modeling”

dan model regresi untuk menguji pengaruh simultan efikasi diri (X1) dan dukungan sosial (X2) terhadap niat berwirausaha (Y). Metode ini dipilih karena efektif dalam menguji hubungan antarvariabel, khususnya pada penelitian dengan jumlah sampel terbatas dan model yang masih bersifat eksploratif. Definisi operasional variabel beserta indikator pengukurannya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Likert	Referensi Kuesioner
Efikasi Diri (X1)	Kepercayaan seseorang pada kapabilitasnya guna memulai, mengatur, juga menjalankan usaha serta menghadapi tantangan yang muncul	1. Keyakinan untuk memulai usaha 2. Kemampuan mengatasi hambatan usaha 3. Kepercayaan diri dalam mengambil keputusan bisnis 4. Kemampuan mengelola usaha dan mencapai tujuan bisnis	Skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju)	Al-alawi et al., (2025) Anwar et al., (2021) Contoh: Saya siap untuk memulai bisnis baru
Dukungan Sosial (X2)	Persepsi individu mengenai dukungan dari lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan masyarakat, yang dapat mendorong aktivitas kewirausahaan.	1. Dukungan emosional dari keluarga dan teman 2. Dukungan informasi mengenai peluang usaha 3. Dukungan motivasi untuk memulai usaha 4. Dukungan jaringan sosial dalam kegiatan bisnis	Skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju)	Al-alawi et al., (2025) Alshibani et al., (2020) Contoh: Ada seseorang yang selalu bisa membuat saya merasa lebih baik ketika saya sedang sedih
Niat Berwirausaha (Y)	Keinginan individu untuk memulai usaha sendiri serta kesiapan guna berpartisipasi pada aktivitas kewirausahaan pada waktu mendatang.	1. Keinginan untuk memulai usaha sendiri 2. Kesiapan menjadi wirausahawan 3. Keseriusan dalam merencanakan usaha 4. Komitmen menjalankan bisnis di masa depan	Skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju)	Ferreira-Neto et al., (2023) Anwar et al., (2021) Contoh: Saya siap melakukan apapun untuk menjadi seorang wirausaha

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampel dan Populasi

Tabel 2. Sampel dan Populasi

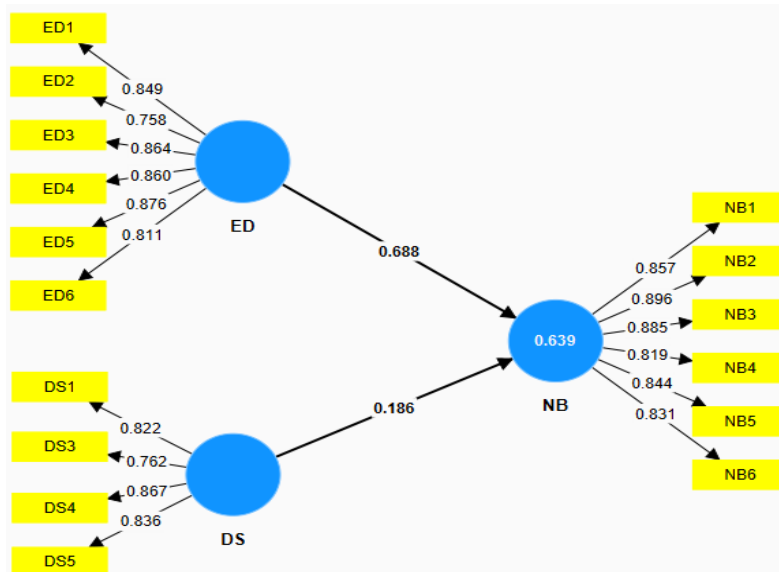
Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	18-24 tahun	150	100%
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	30,7%
	Perempuan	104	69,3%
Status	Mahasiswa	150	100%
Domisili	Kota Bandung	150	100%
Total		150	100%

Sumber: data diolah, 2025

Tabel 2 menunjukkan karakteristik demografi responden penelitian untuk menggambarkan profil responden.

Outer Model Evaluation

Berikut ini adalah hasil gambar nilai *outer model* yang disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Outer Model

Sumber: Diolah dari SMART-PLS (2025)

Validitas Konvergen

Pengukuran ini dimaksudkan untuk menghindari penggunaan indikator yang tidak relevan atau menyimpang dari konstruk yang hendak di kaji, sehingga pengukuran yang dilakukan dapat mengeliminasi bias dalam representasi konstruk tersebut. Untuk menguji validitas konvergen, diperhatikan apakah nilai outer loading mencukupi dan apakah *Average Variance Extracted* (AVE) berada di atas ambang batas yang disyaratkan. Suatu indikator dinilai valid apabila outer loading-nya di atas 0,7 (Tavakol et al., 2020), dan nilai AVE melebihi 0,5 (Cheung et al., 2024). Dalam penelitian ini, beberapa butir pertanyaan tidak memenuhi batas tersebut, sehingga memerlukan pengujian lanjutan. Pertanyaan-pertanyaan yang dimaksud berasal dari variabel dukungan sosial, yaitu item nomor 2, 6, 7, 8, 9, dan 10. Meskipun demikian, secara keseluruhan instrumen penelitian telah dianggap memenuhi syarat validitas konvergen, karena sebagian besar indikator menunjukkan skor *factor loading* di atas 0,7 dan AVE > 0,5.

Reliabilitas

Penelitian ini mengukur reliabilitas dengan memanfaatkan dua indikator utama sebagai acuan dalam pengujiannya, yaitu *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa penelitian ini memanfaatkan sejumlah instrumen sebagai alat bantu dalam pengumpulan data yang hasilnya menunjukkan tingkat konsistensi internal yang memadai, sebagaimana terlihat dari nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* yang seluruhnya melampaui ambang batas minimum 0,70. Nilai *Composite Reliability* tercatat berada antara 0,89 hingga 0,94, sementara *Cronbach's Alpha* berada pada 0,84 sampai 0,92. Dengan demikian, alat ukur yang digunakan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang kuat dan layak digunakan untuk mengukur variabel dukungan sosial, efikasi diri, dan niat kewirausahaan. Detail dari hasil pengujian ini dapat ditemukan pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Efikasi Diri (X1)	ED1	0,849	0,701	0,914	0,934
	ED2	0,758			
	ED3	0,864			
	ED4	0,860			
	ED5	0,876			
	ED6	0,811			
Dukungan Sosial (X2)	DS1	0,822	0,677	0,840	0,893
	DS3	0,762			
	DS4	0,867			
	DS5	0,836			
Niat Berwirausaha (Y)	NB1	0,857	0,732	0,927	0,943
	NB2	0,896			
	NB3	0,885			
	NB4	0,819			
	NB5	0,844			
	NB6	0,831			

Sumber : Hasil olah data di SMART-PLS (2025)

Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan dievaluasi melalui dua metode utama, yaitu analisis *cross loading* dan pendekatan *Fornell-Larcker*. Suatu konstruk dapat dikatakan tidak mengalami masalah dalam validitas diskriminan jika akar kuadrat dari nilai AVE-nya melampaui nilai korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model. Di sisi lain, indikator dikatakan memenuhi kriteria *cross loading* jika nilai tertinggi muncul pada konstruk yang dimaksud, bukan pada konstruk lain. Berdasarkan hasil penelitian, kedua kriteria ini telah terpenuhi, sebagaimana tercantum secara rinci dalam Tabel 4.

Tabel 4. Fornell-Larcker

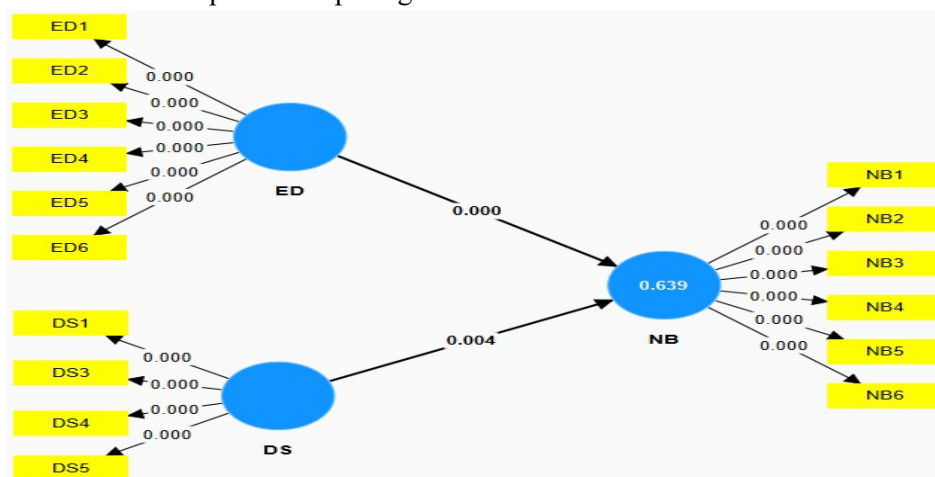
Variabel	DS	ED	NB
DS	0,823		
ED	0,512	0,837	
NB	0,539	0,783	0,856

DS: Dukungan Sosial, NB: Niat Berwirausaha, ED: Efikasi diri

Sumber: Hasil olah data di SMART-PLS (2025)

Inner Model Evaluation

Hasil dari model internal dapat dilihat pada gambar 3 di bawah ini.

**Gambar 3. Inner Model**

Sumber: Diolah dari SMART-PLS (2025)

Coefficient Determination (R²)

Koefisien determinasi (R²) memperlihatkan seberapa banyak variabel bebas bisa menjelaskan perubahan pada variabel terikat pada sebuah model. Jika nilai R² rendah, maka proporsi variasi variabel terikat yang bisa divisualisasikan variabel bebas juga rendah. Sebaliknya, bila nilai R² tinggi, maka mayoritas variasi variabel terikat bisa divisualisasikan variabel bebas pada model tersebut, memperlihatkan terdapat korelasi kokoh keduanya. Tabel 5 berisi penjelasannya.

Tabel 5. R-Square

Konstruk	R ²
NB	0,639

NB: Niat Berwirausaha

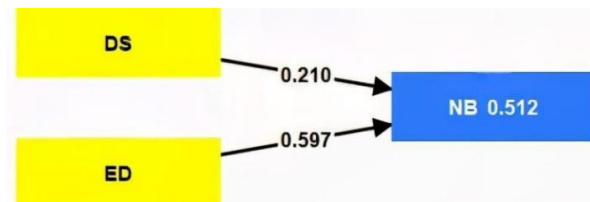
Sumber : Hasil olah data di SMART-PLS (2025)

Model Fit

Nilai NFI atau Indeks Kesesuaian yang Dibakukan digunakan untuk menilai sejauh mana model yang dibuat cocok dengan data yang diperoleh. Nilai ini menunjukkan seberapa baik model mampu mewakili data sebenarnya. Semakin tinggi nilai NFI, maka semakin baik juga kesesuaian model tersebut. Penelitian ini memperlihatkan model yang dipakai cukup baik dan dapat diterima, dengan nilai NFI 0,840.

Model Regresi

Berikut merupakan model regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh simultan yang terdapat pada gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Model Regresi

Sumber: Diolah dari SMART-PLS (2025)

Gambar 4 tersebut memperlihatkan bahwa efikasi diri (ED) memberikan kontribusi paling besar terhadap niat berwirausaha (NB), dengan nilai koefisien sebesar 0,597. Sementara itu, dukungan sosial (DS) juga berpengaruh, namun dengan nilai koefisien yang lebih rendah, yaitu 0,210. Secara keseluruhan, kedua variabel ini menjelaskan sebesar 51,2% variasi dalam niat berwirausaha, seperti ditunjukkan oleh nilai *R-Square* (NB = 0,512).

Uji Hipotesis

T-statistic dan *P-value* digunakan untuk mengevaluasi hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan hasil pemrosesan data. Hipotesis dinilai diterima bila nilai *P-value* < 0,05. Tabel 6 berisi ringkasan lengkap hasil pengujian.

Tabel 6. T-statistics dan Path Coefficient (Bootstrapping)

Hipotesis	Korelasi	Original sample	T – statistics	P – value	Deskripsi
H1	X1(ED) -> Y (NB)	0,688	13,467	0,000	Pengaruh positif dan signifikan
H2	X2 (DS) -> Y (NB)	0,186	2,870	0,004	Pengaruh positif dan signifikan

DS: Dukungan Sosial, NB: Niat Berwirausaha, ED: Efikasi diri

Sumber : Hasil olah data di SMART-PLS (2025)

Tabel 7 memberikan hasil dari analisis regresi, atau uji simultan dari efikasi diri dan dukungan sosial terhadap niat berwirausaha.

Tabel 7. Summary ANOVA (Analisis Regresi)

Hipotesis	Korelasi	Nilai F	p-value	R-square	Deskripsi
H3	X1(ED) * X2 (DS) -> Y (NB)	77,063	0,000	0,512	Pengaruh positif dan signifikan

DS: Dukungan Sosial, NB: Niat Berwirausaha, ED: Efikasi diri
Sumber : Hasil olah data di SMART-PLS (2025)

Hipotesis ketiga (H3) dalam tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi hubungan antara dukungan sosial (X2) dan efikasi diri (X1) terhadap keinginan individu untuk berwirausaha (Y). Hasil analisis regresi yang disertai uji ANOVA menunjukkan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Nilai F yang diperoleh sebesar 77,063 dengan tingkat signifikansi (*P-value*) 0,000, yang jauh di bawah nilai signifikansi 0,05. Membuktikan kedua variabel independen ini secara bersamaan memengaruhi variabel dependen dengan cara yang signifikan. Selain itu, dengan nilai koefisien determinasi (*R*²) sebesar 0,512, dapat disimpulkan bahwa sekitar 51,2% variabilitas dalam berwirausaha bisa divisualisasikan efikasi diri serta dukungan sosial. Sementara itu, sekitar 48,8% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijadikan variabel pada model studi ini. Maka sebab itu, bisa ditarik simpulan hipotesis ketiga diterima dan dinyatakan valid berdasarkan temuan empiris tersebut.

Efikasi diri berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha

Temuan studi memperlihatkan niat berwirausaha terpengaruh positif nyata oleh efikasi diri. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin besar keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan dan membuat keputusan bisnis, semakin besar kemungkinan mereka akan memiliki niat untuk menjadi seorang wirausaha. Secara teoritis, penemuan ini mendukung ide tentang *Perceived Behavioral Control* yang dilihat dalam *Theory of Planned Behavior*, yang mengatakan bahwa keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka memengaruhi pembentukan niat untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Secara empiris, hasil studi ini selaras hasil studi terdahulu, menunjukkan efikasi diri ialah satu diantara komponen pokok yang menciptakan niat berwirausaha. Penelitian oleh Newman et al., (2019) menunjukkan bahwa niat berwirausaha pada generasi muda dipengaruhi secara signifikan oleh efikasi diri. Penelitian lain oleh Luo et al., (2022) juga menemukan bahwa individu yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap kemampuannya lebih berani mengambil risiko serta lebih optimis dalam memulai usaha. Hasil yang serupa juga ditemukan oleh Rakib et al. (2020) yang menunjukkan bahwa efikasi diri berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan individu untuk mengeksplorasi peluang bisnis. Selain itu, penelitian oleh Mahfudh et al., (2024), Gultom et al., (2023), dan Supatminingsih et al., (2024) juga mengemukakan orang yang punya tingkat efikasi diri besar biasanya punya keinginan kian besar untuk berwirausaha disandingkan dengan orang yang punya tingkat efikasi diri kecil.

Namun demikian, beberapa penelitian juga menunjukkan hasil yang berbeda. Penelitian oleh Santoso et al., (2016) menyatakan bahwa niat untuk berwirausaha tidak dipengaruhi oleh efikasi diri, hal ini juga disampaikan oleh Bogatyreva et al., (2019) yang menunjukkan bahwa pengaruh efikasi diri terhadap niat berwirausaha dapat menjadi lebih lemah apabila individu menghadapi keterbatasan dukungan lingkungan atau rendahnya akses terhadap sumber daya bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun efikasi diri merupakan faktor penting, faktor lain dapat memengaruhi juga. Jika ditinjau dari analisis indikator, nilai *outer loading* tertinggi pada variabel efikasi diri terdapat pada indikator ED5 (0,876) dengan pernyataan “Jika saya mencoba memulai bisnis, saya akan memiliki kemungkinan besar untuk berhasil.” Dominannya indikator ini menunjukkan bahwa keyakinan terhadap peluang keberhasilan ketika mencoba memulai bisnis menjadi aspek paling kuat dalam membentuk efikasi diri responden. Kata “mencoba” pada indikator tersebut menunjukkan adanya kecenderungan generasi muda untuk belajar melalui praktik langsung. Lackéus (2020) menunjukkan bahwa generasi muda lebih tertarik pada pendekatan pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman (*experiential*

entrepreneurship learning), yang memungkinkan mereka membangun kepercayaan diri melalui praktik nyata dalam aktivitas bisnis.

Selain itu, karakteristik responden dalam penelitian ini yang didominasi oleh perempuan (69,3%) juga memberikan perspektif menarik dalam menjelaskan temuan ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan dengan tingkat efikasi diri yang tinggi cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih kuat karena keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi faktor penting dalam mendorong individu untuk memulai usaha. Penelitian sebelumnya menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara efikasi diri dan niat berwirausaha pada perempuan (Khurshid et al., 2017). Selain itu, studi lain juga menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi dan pendidikan kewirausahaan dapat memperkuat persepsi kemampuan diri perempuan sehingga mendorong mereka untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karier (Bouarir et al., 2023). Dari perspektif manajerial, temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan niat berwirausaha pada generasi muda dapat dilakukan melalui penguatan efikasi diri. Perguruan tinggi dapat mengembangkan program seperti pelatihan kewirausahaan, program inkubator bisnis, simulasi bisnis, serta kompetisi startup yang memberikan pengalaman langsung bagi mahasiswa dalam menjalankan usaha. Program ini dapat mendorong niat berwirausaha yang lebih kuat dengan meningkatkan kepercayaan orang terhadap kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan bisnis.

Dukungan sosial berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha.

Temuan studi memperlihatkan niat berwirausaha terpengaruh positif nyata oleh dukungan sosial. Penemuan ini juga menunjukkan bahwa dorongan dari lingkungan sosial misalnya teman, keluarga, serta masyarakat memiliki peran krusial dalam menaikkan kemauan seseorang guna memulai bisnis mereka sendiri. Kian tinggi dukungan sosial yang diterima seseorang, kian kuat keyakinannya untuk mengambil keputusan menjadi seorang wirausaha. Secara teoritis, temuan ini juga mendukung konsep *subjective norms* pada TPB atau *Theory of Planned Behavior* menjabarkan persepsi seseorang terhadap dukungan sosial dari lingkungan sekitarnya dapat memengaruhi pembentukan niat untuk melakukan suatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Dalam konteks kewirausahaan, dukungan sosial dapat meningkatkan rasa percaya diri individu serta memberikan legitimasi sosial terhadap pilihan karier sebagai wirausaha.

Secara empiris, temuan studi ini selaras dengan temuan penelitian terdahulu, menunjukkan dukungan sosial punya fungsi krusial terhadap membangun niat berwirausaha. Penelitian oleh Shi et al., (2020) mengemukakan keinginan untuk berwirausaha terbentuk nyata oleh lingkungan sosial serta dukungan keluarga. Hasil serupa juga ditemukan oleh Andrade et al., (2023), Alshibani et al., (2020), serta Putri et al., (2024) menunjukkan dukungan sosial dapat meningkatkan keberanian seseorang terhadap menetapkan putusan guna mengawali sebuah bisnis. Penelitian oleh Rizkyan et al., (2023), Ilevbare et al., (2022), dan Gunawan et al., (2023) juga menunjukkan bahwa orang dengan dukungan sosial kokoh biasanya punya keinginan yang lebih besar untuk berwirausaha. Namun, beberapa studi memperlihatkan dampak dukungan sosial tidak selalu nyata dalam semua situasi. Penelitian oleh Putri et al., (2021) menunjukkan bahwa dalam beberapa kasus dukungan sosial tidak berpengaruh dalam membentuk niat berwirausaha.

Jika dilihat dari analisis indikator, nilai *outer loading* tertinggi pada variabel dukungan sosial terdapat pada indikator DS4 (0,867) dengan pernyataan “Ketika saya membutuhkan bantuan, biasanya ada seseorang yang bisa diandalkan.” Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan figur yang dapat memberikan bantuan merupakan aspek paling dominan dalam membentuk persepsi dukungan sosial responden. Temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda cenderung merasa lebih percaya diri dalam memulai usaha apabila mereka memiliki jaringan sosial yang dapat memberikan bantuan ketika menghadapi kesulitan. Karakteristik responden yang didominasi oleh perempuan juga bisa memperkuat korelasi dukungan sosial dengan niat berwirausaha. Penelitian oleh Brush et al., (2019) menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih mengandalkan jaringan sosial dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan dibandingkan laki-laki. Memperlihatkan dukungan sosial memiliki peran yang lebih kuat dalam memengaruhi niat berwirausaha pada perempuan. Dari perspektif manajerial, temuan ini menunjukkan pentingnya membangun ekosistem kewirausahaan yang mendukung bagi generasi muda. Perguruan tinggi dan pemerintah dapat memfasilitasi pembentukan komunitas wirausaha, program mentoring, serta jaringan bisnis yang memungkinkan individu memperoleh dukungan sosial yang diperlukan untuk memulai usaha.

Efikasi diri dan dukungan sosial berpengaruh simultan terhadap niat berwirausaha

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efikasi diri dan dukungan sosial secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal individu, tetapi juga oleh faktor eksternal dari lingkungan sosial (Neneh, 2022). Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa kombinasi antara faktor psikologis dan sosial merupakan utama dalam pembentukan niat kewirausahaan. Liñán et al., (2015) memperlihatkan dukungan sosial dan efikasi diri secara bersamaan memengaruhi niat berwirausaha. Penelitian lain oleh Soelaiman et al. (2025) juga menemukan bahwa seseorang yang memiliki keyakinan diri tinggi dan didukung oleh lingkungan sosial yang positif lebih cenderung untuk memulai usaha. Temuan studi ini selaras dengan temuan Putra et al., (2021) dan Sofia et al., (2021) yang menunjukkan bahwa kombinasi efikasi diri dan dukungan sosial mampu meningkatkan kesiapan individu dalam memulai usaha.

Jika dilihat dari analisis indikator, nilai *outer loading* tertinggi pada variabel niat berwirausaha terdapat pada indikator NB2 (0,896) dengan pernyataan “Tujuan profesional saya adalah menjadi seorang wirausaha.” Hal ini menunjukkan bahwa orientasi karier merupakan aspek paling dominan dalam membentuk niat berwirausaha responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa generasi muda tidak hanya memandang kewirausahaan sebagai aktivitas tambahan, tetapi juga sebagai pilihan karier yang serius dan direncanakan. Dalam konteks penelitian ini, ada sejumlah faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi orientasi karier kewirausahaan tersebut. Efikasi diri sebagai faktor internal menunjukkan seberapa yakin seseorang terhadap kemampuan mereka untuk mendirikan dan mengelola bisnis mereka sendiri. Tingkat efikasi diri tinggi cenderung lebih berani menghadapi risiko dan tantangan di dunia bisnis. Akibatnya, mereka cenderung menjadikan kewirausahaan sebagai tujuan karier mereka. Dukungan sosial sebagai faktor eksternal, misalnya sokongan teman, keluarga, maupun lingkungan pendidikan, juga berfungsi krusial terhadap memperkuat kepercayaan individu guna mengambil lajur kewirausahaan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Lackéus (2020) yang menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membantu membentuk orientasi karier kewirausahaan pada generasi muda dengan meningkatkan efikasi diri sekaligus memperluas jaringan sosial mereka. Dengan demikian, interaksi antara kepercayaan diri individu dan dukungan lingkungan dapat secara simultan memperkuat niat berwirausaha. Dari perspektif manajerial, temuan ini menunjukkan bahwa upaya meningkatkan jumlah wirausaha muda tidak dapat hanya berfokus pada pengembangan kemampuan individu saja, tetapi juga perlu didukung oleh lingkungan sosial yang kondusif. Oleh karena itu, sinergi antara pendidikan kewirausahaan, dukungan keluarga, serta ekosistem bisnis yang mendukung sangat diperlukan untuk mendorong lahirnya generasi wirausaha baru.

KESIMPULAN

Studi ini mempunyai tujuan guna melihat bagaimana dukungan sosial serta efikasi diri memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z secara parsial dan simultan. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS), penelitian ini menemukan bahwa efikasi diri dan dukungan sosial memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z secara signifikan. Temuan ini menunjukkan kepercayaan seseorang pada kapabilitasnya guna menemui rintangan kewirausahaan, yang didukung oleh lingkungan sosial positif, mampu memperkuat keinginan individu untuk memulai usaha. Jika dilihat dari analisis indikator, variabel niat berwirausaha memiliki nilai *outer loading* tertinggi pada indikator NB2 dengan nilai 0,896 yang menyatakan bahwa tujuan profesional responden adalah menjadi seorang wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi karier menjadi aspek yang paling dominan dalam membentuk niat berwirausaha pada responden penelitian. Temuan ini mengindikasikan bahwa bagi sebagian Generasi Z, kewirausahaan tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas tambahan, tetapi mulai dipertimbangkan sebagai pilihan karier yang serius di masa depan. Pada variabel efikasi diri, indikator dengan nilai *outer loading* tertinggi ED5 dengan nilai 0,876 menunjukkan bahwa responden memiliki keyakinan untuk mencoba dan menghadapi tantangan dalam kegiatan kewirausahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa rasa percaya diri dalam mencoba dan mengambil langkah awal menjadi faktor penting dalam membentuk niat berwirausaha. Sementara itu, pada variabel dukungan sosial dengan *outer loading* tertinggi DS4 dengan nilai 0,867 menunjukkan dukungan dari lingkungan terdekat seperti keluarga, teman, dan lingkungan pendidikan juga terbukti berperan dalam memperkuat keyakinan individu untuk memilih jalur kewirausahaan.

Hasil penelitian ini mendukung gagasan bahwa interaksi antara faktor internal dan eksternal memengaruhi pembentukan niat berwirausaha. Efikasi diri mencerminkan aspek psikologis individu yang berkaitan dengan keyakinan terhadap kemampuan diri, sedangkan dukungan sosial mencerminkan peran lingkungan dalam memberikan dorongan moral maupun emosional. Kombinasi kedua faktor tersebut terbukti mampu mendorong terbentuknya niat berwirausaha pada generasi muda. Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, responden penelitian ini hanya berasal dari satu wilayah, yaitu Kota Bandung, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya dapat menggambarkan kondisi Generasi Z di wilayah lain yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda. Kedua, studi ini memakai pendekatan kuantitatif melalui kuesioner alhasil belum sepenuhnya mampu menggali secara mendalam dinamika psikologis maupun pengalaman sosial responden dalam membentuk niat berwirausaha. Ketiga, penelitian ini hanya memfokuskan pada dua variabel utama, yaitu efikasi diri dan dukungan sosial, sehingga masih terdapat kemungkinan bahwa faktor lain juga turut memengaruhi niat berwirausaha pada generasi muda.

SARAN

Saran Teoritis

Studi ini memberikan gambaran awal tentang bagaimana dukungan sosial dan efikasi diri memengaruhi niat berwirausaha Generasi Z di Kota Bandung. Fokus responden yang hanya berada di wilayah Kota Bandung dilakukan dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu penelitian serta kemudahan akses dalam pengumpulan data, sehingga proses penelitian dapat berjalan lebih terarah. Selain itu, tujuan pemusatan lokasi ini ialah guna mendapatkan pemahaman kian akurat mengenai keadaan kewirausahaan generasi muda di kota tersebut. Maka sebab itu, guna memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang unsur-unsur yang memengaruhi keinginan untuk berwirausaha, penelitian harus diperluas untuk mencakup responden dari berbagai lembaga pendidikan dan tempat lain. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat berwirausaha. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti motivasi berwirausaha, pengalaman usaha sebelumnya, serta pemanfaatan teknologi digital juga memiliki peran penting dalam membentuk kesiapan individu untuk berwirausaha. Motivasi berwirausaha diketahui mampu mendorong individu untuk mengejar peluang bisnis dan bertahan dalam menghadapi berbagai tantangan usaha (Ryan et al., 2020). Selain itu, pengalaman usaha sebelumnya juga dapat meningkatkan kepercayaan diri serta pemahaman individu mengenai proses bisnis sehingga memperkuat kesiapan untuk memulai usaha (Zapkau et al., 2015). Di sisi lain, perkembangan teknologi digital turut membuka peluang baru untuk generasi muda guna mengawali usaha dengan modal kian fleksibel dan jangkauan pasar kian luas melalui berbagai platform digital (Stam et al., 2021).

Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis indikator, beberapa rekomendasi praktis dapat diberikan kepada institusi pendidikan, organisasi kepemudaan, maupun lembaga pendamping kewirausahaan. Pertama, pada variabel efikasi diri indikator dengan nilai *outer loading* terendah pada variabel efikasi diri ($ED2 = 0,758$) menunjukkan bahwa sebagian responden masih ragu terhadap kemampuan mereka dalam mengendalikan bisnis. Oleh karena itu, program pendidikan kewirausahaan perlu memperkuat keterampilan manajerial seperti pengambilan keputusan, pengelolaan risiko, dan perencanaan usaha.

Kedua, pada variabel dukungan sosial, indikator dengan nilai *outer loading* terendah ($0,762$) menunjukkan bahwa interaksi sosial yang positif masih perlu diperkuat. Oleh karena itu, institusi pendidikan dan komunitas kewirausahaan dapat mendorong terbentuknya komunitas atau jaringan kewirausahaan mahasiswa sebagai wadah berbagi pengalaman, ide bisnis, serta dukungan moral. Ketiga, pada variabel niat berwirausaha, indikator dengan nilai *outer loading* terendah terdapat pada NB4 ($0,819$) yang menunjukkan bahwa dorongan untuk membangun perusahaan di masa depan masih perlu diperkuat. Untuk itu, program kewirausahaan dapat menghadirkan lebih banyak role model atau wirausahawan muda yang berhasil agar generasi muda memiliki gambaran nyata mengenai peluang berwirausaha.

REFERENSI

- Afiati, N. S., Kinayungan Balkan, G. (2023). Entrepreneurial Intention pada Mahasiswa: Peran Career Adaptability dan Dukungan Sosial. *Jurnal Intensi: Integrasi Riset Psikologi*, 1(2), 98–117. <https://doi.org/10.26486/intensi.v1i2.3542>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al -alawi, A., Amjed, S., Haddoud, M. Y., & Soliman, M. (2025). Re-entry intentions of failed entrepreneurs: the roles of social support and resilience. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2023-0585>
- Alshibani, S. M., & Volery, T. (2020a). Social support and life satisfaction among entrepreneurs: a latent growth curve modelling approach. *International Journal of Manpower*, 42(2), 219–239. <https://doi.org/10.1108/IJM-02-2019-0107>
- Alshibani, S. M., & Volery, T. (2020b). Social support and life satisfaction among entrepreneurs: a latent growth curve modelling approach. *International Journal of Manpower*, 42(2), 219–239. <https://doi.org/10.1108/IJM-02-2019-0107>
- Andrade, F. L. de, & Carvalho, L. M. C. (2023). Entrepreneurial Intention of University Students under the Perspective of the Theory of Planned Behaviour: Integrative Literature Review. *Administrative Sciences*, 13(11), 242. <https://doi.org/10.3390/admsci13110242>
- Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., & Thoudam, P. (2021). Traits and entrepreneurial intention: Testing the mediating role of entrepreneurial attitude and self-efficacy. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 13(1), 40–60. <https://doi.org/10.1504/JIBED.2021.112276>
- Arpizal, Rahayu, S. P., & Dwijayanti, N. S. (2022). Pengaruh Sikap Berwirausaha Dan Dukungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan ekonomi Angkatan 2018-2019 Universitas Jambi . *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 80–90. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.844>
- Bogatyeva, K., Edelman, L. F., Manolova, T. S., Osiyevskyy, O., & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, 96, 309–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.034>
- Bouarir, H., Diani, A., Boubker, O., & Rhazouz, J. (2023). Key Determinants of Women's Entrepreneurial Intention and Behavior: The Role of Business Opportunity Recognition and Need for Achievement. *Administrative Sciences*, 13(2), 33. <https://doi.org/10.3390/admsci13020033>
- Brush, C., Edelman, L. F., Manolova, T., & Welter, F. (2019). A gendered look at entrepreneurship ecosystems. *Small business economics*, 53(2), 393–408. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-018-9992-9>
- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2024). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*, 41(2), 745–783. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Dr. Santoso, S., Sutodjo, B., & Oetomo, D. (2016). Relationship between Entrepreneurial Skills, Entrepreneurial Orientation, and Information Technology to Entrepreneurship Intention: Cases in Indonesia. In *International Journal of Management Sciences and Business Research* (Vol. 5, Number 4). <http://ssrn.com/abstract=2848126http://www.ijmsbr.com>
- Ferreira-Neto, M. N., de Carvalho Castro, J. L., de Sousa-Filho, J. M., & de Souza Lessa, B. (2023a). The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- Ferreira-Neto, M. N., de Carvalho Castro, J. L., de Sousa-Filho, J. M., & de Souza Lessa, B. (2023b). The role of self-efficacy, entrepreneurial passion, and creativity in developing entrepreneurial intentions. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1134618>
- Fragoso, R., Rocha-Junior, W., & Xavier, A. (2020). Determinant factors of entrepreneurial intention among university students in Brazil and Portugal. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 32(1), 33–57. <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1551459>

- Gultom, D. K., Arif, M., Yusnandar, W., & Radiman. (2023). Student Entrepreneurial Intention Based on Proactive Personality, Self-Efficacy and Anticipatory Entrepreneurial Cognitions. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2). <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.13755>
- Gunawan, N. D., & Utomo, P. (2023). *The Effect of Social Support and Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Intention Mediated by Learning Orientation on Students at South Tangerang University* (pp. 484–493). https://doi.org/10.2991/978-2-38476-064-0_50
- Gunawan, V., & Wijaya, A. (2023). The Effect of Attitudes, Social Environment, and Self-Efficacy on Entrepreneurship Intention of S1 Management Students in West Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business (IJAEB)*, 1(1), 2987–1972. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.419-427>
- Harianti, A., Malinda, M., Lisan Suwarno, H., Margaretha, Y., Kambuno, D. (2020). Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Motivasi, Kompetensi dan Menumbuhkan Minat Mahasiswa. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 16, 2020. <http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK>
- Hilda Rahmatika, A., & Lisan Suwarno, H. (2024). *Role of Entrepreneurship Education and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intentions Among University Students*. <https://www.researchgate.net/publication/382020746>
- Huang, M., Wang, J., & Su, X. (2024). The Impact of Social Support on Entrepreneurial Well-being: The Role of Entrepreneurial Passion and Entrepreneurial Efficacy. *SAGE Open*, 14(4). <https://doi.org/10.1177/21582440241297232>
- Hukmu, A. M., & Wulandari, R. (2025). The Influence of Lifestyle, Product Quality, and Social Media Marketing Promotion on Purchase Decisions at Lain Hati Coffee Café. *International Journal of Management Science and Application*, 4(1), 46–59. <https://doi.org/10.58291/ijmsa.v4i1.360>
- Ilevbare, F. M., Ilevbare, O. E., Adelowo, C. M., & Oshorenua, F. P. (2022). Social support and risk-taking propensity as predictors of entrepreneurial intention among undergraduates in Nigeria. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(2), 90–107. <https://doi.org/10.1108/apjie-02-2022-0010>
- Jadmiko, P. (2021). Perceived Social Support as Moderator Variable Between the Attitude of Becoming A Social Entrepreneur (ATB) On Social Entrepreneurial Intention. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 1(1), 86–99. <https://doi.org/10.18196/jiebr.v1i1.11703>
- Khurshid, J., & Khan, M. I. (2017). *Impact of Self-Efficacy on Women Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Perceived Behavior Control and Moderating Role of Openness to Experience*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/352507863_Impact_of_Self-Efficacy_on_Women_Entrepreneurial_Intention_Mediating_Role_of_Perceived_Behavior_Control_and_Moderating_Role_of_Openness_to_Experience
- Lackéus, M. (2020). Comparing the impact of three different experiential approaches to entrepreneurship in education. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(5), 937–971. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2018-0236>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Luo, Y. F., Huang, J., & Gao, S. (2022). Relationship Between Proactive Personality and Entrepreneurial Intentions in College Students: Mediation Effects of Social Capital and Human Capital. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861447>
- Mahfudh, A., Budiawan, H., & Ali, A. (2024). The Mediating Role of Entrepreneur Attitude: Unveiling the Path from Self-Efficacy to Entrepreneurial Intention. *Proceedings of the 4th International Conference on Business, Accounting, and Economics, ICBAE 2024, 14-15 August 2024, Purwokerto, Indonesia*. <https://doi.org/10.4108/eai.14-8-2024.2351092>
- Marta, M. S., Kurniasari, D., & Kurniasari, D. (2019). *Interaksi Dukungan Sosial Pada Hubungan Pendidikan Wirausaha, Efikasi Diri Dan Niat Berwirausaha*. 4(1), 16–26. <https://journals.ums.ac.id/index.php/benefit/article/view/7113>
- Martini, I. A. O. M., & Sari, D. M. F. P. (2024). Media-tion of Entrepreneurial Motivation: The Role of Entrepreneur Learning, Self-Efficacy and Family Environment in Increasing Interest in Entrepreneurship. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 22(2), 294–311. <https://doi.org/10.21776/ub.jam>

- Molino, M., Dolce, V., Cortese, C. G., & Ghislieri, C. (2018). Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. *PLoS ONE*, 13(6). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199924>
- Mutyara, Rahayuningsih, T., & Armalita, R. (2023). Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Entrepreneurial Self-Efficacy Pada Mahasiswa Yang Berwirausaha. *Fakultas Kedokteran*, 16(1), 18–26. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v16i1.3648>
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587–603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. In *Journal of Vocational Behavior* (Vol. 110, pp. 403–419). Academic Press Inc. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Nurhidayati, & Utari, D. (2018). Model Intensi Kewirausahaan Dengan Pertimbangan Pasar Kerja, Dukungan Sosial, dan Self Efficacy Terhadap Pengambilan Keputusan Karir. *Ekonomi Dan Bisnis*, 19, 111–120. <http://dx.doi.org/10.30659/ekobis.19.2.111-120>
- Omar, N. A., Shah, N. U., Hasan, N. A., & Ali, M. H. (2019). The Influence Of Self-Efficacy, Motivation, And Independence On Students'entrepreneurial INTENTIONS. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 4(2), 1-28. <https://doi.org/10.24200/jonus.vol4iss2pp1-28>
- Putra, P. D., Duma, Y., & Zainal, A. (2021). *The Effect Of Self Efficacy And Social Support On Intention Of Entrepreneurship In The Era Of Industrial Revolution 4.0*. <https://doi.org/10.20527/jee.v2i1.3059>
- Putri, R., & Solfema. (2024). The Relationship Between Social Support with Entrepreneurial Intentions for Beauty Training Graduates at BPVP Padang City. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 12(1), 108. <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v12i1.127680>
- Putri, T. K., & Ahyanuardi. (2021). Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga dan Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Pendidikan Teknik Elektro*, 02(02), 86–92. [10.24036/jpte.v2i2.122](https://doi.org/10.24036/jpte.v2i2.122)
- Rakib, M., Tawe, A., Azis, M., Syam, A., & Sanusi, D. A. (2020). Determinants Of Entrepreneurial Intention: Empirical Study Of Student Entrepreneurs. In *Academy of Entrepreneurship Journal* (Vol. 26, Number 3). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/349078773_Determinants_Of_Entrepreneurial_Intention_Empirical_Study_Of_Student_Entrepreneurs
- Rizkylan HRP, R., Fitri, K., & Puspita Novrianti, D. (2023). The Effect Of Social Support, Academic Support, And Creativity On Entrepreneurship Intentions Of The Students' Department Of Management, The University Of Riau For 2017. *International Journal of Economics, Business and Applications*, 8(1), 91–104. <https://doi.org/10.31258/ijeba.8.1.91-104>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self-determination theory perspective: Definitions, theory, practices, and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 61, 101860. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Septiana, R., & Utomo, A. P. (2025). Individual and Contextual Factors Affecting the Unemployment Status of Educated Youth in Urban Areas of Java in 2024. *Jurnal Ketenagakerjaan*, 20(2), 234–249. <https://doi.org/10.47198/jnaker.v20i2.547>
- Shah, I. A., Amjed, S., & Jabooob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40008-020-00195-4>
- Shi, Y., Yuan, T., Bell, R., & Wang, J. (2020). Investigating the Relationship Between Creativity and Entrepreneurial Intention: The Moderating Role of Creativity in the Theory of Planned Behavior. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01209>
- Sitanggang, A., Friska, Sitanggang, A., & Prayetno. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Kewirausahaan Mahasiswa Dalam Upaya Mengubah Paradigma Mahasiswa Terhadap Kewirausahaan Menjadi Entrepreneur (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(03). <https://online-journal.unja.ac.id/mankeu/article/view/15382/12365>

- Soelaiman, L., Keni, K., Adrianto, F., & Tay Lee Chin. (2025). Internship, Social Valuation, And Self-efficacy as Drivers Entrepreneurial Intention Among Vocational Students: a Structural Model Approach. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 27(1), 97–116. <https://doi.org/10.34208/bh90gt88>
- Sofia, A., & Sanjaya, E. L. (2021). Entrepreneurial Self-Efficacy, Perceived Family Support, And Entrepreneurial Intention On University Students. *Jurnal Psibernetika*, 14(1), 49–57. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v14i1.2717>
- Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 56(2), 809–832. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supatminingsih, T., Ihsan Said Ahmad, M., Ilyas Thamrin, M. (2024). The Influence of Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, and Risk-Taking Behavior on Entrepreneurial Intentions Among Generation Z Students, with Entrepreneurial Character as a Mediating Variable. *Indonesian Journal of Economic & Management Sciences (IJEMS)*, 2(6). <https://doi.org/10.55927/ijems.v2i6.12984>
- Suwarno, H. L., Margaretha, Y., & Zirho, R. K. (2026). Eudaimonic wellbeing and parental influence on student's entrepreneurial orientation and intention. *Humanities and Social Sciences Letters*, 14(1), 202–219. <https://doi.org/10.18488/73.v14i1.4700>
- Suwarno, H. L., Malinda, M., Margaretha, Y., & Aliwinoto, C. (2023). Reducing Unemployment through Enhancement Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Intention. *Integrated Journal of Business and Economics*, 7(3), 563. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v7i3.743>
- Tavakol, M., & Wetzel, A. (2020). Factor Analysis: a means for theory and instrument development in support of construct validity. In *International journal of medical education* (Vol. 11, pp. 245–247). NLM (Medline). <https://doi.org/10.5116/ijme.5f96.0f4a>
- Tomy, S., & Pardede, E. (2020). An entrepreneurial intention model focussing on higher education. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(7), 1423–1447. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2019-0370>
- Ukil, M. I. (2022). Factors Determining Social Entrepreneurial Intention in a Developing Economy. *Journal of Social Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1080/19420676.2022.2143869>
- Viguna, A. I., & Noviani, L. (2024). *Developing an Entrepreneurial Mindset in Youth: Investigating Locus of Control and Self-Efficacy among Students of Pringsewu Business Management Vocational School*. 19(2), 202–210. <https://doi.org/10.32832/neraca>
- Vu, T. D., Bui, L. P., Vu, P. A., Dang-Van, T., Le, B. N., & Nguyen, N. (2024). Understanding female students' entrepreneurial intentions: gender inequality perception as a barrier and perceived family support as a moderator. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2024-0171>
- Wardana, L. W., Martha, J. A., Wati, A. P., Narmaditya, B. S., Setyawati, A., Maula, F. I., Mahendra, A. M., & Suparno. (2024). Does entrepreneurial self-efficacy really matter for entrepreneurial intention? Lesson from covid-19. *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2317231>
- Wijaya, O. Y. A., & Po, J. C. (2024). Entrepreneurial Business Intention Based On Self-Efficacy, Creativity, Digital Literacyid 2. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Number 2). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Yesmin, M. N., Hossain, M. A., Islam, M. S., Rahman, M. M., Jahan, N., & Kim, M. (2024). Entrepreneurial intentions and the role of educational and social support: do the self-efficacy and the theory of planned behavior variables matter? *RAUSP Management Journal*, 59(4), 366–385. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-03-2024-0053>
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H., & Kabst, R. (2015). Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(3), 639–653. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.08.007>