

Determinan Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa: Sebagai Aktor dalam Meningkatkan Ekonomi Kerakyatan

Ita Nuryana¹, Wijang Sakitri², Bestari Dwi Handayani³, Agung Haryono⁴, Menik Kurnia Siwi⁵

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang

⁴Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang

⁵Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang

ita.nuryana@mail.unnes.ac.id¹, wijangsakitri@mail.unnes.ac.id²,
bestarihandayani@mail.unnes.ac.id³, agung.haryono.fe@um.ac.id⁴, menikkurnia@gmail.com⁵

Abstract : *This study investigates the entrepreneurial readiness of students by looking at the factors of self-efficacy, business opportunities and product creativity. The objectives of this study are to 1) Analyze the effect of self-efficacy on student entrepreneurship readiness. 2) Analyzing business opportunities that affect student entrepreneurship readiness 3) Analyzing product creativity affects student entrepreneurship readiness. This type of research is a quantitative study with a population of 121 students from the Faculty of Economics who have taken Entrepreneurship courses. Methods of collecting data using a questionnaire with data analysis techniques using descriptive analysis and SEM SmartPLS versi 3.0.. The results showed that 1) self-efficacy had a positive and significant effect on students' Entrepreneurial Readiness. 2) business opportunities have a positive and significant effect on students' Entrepreneurial Readiness. 3) Product creativity has a positive and significant impact on students' Entrepreneurial Readiness..*

Keywords : *Self efficacy, Business Opportunities, Product Creativity and Entrepreneurial Readiness)*



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Periode ini Indonesia masih terus melakukan pemulihan ekonomi dampak pandemi Covid-19. Objek utama dalam ekonomi kerakyatan yaitu UMKM dan koperasi juga merasakan dampak dari adanya Covid-19 ini. Informasi yang diperoleh dari kementerian koperasi menunjukkan bahwa pandemic berdampak pada 1.785 koperasi dan 163.713

pelaku UMKM (Amri, 2020). Program bantuan pemerintah seperti Keluarga Harapan, subsidi tarif listrik, dan Kartu Prakerja adalah bentuk upaya pemerintah untuk mengurangi dampak pandemic pada pelaku UMKM dan koperasi. Hal ini dilakukan sebagai usaha agar UMKM dan koperasi bisa beradaptasi baik masa pandemic maupun masa *new normal*.

Berkaca pada masa lalu bahwa yang sanggup tetap bertahan ketika terjadi krisis perekonomian Indonesia adalah UMKM. Tidak hanya itu, UMKM kini dijadikan sebagai agen kebangkitan perekonomian Indonesia pasca pandemi Covid-19. "*Entrepreneurship*", dimana semangat para pengusaha di Indonesia termasuk UMKM terus bertumbuh, merupakan jawaban dari masalah di Indonesia saat ini. Hal ini dikarenakan UMKM telah menggerakkan perekonomian Indonesia sebanyak 99 persen, termasuk di dalamnya ada 97,3 persen lapangan pekerjaan terserap dengan adanya UMKM, sehingga UMKM mampu menyumbang 60 persen Produk Domestik Bruto (PDB).

Jumlah pelaku UMKM mencapai 62 juta atau sekitar 98 persen dari pelaku usaha nasional yang mampu menyerap tenaga kerja sangat tinggi mencapai 96,99–97,22 persen dan akan terus bertumbuh. Meskipun UMKM telah banyak menyumbang untuk perekonomian di Indonesia, namun pada kenyataannya sektor yang paling terpukul dengan adanya Covid-19 adalah UMKM. Hal ini terjadi karena adanya pembatasan sosial masyarakat untuk mengurangi kerumunan dan penyebaran Covid-19 sehingga mengharuskan pelaku ekonomi untuk tetap berada di rumah. Oleh karena itu, optimalisasi penggunaan teknologi khususnya internet adalah solusi yang paling tepat. Optimalisasi internet untuk mendukung kegiatan ekonomi sangat perlu dilakukan melihat saat ini pengguna internet ada 175.4 juta. Sedangkan, pengguna smart phone aktif yang terdaftar ada 338,2 juta. Di Indonesia sendiri, masyarakat yang aktif di media sosial ada sebanyak 160 juta orang.

Melihat kondisi saat ini, dimana penggunaan internet dan media social semakin manjamur ditambah lagi dengan aturan pemerintah yaitu adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai daerah, ternyata mampu merubah pola usaha UMKM dari berjalan "offline" menjadi "*online*". Maka dari itu, semangat pelaku UMKM sebagai agen perubahan ekonomi harus dibangkitkan termasuk di dalamnya adalah generasi yang melek teknologi yang biasa disebut dengan generasi Z (mahasiswa).

Mahasiswa adalah generasi yang unggul dalam penguasaan teknologi, dimana saat ini teknologi yang canggih sangat dibutuhkan di berbagai bidang, khususnya bidang ekonomi yaitu *e-commerce*. Mahasiswa dengan kreativitasnya dan juga tingkat imajinasi yang tinggi akan mendukung berkembangnya kegiatan ekonomi secara digital atau yang disebut sebagai "*digital marketing*". Hal ini menjadi kesempatan emas bagi mahasiswa khususnya mahasiswa sebagai pelaku usaha untuk meningkatkan penjualan dengan pola atau sistem pemasaran secara *online*.

Global Entrepreneurship Monitor GEM dari tahun 2015-2018 melaporkan bahwa Indonesia termasuk negara di urutan ke empat dengan generasi muda yang belum termotivasi dan berniat untuk berwirausaha berdasarkan index motivasi berwirausaha hanya sebesar 1,75%. Agustina (2019) menyatakan bahwa wirausaha adalah pengelola usaha atau pelaksana usaha dengan karakter, motivasi serta ketrampilan yang dimiliki oleh seorang individu. Lebih lanjut mengacu pada Instruksi Presiden (Inpres) No. 4 Tahun 1995 menerangkan bahwa kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang baik dan atau memberi keuntungan yang lebih besar. Akan tetapi permasalahan yang saat ini terjadi adalah rendahnya wirausaha mahasiswa. Berbagai upaya dilakukan untuk mendorong mahasiswa agar bisa berwirausaha, mulai dari mata kuliah kewirausahaan, seminar kewirausahaan, inkubator bisnis dan lain sebagainya. Namun nampaknya belum mampu mendorong para mahasiswa sebagai generasi muda untuk berwirausaha. Padahal semangat berwirausaha dikalangan muda merupakan hal yang harus ditanamkan serta diakutalisasikan hal ini dikarenakan dengan berwirausaha kalangan muda dapat membuka pekerjaan tersendiri bahkan sebagai penyedia lapangan pekerjaan bagi orang lain.

Telah banyak penelitian yang mengkaji tentang berbagai prediktor yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha khususnya dikalangan mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Tang, Chen dan Li (2014: 163) tidak ada perbedaan minat antara mahasiswa yang pernah belajar pendidikan kewirausahaan dan yang tidak pernah belajar. Sementara itu Li dan Adkins (2019: 305) melaporkan bahwa pendidikan wirasausaha mempengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Selanjutnya prediktor lingkungan juga ditemukan berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha penelitian oleh Aslam dan Hanu (2016) yang melaporkan bahwa lingkungan berpengaruh terhadap

kesiapan berwirausaha, namun hasil yang berbeda juga ditemukan oleh oleh Astiti dan Margunani (2019) yang menemukan bahwa lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausahaan. Prediktor lain yang diduga mempengaruhi kesiapan berwirausaha mahasiswa Prediktor latar belakang keluarga. Penelitian oleh Kurniawati *et al* (2020) menemukan bahwa latar belakang keluarga berpengaruh terhadap kesiapan berwirausaha secara signifikan, sedangkan, Liu, Walley dan Adkins (2019) melaporkan bahwa latar belakang keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kesiapan berwirausaha.

Penelitian terdahulu telah banyak menguji berbagai prediktor yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha, namun sampai saat ini belum ada prediktor yang pasti dan konsisten sebagai pembentuk kesiapan berwirausaha. Penelitian oleh Ruiz, Soriano, dan Coduras (2015) menyatakan bahwa belum ada penelitian yang mencoba mengungkap faktor – faktor yang membentuk kesiapan berwirausaha secara menyeluruh yang meliputi sosiologi, psikologis dan manajemen bisnis. Lebih lanjut hingga saat ini belum ditemukan penelitian yang menginvestigasi kesiapan berwirausaha dengan melihat faktor sosiologi, psikologis dan manajemen bisnis.

Penelitian ini bermaksud untuk menguji faktor – faktor yang mempengaruhi kesiapan berwirausaha mahasiswa yang meliputi: *self efficacy*, peluang usaha dan kreativitas produk. Lebih lanjut penelitian ini hanya menguji secara empiris faktor – faktor kesiapan berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi UNNES diduga mempunyai pemahaman yang lebih baik terkait dengan kesiapan berwirausaha mengingat mereka tidak hanya menemuh mata kuliah kewirausahaan tetapi juga mata kuliah yang terkait dengan ekonomi dan bisnis

Soriano dan Coduras (2015) mendefinisikan kesiapan berwirausaha adalah sekelompok sikap dan kompetensi untuk bisa mengobservasi maupun menganalisis lingkungan sehingga bisa menampilkan kreativitas dan produktivitas yang potensial. Sejalan dengan pendapat tersebut Pratomo, Mulyadi, Utama (2018) adalah seperangkat kesiapan diri, *skill* ataupun sikap untuk berwirausaha. Mengacu pada kedua pendapat tersebut maka kami mendefinisikan kesiapan berwirausaha adalah segenap sikap dan

keahlian berwirausaha yang mendorong diri seseorang untuk bisa selalu produktif dan kreatif dalam memenuhi tuntutan lingkungan.

Selanjutnya dari ketiga faktor tersebut dapat disusun indikator Suryaningsih dan Wahyudin (2019) mendefinisikan *locus of control* sebagai persepsi seseorang terhadap kejadian-kejadian yang menimpa dirinya. Ada dua persepsi pada *locus of control*, yaitu seseorang yang beranggapan bahwa semua kejadian yang menimpa dirinya merupakan akibat dari faktor lingkungan yang berpengaruh dominan, maka ini diebut dengan eksternal *locus of control*. Sedangkan seseorang yang beranggapan bahwa semua kejadian yang menimpa dirinya merupakan kerja keras dan usaha dirinya sendiri yang akan mempengaruhi hasil dari suatu kejadian, maka ini disebut dengan *internal locus of control*. Selanjutnya toleransi terhadap resiko, Agustina (2019) menyatakan bahwa resiko adalah adanya konsekuensi sebagai dampak adanya ketidakpastian yang memunculkan dampak yang merugikan pelaku usaha. Self – efficacy dan kewirausahaan memiliki hubungan karena ada dua alasan pertama seseorang akan lebih suka untuk berwirausaha karena tidak menyukai karir dan lingkungan kerja disuatu perusahaan karena dia yakin mempunyai kemampuan yang lebih dan sebaliknya dia akan memilih pekerjaan yang dirasa mampu dilakukan (Krueger dan Dickson, 1994). Kedua, karena kewirausahaan melibatkan risiko dan kesulitan yang signifikan, wirausahawan membutuhkan tingkat efikasi diri yang tinggi. *Self – efficacy* memprediksi pilihan karir, minat pekerjaan, ketekunan untuk mengatasi kesulitan, dan efektivitas pribadi (Bandura, 1986; Krueger dan Dickson, 1994). Mengenali peluang bisnis Agustina (2019) mendefinisikan peluang sebagai suatu keadaan yang menguntungkan yang menciptakan kebutuhan baru, produk baru, layanan baru dan bisnis baru.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana pengumpulan dan pengukuran data dalam bentuk angka – angka yang kemudian dianalisis dalam bentuk statistik (Sugiyono, 2016:14). Sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah studi pengujian hipotesis yang bertujuan mendeskripsikan, menganalisis, dan mendapatkan bukti empiris pola pengaruh antar variabel (Wahyudin 2015:110).

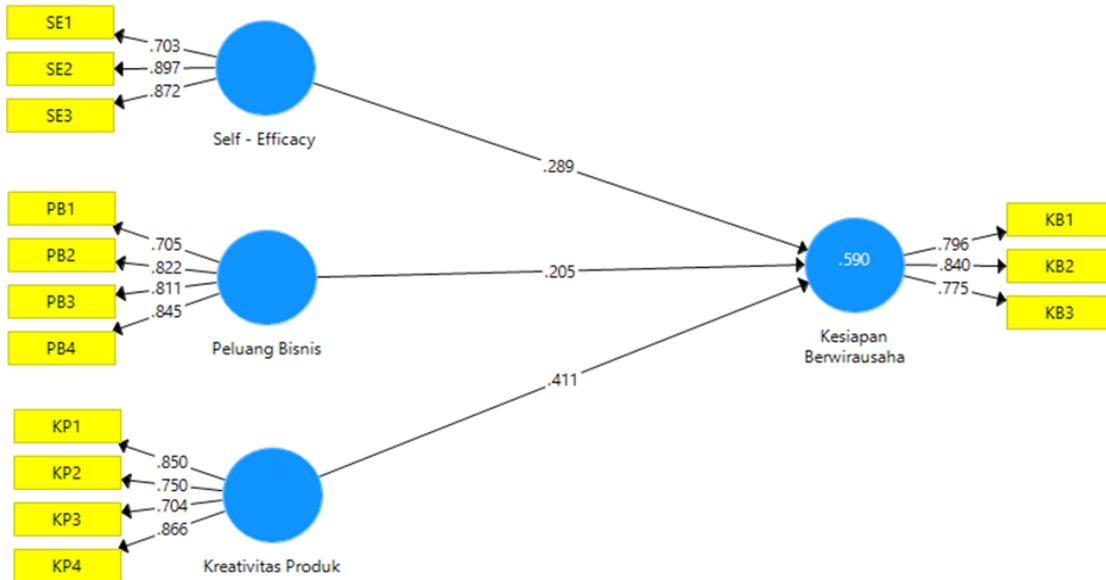
Penelitian ini menggunakan perhitungan statistik dengan alat analisis secara kuantitatif dan deskriptif dengan teknik analisis data *Structural Equation Modeling* (SEM) atau Model Persamaan Struktural dengan alat bantu analisis SmartPLS versi 3.0. Tujuan dari

penelitian ini yaitu untuk mengetahui langsung Self Efficacy, Peluang Bisnis, dan Kreativitas Produk terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas ekonomi dengan kuesioner yang kembali sebanyak 121 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Outer Model Test (*Measurement Model*)

Gambar 1. Outer Model



Analisis Outer Model (*Measurement Model*)

Kriteria dalam mengetahui nilai outer model yaitu *convergen validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability* dalam analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan Smart PLS ada tiga kriteria yaitu untuk menguji *convergen validity* digunakan nilai outer loading dan nilai Average Variance Extracted (AVE). Suatu indikator dalam konstruk dinilai memenuhi *convergen validity* jika nilai outer loading > 0,7 dan nilai AVE > 0,5 (Abdillah & Hartono, 2015:196).

Table. 2 Hasil Outer Loading

Variable	Indicator	Outer Loading	Result
Kesiapan Berwirausaha (Y)	KB1	0,796	Valid
	KB2	0,840	Valid
	KB3	0,775	Valid

Self Efficacy (X₁)	SE1	0,703	Valid
	SE2	0,897	Valid
	SE3	0,872	Valid
Peluang Bisnis (X₂)	PB1	0,705	Valid
	PB2	0,822	Valid
	PB3	0,811	Valid
	PB4	0,845	Valid
Kreativitas Produk (X₃)	K1	0,850	Valid
	K2	0,750	Valid
	K3	0,704	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Tabel 2. menunjukkan adanya nilai *outer loading* pada setiap indikator variabel penelitian tersebut adalah sebesar 0,7. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa indikator pada konstruk penelitian adalah valid atau memenuhi asumsi *convergen validity* sehingga mampu mengukur variabel penelitian. kemudian, nilai dari *convergen validity* juga dapat dilihat pada nilai *average variance extracted (AVE)* pada setiap variabel penelitian. Adapun hasil dari nilai AVE disajikan dalam tabel 2.

Tabel. 3 Average Variance Extracted (AVE) Results

Variable	AVE Value	Result
<i>Self Efficacy</i>	0,632	Valid
Kesiapan Berwirausaha	0,647	Valid
Peluang Bisnis	0,636	Valid
Kreativitas Produk	0,686	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Tabel 3. menunjukkan bahwa nilai AVE setiap variabel penelitian > 0,5. Hal ini berarti bahwa variabel penelitian memenuhi *rule of thumb* AVE > 0,5 sehingga dinyatakan variabel penelitian mampu menjadi konstruk penelitian yang baik.

Discriminant Validity

Validitas konstruk selain terdapat validitas konvergen (*convergent validity*) juga dilengkapi dengan uji validitas diskriminan. Uji *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* jika nilai *cross loading* indikator dalam satu variabel > 0,7 dalam (Abdillah & Hartono, 2015:207). Adapun hasil *cross loading* indikator pada variabel penelitian ini disajikan dalam tabel 5.4.

Tabel 4. Hasil *Cross Loading* Indikator Setiap Variabel Penelitian

Variable	Indicator	Outer Loading	Result
Kesiapan Berwirausaha (Y)	KB1	0,796	Valid
	KB2	0,840	Valid
	KB3	0,775	Valid
Self Efficacy (X₁)	SE1	0,703	Valid
	SE2	0,897	Valid
	SE3	0,872	Valid
Peluang Bisnis (X₂)	PB1	0,705	Valid

	PB2	0,822	Valid
	PB3	0,811	Valid
	PB4	0,845	Valid
Kreativitas Produk (X₃)	KP1	0,850	Valid
	KP2	0,750	Valid
	KP3	0,704	Valid

Sumber: data penelitian diolah, 2021

Pada Tabel 4. menunjukkan bahwa *cross loading* pada setiap indikator variabel penelitian > 0,7. Artinya indikator pada setiap konstruk penelitian adalah valid serta memenuhi syarat *rule of thumb* dan asumsi dalam *discriminant validity*. Sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian dengan baik. Selanjutnya adalah mengukur reliabeliti, menurut Abdillah & Hartono, (2015:196), *Cronbach's alpha* digunakan untuk mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk, sedangkan *composite reliability* digunakan untuk mengukur nilai sesungguhnya reliabilitas suatu konstruk. *Rule of thumb* nilai *alpha* atau *composite reliability* harus lebih besar dari > 0,7.

Tabel 4. Hasil Cronbach's Alpha

Variable	Cronbach's Alpha	Hasil
Kesiapan Berwirausaha	0,726	Reliabel
<i>Self Efficacy</i>	0,804	Reliabel
Peluang Bisnis	0,813	Reliabel
Kreativitas	0,771	Reliabel

Sumber: data penelitian diolah, 2021

Tabel 5. Hasil Composite Reliability

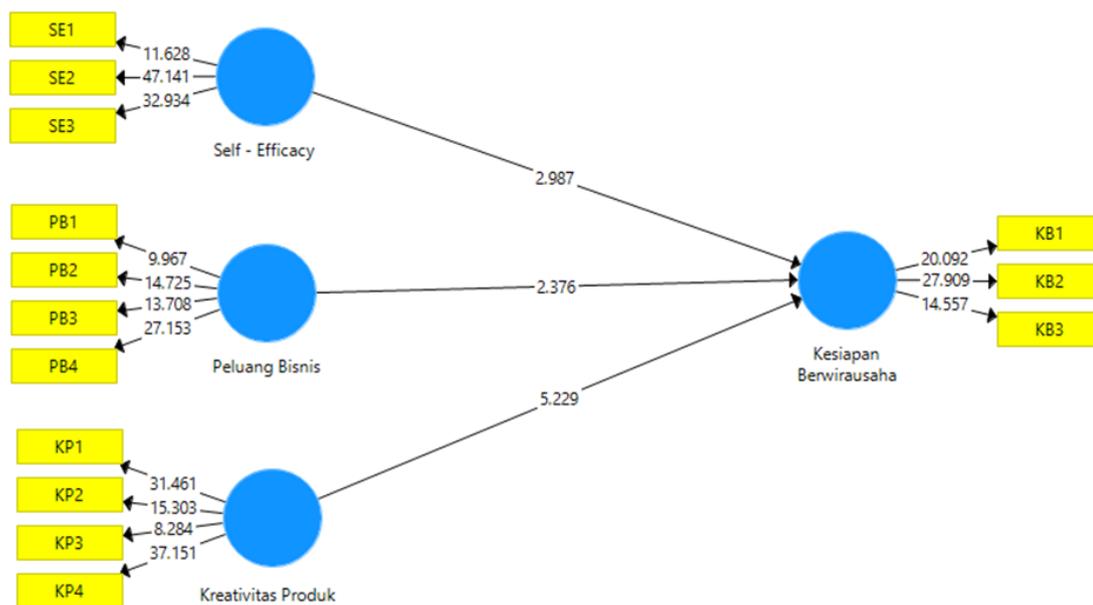
Variable	Composite Reliability	Hasil
Kesiapan Berwirausaha	0,846	Reliabel
<i>Self Efficacy</i>	0,872	Reliabel
Peluang Bisnis	0,874	Reliabel
Kreativitas Produk	0,867	Reliabel

Sumber: data penelitian diolah, 2021

Tabel 4 dan 5 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* setiap variabel > 0,7 sehingga variabel penelitian dinyatakan layak sebagai alat ukur yang konsisten dalam penelitian.

Uji Inner Model (Model Struktural)

Uji Inner Model atau model struktural digunakan untuk mengetahui pengaruh konstruk



Gambar 2. Inner Model

Table. 6 Uji R Square

Variable	R Square	Adjusted R Square
Kesiapan Berwirausaha	0,590	0,579

Sumber: data penelitian diolah, 2021

Tabel 6 menunjukkan bahwa besarnya R^2 konstruk Kesiapan Berwirausaha sebesar 0,579. Hal ini bermakna bahwa persentase besarnya Kesiapan Berwirausaha yang dijelaskan oleh konstruk sebesar 57,9% dan selebihnya dipengaruhi variabel lain diluar model penelitian. Sehingga dapat dikatakan bahwa nilai R^2 pada konstruk Kesiapan Berwirausaha dinilai moderat atau cukup karena bernilai diantara $> 0,33$ dan $< 0,67$. Selanjutnya signifikansi koefisien jalur dilihat dari nilai t-statistik $> 1,96$ untuk hipotesis dua arah dalam penelitian ini serta t-statistik $> t$ -tabel atau p-value $< 0,05$ (Ghozali, 2014: 67).

Table. 7 Path Coefficient

Variable	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Values	Result
Self Efficacy -> Kesiapan Berwirausaha	0,411	0,411	0,079	5,229	0,000	H1
Peluang Bisnis -> Kesiapan Berwirausaha	0,205	0,210	0,086	2,376	0,018	H2
Kreativitas Produk -> Kesiapan Berwirausaha	0,289	0,293	0,097	2,987	0,003	H3

Sumber: data penelitian diolah, 2021

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh secara langsung *Self Efficacy*, Peluang Bisnis, dan Kreativitas Produk terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa. Berikut adalah rincian penjelasan dari tabel 7 :

1. *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 0,411, nilai *t – statistics* sebesar 5,229 > 1,96 dan *pvalues* sebesar 0,000 < 0,05;

Hasil perhitungan tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kepercayaan diri terhadap kesiapan berwirausaha sebesar 41.1%. *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha dinyatakan diterima.

2. Peluang Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 0,205, nilai *t – statistics* sebesar 2,376 > 1,96 dan *pvalues* sebesar 0,018 < 0,05;

Hasil perhitungan tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Peluang Bisnis terhadap kesiapan berwirausaha sebesar 20,5%. Peluang Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha dinyatakan diterima.

3. Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 0,289, nilai *t – statistics* sebesar 2,987 > 1,96 dan *pvalues* sebesar 0,003 < 0,05;

Hasil perhitungan tersebut berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kreativitas produk terhadap kesiapan berwirausaha sebesar 28,9%. Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha dinyatakan diterima.

PEMBAHASAN

***Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *Self Efficacy* terhadap kesiapan berwirausaha sebesar 41.1%. Kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa. Menurut Heflin (2011) *Self Efficacy* yang tinggi merupakan karakteristik wirasusaha yang sukses. Hasil penelitian ini telah mengkonfirmasi bahwa kepercayaan diri seroang calon wirausaha dapat meningkatkan kesiapan berwirausaha, *Self Efficacy* dapat di definisikan sebagai bagaimana seseorang dalam menilai diri sendiri maupun objek lain yang kemudian menimbulkan keyakinan akan kemampuan dirinya untuk dapat melakukan sesuatu sesuai dengan kemampuannya. Sebagai calon wirausahawan *Self Efficacy* memegang peran penting seorang wirausahawan akan cenderung bertindak berani dalam untuk mencapai target yang lebih baik seperti memulai usaha ditengah pesaing lama, berinovasi untuk menambah varian produk, menyusun strategi marketing yang lebih mudah dijangkau konsumen,

mengembangkan modal usaha dan tindakan lainnya dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan demikian *Self Efficacy* yang baik maka seorang wirausahawan tidak akan ragu dan berani mengambil resiko untuk memulai berwirausaha atau bahkan melakukan tindakan – tindakan tertentu demi kemajuan usaha yang telah dimilikinya. Hasil ini turut di dukung penelitian oleh Melyana & Pujiati (2015) yang mendefinisikan *self efficacy* sebagai kepercayaan diri dimana terdapat pengaruh langsung *self-efficacy* terhadap kesiapan berwirausaha secara positif dan signifikan.

Mahasiswa merupakan generasi masyarakat yang dinamis, artinya mereka dapat menyesuaikan perubahan zaman yang terjadi di dalam masyarakat baik dari segi teknologi, segi sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya sehingga mahasiswa mampu mengembangkan diri dengan kapasitas intelektualnya (Fitriani et al., 2018). Kontribusi mahasiswa dalam mengembangkan dan memajukan UMKM dan koperasi secara tidak langsung dapat memperluas lapangan pekerjaan sehingga dapat menyerap para pencari kerja dan mengurangi tingkat pengangguran.

Peluang Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa

Hasil pengujian hipotesis menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel Peluang Bisnis terhadap kesiapan berwirausaha sebesar 20,5%. Mengenali peluang usaha turut menjadi prediktor penting dan berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha. Seorang calon wirausahawan dapat memiliki keyakinan yang tinggi apabila produk atau jasa yang di tawarkan dapat terjual dan memenuhi kebutuhan pasar. Untuk menyediakan produk yang sesuai kebutuhan pasar maka seorang calon wirausahawan harus mengenali peluang yang dapat diisi, menciptakan produk yang bersaing dan menyusun strategi dalam memasarkan produk tersebut. Seorang wirausahawan yang cerdas tentu sebelum memulai berbisnis akan menghimpun berbagai informasi mengenai kesempatan yang dapat dimanfaatkan untuk berbisnis. Kemampuan ini menjadi ukuran dari manajemen bisnis, dimana semakin baik kemampuan yang dimiliki maka akan semakin siap seorang individu dalam memulai wirausaha.

Mahasiswa yang bisa membaca situasi dan peluang usaha bisa merintis bisnis atau start-up UMKM dengan cara "*digital marketing*" atau pemasaran secara *online*. Sebuah usaha yang hanya berfokus pada strategi penjualan konvensional akan semakin tertinggal dengan melihat kondisi sekarang yang serba *online* dengan memanfaatkan internet dalam menjual produk. Disinilah pentingnya "*skill*" atau keahlian para *digital marketer* harus terus diasah. Mahasiswa dapat merencanakan bentuk pemasaran untuk membangun "*brand awareness*" dan memikat calon *customer*. Media *online* yang dapat digunakan adalah platform digital, misalnya *website*, *marketplace* media social dan sejenisnya.

Kreativitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kesiapan Berwirausaha Mahasiswa

Hasil pengujian hipotesis menjelaskan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan variabel kreativitas produk terhadap kesiapan berwirausaha sebesar 28,9%. Kreativitas produk diartikan sebagai sejauh mana seseorang dapat mengakumulasi sumber daya atau pemikiran yang ada untuk membuat suatu produk atau gagasan yang belum ada sebelumnya dan menarik bagi orang lain. Lebih lanjut Zimmerer (1996) menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses dimana penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan sebuah masalah dan mencari peluang dalam kehidupan sehari – hari. Semakin tinggi kreativitas seseorang maka akan semakin tinggi pula kesiapan seseorang untuk berbisnis. Hasil ini turut di dukung oleh penelitian Wijayanti, dkk (2016) dan Arifin dkk (2020) menyatakan bahwa Kreativitas produk berkontribusi terhadap kesiapan berwirausaha.

Generasi Z dalam hal ini adalah mahasiswa adalah generasi yang kreatif dan inovatif, mereka adalah generasi yang melek teknologi dan rasa keingintahuannya sangat tinggi sehingga menjadi peluang bagi mahasiswa di era “*digital marketing*” saat ini untuk menjadi aktor penggerak perekonomian salah satu nya yaitu dengan cara ikut terjun langsung di bidang kewirausahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang sudah dilakukan dalam penelitian ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh self efficacy, peluang usaha dan kreativitas produk terhadap kesiapan berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Artinya semakin tinggi self efficacy, peluang usaha dan kreativitas produk maka akan semakin tinggi kesiapan berwirausaha mahasiswa yang akan meningkatkan ekonomi kerakyatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). Partial Least Square (PLS): alternatif structural equation modeling (SEM) dalam penelitian bisnis. Yogyakarta: Penerbit Andi, 22, 103–150
- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia
- Arifin, N., Tahir, T., & Hasan, M. (2020). Analisis Pengaruh Kreativitas Kewirausahaan terhadap Kesiapan Bekerja Siswa. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(1), 16-23.
- Askar, P., & Davenport, D. (2009). An investigation of factors related to self-efficacy for Java Programming among engineering students. *Online Submission*, 8(1).
- Bandura, A. 1986. The explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Clinical and Social Psychology*, 4, 359-373.

- Fitriani, D. A., Noviana, Z. R., & Santoso, S. (2018). Membangun Perekonomian Indonesia Melalui Mahawira (Mahasiswa Wirausaha) Berbasis Ekonomi Kreatif. 58–66.
- Heflin, F.Z., (2011). *Be an entrepreneur (jadilah seorang wirausaha) kajian strategis pe ngem bangan wirausaha*. Yogyakarta:Graha Ilmu
- Intruksi Presiden No.4 Tahun 1995 Tentang Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan. (GNMMK).
- Kiani, A., Ali, A., Biraglia, A., & Wang, D. (2021). Why I persist while others leave? Investigating the path from passion to persistence in entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 1-31.
- Krueger, N.F,Jr & Dickson, P. How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Self-efficacy and Perceptions of Opportunity and Threat. *Decision Sciences*, 25,385-400
- Markman, G. D., Baron, R. A., & Balkin, D. B. (2005). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 26(1), 1-19.
- Melyana, I. P., & Pujiati, A. (2015). Pengaruh Sikap Dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Melalui Self-Efficacy. *Journal of Economic Education*, 4(1).
- Pratomo, Hari Mulyadi, dan Dian Herdiana Utama. 2018. Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas XII Pastry Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 9 Bandung. *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis* 18 (1), 28-36
- Ruiz, Jesus, Domingo Riberio Soriano, dan Alicia Conduras. 2015. *Challenges in Measuring Readiness for Entrepreneurship*. Emerald Group Publishing Limited: Management Decision Scarborough, N. M., & Zimmerer. T. W. (1996). *Effective small business management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Suryaningsih, D., & Wahyudin, A. 2019. Pengaruh Tiga Dimensi Kecerdasan dan Locus Of Control Terhadap Perilaku. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 967-982. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i3.35726>.
- Wahyudin, A. (2015). *Metodologi Penelitian*. UNNES PRESS.
- Wijayanti, L. N. E. R., Sutikno, T. A., & Sukarnati, S. (2016). Kontribusi Pengetahuan Kewirausahaan, Pengalaman Prakerin, Dan Kreativitas Terhadap Kesiapan Berwirausaha. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 1(7), 1364-1375.