

SNKIB
UNTAR
2019 **SEMINAR NASIONAL** **60th**
KEWIRAUSAHAAN & INOVASI BISNIS IX **UNTAR untuk Indonesia**

PROSIDING

Jakarta, 25 April 2019

Auditorium Kampus 1
Gedung Utama Lantai 3
Universitas Tarumanagara
Jakarta Barat

Co Host:



UKRIDA
Universitas Kristen Kirida Wicakara



UNTAR
Universitas Tarumanagara

TIM EDITORIAL

Dr. Cokki

Rita Amelinda, S.E., M.M.

TIM REVIEWER

Dr. Amelia Naim Indrajaya	(IPMI International Business School)
Dr. Chairy	(President University)
Dr. Dwinita Laksmidewi	(Universitas Katolik Atma Jaya)
Dr. Fahrul Riza	(Universitas Bunda Mulia)
Harry Susianto, Ph.D.	(Universitas Indonesia)
Kandia Sofia Senastri Dahlan, Ph.D.	(Universitas Bunda Mulia)
Prof. Dr. Kris Herawan Timotius	(Universitas Kristen Krida Wacana)
Dr. Nurwanti	(Trisakti School of Management)
Dr. Rizal Edy Halim	(Universitas Indonesia)
Dr. Sabrina O. Sihombing	(Universitas Pelita Harapan)
Dr. Tengku Ezni Balqiah	(Universitas Indonesia)
Dr. Tita Deitiana	(Trisakti School of Management)
Dr. Tri Siwi Agustina	(Universitas Airlangga)
Dr. Vita Briliana	(Trisakti School of Management)
Dr. Wiwiek M. Daryanto	(IPMI International Business School)
Dr. Agus Zainul Arifin	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Hetty Karunia Tunjungsari	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Ignatius Roni Setyawan	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Indra Widjaja	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Keni	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Miharni Tjokrosaputro	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Nuryasman M. N.	(Universitas Tarumanagara)
Dr. Rina Adi Kristianti	(Universitas Tarumanagara)

KATA PENGANTAR

Tema Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis IX adalah “Inovasi Disruptif sebagai Strategi Berwirausaha”. Seminar ini diselenggarakan oleh Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Magister Manajemen Universitas Tarumanagara, dan UPT Mata Kuliah Umum (MKU) Universitas Tarumanagara bekerja sama dengan Trisakti School of Management, Universitas Bunda Mulia, dan Universitas Kristen Krida Wacana. Seminar dan *call for paper* ini ditujukan bagi seluruh akademisi dan praktisi yang ingin memaparkan hasil penelitian, pemikiran, dan praktik kewirausahaan dan manajemen.

Buku prosiding ini memuat 67 (enam puluh tujuh) artikel dengan topik kewirausahaan dan manajemen. Artikel yang direkomendasikan ke Jurnal Manajemen sebanyak 2 artikel tidak dimasukkan ke dalam buku prosiding dan tetap dipresentasikan dalam seminar. Semua artikel telah diperiksa oleh tim *reviewer* yang memiliki keahlian pada bidang ilmu kewirausahaan dan manajemen dari 10 perguruan tinggi di Indonesia. Setiap *reviewer* memiliki peranan yang besar dalam proses revisi dan penerimaan artikel.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih atas kontribusi dari semua pemakalah, tim *reviewer*, dan semua panitia yang terlibat. Semoga buku prosiding ini dapat menjadi kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan implementasi kewirausahaan dan manajemen.

Jakarta, 25 April 2019

Tim Editorial

DAFTAR ISI

JUDUL	HAL.
PREDIKSI <i>SELF EFFICACY</i> DAN <i>PERSONALITY TRAITS</i> TERHADAP <i>ENTREPRENEURIAL INTENTIONS</i> DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNTAR Hannes Widjaya, Tommy Setiawan R., Richard Andrew	1
PENGARUH <i>CAPITAL ADEQUACY RATIO</i>, PROFITABILITAS, DAN KEPEMILIKAN PUBLIK TERHADAP KETEPATAN WAKTU PELAPORAN KEUANGAN PERUSAHAAN PUBLIK Claudia Amelia, Herlina Lusmeida	10
PENGARUH STRUKTUR KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEBIJAKAN HUTANG, UMUR PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN Willian Tanoto, Herlina Lusmeida	21
ETIKA BISNIS BIDANG TEKNOLOGI INFORMASI Surajiyo, Sugeng Astanto	32
TATA KELOLA DAN KETAHANAN RISIKO (SUBSEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA) Hermanto, Sigit Adibuwono	41
ANALISIS DAMPAK PERUBAHAN JADWAL KERJA KARYAWAN HOTEL X Yohana F. Cahya Palupi Meilani	52
THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF BIMA COMPANY AND THE BARRIERS THAT DIMINISH IT Isabella Lau, Jacob Donald Tan	62
THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF PT ANATEX IN TEXTILE INDUSTRY Jesslyn Setiawan, Jacob Donald Tan	75
PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i>, KUALITAS LAYANAN, <i>PERCEIVED PRICE</i>, DAN EMOSI TERHADAP KEPUASAN DAN <i>BEHAVIORAL INTENTION</i> Margaretha Pink Berlianto	85
FAKTOR-FAKTOR ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI DARI <i>POST PURCHASE INTENTION</i> DALAM KONTEKS INDUSTRI JASA Margaretha Pink Berlianto	97
BAURAN PROMOSI DAN CITRA MEREK SEBAGAI PREDIKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SIVITAS AKADEMIKA UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA Muhammad Tony Nawawi	110
DETERMINAN PASAR MODAL PADA NEGARA-NEGARA ASEAN DI ERA MEA Hary S. Sundoro	120
PENGARUH KELOMPOK ACUAN ORANG TUA TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK HALAL Meike Kurniawati	130

JUDUL	HAL.
MODEL INTEGRASI IPA-CSI-BV SEBAGAI ALAT BENCHMARKING KUALITAS LAYANAN CAFÉ Ronald Sukwadi, Silvia, Ferdian Suprata	136
MENGUAK MAKNA SIMBOLIK, METAFISIK, DAN ONTOLOGIS KONSUMSI MODERN Urbanus Ura Weruin	146
PENGARUH CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION DAN CUSTOMER LOYALTY BISNIS RITEL HIPERMARKET X DI JAKARTA Rudy Santosa Sudirga	155
PENGARUH MARKET DEMAND, TECHNOLOGICAL CAPABILITIES, DAN ECO-INNOVATION TERHADAP KINERJA BISNIS ORGANIK DI INDONESIA Devika Valencia, Chrisanty V. Layman	166
APAKAH OPEN INNOVATION MEMPENGARUHI INNOVATION PERFORMANCE DARI STARTUPS DI INDONESIA? Patrick Luke, Chrisanty V. Layman	176
PERANAN LINE BALANCING DALAM PENINGKATAN PRODUKTIVITAS PADA USAHA KECIL MENENGAH Daniel Pratama, Jani Rahardjo	186
MODEL SIMULASI ANTRIAN PELANGGAN UNTUK PENINGKATAN PROFIT UMKM RESTORAN Yosafat Cahya Putra Limantara, Jani Rahardjo	194
HUBUNGAN ANTARA USIA, TATA KELOLA, SERTA STRUKTUR MODAL PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN DI INDONESIA Wiona Wilhelmina Wenur, Rita Juliana	205
PENGARUH KEPEMILIKAN PEMERINTAH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN, KEPUTUSAN INVESTASI DAN KEPUTUSAN PENDANAAN Jhonny Asta Wijaya, Rita Juliana	214
DUKUNGAN TATA KELOLA PERUSAHAAN DALAM PENENTUAN KAS Umi Murtini	224
EKSPLORASI FAKTOR PENENTU YIELD OBLIGASI PERUSAHAAN DI INDONESIA: SEBUAH USULAN PENELITIAN Tirsam Sangi, Ignatius Roni Setyawan	233
KINERJA KESELAMATAN KERJA: PENGETAHUAN DAN PERILAKU KERJA (STUDI KASUS) Ria Mardiana Yusuf, Nurdjanah Hamid, Nurhalima Arjiani	244
SOFT SKILLS BAGI PELAKU BISNIS Purnama Dharmawan	255

JUDUL	HAL.
PENGARUH USAHA KOORDINASI, INTEGRASI STRATEGIK, ORIENTASI PASAR, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN PADA TOKO BOMBAY TEXTILE INDONESIA Patrick Wangsa, Rina Adi Kristianti	265
PENGARUH FAKTOR LINGKUNGAN DAN DEMOGRAFI TERHADAP NIAT KEWIRAUSAHAAN Sarwo Edy Handoyo, Herlin Tundjung Setijaningsih	275
MANAJEMEN TERKAIT PENGOLAHAN SAMPAH YANG DAPAT MENGHASILKAN PRODUK DAUR ULANG YANG BERMANFAAT MEMPERBAIKI KUALITAS LINGKUNGAN HIDUP DAN MENINGKATKAN KEHIDUPAN EKONOMI MASYARAKAT Priyendiswara Agustina Bela	285
TINGKAT <i>PRICE EARNING RATIO</i> PADA PERUSAHAAN BUMN YANG DIPENGARUHI OLEH PENGUNGKAPAN <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY</i> PERIODE 2015-2017 Willy Sri Yuliandhari, Rahajeng Windy K	292
PENGARUH ORIENTASI STRATEGIK TERHADAP KINERJA MEDIA SOSIAL DENGAN ORIENTASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI FAKTOR MEDIASI Louis Utama, Evelyn Regine Michella, Herfendi	302
PENGARUH KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL, KEBIJAKAN UTANG, DAN KINERJA PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SEKTOR KONSTRUKSI YANG TERDAFTAR PADA KELOMPOK INDEKS LQ-45 Joyce A. Turangan, Andi Wijaya	311
ANALISIS KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS PASIEN RAWAT JALAN RUMAH SAKIT “XYZ” JAMBI Andry Sjamsu, Innocentius Bernarto	321
PENGARUH PERILAKU PEMBELIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN <i>HIGH END MAKE UP</i> DAN <i>SKIN CARE</i> PADA GENERASI MILENIAL JAKARTA Oktafalia Marisa M, Janny Rowena	332
<i>EMPLOYEE PERFORMANCE INFLUENCED BY SEVERAL ASPECTS IN ASSISTANT STAFF IN GENERAL ADMINISTRATION OF NORTH PENAJAM PASER REGENCY</i> Didik Hadiyatno	339
PENGARUH <i>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)</i>, <i>INVESTMENT OPPORTUNITY SET (IOS)</i> DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP <i>EARNINGS RESPONSE COEFFICIENT</i> (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015) Henryanto Wijaya, Susanto Salim	350
FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN DALAM PERENCANAAN Tony Sudirgo, Robert Gunardi, Yuniarwati	360

JUDUL	HAL.
FACTORS THAT IMPACT INDONESIA'S EXPORT TO THE UNITED STATES Xinxin Wu, Pauline Henriette P. Tan	365
ANALYSIS OF INDONESIA'S CRUDE PALM OIL (CPO) EXPORT Ivan Gunardi, Pauline Henriette P. Tan	375
PERAN MODEL SIMULASI DALAM PENGATURAN UTILITAS PEKERJA UNTUK MENINGKATKAN PROFIT PADA INDUSTRI JASA CAFÉ Bertinus Enrico Rahardjo, Jani Rahardjo	384
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR ANTESENDEN LOYALITAS MEREK SARIAYU Lusiana	394
PERSEPSI KONSUMEN PADA BISNIS MARKETPLACE: STUDI EMPIRIS TOKOPEDIA DAN SHOPEE Ongky Alex Sander, Celia Immanuella	407
PENGEMBANGAN SDM PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS TERBUKA (UT) DALAM MENCAPAI SASARAN TAHUN 2022 Irmawaty, Aas Puspitaningsih, Yun Iswanto	418
IMPLEMENTASI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI UNIVERSITAS: BAGAIMANA GAMBARAN GAP ANTARA EKSPETASI DAN REALISASINYA? Nadiyah Suci Hariani, Cut Irna Setiawati	428
ALUMNI PERGURUAN TINGGI MENJADI PENGUSAHA: FAKTOR DOMINAN APA YANG MELATARBELAKANGI KEPUTUSAN EKSTRIM TERSEBUT? Cut Irna Setiawati, Rangga Saputra	439
PENGARUH REMUNERASI TERHADAP KINERJA PEJABAT DAN NON PEJABAT DI UNIVERSITAS TERBUKA Irmawaty, Mailani Hamdani	450
DAMPAK PERSEPSI KORUPSI TERHADAP HUBUNGAN ANTARA KEPEMILIKAN PEMERINTAH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: STUDI PADA PERUSAHAAN-PERUSAHAAN TERBUKA DI INDONESIA Ardo Ryan Dwitanto, Akhmad Nurhidayat	458
FACTORS AFFECTING CONSUMER'S PERCEPTION TOWARD DANA Nathania Levina, Radityo Fajar Arianto	469
MANFAAT MENGGUNAKAN OPSI RIIL DALAM SUATU PROYEK PENGANGGARAN MODAL UNTUK FINTECH Ignatius Roni Setyawan	479
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PEREMPUAN DI PERDESAAN: STUDI KASUS KELOMPOK PENGRAJIN QUILTING DI KAMPUNG JATINUNGGAL KABUPATEN CIANJUR Melitina Tecocalu, Bambang Siswanto, Eka Desy Purnama, Fredella Colline, Diana Frederica	484

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis IX

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 25 April 2019

ISSN NO: 2579-9517

e-ISSN NO: 2089-1040

JUDUL	HAL.
ANALISIS PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI KUALITAS DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUKET BUNGA Rubi Meisi, Andriasan Sudarso, dan Mimi Marlina	494
PERBANDINGAN NIAT KEWIRAUSAHAAN DAN EFEK PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN DAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TARUMANAGARA Felicia Yulanda, Herlina Budiono, Hendra Wiyanto, Ary Satria Pamungkas	505
DETERMINAN MINAT BERWIRAUSAHA <i>ONLINE</i> MAHASISWA: SEBUAH STUDI AWAL Nadya Pricilia, Gidion P. Adirinekso, Adrie F. Assa	513
THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE GOVERNANCE AND FIRM PERFORMANCE Jiyhe Baek, Djeni Indrajati W	523
FAKTOR-FAKTOR PENENTU NILAI PERUSAHAAN DENGAN <i>INTELLECTUAL CAPITAL</i> SEBAGAI VARIABEL MODERASI Cynthia Ruana, Rita Amelinda, Erick Saputra Hidayat	535
PERAN ASOSIASI MERK DAN PENGARUH SOSIAL PADA INTENSI PEMBELIAN PRODUK HIJAU: STUDI KASUS PADA STARBUCKS COFFEE Miharni Tjokrosaputro	545
MASIHKAH PROMOSI PENJUALAN SEBAGAI TOLOK UKUR KEPUASAN KONSUMEN RITEL DI JAKARTA? Joseph M.J. Renwarin	556
PENGARUH KEPUASAN KERJA KARYAWAN TERHADAP <i>EMPLOYEE ENGAGEMENT</i> PADA KARYAWAN <i>HUMAN CAPITAL BUSINESS PARTNER</i> PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA, TBK Nabilah Ramadhan, Dani Hermawan Hanuranto	564
PENGARUH KINERJA KEUANGAN, NON KEUANGAN DAN <i>STOCK PRICE</i> TERHADAP <i>DIVIDEND POLICY</i> Silviana Winata, Rosmita Rasyid	574
ANALISIS PERSPEKTIF FAKTOR PENGHAMBAT MINAT BERWIRAUSAHA PADA LULUSAN MAHASISWA WIDYATAMA Gina Apriyani Nurunnisha, Ni Putu Nurwita Pratami Wijaya	582
PERKEMBANGAN EKSPOR INDONESIA Yusi Yusianto	588
IMPLIKASI <i>FINANCIAL ASPECT</i> DAN <i>HUMAN CAPITAL</i> TERHADAP KINERJA UMKM BATIK DI JAKARTA Margarita Ekadjaja, Agustin Ekadjaja, Henny	598
ANALISIS PENGARUH <i>EXPERIENTIAL MARKETING</i> TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Andriasan Sudarso, Lili Suryati, Dennis	606

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis IX

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 25 April 2019

ISSN NO: 2579-9517

e-ISSN NO: 2089-1040

JUDUL	HAL.
MODEL PEMASARAN 4.0 MEDIA MASSA (STUDI KASUS DI KORAN TEMPO) Adrie Frans Assa, Gidion P. Adirinekso	618
PREDIKSI CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA CALON KONSUMEN PRODUK FILA DI JAKARTA BARAT: PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Mega Elisia, Yenny Lego	628
PENGARUH KEPEMIMPINAN TRANSFORMASIONAL DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN Mei Ie, Elliot Simon	638
PENGARUH KOMITMEN AGAMA TERHADAP LOYALITAS GERAI KOPI STARBUCK DENGAN MEDIASI PENILAIAN ETIKA Ali Wardhana	648

DETERMINAN MINAT BERWIRAUSAHA ONLINE MAHASISWA: SEBUAH STUDI AWAL

Nadya Pricilia¹, Gidion P. Adirineko², Adrie F. Assa³

¹Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta, nadya.2015sem014@civitas.ukrida.ac.id

²Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta, gidion.adirineko@ukrida.ac.id

³Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta, adrie.assa@ukrida.ac.id

ABSTRAK:

Salah satu alternatif pemecahan masalah pengangguran adalah memberdayakan kelompok terdidik melalui program kewirausahaan di perguruan tinggi. Walaupun hasil survey, rata-rata rakyat Indonesia memilih menjadi karyawan daripada berwirausaha. Di sisi lain saat ini perkembangan teknologi dan penggunaan internet telah mewarnai dunia bisnis. Misalnya, solusi pembayaran dengan transaksi *online* di asia pasifik misalnya, tertinggi ada di Indonesia Dan sejak hadirnya internet perilaku masyarakat berubah dalam melakukan komunikasi dan interaksi, tidak terkecuali dalam dunia bisnis dan juga berkembangwirausaha *online*. Misalnya Buka Lapak, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya. Adanya fenomena respon perguruan tinggi terhadap pengangguran, perkembangan wirausaha *online* dan teknologi, maka tujuan penelitian ini ingin mengetahui faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha *online* bagi mahasiswa. Metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan *Partial Least Square* dipakai untuk menjawab masalah tersebut. 163 mahasiswa di kampus UKRIDA dipilih sebagai responden dengan metode *probability proportionate stratified random sampling*. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa faktor internal yaitu sikap dan efikasi diri serta faktor eksternal pendidikan kewirausahaan mempengaruhi minat berwirausaha *online*. Sedangkan norma subyektif dan perilaku kontrol dalam penelitian ini tidak berpengaruh.

Kata Kunci: Sikap, efikasi diri, minat, berwirausaha *online*, *partial least square*.

ABSTRACT:

One alternative to solving unemployment problems is to empower educated groups through entrepreneurship programs in universities. Although some survey results, the average Indonesian people choose to be employees rather than entrepreneurship. On the other hand, currently, the development of technology and internet use has colored the business world. For example, the payment solution with online transactions in the Asia Pacific, for example, is highest in Indonesia and since the presence of the internet, people's behavior has changed in communicating and interacting, not least in the business world and also developing online entrepreneurship. For example Buka Lapak, Tokopedia, Lazada, and so on. The purpose of this study is to find out the factors that influence the interest in online entrepreneurship for students. Quantitative research methods using Partial Least Square are used to answer this problem. 163 students at the UKRIDA campus were selected as respondents with the probability proportionate stratified random sampling method. The results of the study show that internal factors, namely attitudes and self-efficacy and external factors of entrepreneurship education influence the interest in online entrepreneurship whereas subjective norms and control behaviors in this study have no effect.

Keywords: Attitude, self-efficacy, interest, online entrepreneurship, *partial least square*.

PENDAHULUAN

Tingkat pengangguran di Indonesia, untuk usia 15 tahun ke atas hingga akhir tahun 2018 menurut ILO di kisaran 4,2% (ILO, 2018). Lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah calon pekerja, sehingga jumlah pengangguran meningkat (Utami, 2017).

Memberdayakan kelompok terdidik di perguruan tinggi dengan program kewirausahaan sebagai salah satu alternatif memecahkan masalah pengangguran. (Primandaru, 2017). Lulusan universitas diharapkan berorientasi menciptakan lapangan pekerjaan. Walaupun hasil survey Widawati dan Astuti menunjukkan bahwa rakyat Indonesia rata-rata memilih karyawan dibandingkan berwirausaha (Widawati & Astuti, 2012).

Upaya menumbuhkan rasa ingin tahu berwirausaha mahasiswa dengan menciptakan lapangan pekerjaan sendiri menjadi modal tumbuhnya perekonomian. Namun ada beberapa hambatan ketika ingin memulai berwirausaha, seperti keterbatasan modal dan sumber daya manusia. Keterbatasan ini bisa diatasi dengan berkembangnya pemakaian teknologi dalam berusaha. Internet mempermudah wirausahawan memasarkan dan mempromosikan produk atau jasa mereka. Kegiatan pemasaran, promosi hingga produksi dan keuangan bisa dilakukan dengan menggunakan media internet. Hasil survei solusi pembayaran diseluruh negara menunjukkan bahwa Indonesia adalah negara yang menggunakan transaksi *online* paling tinggi se-asia pasifik. (female.kompas.com , 2012). Disinilah peluang berwirausaha *online* semakin besar.

Sejak hadirnya internet, pengguna jumlah internet pun meningkat dan semakin berkembang dalam berbagai bidang, salah satunya bidang ekonomi dan berwirausaha. Hal tersebut dapat dilihat dari bertambahnya jumlah usaha *online* yang menawarkan dan memasarkan berbagai macam produk dan jasa. Beberapa di antaranya, namun tidak terbatas pada, misalnya Buka Lapak, Tokopedia, Lazada, dan sebagainya.

Jika perkembangan usaha *online* tersebut direspon dengan upaya memberdayakan kelompok terdidik melalui program pendidikan kewirausahaan, niscaya bisa menjadi salah satu solusi mengatasi jumlah pengangguran. Untuk itulah di dalam penelitian ini ingin diketahui apakah mahasiswa UKRIDA berminat berwirausaha *online* dan faktor apa saja yang mempengaruhi minat tersebut. Tidak terkecuali faktor pendidikan kewirausahaan yang diterima di bangku kuliah.

TINJAUAN LITERATUR

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami (Santoso, 2009).

Minat berwirausaha adalah pikiran yang mendorong individu untuk menciptakan usaha (Rasli dkk., 2013). Ini bisa diartikan sebagai keinginan individu untuk mengambil peluang dan membuka usahanya sendiri dengan menciptakan produk atau layanan baru.

Sebagai panduan, perekonomian negara juga secara tidak langsung dapat bertumbuh dengan baik ketika jumlah wirausahawan memiliki setidaknya 2 persen dari total populasi. McClelland, seorang pakar kewirausahaan mengungkapkan negara baru akan sejahtera jika setidaknya 2% dari populasi menjadi wirausaha (Ciputra, 2011). Sementara itu, jumlah pengusaha di Indonesia menurut *Marketing Research Indonesia* (MRI) masih tertinggal, yaitu 1,65% dari total 253,61 juta populasi (MRI, 2016).

Berwirausaha Online

Menurut KBBI (<https://www.kbbi.web.id/>) bisnis *online* adalah usaha komersial dalam bidang perdagangan baik menjual produk ataupun jasa, dimana usaha ini menggunakan internet sebagai wadahnya. Sedangkan menurut Cronin (Cronin, 1996) berwirausaha *online* bukan hanya sekedar digunakan untuk membeli dan menjual produk secara *online*. Berwirausaha *online* mengubah proses pengembangan, pemasaran interaktif, penjualan, pemesanan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran produk dan jasa yang dibeli lewat internet secara *online*, juga komunikasi global konsumen secara virtual, menunjang jaringan rekan berwirausaha sedunia. Sistem berwirausaha *online* bertumpu pada *resources* internet dan jaringan komputer lain untuk menunjang setiap langkah dalam proses tersebut.

Jumlah berwirausaha *online* meningkat setiap tahun, baik jumlah usaha *online* berbasis web, juga karena peningkatan usaha multi-saluran yang melakukan usaha *online* maupun *offline* (Hahn & Kim, 2009). Semakin berkembangnya trend penggunaan media sosial dan teknologi internet di masyarakat, akan mendatangkan peluang yang cukup menggembirakan bagi pelaku usaha secara umum. Kondisi ini ditunjang oleh kemajuan perangkat bergerak seluler yang digunakan oleh masyarakat. Berkembangnya penggunaan media jejaring sosial di masyarakat, akan memudahkan aktivitas pemenuhan kebutuhan hidup, misalnya transaksi *online*, reservasi *online*, order *online*, toko *online*, pembelajaran *online* dan lain sebagainya yang serba *online* (Baktiono & Artaya, 2016).

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Online

Beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha *online* mahasiswa, mengacu pada teori *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1988) sebagai pengembangan dari *Theory of Reason Action* (Sayuti, 2011) dan pendidikan kewirausahaan (Gerba, 2012) serta efikasi diri menurut Robbin (Robbins, 2007). Berikut ini diuraikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha.

Sikap

Ajzen (1988) mengatakan bahwa sikap adalah penilaian atau aspek baik secara positif atau negatif terhadap suatu objek. Menurut Shabarawati, sikap merupakan sekumpulan kepercayaan dan perasaan yang dimiliki oleh seseorang mengenai ide dan situasi tertentu, atau mengenai orang lain (Shabarawati, 2018).

Menurut Cruz dkk. (2015) sikap adalah reaksi seorang individu terhadap suatu objek dalam lingkungan, dalam mempelajari benda-benda tersebut misalnya berwirausaha. Sedangkan Assael (2001), sikap didefinisikan kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon kepada obyek atau kelas obyek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, dihipotesiskan bahwa terdapat hubungan yang positif antara sikap dengan minat berwirausaha *online* yang di dapat dari penelitian sebelumnya.

Norma Subjektif

Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1988). Menurut Wedyantandan Giantari (Wedayanti & Giantari, 2016) norma subjektif adalah pandangan yang dianggap penting oleh individu yang menyarankan individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku dan motivasi tertentu disertai dengan

kesediaan melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang dianggap penting. Hogg (Hogg, 2005) mengatakan norma subjektif adalah produk dari persepsi individu tentang *beliefs* yang dimiliki orang lain. Sedangkan Feldman (Feldman, 1995) menjelaskan bahwa norma subjektif adalah persepsi tentang tekanan sosial dalam melaksanakan perilaku tertentu.

Norma subjektif diukur dengan indikator keyakinan peran keluarga dalam memulai usaha, keyakinan dukungan teman dalam usaha, keyakinan dukungan dari dosen, keyakinan dukungan dari pengusaha-pengusaha sukses, dan keyakinan dukungan dalam usaha dari orang yang dianggap penting. Norma subjektif menjadi salah satu faktor yang diperkirakan mempengaruhi minat berwirausaha *online*.

Kontrol Perilaku

Ajzen (1988) mendefinisikan kontrol perilaku adalah merasakan kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku dan menganggapnya mencerminkan pengalaman masa lalu serta mengantisipasi hambatan dan rintangan. Sementara itu kontrol perilaku yang ditentukan dalam bentuk efikasi diri adalah suatu kondisi, dimana orang percaya bahwa perilaku itu mudah atau sulit dilakukan (Cruz dkk, 2015). Kontrol perilaku berperan langsung atau tidak langsung dalam *Theory Of Planned Behavior* (selanjutnya TPB) berdasarkan kontrol-kontrol yang ada pada diri seseorang. Kontrol perilaku berperan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku yaitu melalui intensi terhadap perilaku dan juga bisa secara langsung mempengaruhi perilaku tersebut (Ajzen, 1988). Hipotesis di dalam penelitian ini adalah ada pengaruh positif kontrol perilaku terhadap minat berwirausaha *online*.

Pendidikan Kewirausahaan

Faktor lain yang dimasukkan dalam penelitian ini adalah pendidikan kewirausahaan. Faktor penting untuk membawa mereka mengetahui bagaimana menjadi wirausaha. Menurut Gerba, D.T. (Gerba, 2012) pendidikan kewirausahaan adalah upaya sadar oleh individu untuk meningkatkan pengetahuan tentang kewirausahaan. Menurut Nurseto (Nurseto, 2010) pendidikan kewirausahaan bukanlah melalui pemasaran atau penjualan yang mendidik seseorang untuk menjadi pedagang, tetapi memiliki makna yang lebih luas daripada sekedar menjadi penjual. Sedangkan Kurniawan (Kurniawan, 2013) berpendapat pendidikan kewirausahaan merupakan disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, keterampilan, dan perilaku dalam menghadapi tantangan hidup untuk mengejar peluang dengan berbagai macam risiko yang mungkin dihadapi. Di dalam penelitian ini dihipotesiskan bahwa ada pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha *online*.

Efikasi Diri

Menurut Bandura (Bandura, 1997), efikasi diri adalah bahwa keyakinan salah satu keterampilan yang mereka miliki untuk melakukan tindakan tertentu untuk mencapai sesuatu. Efikasi diri merupakan penilaian atau keyakinan pribadi tentang seberapa baik seseorang dapat melakukan tindakan yang diperlukan untuk berhubungan dengan situasi prospektif. Efikasi diri juga dikenal sebagai teori kognitif sosial atau penalaran sosial yang merujuk pada keyakinan individu bahwa dirinya mampu menjalankan suatu tugas (Robbins, 2007). Efikasi diri diperlukan untuk mendorong karyawan untuk percaya pada kemampuan mereka untuk mencapai tujuan atau hasil yang diharapkan. Dari hasil

penelitian sebelumnya dan teori yang ada, maka dihipotesiskan adanya pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha *online*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian akan menguraikan tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber dan metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, dan metode analisis data.

Sugiyono (Sugiyono, 2012) menyatakan, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Universitas Kristen Krida Wacana tahun 2015-2018, sebanyak 1634 mahasiswa.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili keseluruhan anggota populasi yang bersifat *representative* (Morissan, 2012). Jumlah sampel ditetapkan sebesar minimum 10% dari populasi (Umar, 2005). Dengan metode *probability proportionate stratified random sampling* komposisi sampel ditunjukkan dalam tabel 1.

Tabel 1. Sebaran Sampel

No	Program Studi	Sampel
1.	Teknik Elektro	4
2.	Teknik Industri	6
3.	Teknik Sipil	8
4.	Manajemen	44
5.	Akuntansi	49
6.	Informatika	11
7.	Sistem Informasi	6
8.	Psikologi	27
9.	Sastra Inggris	8
10.	Total	163

Sumber: Data Primer, 2018

Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
Sikap (X1)	Sikap adalah penilaian atau aspek baik secara positif atau negatif terhadap suatu objek (Ajzen, 1988).	Peluang Pandangan Risiko	Tertarik dengan peluang bisnis dan pandangan positif tentang kegagalan bisnis dari risiko bisnis.
Norma Subyektif (X2)	Norma subyektif adalah persepsi atau pandangan seseorang mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 1988).	Peran keluarga Peran diri Peran teman	Keyakinan peran keluarga memulai sebuah bisnis. Kepercayaan diri untuk menjalankan bisnis Keyakinan dukungan teman dalam bisnis.
Kontrol Perilaku (X3)	Kontrol perilaku adalah merasakan kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku dan menganggapnya mencerminkan pengalaman masa lalu serta mengantisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen, 1988).	Keyakinan Wirausaha Kemampuan	Keyakinan kemampuan mengelola kewirausahaan. Lebih memilih menjadi wirausaha dari pada bekerja untuk orang lain. Kepemimpinan sumber daya

Pendidikan Kewirausahaan (X4)	Pendidikan kewirausahaan adalah upaya sadar oleh individu untuk meningkatkan pengetahuan tentang kewirausahaan menurut Gerba, D.T (2012)	Keinginan	manusia. Dengan adanya pendidikan Kewirausahaan menumbuhkan keinginan mahasiswa untuk berwirausaha.
		Kesadaran	Dengan adanya pendidikan kewirausahaan mahasiswa menyadari adanya peluang bisnis.
		Pengetahuan	Pendidikan kewirausahaan menambah pengetahuan untuk mahasiswa.
Efikasi Diri (X5)	Efikasi diri adalah Keyakinan seseorang tentang kemampuannya untuk mengatasi berbagai situasi yang timbul dalam kehidupan (Ghufron dan Risnawita 2010:77)	Percaya diri	Punya rasa percaya diri untuk memiliki dan mengelola bisnis sendiri.
		Kemampuan	Kemampuan untuk mengatasi berbagai situasi bisnis dan kepercayaan mengelola Sumber Daya Manusia.
		Kepercayaan	Memiliki kepercayaan akan kesuksesan dalam bisnis.
Minat berwirausaha online (Y)	Menurut Santoso (2009) minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan dan kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.	Tantangan	Lebih suka membuka usaha sendiri dibandingkan dengan bekerja untuk orang lain.
		Peluang	Mengambil peluang kosong untuk memulai usaha baru.
		Ide	Menciptakan produk atau layanan baru.

Untuk memecahkan masalah penelitian, maka digunakan model persamaan struktural. Metode *Structural Equation Model* dipakai karena variabel yang diamati tidak secara langsung bisa terobservasi. Diperlukan beberapa indikator yang mampu mencerminkan atau menggambarkan variabel yang diamati tersebut. Metode SEM yang dibangun ini adalah model pengembangan, sehingga dipergunakan metode *Partial Least Square (PLS)*. Berbagai langkah pengujian harus dilakukan dalam menggunakan teknik *Partial Least Square* mengacu pada prosedur standar yang ditetapkan seperti dicontohkan Ghozali (Ghozali, 2014).

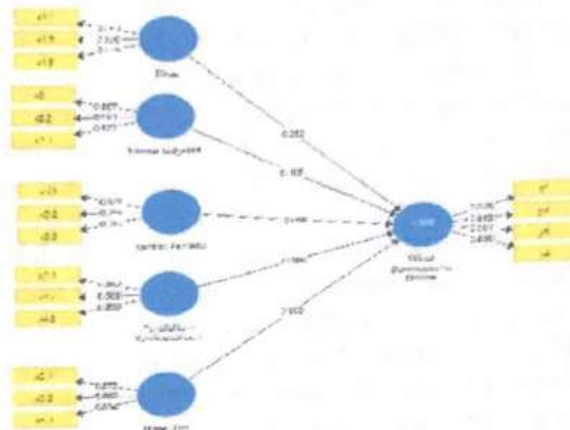
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

Responden yang diteliti, memiliki karakteristik jenis kelamin, 70 (43%) adalah laki-laki dan 93(57%) adalah perempuan. Menurut usianya 92% responden berusia antara 17-21 tahun. Berdasarkan tahun angkatan, terdistribusi lebih merata, yaitu 21% angkatan 2015, 19% angkatan 2016, 26% angkatan 2017, dan 34% angkatan 2018.

Secara keseluruhan 91% responden berminat untuk berwirausaha *online*. Hal ini bisa menjadi pertanda yang baik atas potensi mahasiswa yang akan berwirausaha *online*. Namun demikian faktor apa saja yang mempengaruhi minat yang tinggi tersebut dapat dijelaskan dari hasil perhitungan *Partial Least Square*.

Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha *online*.



Gambar 1: Hasil Estimasi Model Penelitian

Sumber: Adaptasi & Pengembangan Ajzen, Gerba, dan Robbins.

Nilai *R-Square* yang merupakan uji *goodness-fit model*, sebesar 56,8% menunjukkan bahwa variasi variabel minat berwirausaha *online* mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, pendidikan kewirausahaan, dan efikasi diri.

Untuk pembuktian hipotesis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha *online* yang diuji dalam penelitian ini, maka bisa dilihat berdasarkan uji *t*, yang disajikan di tabel 3.

Tabel 3. Uji *t* Koefisien Regresi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	t Statistics (O/STDEV)	P Values
Sikap	0.262	0.264	0.080	3.278	0.001
Norma Subjektif	0.105	0.092	0.094	1.114	0.266
Kontrol Perilaku	0.059	0.072	0.079	0.750	0.454
Pendidikan Kewirausahaan	0.165	0.169	0.068	2.430	0.015
Efikasi Diri	0.303	0.302	0.083	3.643	0.000

Sumber: Data Primer, diolah 2018

Berdasarkan tabel 3, ada beberapa hal yang bisa diungkapkan. Sikap mahasiswa yang positif, menyatakan tertarik, serta memiliki pandangan positif terhadap risiko kegagalan bisnis baru sangat mempengaruhi minat mereka dalam berwirausaha *online*. Ketertarikan mahasiswa terhadap peluang bisnis baru, menunjukkan sikap positifnya. Mereka sudah mengerti dan memahami bahwa ada risiko yang harus ditanggung ketika akan memulai usaha baru. Dengan demikian penelitian ini mendukung hasil penelitian dari Ajzen (1988), Shabarawati (2018), Cruz dkk. (2015), Assael (2001).

Pengujian regresi membuktikan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha *online*. Hal ini karena di dalam diri mahasiswa ada rasa percaya diri yang kuat untuk memiliki dan mengelola bisnis sendiri. Disamping itu, mahasiswa juga memiliki kemampuan mengatasi berbagai persoalan bisnis dan mengelola sumber daya manusia; serta percaya akan sukses dalam menjalankan bisnis.

Pendidikan kewirausahaan yang dijalani mahasiswa di perguruan tinggi, ternyata sangat mempengaruhi minat mereka berwirausaha *online*. Hasil ini bersesuaian dengan penelitian Gerbaz (2012), Nurseto (2010), serta Kurniawan (2013). Peran pendidikan kewirausahaan yang menumbuhkan keinginan berwirausaha, menyadarkan adanya peluang usaha baru, serta meningkatkan pengetahuan mahasiswa dalam berwirausaha menjadi penjelas, atas pengaruhnya terhadap minat berwirausaha *online*. Dengan demikian pendidikan kewirausahaan bisa menjadi salah satu cara mengurangi pengangguran melalui berwirausaha *online*.

Namun, dari tabel 3, ternyata norma subyektif dan kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha *online* mahasiswa. Berdasarkan norma subyektif yang tidak berpengaruh signifikan secara statistik, mungkin karena peran keluarga dan peran teman yang ada di sekitarnya tidak bisa dijadikan sebagai rujukan keberhasilan berwirausaha. Sementara itu dari sisi kontrol perilaku, sebagian besar responden belum pernah menjalankan usaha atau berwirausaha, sehingga pilihan bekerja dengan orang lain menjadi pilihan yang utama saat ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, maka dapat disimpulkan tiga hal penting. Pertama, bahwa minat berwirausaha *online* mahasiswa di U relatif tinggi; Kedua, bahwa faktor internal dalam diri mahasiswa seperti sikap dan efikasi diri menjadi faktor penting dalam menjelaskan minat berwirausaha *online*, selain faktor eksternal berupa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi; Ketiga, faktor eksternal seperti norma subyektif dan kontrol perilaku, cenderung tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha *online*.

Dua implikasi praktis dari hasil penelitian ini. Pertama, bahwa faktor internal di dalam diri mahasiswa adalah faktor kunci penting, bagi tumbuhnya minat kewirausahaan. Wirausaha yang unggul hanya akan diperoleh jika dalam dirinya memiliki sikap dan efikasi diri yang kuat. Kedua, bentuk, tujuandan arah pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi harus mampu menyesuaikan perkembangan terbaru, sehingga mampu menumbuhkembangkan faktor internal di dalam diri mahasiswa untuk berwirausaha *online*.

Beberapa hal yang bisa dikembangkan untuk penelitian selanjutnya: Pertama, mengembangkan instrumen penelitian untuk norma subyektif dan kontrol perilaku; Kedua, kategori berwirausaha *online* yang lebih spesifik atau dipilah berdasarkan kategori bisnis *online* yang semakin berkembang; Ketiga cakupan mahasiswa yang diteliti di berbagai kampus di DKI atau bahkan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Chicago: Dorsey Press.
- Assael, H. (2001). *Consumer Behavior and Marketing Action*. New York: South-Western Publishing Co.
- Baktiono, A., & Artaya, I. P. (2016). Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis *Online* melalui Pendekatan Uji Categorical. *E journal Manajemen Kinerja*, 2(2), 1-10.
- Bandura, A. (1997). *Self Efficacy The Exercise of Control*. New York: W.H. Freeman and Company.

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis IX

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 25 April 2019

ISSN NO: 2579-9517

e-ISSN NO: 2089-1040

- Bustarosa, D. (2018). *Peran Sikap, Norma Subyektif, Kontrol Perilaku dan Pendidikan Kewirausahaan dalam memunculkan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta*. (Tesis, Universitas Lampung)
- Ciputra. (2011). *Quantum Leap 2*. Jakarta: Gramedia.
- Cronin, M. (1996). *Global Advantage on the Internet*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cruz, L., Suprapti, S., & Yasa, K. (2015). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 14(12), 895 - 920.
- Feldman, R. (1995). *Thinking Critically : A Psychology Student's Guide*. Columbus: McGrawHill, Inc.
- female.kompas.com. 2012. Ingin Berbisnis Online Baca ini. Tersedia pada <http://female.kompas.com/read/2012/09/17/17075599/Ingin.Berbisnis.Online>.
- Gerba, D. (2012). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of business and Engineering Students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(2), 258-277.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gufron & Risnawita. (2012) *Teori-teori Psikologi*. Yogyakarta: Aruzz Media
- Hahn, K., & Kim, J. (2009). The Effect of Online Brand Trust and Perceived Internet Confidence on Online Shopping Intention in the Integrated Multi-Channel Context. *Journal of Retail and Distribution Management*, 37(2), 126-41.
- Hogg, M. &. (2005). *Social Psychology*. British: Prentice Hall.
- ILO. (2018, Nov 1). *ILOSTAT*. Retrieved from International Labour Organization: <https://www.ilo.org/ilostat/faces/oracle/webcenter/portalapp/pagehierarchy>
- KKBI Online. <https://www.kbbi.web.id/>
- Kurniawan, R. (2013). Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Teaching Factory 6 Langkah (TF-6M) dan Prestasi Belajar Kewirausahaan terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Pendidikan Teknologi Kejuruan*, 10(1), 57-66.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- MRI. (2016, Februari 1). *Wirausaha Indonesia Tertinggal Jauh*. Retrieved from Marketing Research Indonesia: <http://www.mri-research-ind.com>
- Nurseto, T. (2010). Pendidikan Berbasis Entrepreneur. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 8(2).
- Primandaru, N. (2017). Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh pada Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Economia*, 13(1), 68 - 78.
- Rasli, A., Khan, S., Malefkar, S., & Jabeen, S. (2013). Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among Graduate Students of Universiti Teknologi Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 182 - 188.
- Robbins. (2007). *Perilaku Organisasi: Konsep, Kontroversy dan Aplikasi*. Jakarta: Prenhallindo.
- Santoso. (2009). *Lingkungan Tempat Tinggal Menentukan Minat Berwirausaha*. Surakarta: FKIP Universitas Sebelas Maret.
- Sayuti (2011), "Applying the Theory of Planned Behavior (TPB) in halal food purchasing", *International Journal of Commerce and Management*, Vol. 21 Iss 1 pp. 8 - 20.

- Shabarawati, R. (2018, Nov). *Pengaruh Sikap dan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta*. (Skripsi, Universitas PGRI Yogyakarta). Tersedia di: <http://repository.upy.ac.id/1240/>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2005). *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PtT. Gramedia Pustaka Utama.
- Utami, C. (2017). Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavior, Entrepreneurship Education and Self-efficacy toward Entrepreneurial Intention University Student in Indonesia. *European Research Studies Journal*, XX(2A), 475 - 495.
- Wedayanti, N., & Giantari, I. (2016). Peran Pendidikan Kewirausahaan dalam Memediasi Pengaruh Norma Subyektif terhadap Niat Berwirausaha. *E_Journal Manajemen*, 5(1), 533-560.
- Widawati, A., & Astuti, B. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa untuk Berwirausaha: Aplikasi Theory of Planned Behavior. *Sinergi: Kajian Bisnis dan Manajemen*, 13(1), 92 - 100.

BIODATA

Nadya Pricilia adalah alumni Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UKRIDA tahun 2019. Selama studi aktif dalam organisasi kemahasiswaan baik di tingkat program studi, fakultas maupun universitas.

Gidion P. Adirinekso, adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana sejak 2015.

Adrie F. Assa, adalah dosen tetap pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kristen Krida Wacana sejak 2010.

**Seminar ini diselenggarakan atas kerja sama
Program Studi S1 Manajemen Bisnis FE UNTAR, MM dan MKU.**

Redaksi

Fakultas Ekonomi

Universitas Tarumanagara Kampus II

Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Grogol, Jakarta Barat

Telp. : +62 21 56 555 09-10 ext. 210

Fax. : +62 21 56 555 21

E-mail : snkib@untar.ac.id

www.snkib.untar.ac.id

e-ISSN : 2579-9517



9 772579 951038

ISSN : 2089-1040



9 772089 104078