

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian yang menjelaskan kerangka kerja dari penelitian ini. Bab ini mencakup latar belakang masalah, masalah penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, pembatasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

1.1. Latar Belakang Masalah

Menurut Drucker (2014) kewirausahaan adalah proses menciptakan dan mengatur inovasi. Barringer dan Ireland (2016, p. 28) menyatakan bahwa kewirausahaan merupakan sebuah seni yang mengubah ide yang ada menjadi sebuah bisnis. Lebih lanjut dijelaskan bahwa kewirausahaan memberikan dampak positif bagi suatu negara seperti meningkatkan daya saing, pertumbuhan, dan daya saing suatu negara dalam menghadapi globalisasi (Mamun *et al.*, 2017).

Danang Girindrawardana selaku Direktur Eksekutif Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo), mengemukakan bahwa jumlah wirausaha di Indonesia hanya mencapai 3,1% dari total penduduk usia produktif (CNN Indonesia, 2018). Menurut mantan Menteri Perdagangan Indonesia – Enggartiasto Lukita – menyatakan bahwa tingkat kewirausahaan Indonesia menduduki peringkat 94 dari 134 negara (Zuraya, 2018). Lebih lanjut Beliau menjelaskan bahwa tingkat kewirausahaan Indonesia jauh tertinggal dibandingkan negara di ASEAN seperti Singapura, Thailand, Filipina dan Malaysia. Menurut Beliau, rendahnya tingkat kewirausahaan

dikarenakan pendidikan di Indonesia kurang memberikan dorongan kepada mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha.

Menteri Perindustrian – Airlangga Hartanto – mengungkapkan bahwa Indonesia memerlukan 4 juta wirausaha untuk mendorong perekonomian negara, hal ini dapat dilakukan dengan memacu pertumbuhan wirausaha dan meningkatkan produktivitas di era digital (Kemenperin, 2018). Populasi kewirausahaan merupakan hal yang penting karena dapat membantu negara dalam pertumbuhan ekonomi negara dan membuka lapangan pekerjaan (Kominfo, 2017).

Pemerintahan Indonesia tengah berupaya untuk mencapai jumlah ideal kewirausahaan yang ada dan mengurangi tingkat pengangguran dengan menetapkan kebijakan pendidikan kewirausahaan dari tingkat sekolah dasar hingga universitas dengan tujuan meningkatkan intensi berwirausaha (Mahendra, Djatmika, & Hermawan, 2017). BPS - Badan Pusat Statistik (2018) menyatakan bahwa pemerintah berusaha meningkatkan intensi kewirausahaan dengan memberikan kemudahan dalam berusaha, yaitu dengan cara seperti memberikan pelatihan, kemudahan dalam perizinan usaha baru, membantu dalam memasarkan usaha yang telah ada, memberikan pinjaman dengan tingkat bunga yang rendah.

Saat ini, kita hidup di dunia digitalisasi ditandai dengan revolusi industri 4.0 yang membawa banyak perubahan di kehidupan baik berupa peluang dan tantangan (Martinez, 2019). Digitalisasi mengacu pada penggunaan teknologi digital yang dapat meningkatkan performa perusahaan (Kuusisto, 2017). Haseeb *et al.* (2019) berpendapat bahwa industri 4.0 bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitas operasional yang menggunakan otomatisasi.

Kewirausahaan dalam ekonomi digital biasanya menggunakan e-commerce (perdagangan elektronik) dengan memanfaatkan internet dan jaringan elektronik (Le Dinh, Vu, & Ayayi, 2018). Penggunaan teknologi menjadi sebuah tantangan bagi kewirausahaan terutama untuk UMKM karena kekurangan sumber daya (Haseeb *et al.*, 2019). Lebih lanjut dijelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi suatu wirausaha mengenai penggunaan teknologi dapat di tangani oleh industri 4.0. Transformasi digital yang terjadi saat ini bukanlah pilihan di lingkungan wirausaha, melainkan hal yang wajib agar dapat tetap bersaing di pasar (Bag *et al.*, 2018). Era digitalisasi ini mendorong model bisnis untuk dapat mengadopsi lingkungan digital (Kraus *et al.*, 2018).

Saat ini, kewirausahaan digital menjadi hal yang sering terlihat karena dengan perkembangan teknologi dan kemajuan instruktur yang memadai, hal ini membuka peluang bagi wirausaha (Kraus *et al.*, 2018). Pengaplikasian teknologi dalam kehidupan merupakan hal umum, teknologi juga memberikan kemudahan bagi kewirausahaan dengan meningkatkan efisiensi (Martinez, 2019). Mulanya industri 4.0 diadopsi oleh perusahaan Volkswagen, Daimler, dan BMW yang berasal dari German (Bag *et al.*, 2018).

Sandiaga Uno mengungkapkan bahwa digitalisasi membuka peluang bagi individu untuk memulai wirausaha yang dapat membuka lapangan pekerjaan dan mendukung pertumbuhan ekonomi (Ipelona, 2019). Salah satu contoh *start-up* yang sukses dalam menggunakan teknologi adalah Grab, mulanya Grab hanya menawarkan jasa transportasi *online*, namun kini grab hadir dengan berbagai layanan lainnya seperti GrabFood yang membantu konsumen mendapatkan

makanan tanpa harus keluar rumah, GrabExpress yang memberikan layanan pengiriman, dan lain-lain (Kompasiana, 2019). Dimasa pandemi ini, Grab memperkenalkan GrabMerchant yang bertujuan untuk membantu UMKM beradaptasi dengan era new normal dengan menawarkan layanan digital agar UMKM dapat menjalankan usahanya dengan online (Grab, 2020).

Tokopedia merupakan contoh lain dari perusahaan yang menggunakan teknologi digital. Menurut Herman Widjaja selaku senior vice president of Engineering Tokopedia, pada tahun 2020 tokopedia mengalami peningkatan dari sisi pedagang, pengguna, dan produk yang ditawarkan. Dari sisi pedagang, mengalami kenaikan sebesar 80% dari 4 juta *merchant* menjadi 7,2 *merchant* dan dari total pedagang yang ada, 85% pedagang merupakan *new entrepreneur*. Kemudian pada Januari 2020, Tokopedia juga mengalami peningkatan konsumen sebesar 50% dari tahun 2018 sebesar 60 juta pengguna menjadi 90 juta pengguna. Selain itu, produk yang ditawarkan naik dari 100 juta produk menjadi 250 juta produk. Menurut Beliau, pertumbuhan ini terjadi karena teknologi yang terus mengalami perkembangan (Prasetyo, 2020).

Kominfo (2016) menyatakan bahwa generasi milenial merupakan generasi yang lahir pada tahun 1980 – 1990 an atau pada awal tahun 2000-an. Hal serupa dikemukakan oleh Prasetyo (2019) bahwa generasi milenial terlahir pada tahun 1981 sampai tahun 2000. Menurut Howe dan Strauss (2007) milenial adalah individu yang terlahir pada tahun 1982 sampai 2005. Selain itu Scardamalia (2017, p. 3) menyatakan bahwa generasi milenial adanya individu yang lahir pada rentang 1982 sampai 2000. Menurut Naufaly *et al.* (2020, p. 120) ada banyak perbedaan

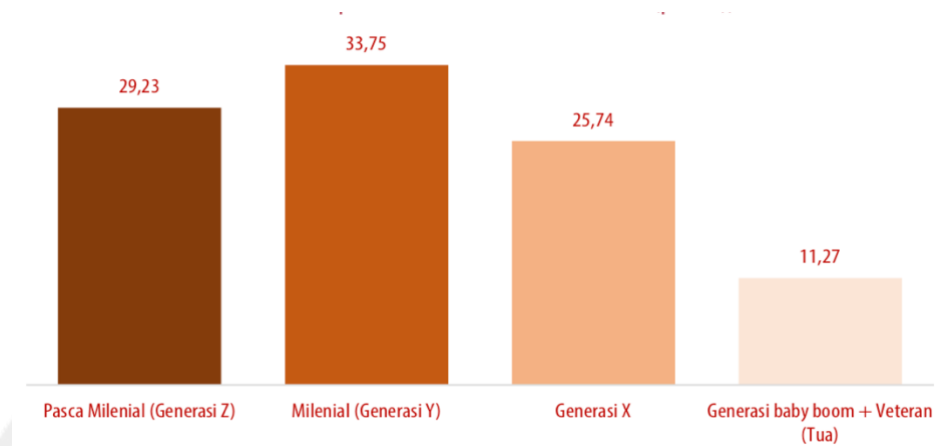
pendapat menurut para ahli mengenai milenial, sehingga tidak ada batasan yang jelas mengenai usia milenial.

Perdana (2019) mengungkapkan bahwa milenial adalah generasi yang memiliki kemampuan dalam menggunakan teknologi, menyukai kebebasan, dan hal yang instan. Menurut *Oxford Dictionary* generasi milenial adalah seseorang yang beranjak dewasa pada abad ke 21 dan menganggap perubahan adalah hal yang wajar. Dalam penelitian ini, peneliti mengkategorikan milenial sebagai individu yang lahir pada 1982-2002 (Scardamalia, 2017). Dengan demikian, pada tahun 2020 individu yang termasuk dalam kategori milenial akan berusia 18-38 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik (2018), usia 16-24 tahun masih dikategorikan sebagai pelajar, sehingga mahasiswa merupakan generasi milenial.

Deloitte Indonesia Perspective (2019), menyatakan bahwa milenial saling terhubung satu sama lain dengan internet dan perangkat seperti smartphone. Hal ini membuat milenial memiliki potensi yang luar biasa dan akan sangat diperlukan di masa ini. Selain itu, Ketua Perhimpunan Manajemen Sumber Daya Manusia periode 2016-2019 – Pambudi Sunarsihanto – menyatakan bahwa milenial merupakan generasi yang menyukai kebebasan, hal yang instan, dan digital. Lebih lanjut, Beliau menyatakan bahwa milenial memiliki mimpi untuk menjadi wirausaha, menjadi wirausaha harus di dukung oleh berbagai keterampilan.

Pada tahun 2017, BPS melakukan survei sosial ekonomi nasional menunjukkan bahwa generasi milenial mencapai jumlah 88 juta orang dari total penduduk di Indonesia, perbandingan persentase generasi milenial dengan generasi

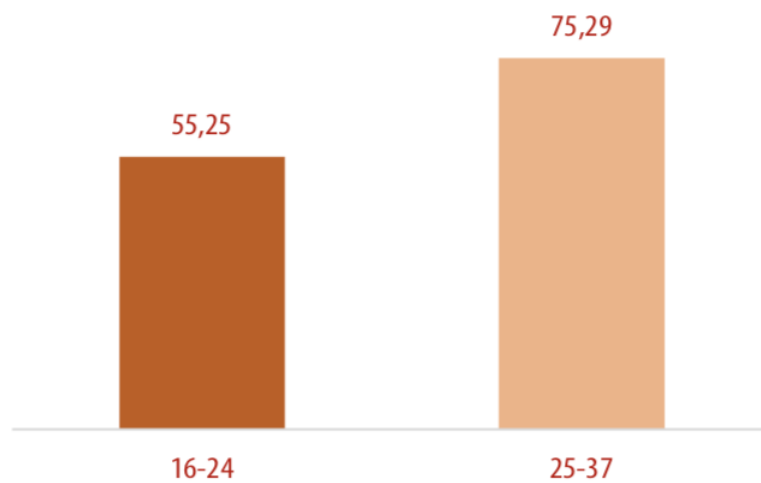
lainnya dapat di lihat pada gambar 1.1. persentase penduduk di Indonesia berdasarkan generasi.



Gambar 1.1. Persentase Penduduk di Indonesia berdasarkan generasi
Sumber: Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) (BPS, 2018)

Berdasarkan diagram batang diatas, dapat disimpulkan bahwa populasi tertinggi di Indonesia adalah generasi milenial sebesar 33,75%, disusul oleh generasi Z sebanyak 29,23%, kemudian generasi X sebesar 25,74%, dan yang terakhir generasi *baby boom* dengan persentasi paling rendah yaitu 11,27%. Di tahun yang sama, generasi milenial juga telah berada direntang usia 16-34 tahun, hal tersebut membuat generasi milenial berada di usia produktif untuk berkontribusi dalam perekonomian negara (Badan Pusat Statistik, 2018).

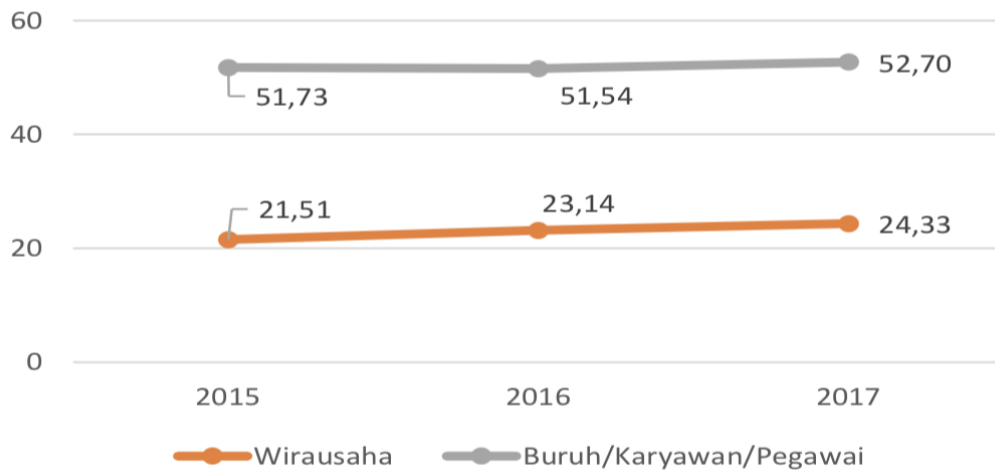
Selanjutnya dinyatakan bahwa sebesar 67,24% (sekitar dua pertiga) dari populasi generasi milenial memasuki tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK), sisanya sekitar 30% dari generasi milenial masih belum tergolong angkatan kerja.



Gambar 1.2. TPAK Generasi Milenial Menurut Umur (persen), 2017
Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus 2017 (BPS, 2018)

Gambar 1.2. menunjukkan tingkat partisipasi angkatan kerja generasi milenial dengan rentang usia 16-24 tahun dan 25-37 tahun. TPAK Generasi milenial dengan rentang usia 16-24 tahun sebesar 55,25%, lebih rendah 20,04% dibandingkan rentang usia 25-47 tahun. Hal ini disebabkan karena usia 16-24 tahun masih ada yang berada dibangku pendidikan tingkat menengah maupun perguruan tinggi, sedangkan rentang usia 25-37 tahun diperkirakan sudah menyelesaikan pendidikannya (Badan Pusat Statistik, 2018).

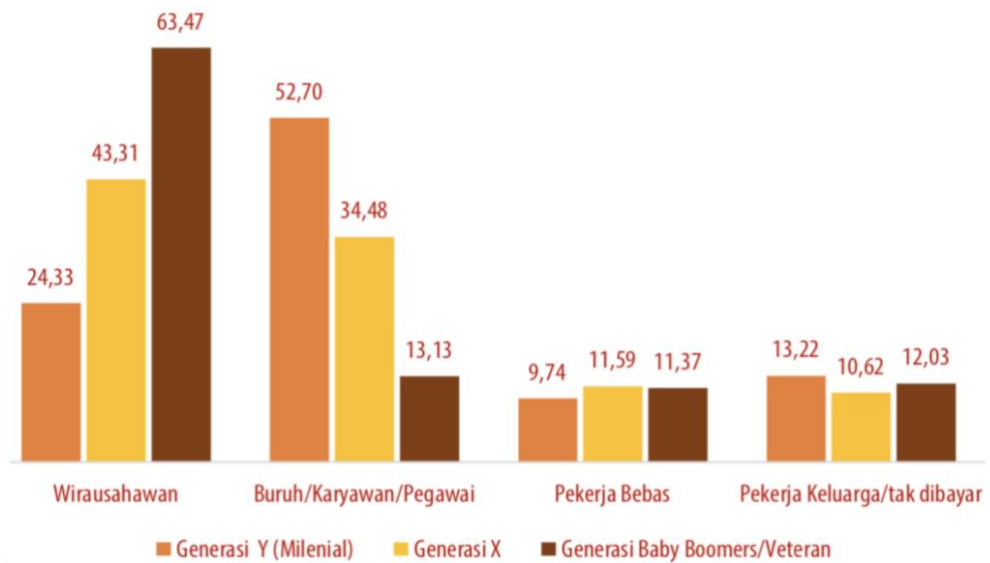
Badan Pusat Statistik (2018) menyatakan bahwa generasi milenial memiliki potensi untuk membawa perubahan bagi Indonesia, baik dari sisi ekonomi, politik, dan budaya. Lebih lanjut di jelaskan bahwa generasi milenial memiliki peluang dan kemampuan inovasi yang dapat dilihat dari banyaknya toko online yang beredar, hal ini juga didukung oleh fasilitas *e-commerce*. Adapun survei angkatan kerja nasional yang dilakukan oleh BPS menunjukkan persentase jenis pekerjaan milenial, sebagai berikut:



Gambar 1.3. Persentase jenis pekerjaan generasi milenial tahun 2015-2017
Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (BPS, 2018)

Gambar 1.3 menunjukkan persentase jenis pekerjaan milenial dari tahun 2015 sampai 2017, di tahun 2015, milenial yang berprofesi sebagai wirausaha sebesar 21,51%, di tahun 2017 menunjukkan adanya peningkatan menjadi 24,33%. Hal ini juga terjadi pada milenial yang berprofesi sebagai buruh/karyawan/pegawai, mulanya di tahun 2015 ada sebanyak 51,73%, namun profesi ini mengalami penurunan pada tahun 2016 menjadi 51,54%, dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan menjadi 52,70%. Dari grafik diatas dapat disimpulkan bahwa profesi wirausaha mengalami kenaikan sebesar 2,82% dan profesi buruh/karyawan/pegawai mengalami kenaikan sebanyak 0,97%, walaupun sempat ada penurunan pada tahun 2016.

Dari hasil survei angkatan kerja nasional (Sakernas) 2017 mengenai persentase penduduk yang bekerja berdasarkan jenis pekerjaan dan generasi, diperoleh data sebagai berikut:



Gambar 1.4. Persentase Penduduk yang Bekerja berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Generasi pada Tahun 2017

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (BPS, 2018)

Pada gambar 1.4. menunjukkan persentase penduduk yang bekerja berdasarkan pekerjaan dan generasi, dari diagram tersebut terdapat empat jenis pekerjaan yaitu wirausahawan, buruh/karyawan/pegawai, pekerja bebas, dan pekerja keluarga/tak dibayar. Pekerjaan wirausahawan didominasi oleh generasi *baby boomers* dengan 63,47%, disusul oleh generasi X sebesar 43,31%, dan yang paling rendah adalah milenial yaitu 24,33%. Selanjutnya penduduk yang bekerja sebagai buruh/karyawan/pegawai didominasi oleh milenial sebanyak 52,70%, diikuti oleh generasi X sebesar 34,48%, dan yang paling rendah adalah generasi *baby boomers* sebesar 13,13%. Untuk pekerja bebas, memiliki persentase yang hampir sama dari tiga generasi, yaitu generasi X: 11,59%, disusul generasi *baby boomers*: 11,37%, dan milenial: 9,74%. Adapun penduduk yang bekerja sebagai pekerja keluarga/tak dibayar, mayoritas adalah milenial sebesar 13,22%, kemudian generasi *baby boomers* sebesar 12,03%, dan yang terakhir adalah generasi X dengan 10,62% (Badan Pusat Statistik, 2018).

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa generasi milenial didominasi oleh buruh/karyawan/pegawai sebesar 52,70%, diikuti oleh wirausahawan sebesar 24,33%, kemudian pekerja keluarga/tak dibayar sebesar 13,22%, dan pekerja bebas dengan 9,74%. Selain itu, tingkat wirausahawan milenial masih sangatlah rendah dibandingkan generasi sebelumnya, hal ini menunjukkan minat berwirausaha milenial masih rendah. Rendahnya minat berwirausaha dikalangan milenial dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurang berpengalaman, takut akan gagal, belum siap menanggung risiko (Badan Pusat Statistik, 2018).

Generasi milenial sangat berkaitan dengan teknologi, seperti penggunaan komputer dan internet, hal ini tentu memberikan kemudahan terhadap milenial dalam melakukan aktivitas (Deloitte Indonesia Perspective, 2019). Adanya digitalisasi teknologi telah membantu membuka peluang bagi milenial untuk berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan online yang bermunculan dan menggunakan platform online sebagai sarana transaksi, baik dari segi perdagangan maupun transportasi (Badan Pusat Statistik, 2018).

Di era modern, universitas memiliki peranan penting dalam penciptaan suatu bisnis (Zollo *et al.*, 2017). Menurut Mahendra, Djatmika, & Hermawan (2017), pendidikan kewirausahaan memiliki peran untuk memberikan landasan teori mengenai konsep kewirausahaan, menciptakan pola pikir, sikap, dan perilaku dari seorang wirausaha. Salah satu tujuan utama dari pendidikan kewirausahaan adalah membangun intensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa (Molaei *et al.*, 2013).

Dibandingkan generasi sebelumnya, milenial memiliki akses yang lebih luas terhadap pendidikan, pendidikan yang di dapat pada jenjang perguruan tinggi diharapkan dapat menyiapkan milenial yang mandiri dan dijadikan modal untuk berwirausaha. Pendidikan diyakini mampu membangun jaringan pergaulan, meningkatkan kepercayaan diri dan kreativitas yang akan mendorong intensi milenial untuk berwirausaha. Penelitian sebelumnya telah berhasil membuktikan bahwa sikap terhadap kewirausahaan, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan pengetahuan kewirausahaan memiliki hubungan positif dengan intensi berwirausaha (Farani, Karimi, & Motaghd, 2017).

Penelitian mengenai variabel yang mempengaruhi intensi berwirausaha menggunakan *theory planned behavior* memang sudah banyak dilakukan, namun pada tabel 1.1. ditunjukkan bahwa tidak banyak penelitian yang membahas mengenai intensi kewirausahaan digital dengan *model of goal-directed behavior* yang menambahkan variabel emosi positif dan negatif yang diharapkan, keinginan berwirausaha, dan frekuensi perilaku masa lalu terhadap intensi. Mayoritas dari penelitian sebelumnya berfokus pada norma subjektif, persepsi atas kontrol perilaku, dan sikap. Oleh karena itu, peneliti ingin melakukan penelitian mengenai intensi berwirausaha dengan menggunakan *model of goal-directed behavior* terhadap milenial guna untuk mengetahui apakah variabel pada *model of goal-directed behavior* akan memberikan pengaruh terhadap intensi berwirausaha.

1.2. Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti menemukan bahwa kewirausahaan dapat membantu negara dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran. Hal ini tentu merupakan hal yang positif dan memberikan dampak bagi masyarakat, namun tingkat kewirausahaan di Indonesia masih sangatlah rendah yaitu hanya mencapai 3,1% dan menduduki peringkat 94 dari 134 negara (CNN Indonesia, 2018; Zuraya, 2018). Pemerintah juga tengah berusaha untuk meningkatkan tingkat kewirausahaan yang ada di Indonesia dengan berbagai cara seperti memberikan pelatihan, kemudahan dalam mendapatkan izin usaha, memberikan pinjaman dengan tingkat bunga yang rendah (BPS, 2018).

Pada tahun 2017, generasi milenial telah mendominasi populasi di Indonesia dengan persentase sebesar 33,75% dari seluruh populasi di Indonesia. Generasi ini memiliki rentang usia 16-34 tahun, yang artinya mereka telah memasuki angkatan kerja. Generasi milenial identik dengan hal yang instan, menyukai kebebasan dan menggunakan teknologi digital. Teknologi digital yang kian berkembang telah membuka peluang bagi milenial untuk berwirausaha. Namun, milenial yang berprofesi sebagai wirausaha masih sangatlah rendah dibandingkan generasi lainnya, hal ini dikarenakan milenial kurang berpengalaman, tidak siap menghadapi kegagalan, dan takut untuk mengambil risiko (Badan Pusat Statistik, 2018).

Penelitian mengenai intensi berwirausaha sudah sering dilakukan, namun berfokus pada variabel *attitude* (sikap), *subjective norms* (norma subjektif), dan

perceived behavioral control (persepsi atas kontrol perilaku). Namun, penelitian mengenai intensi berwirausaha dengan variabel *anticipated positive and negative emotion* (emosi positif dan negatif yang diantisipasi), *entrepreneurial desires* (keinginan berwirausaha), dan *frequency of past behavior* (frekuensi perilaku masa lalu) masih sangat jarang dilakukan terutama di Indonesia. Oleh karena itu peneliti ingin melakukan penelitian terhadap milenial di Indonesia mengenai faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha.

1.3. Tujuan Penelitian

Dari masalah penelitian diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Untuk mengetahui apakah sikap mempengaruhi keinginan berwirausaha.
2. Untuk mengetahui apakah norma subjektif mempengaruhi keinginan berwirausaha.
3. Untuk mengetahui apakah emosi positif yang diantisipasi mempengaruhi keinginan berwirausaha.
4. Untuk mengetahui apakah emosi negatif yang diantisipasi mempengaruhi keinginan berwirausaha.
5. Untuk mengetahui apakah frekuensi perilaku masa lalu mempengaruhi keinginan berwirausaha.
6. Untuk mengetahui apakah persepsi atas kontrol perilaku mempengaruhi keinginan berwirausaha.

7. Untuk mengetahui apakah frekuensi perilaku masa lalu mempengaruhi intensi berwirausaha
8. Untuk mengetahui apakah persepsi atas kontrol perilaku mempengaruhi intensi berwirausaha.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka pertanyaan yang dirumuskan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap mempengaruhi keinginan berwirausaha?
2. Apakah norma subjektif mempengaruhi keinginan berwirausaha?
3. Apakah emosi positif yang diantisipasi mempengaruhi keinginan berwirausaha?
4. Apakah emosi negatif yang diantisipasi mempengaruhi keinginan berwirausaha?
5. Apakah frekuensi perilaku masa lalu mempengaruhi keinginan berwirausaha?
6. Apakah persepsi atas kontrol perilaku mempengaruhi keinginan berwirausaha?
7. Apakah frekuensi perilaku masa lalu mempengaruhi intensi berwirausaha?
8. Apakah persepsi atas kontrol perilaku mempengaruhi intensi berwirausaha?

1.5. Pembatasan Penelitian

Penelitian ini di batasi oleh beberapa kondisi, sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengambil sampel generasi milenial, yaitu mahasiswa/i universitas yang berada di provinsi di DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat terutama kota Bandung.
2. Variabel penelitian yang diteliti terdiri dari: sikap, norma subjektif emosi positif yang diantisipasi, emosi negatif yang diantisipasi, keinginan berwirausaha, frekuensi perilaku masa lalu, kontrol perilaku yang dirasakan, dan intensi berwirausaha.

1.6. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, manfaat dari penelitian ini dapat di kemukakan menjadi dua sisi:

1.6.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan kepada pembaca dalam bidang ekonomi terutama intensi berwirausaha individu di era digitalisasi, penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian kedepannya mengenai variabel yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada milenial.

1.6.2. Manfaat praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan mengenai fakta yang ada, mengetahui faktor apa saja yang mendorong intensi berwirausaha individu.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya terutama penelitian mengenai intensi berwirausaha pada mahasiswa.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan saran untuk perguruan tinggi guna menciptakan kurikulum dibidang kewirausahaan yang disesuaikan dengan perkembangan zaman.

4. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi intensi berwirausaha dan meningkatkan jumlah wirausaha yang ada di Indonesia agar dapat membantu negara.

1.7. Sistematika penulisan

Penulisan tugas akhir ini terdiri dari 5 bab. Susunan penulisan adalah sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan berisi kerangka mengenai penelitian ini yang terdiri dari Pada bab ini peneliti menguraikan kerangka kerja dari penelitian ini. Pada bab ini

berisi latar belakang masalah, masalah penelitian, tujuan penelitian, pertanyaan penelitian, pembatasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB 2: TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini berisi mengenai pengertian umum setiap variabel yang diteliti, hubungan antara variabel, dan pengembangan hipotesis yang didukung oleh penelitian sebelumnya.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian berisi mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data primer, mulai dari sampel, waktu dan tempat penelitian, teknik pengumpulan data dan pengolahan data, uji reliabilitas dan validitas, serta pengujian hipotesis.

BAB 4: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat berisi hasil dan pembahasan dari data kuesioner yang sudah diolah dan dianalisis secara statistik, serta menjawab pertanyaan penelitian berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, yang memberikan gambaran secara singkat dan jelas mengenai penelitian dan hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saran untuk penelitian selanjutnya mengenai intensi berwirausaha

Tabel 1.1. Penelitian Sejenis dalam Sepuluh Tahun Terakhir
 Sumber: dikembangkan oleh peneliti untuk melakukan penelitian ini (2020)

Peneliti	Sikap	Norma Subjektif	Emosi positif yang diantisipasi	Emosi negatif yang diantisipasi	Keinginan Berwirausaha	Frekuensi perilaku masa lalu	Persepsi atas Kontrol Perilaku	Intensi Berwirausaha
Farani, Karimi, & Motaghd (2017)	✓	✓					✓	
(Liñán, Nabi, & Krueger (2013)	✓	✓					✓	✓
Younis, Katsioloudes, & Al Bakri (2020)	✓	✓					✓	
Londono, Wilson, & Osorio-Tinoco (2020)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Yousaf et al. (2015)	✓	✓					✓	✓
Gieru, Benavides-Espinosa, & Roig Dobón (2019)	✓	✓					✓	✓
Miralles, Giones, & Riverola (2015)	✓						✓	✓
Farrukh <i>et al.</i> (2018)	✓	✓					✓	✓
Austin dan Nauta (2015)								✓
Choukir <i>et al.</i> (2019)		✓					✓	✓