

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Indonesia memiliki jumlah penduduk terbanyak ke empat didunia sehabis Tiongkok, India, dan Amerika Serikat (Chandra dan Budiono, 2019). Berdasarkan data pada Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri, 2022) mengatakan jumlah penduduk di pada tahun 2021 sebanyak 273,82 juta jiwa dengan persentase pria dengan jumlah 50,5% atau 138,28 juta jiwa dan untuk penduduk dengan jenis kelamin wanita dengan jumlah 49,5% atau 135,54 juta jiwa. Berdasarkan jumlah tersebut menurut Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Budaya (KemenkoPMK, 2021) menyatakan Indonesia didominasi oleh usia kerja atau produktif yaitu 15 sampai dengan 64 tahun yaitu sebanyak 191,08 juta jiwa dan setara dengan 70,72% total kependudukan.

Dengan jumlah usia produktif yang mendominasi seperti di atas, pemerintah Indonesia masih belum dapat memaksimalkan jumlah usia produktif dengan signifikan, hal ini bisa dilihat dengan Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) yang didasarkan pada data Badan Pusat Statistik (2022) yaitu TPT di Indonesia per bulan Februari 2021 yaitu 8,75 juta jiwa atau sebanyak 6,26% dari total jumlah usia produktif dan pada data statistik terbaru yaitu Februari 2022 jumlah pengangguran di Indonesia menurun menjadi 8,4 juta jiwa atau setara dengan 5,83%, dan jumlah pengangguran dari kalangan sarjana dan diploma pada Februari 2022 sebanyak 1,12 juta jiwa atau 13,3% dari 8,4 juta jiwa (BPS, 2022). Menurut (Ferreira, 2017) banyak yang sudah dilakukan dan diupayakan oleh pemerintah Indonesia untuk

mengurangi angka TPT seperti melalui mendorong masyarakat untuk berwirausaha yang bertujuan untuk membuka lapangan pekerjaan baru, dorongan tersebut dilakukan pemerintah melalui bantuan-bantuan yang diberikan kepada para pelaku dan calon wirausahawan.

Menurut Ferreira (2017) mengatakan wirausahawan atau *entrepreneurship* merupakan faktor yang mendasar dan sangat penting di dalam perkembangan ekonomi karena dapat dilihat pengusaha sangat berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru, peningkatan produksi, dan pengimplementasian inovasi teknologi. Di Indonesia sendiri, tingkat wirausahawan atau pengusaha yang berada di Indonesia yaitu tergolong rendah atau kecil yaitu sebesar 3,5% yang berada di 94 dari 137 negara (Harahap, 2021), meskipun di Indonesia terdapat 65 juta pelaku UMKM akan tetapi jumlah yang sudah tergolong wirausaha dalam skala usaha dan ekonomi baru berjumlah 3,5%.

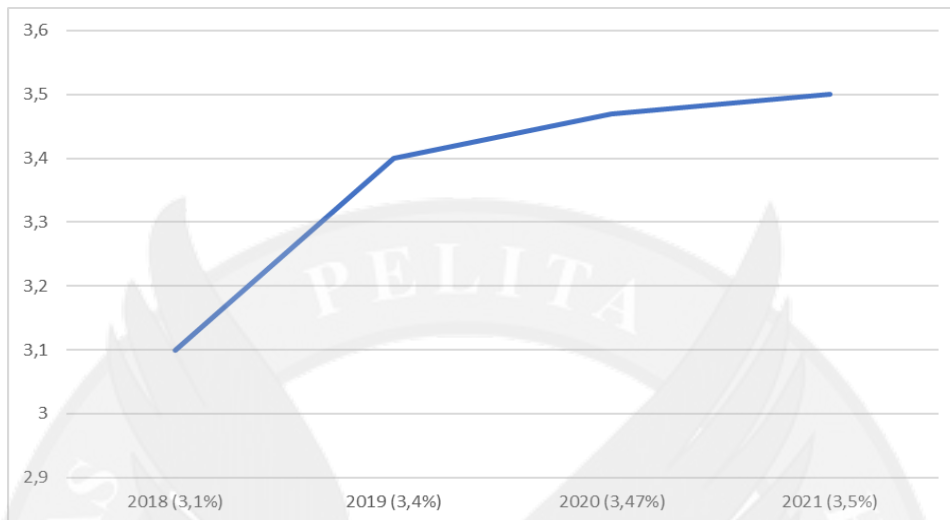
Banyak penyebab wirausahawan di Indonesia masih tergolong sedikit karena beberapa faktor salah satunya yaitu, menurut Nuraeni (2020) kurangnya individu yang memiliki keterampilan yang tinggi dapat dibuktikan dengan jumlah 0,5 per 100 orang dengan usia pada 15 tahun di Indonesia yang mempunyai keterampilan tinggi. Jika harus dibandingkan kepada negara lainnya seperti Amerika Serikat memiliki 6,5 per 100 individu, untuk thailand yaitu 9,4 dan korea selatan yaitu 18,2. Hal yang menyebabkan Negara Indonesia memiliki nilai lebih rendah dari yang lainnya karena kurikulum atau program pendidikan yang diterapkan oleh Indonesia hanya berfokus dalam keterampilan secara teknis saja yaitu seperti, baca, hafal, serta hitung, yang belum dapat membiasakan setiap orang

untuk memiliki pikiran secara analisis atau kritis pada pemecahan persoalan. Dengan kurangnya keterampilan pada individu-individu menjadikan Negara Indonesia akan sulit menghasilkan wirausahawan baru yang dapat membantu negara dalam menciptakan lapangan kerja, penerimaan pajak, mendorong inovasi, dan menjadi indikator persaingan dalam global.

Menurut data dari kemenkop UKM setiap tahun di Indonesia terjadi kenaikan rasio kewirausahaan walaupun tidak signifikan, pemerintah Indonesia memiliki target untuk tahun 2024 yaitu dengan jumlah rasio kewirausahaan sebanyak 4% (KemenkopUKM, 2021). Pemerintah Indonesia berusaha untuk menaikkan jumlah wirausaha dengan berbagai program yang memberikan banyak kemudahan bagi para calon wirausahawan dalam membangun usaha mereka sendiri. Seperti Kemenkop UKM membuat Program Bantuan Pemerintah dalam Upaya Pengembangan Wirausaha Muda untuk membantu meningkatkan persentase wirausahawan di Indonesia, program tersebut memberi bantuan berupa dana yang mencapai 10 sampai 13 juta rupiah per wirausaha baru (Yahya, 2018).

Salah satu program lainnya yaitu, pemerintah juga turut mengadakan program pendidikan yang memberikan pengetahuan, keterampilan, serta melatih sikap mental wirausaha melalui program bernama 'Pendidikan Kecakapan Wirausaha' (Rahman dan Hijriarti, 2022). Sam (2022) dalam (Perinkopukm, 2022) mengadakan program Home Business Camp (HBC) yang bertujuan untuk memberikan dukungan kepada wirausaha baru dalam bentuk pembiayaan, promosi, kemitraan, tenaga ahli, dan pendampingan dari Perinkopukm sendiri. Menurut Azizah (2022) dalam (Kemenkopukm, 2022) juga meluncurkan program bernama

Pahlawan Tumpuan Ekonomi Negeri (Patenpreneur) untuk memberikan bantuan dengan bentuk konsultasi dan pendampingan usaha.

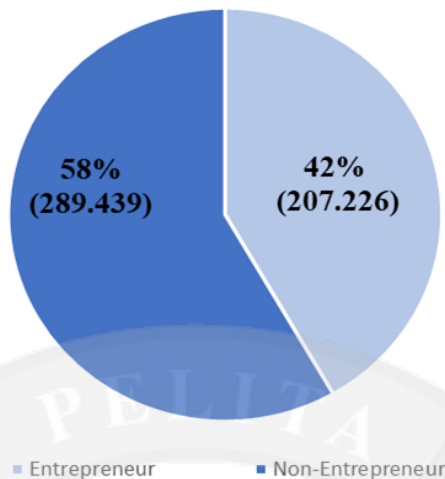


Gambar 1.1 Persentase Kewirausahaan per Tahun

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (2022)

Dengan adanya program-program yang dibuat oleh pemerintah, angka persentase kewirausahaan di Indonesia per tahun naik, pada tahun 2018 angka rasio kewirausahaan di Indonesia 3,1 persen per total jumlah penduduk (Kemenperin, 2018), pada 2019 rasio kewirausahaan di Indonesia sebesar 3,4% dengan kenaikan sebesar 0,3% (KemenkoPMK, 2020), untuk tahun 2020 rasio kewirausahaan di Indonesia sebesar 3,47% terjadi kenaikan 0,07% (KemenkoPMK, 2021), dan pada tahun 2021 di rasio kewirausahaan Indonesia yaitu 3,5% (KemenkoPMK, 2021).

Dengan melihat program pemerintah dan tingkat kemajuan rasio kewirausahaan pertahun, para calon wirausahawan baru yang sudah masuk dalam umur usia produktif atau angkatan kerja memiliki peluang yang terbuka untuk menjadi seorang *entrepreneur*, karena dengan bertambahnya jumlah wirausahawan dapat mengurangi jumlah tingkat pengangguran terbuka. Dapat dilihat pada tabel 1.2 mengenai intensi berkarir angkatan kerja.

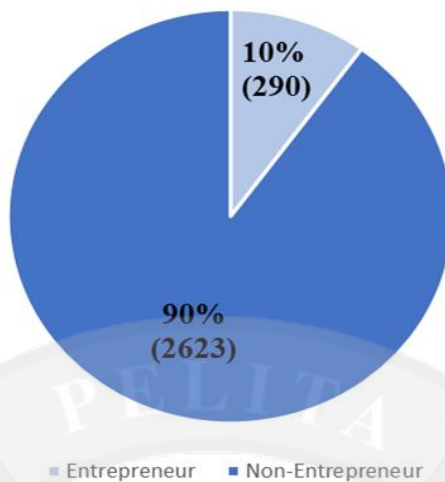


Gambar 1.2 Minat Berkarir Angkatan Kerja di Indonesia

Sumber: Setyanti (2021)

Menurut Armidi et al. (2018) angkatan kerja yaitu masyarakat dengan umur 15 tahun atau ke atas yang sedang berkarir dengan orang lain ataupun bekerja sendiri. Pada Gambar 1.2 mengenai intensi berkarir angkatan kerja. Dalam survei yang dilakukan oleh BPS terdapat total sampel sebanyak 496.665 orang angkatan kerja dan membagi pekerjaan utama menjadi dua yaitu *entrepreneur* (dengan kategori bekerja sendiri atau dengan ditolong oleh pekerja sementara atau tetap) dan *non-entrepreneur* (dengan kategori bekerja dengan orang lain, pekerja lepas, dan bekerja dengan keluarga) Untuk intensi angkatan kerja menjadi *entrepreneur* sebanyak 207.226 atau 42% dan intensi angkatan kerja sebagai *non-entrepreneur* 289.439 atau 58%.

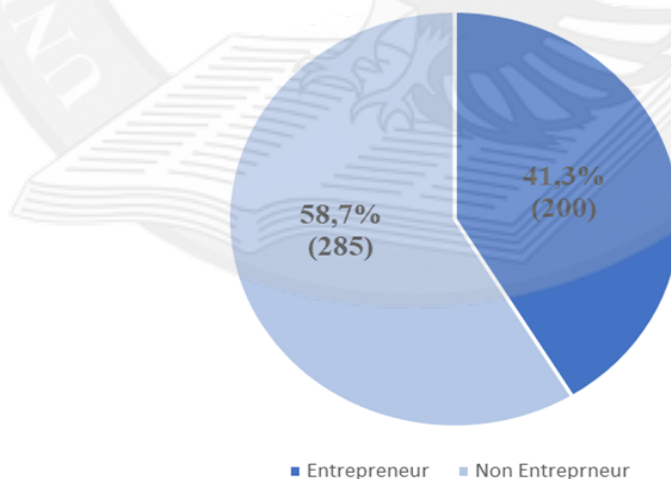
Seperti pada Gambar 1.2 diatas mengenai intensi berkarir angkatan kerja, Terdapat minat berkarir mahasiswa *fresh graduate* yang baru memasuki dunia kerja pada Gambar 1.3. Fresh graduate menurut Setyanti (2021) adalah mahasiswa yang baru saja lulus dari jangka waktu dibawah 1 tahun.



Gambar 1.3 Minat Berkarir Fresh Graduate di Indonesia

Sumber: Setyanti (2021)

Pada Gambar 1.3 diatas tentang minat berkarir mahasiswa *fresh graduate* dengan jumlah sampel 2913 bahwa 90% atau sebanyak 2623 memilih untuk *non-entrepreneur*, sedangkan sisa dari 290 lainnya memilih untuk berkarir yang *entrepreneur*. Selanjutnya pada Gambar 1.4 dapat dilihat perbandingan minat berkarir mahasiswa manajemen yang menjadi *entrepreneur* dan *non-entrepreneur*.



Gambar 1.4 Minat Berkarir Mahasiswa Manajemen di Indonesia

Widjana dan Artawan (2019)

Pada Gambar 1.4 di atas dapat dilihat minat berkarir mahasiswa manajemen di Indonesia terdapat 41.3% atau 200 mahasiswa dari 485 mahasiswa memiliki minat untuk menjadi seorang wirausaha sedangkan 58.7% atau 285 mahasiswa lainnya belum berminat menjadi wirausahawan.

Menurut Siregar et al. (2019) dalam upaya meningkatkan minat mahasiswa manajemen untuk berwirausaha, banyak perguruan tinggi yang mengadakan program-program seperti bisnis inkubator untuk membantu para mahasiswa dalam memulai karir sebagai seorang *entrepreneur*, seperti pada beberapa universitas di Indonesia yaitu Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan program bisnis inkubator bernama 'Pusat Kewirausahaan, Inovasi dan Inkubator Bisnis' (Siregar et al. 2019), lalu program '*Sparklab*' dari Universitas Pelita Harapan (Meilani et al. 2022) dan selanjutnya program '*Skystar Ventures*' dari Universitas Multimedia Nusantara (Wella et al. 2018).

Siregar et al. (2019) juga menambahkan Inkubator bisnis sangat penting untuk tumbuhnya dan keberlangsungan suatu *start-up* bisnis melalui mentoring dan program yang ada di dalamnya seperti meningkatkan mental dan pengetahuan, melakukan konsultasi, pelatihan, dan juga menyediakan hal-hal yang diperlukan untuk membuat *start-up* tersebut berjalan. Di dalam program bisnis inkubator, menurut Bismala et al. (2019) pelatihan program inkubator harus mencakup tujuh hal yaitu memberikan tempat untuk berwirausaha bagi peserta, memfasilitasi tempat seperti kantor yang dapat dipakai bersama, memberikan edukasi manajemen dan konsultasi, membantu serta mendukung peserta dalam melakukan pengembangan bisnis, pengembangan kemampuan lebih lanjut, pembiayaan, dan

membantu membuat koneksi antar peserta dan di luar peserta. Sehingga, para pengajar kewirausahaan harus memiliki sensitivitas dan kecerdasan sosial untuk memberikan perkembangan ekonomi dalam kehidupan masyarakat (Soetjipto et al. 2022). Dengan itu, mereka perlu mengimplementasikan metode belajar yang bertujuan agar para pelajar dapat menyerap teori-teori kewirausahaan dengan baik, hal tersebut dilakukan agar jumlah wirausaha meningkat khususnya pada lulusan universitas.

Menurut Ardiani dan Putra (2020) penyebab yang bisa meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha yaitu berasal dari pengalaman pelatihan yang mencakup seminar dan magang, karena dari pengalaman tersebut dapat mengembangkan ilmu dan keterampilan yang pada akhirnya akan sekaligus memberikan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Selain faktor tersebut, pengetahuan bisnis juga mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa karena pengetahuan tersebut akan menjadi dasar ilmu untuk mengembangkan wirausaha mereka lebih maju lagi, tanpa ilmu dasar tersebut dapat membawa efek yang buruk seperti usaha yang tidak maju-maju, jadi seiring bertambahnya pengetahuan mengenai bisnis akan membuat niat berwirausaha meningkat. Ardiani dan Putra (2020) juga mengatakan bahwa pengetahuan mengenai produk memiliki peran yang penting karena niat berwirausaha juga akan meningkat apabila mereka memiliki pengetahuan produk yang baik, pengetahuan produk tersebut mencakup semua informasi mengenai konsumen untuk menciptakan suatu produk yang mereka inginkan.

Bagi seorang yang tidak menyukai untuk mengambil resiko yang besar, maka pekerjaan sebagai karyawan bisa menjadi jawabannya karena sudah pasti mendapatkan penghasilan tetap. Menurut Thousani et al. (2021) banyak lulusan sarjana lebih memilih menjadi pencari kerja dibandingkan berwirausaha untuk pencipta pekerjaan, banyak alasan mengapa mahasiswa memilih menjadi pekerja yaitu pendapatan yang pasti dalam waktu periode tertentu, ingin bekerja sesuai dengan prodi atau jurusan yang diambil olehnya, dan ingin mendapatkan pengalaman serta untuk mencari pendapatan tambahan. Menurut Mardatilah dan Hermanzoni (2020) ada beberapa faktor yang membuat mahasiswa belum mau menjadi wirausahawan yaitu malu, tidak memiliki kepercayaan pada diri, memiliki rasa pada dirinya sendiri tidak bisa memperoleh seorang pembeli, tidak ingin mencoba atau malas, tidak memiliki modal aset, tidak bisa membagi-bagi waktu dengan kuliah, dan takut dengan kata gagal karena melihat pengalaman-pengalaman seseorang. Selain faktor-faktor diatas. Mustomi et al. (2021) juga menyebutkan beberapa faktor yang lainnya yaitu orang tua yang melarang anaknya untuk berwirausaha, kesempatan yang belum datang, mahasiswa lebih memilih untuk menjadi karyawan, dan takut akan persaingan dalam dunia bisnis.

Menurut Santoso dan Handoyo (2019) *subjective norm* merupakan suatu persepsi seseorang yang terpengaruh oleh individu terdekatnya seperti dari keluarga atau lingkungan. Dengan ini jiwa kewirausahaan seseorang dapat terpengaruh oleh norma subjektif karena bisa dilihat di Indonesia yang sedang kekurangan dan membutuhkan wirausahawan muda untuk meningkatkan perekonomian, kekurangan wirausaha ini disebabkan oleh pendidikan seorang anak yang hanya

memfokuskan mereka untuk menuju ke jenjang pendidikan selanjutnya seperti kemampuan membaca atau menulis, padahal penumbuhan karakter juga sangat penting apalagi menanamkan jiwa kewirausahaan sejak dini, namun itu semua memerlukan peran orang tua dan lingkungan terdekat (Margahana dan Triyanto, 2019). Margahana dan Triyanto (2019) juga menambahkan bahwa sebagian besar orang tua kurang mendukung serta mengarahkan anak mereka untuk memiliki jiwa wirausaha sejak dini karena para orang tua tersebut mengajarkan anaknya saat dewasa nanti untuk menjadi dokter, guru, insinyur atau pekerjaan lainnya.

Dalam norma subjektif, faktor lingkungan juga terkait dengan dimensi yang mempengaruhi intensi berwirausaha, koneksi sosial, identifikasi kebudayaan, persoalan ekonomi serta politik, dan infrastruktur (Soetjipto et al. 2022). Lingkungan kewirausahaan juga merupakan keseluruhan dari dimensi ekonomi-politik dan sosial-budaya yang membantu keinginan serta kapabilitas dari individu untuk menyediakan aktivitas kewirausahaan. Soetjipto et al. (2022) juga mengatakan bahwa lingkungan kewirausahaan tersebut dapat diprosikan untuk beberapa hal yaitu, keterlibatan finansial serta non-finansial, keadaan sosial ekonomi, gagasan serta tahapan pemerintah, dan kemampuan kewirausahaan serta karir.

Berikut pada Tabel 1.1 terdapat penemuan kesenjangan penelitian berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, untuk mendukung penelitian ini yang berjudul *Entrepreneurial Intention Mahasiswa Manajemen Di Jabodetabek: Peran Dari Opportunity Recognition, Entrepreneurial Education dan Subjective Norms*.

Tabel 1 1 Kesenjangan Penelitian

| No | Kesenjangan | Hasil | Sumber |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Pengaruh <i>Opportunity Recognition</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> . | Signifikan Positif | <ul style="list-style-type: none"> ● Suwardi et al. (2021) ● Aini (2022) ● Bapoo et al. (2022) |
| 2 | Pengaruh <i>Self Efficacy</i> kepada <i>Entrepreneurial Intention</i> . | Signifikan Positif | <ul style="list-style-type: none"> ● Yasir et al. (2020) ● Soni dan Misra (2021) ● Indriyani dan Kristanto (2021) |
| 3 | Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> | Signifikan Positif | <ul style="list-style-type: none"> ● Masumah dan Pujiati (2018) ● Usman dan Yennita (2019) ● Muliadi dan Mirawati (2020) |
| 4 | Pengaruh <i>Opportunity Recognition</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> yang dimoderasi oleh <i>Entrepreneurship Education</i> . | Signifikan Positif | <ul style="list-style-type: none"> ● Wu et al (2021) ● Akhtar et al (2022) ● Hou et al (2022) |
| 5 | Pengaruh <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> kepada <i>Entrepreneurial Intention</i> dan dimoderasi oleh <i>Entrepreneurial Education</i> . | Signifikan Positif | <ul style="list-style-type: none"> ● Smith et al (2016) ● Shah et a. (2020) ● Kisubi et al (2021) |
| 6 | Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> yang dimoderasi oleh <i>Entrepreneurship Education</i> . | Signifikan Positif | <ul style="list-style-type: none"> ● Utami (2017) ● Pratana dan Margunani (2019) ● Agung et al (2021) |

| | | | |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7 | Pengaruh <i>Opportunity Recognition</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> yang dimoderasi oleh <i>Gender</i> . | Signifikan Negatif | <ul style="list-style-type: none"> ● Tsai et al (2016) ● Hassan et al. (2020) ● Ryu dan Kim (2020) |
| 8 | Pengaruh <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> kepada <i>Entrepreneurial Education</i> dimoderasi dengan <i>Gender</i> . | Signifikan Negatif | <ul style="list-style-type: none"> ● Camelo et al. (2016) ● Elnadi dan Gheith (2021) ● Wijaya et al. (2021) |
| 9 | Pengaruh <i>Subjective Norm</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i> yang dimoderasi oleh <i>Gender</i> . | Signifikan Negatif | <ul style="list-style-type: none"> ● Onyeukwu dan Padmavathi (2019) ● Santoso dan Handoyo (2019) ● Chen dan Basbeth (2021) |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, (2022)

1.2 Pertanyaan Penelitian

Yang didasarkan dari latar belakang penelitian ini yang sudah disampaikan maka pertanyaan penelitian saat ini yaitu:

1. Apakah *Opportunity Recognition* berpengaruh positif kepada *Entrepreneurial Intention*?
2. Apakah *Entrepreneurial Self-efficacy* berpengaruh positif kepada *Entrepreneurial Intention*?
3. Apakah *Subjective Norm* berpengaruh positif dengan *Entrepreneurial Intention*?

4. Apakah *Opportunity Recognition* berpengaruh positif kepada *entrepreneurial intention* yang dimoderasi oleh *Entrepreneurship Education*?
5. Apakah *Entrepreneurial Self Efficacy* berpengaruh positif kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi oleh *Entrepreneurship Education*?
6. Apakah *Subjective Norms* berpengaruh positif kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi oleh *Entrepreneurship Education*?
7. Apakah *Opportunity Recognition* memiliki pengaruh negatif kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi dengan *Gender*?
8. Apakah *Entrepreneurial Self-efficacy* memiliki pengaruh negatif kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi dengan *Gender*?
9. Apakah *Subjective Norm* memiliki pengaruh negatif kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi dengan *Gender*?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini dilaksanakan dengan memiliki tujuan yaitu:

1. Mengetahui adanya pengaruh positif dalam hubungan *Opportunity Recognition* kepada *Entrepreneurial Intention*.
2. Mengetahui adanya pengaruh positif dalam hubungan *self-efficacy* kepada *Entrepreneurial Intention*.
3. Mengetahui adanya pengaruh positif dalam hubungan *Subjective Norm* kepada *Entrepreneurial Intention*.

4. Mengetahui adanya pengaruh positif dalam hubungan *Opportunity Recognition* kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi oleh *Entrepreneurship Education*.
5. Mengetahui adanya pengaruh positif dalam hubungan *Entrepreneurial Self Efficacy* kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi oleh *Entrepreneurship Education*.
6. Mengetahui pengaruh positif antara hubungan *Subjective Norm* kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi oleh *Entrepreneurship Education*.
7. Mengetahui pengaruh negatif antara hubungan *Opportunity Recognition* kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi dengan *Gender*.
8. Mengetahui pengaruh negatif antara hubungan *Entrepreneurial Self Efficacy* kepada *Entrepreneurial Intention* yang dimoderasi dengan *Gender*.
9. Mengetahui pengaruh negatif antara hubungan *Subjective Norm* kepada *Entrepreneurial Intention* dimoderasi dengan *Gender*

1.4 Manfaat Penelitian

Pada penelitian saat ini diharapkan bisa bermanfaat secara teoritis dan secara praktik:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki harapan dapat menyajikan manfaat dalam fakta serta memperluas wawasan bagi pembaca mengenai “*Entrepreneurial Intention* Mahasiswa Manajemen di Jabodetabek: Peran dari *Opportunity*

Recognition Entrepreneurship Education, dan Subjective Norms”, sehingga bisa dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Calon Wirausahawan: hasil dari penelitian dapat menjadi sarana dan evaluasi yang bisa dipertimbangkan sebagai masukan dan juga bisa sebagai saran mengenai intensi atau keinginan seseorang untuk menjadi wirausahawan.
2. Pendidikan: bermanfaat sebagai penerapan secara langsung dari ilmu manajemen yang sudah dipelajari dan meningkatkan pengetahuan mengenai “*Entrepreneurial Intention Mahasiswa Manajemen di Jabodetabek: Peran dari Opportunity Recognition, Entrepreneurship Education dan Subjective Norms*”.
3. Penulis: ilmu manajemen yang sudah dipelajari bisa diterapkan secara langsung ke dalam penelitian ini, serta untuk meningkatkan pengetahuan mengenai *Opportunity Recognition, Entrepreneurial Self Efficacy, Entrepreneurial Intention, Gender, Subjective Norms, Entrepreneurship Education*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan *Non-Probability Purposive sampling*, karena di dalam pengumpulan data, karena responden harus memiliki syarat khusus yaitu mahasiswa manajemen *undergraduate* atau yang belum lulus yang berada di Jabodetabek.

1.6 Sistematika Penelitian

Penulisan Sistematika penelitian berguna untuk mempermudah penelitian untuk dimengerti secara jelas dan berurutan. Pada penelitian ini yaitu terdiri berdasarkan 5 bab:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang fenomena penelitian. Di dalam bab ini memiliki isi yaitu berisi latar belakang, kesenjangan penelitian pertanyaan pada penelitian, tujuan dari penelitian, manfaat yang didapat dalam penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada landasan teori berisi konsep yang menjadi landasan untuk pendukung penelitian ini. Dan pada bab ini berisi pembahasan pembelajaran, *Opportunity Recognition*, *Entrepreneurial Self Efficacy*, *Entrepreneurial Intention*, *Entrepreneurship Education* dan *Gender*

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Berisi pada pengembangan metodologi penelitian seperti; kerangka berpikir, sumber serta jenis data, dan metode.

BAB IV: PEMBAHASAN

Pada pembahasan berisi pada hasil dari analisis, hasil pengolahan data, serta pengolahan data melalui uji validitas dan reliabilitas.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada kesimpulan serta saran memiliki isi kesimpulan pada hasil dari penelitian yang didapatkan melalui analisis serta pengolahan data yang bisa

digunakan pada kajian lanjutan dan berguna untuk penelitian selanjutnya,
Dan juga dalam bab ini berisi saran yang berguna bagi objek penelitian.

