

Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Motivasi Ekonomi, Kemandirian, Efikasi Diri, Aspirasi Identitas, Dan *Love Of Money* Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa

Kaujan^{*a},

^a Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan

*Corresponding author: kaujan@borneo.ac.id

INFO ARTIKEL

Keywords:

*Entrepreneurial Intention;
Entrepreneurship Education;
Economic Motivation;
Self-Efficacy;
Identity Aspiration;
Independence; Love of Money*

Kata Kunci:

Intensi Berwirausaha;
Pendidikan Kewirausahaan;
Motivasi Ekonomi;
Efikasi Diri;
Aspirasi Identitas;
Kemandirian; *Love of Money*

ABSTRACT

This study examines the effects of economic motivation, independence, self-efficacy, identity aspiration, and love of money on entrepreneurial intention among university students, while assessing the moderating role of entrepreneurship education. A quantitative survey was conducted among students who had completed entrepreneurship-related coursework. The data were analyzed using multiple linear regression and moderated regression analysis. The results indicate that all psychological factors have a positive and significant effect on entrepreneurial intention. Furthermore, entrepreneurship education significantly strengthens the relationships between economic motivation, self-efficacy, and love of money and entrepreneurial intention, but does not moderate the effects of independence and identity aspiration. These findings highlight the importance of designing entrepreneurship education that is contextual, experiential, and practice-oriented in order to effectively support new venture creation in emerging regions..

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh motivasi ekonomi, kemandirian, efikasi diri, aspirasi identitas, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, serta menilai peran pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan *moderated regression analysis*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Selain itu, pendidikan kewirausahaan terbukti memperkuat pengaruh motivasi ekonomi, efikasi diri, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha, namun tidak memoderasi pengaruh kemandirian dan aspirasi identitas. Temuan ini menegaskan pentingnya perancangan pendidikan kewirausahaan yang kontekstual, berbasis pengalaman, dan berorientasi pada praktik guna mendukung usaha baru di wilayah berkembang.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dipandang sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi melalui kemampuannya menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan menghasilkan nilai tambah. Namun, kontribusi sektor kewirausahaan di Indonesia masih relatif tertinggal dibandingkan negara-negara tetangga di kawasan Asia Tenggara. Data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia menunjukkan bahwa jumlah wirausaha mapan telah mencapai 5,01 juta orang, tetapi pertumbuhan wirausaha pemula masih berlangsung lambat. Rasio kewirausahaan nasional tercatat sebesar 3,47%, masih berada di bawah target 3,95% serta tertinggal dari Singapura (8,76%), Malaysia, dan Thailand yang telah melampaui 4,5% (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2024; *Global Entrepreneurship Monitor*, 2023). Kondisi ini mengindikasikan bahwa proses pembentukan wirausaha baru masih menghadapi berbagai hambatan struktural, keterbatasan kapasitas individu, serta belum optimalnya lingkungan pendukung kewirausahaan.

Dalam kerangka kebijakan nasional, mahasiswa diposisikan sebagai salah satu sumber potensial calon wirausahawan. Perguruan tinggi memiliki peran strategis dalam menumbuhkan wirausaha muda melalui pendidikan kewirausahaan, program inkubasi bisnis, dan pengembangan ekosistem pembelajaran berbasis pengalaman. Implementasi kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) semakin menegaskan mandat institusi pendidikan tinggi untuk mendorong pengembangan kompetensi kewirausahaan mahasiswa secara kontekstual dan aplikatif.

Meskipun demikian, intensi berwirausaha tidak terbentuk secara otomatis. *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa intensi merupakan determinan paling dekat dari perilaku dan dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Sejalan dengan kerangka tersebut, berbagai penelitian mengidentifikasi peran faktor psikologis internal—seperti motivasi ekonomi, kemandirian, efikasi diri, aspirasi identitas, dan *love of money*—dalam membentuk intensi berwirausaha mahasiswa (Bandura, 1997; Tang et al., 2008). Namun demikian, temuan empiris menunjukkan hasil yang belum konsisten. Sejumlah studi menemukan pengaruh signifikan faktor-faktor tersebut terhadap intensi berwirausaha, sementara penelitian lain melaporkan pengaruh yang lemah, tidak langsung, atau bergantung pada konteks tertentu (Indarti & Rostiani, 2008; Rahmadhaniyanti, 2020; Sucipto et al., 2022).

Inkonsistensi temuan juga terlihat dalam penelitian mengenai efektivitas pendidikan kewirausahaan. Sebagian studi menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu memperkuat hubungan antara determinan psikologis dan intensi berwirausaha (Fayolle & Gailly, 2008), sementara penelitian lain menunjukkan bahwa peran tersebut bersifat selektif atau tidak signifikan pada variabel tertentu (Nurul Ilmi, 2015; Juwanti, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa fungsi pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi masih memerlukan pengujian empiris lebih lanjut, terutama dalam konteks dan wilayah yang berbeda.

Selain faktor individual dan institusional, konteks regional juga dipandang berpengaruh terhadap pembentukan intensi berwirausaha. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada wilayah Indonesia bagian barat, sehingga bukti empiris dari wilayah perbatasan seperti Kalimantan Utara masih terbatas. Universitas Borneo Tarakan, sebagai perguruan tinggi utama di wilayah tersebut, menawarkan konteks penelitian yang relevan mengingat posisi strategis daerah, potensi ekonomi lokal, serta kebutuhan pengembangan kapasitas wirausaha muda yang tinggi. Keterbatasan studi empiris berbasis wilayah ini membentuk *research gap* yang penting untuk dijawab.

Berdasarkan landasan konseptual dan celah empiris tersebut, penelitian ini bertujuan menguji pengaruh motivasi ekonomi, kemandirian, efikasi diri, aspirasi identitas, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa, dengan pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur kewirausahaan berbasis konteks wilayah serta memberikan implikasi kebijakan dan praktis bagi pengembangan model pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi daerah.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Intensi Berwirausaha

Intensi berwirausaha merupakan komitmen psikologis individu untuk memulai usaha pada masa depan. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), intensi dipandang sebagai prediktor paling dekat dari perilaku aktual dan dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991). Kerangka TPB banyak digunakan dalam penelitian kewirausahaan karena mampu menjelaskan proses kognitif yang mendasari pembentukan niat berwirausaha secara sistematis.

Penelitian-penelitian mutakhir menunjukkan bahwa TPB masih relevan dalam menjelaskan intensi berwirausaha mahasiswa pada berbagai konteks pendidikan tinggi dan lintas negara. Studi empiris menunjukkan bahwa sikap terhadap kewirausahaan dan *perceived behavioral control* merupakan komponen TPB yang paling konsisten memprediksi intensi berwirausaha, sementara pengaruh norma subjektif cenderung bergantung pada konteks sosial dan budaya (Indarti & Rostiani, 2008; Rahmadhaniyanti, 2020; Sucipto et al., 2022). Temuan tersebut menegaskan bahwa TPB tetap menjadi kerangka konseptual utama dalam penelitian kewirausahaan kontemporer, khususnya ketika dikombinasikan dengan faktor psikologis individual.

Motivasi Ekonomi dan Intensi Berwirausaha

Motivasi ekonomi merefleksikan dorongan individu untuk memperoleh pendapatan, stabilitas, dan kemandirian finansial. Secara teoritik, motif ekonomi diposisikan sebagai *pull factor* yang membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan dan mendorong munculnya intensi berwirausaha. Mahasiswa yang menghadapi ketidakpastian pasar kerja cenderung memandang wirausaha sebagai alternatif karier yang menjanjikan, sehingga motivasi ekonomi berkontribusi signifikan dalam pembentukan niat berwirausaha (Rahmadhaniyanti, 2020; Kristianti, 2021).

Namun demikian, literatur juga menunjukkan bahwa pengaruh motivasi ekonomi tidak berdiri sendiri. Dorongan ekonomi menjadi lebih efektif dalam membentuk intensi berwirausaha ketika didukung oleh faktor psikologis lain, seperti efikasi diri, serta pengalaman pembelajaran kewirausahaan yang membantu individu mengonversi motif ekonomi menjadi rencana tindakan yang realistis dan terukur (Fayolle & Gailly, 2008; Juwanti, 2024).

H1: Motivasi ekonomi berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Kemandirian dan Intensi Berwirausaha

Kemandirian menunjukkan kapasitas individu dalam mengatur diri, mengambil keputusan, dan bertanggung jawab atas konsekuensi tindakannya. Dalam perspektif TPB, kemandirian berkaitan erat dengan *perceived behavioral control*, karena individu yang mandiri cenderung menilai dirinya memiliki kontrol dan kesiapan yang lebih tinggi untuk

memulai usaha. Temuan empiris menunjukkan bahwa karakter internal seperti kemandirian, kontrol diri, dan kesiapan mengambil keputusan merupakan determinan penting dalam pembentukan intensi berwirausaha mahasiswa (Fajrin, 2015; Saragih, 2020). Individu yang mandiri lebih mampu menghadapi ketidakpastian dan risiko usaha, sehingga memiliki kecenderungan lebih besar untuk memilih jalur kewirausahaan.

H2: Kemandirian berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha

Efikasi diri merupakan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengorganisasikan dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan (Bandura, 1997). Dalam konteks kewirausahaan, efikasi diri berperan sebagai pendorong utama karena mampu menurunkan persepsi risiko, meningkatkan keberanian mengambil keputusan, dan memperkuat persistensi individu dalam menghadapi tantangan usaha.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki hubungan positif dan signifikan dengan intensi berwirausaha mahasiswa (Indarti & Rostiani, 2008; Setiabudhi & Layalin, 2021). Literatur pendidikan kewirausahaan juga menegaskan bahwa pembelajaran yang efektif tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi terutama pada penguatan efikasi diri agar mahasiswa lebih percaya diri dalam mewujudkan niat berwirausaha.

H3: Efikasi diri berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Aspirasi Identitas dan Intensi Berwirausaha

Aspirasi identitas menggambarkan citra diri masa depan yang ingin diwujudkan individu, misalnya sebagai wirausahawan. Dalam kerangka *identity-based motivation*, identitas yang diinternalisasi mendorong konsistensi perilaku individu untuk mencapai “diri yang diinginkan” (Oyserman, 2009). Ketika kewirausahaan dipersepsikan sebagai bagian dari identitas diri, individu cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menekuni jalur tersebut.

Temuan empiris menunjukkan bahwa aspirasi identitas berkontribusi positif terhadap pembentukan intensi berwirausaha, meskipun pengaruhnya sering kali bekerja bersamaan dengan faktor kognitif dan psikologis lainnya, seperti efikasi diri dan motivasi intrinsik (Sadida & Rahmat, 2019; Risanti, 2020).

H4: Aspirasi identitas berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Love of Money dan Intensi Berwirausaha

Love of money menggambarkan sikap individu terhadap uang sebagai simbol nilai, status, dan keberhasilan. Orientasi ini dapat mendorong intensi berwirausaha karena kewirausahaan dipersepsikan sebagai sarana untuk mencapai tujuan finansial. Penelitian empiris menunjukkan bahwa individu dengan orientasi finansial yang kuat cenderung memiliki minat lebih tinggi untuk berwirausaha (Kristianti, 2021; Raihandra & Yaya, 2025).

Namun demikian, literatur juga mengingatkan bahwa orientasi terhadap uang yang berlebihan berpotensi menimbulkan risiko perilaku oportunistik jika tidak diimbangi dengan nilai etika dan kontrol diri (Tang & Chiu, 2003; Tang et al., 2008). Oleh karena itu, *love of money* diposisikan sebagai faktor pendorong yang bersifat kondisional dan kontekstual.

H5: *Love of money* berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Pendidikan Kewirausahaan sebagai Moderator

Pendidikan kewirausahaan bertujuan membentuk pengetahuan, keterampilan, dan pola pikir kewirausahaan pada individu. Berbagai kajian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan mampu meningkatkan intensi berwirausaha melalui perubahan sikap terhadap kewirausahaan, penguatan dukungan sosial-kognitif, serta peningkatan efikasi diri mahasiswa dalam menghadapi risiko dan tantangan usaha (Fayolle & Gailly, 2008; Juwanti, 2024).

Dalam perspektif model moderasi, pendidikan kewirausahaan dipandang berpotensi memperkuat hubungan antara faktor-faktor internal seperti motivasi ekonomi, efikasi diri, dan orientasi finansial dengan intensi berwirausaha. Proses pembelajaran menyediakan pengalaman, *tools*, dan struktur yang membantu individu mengonversi dorongan internal menjadi niat berwirausaha yang lebih konkret dan realistis. Selain itu, kerangka TPB menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat meningkatkan *perceived behavioral control*, sehingga memperkuat pengaruh faktor psikologis terhadap intensi berwirausaha.

Berdasarkan argumentasi tersebut, penelitian ini menguji peran pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderator dalam hubungan antara faktor-faktor psikologis dan intensi berwirausaha mahasiswa.

H6: Pendidikan kewirausahaan memoderasi pengaruh motivasi ekonomi terhadap intensi berwirausaha.

H7: Pendidikan kewirausahaan memoderasi pengaruh kemandirian terhadap intensi berwirausaha

H8: Pendidikan kewirausahaan memoderasi pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha.

H9: Pendidikan kewirausahaan memoderasi pengaruh aspirasi identitas terhadap intensi berwirausaha.

H10: Pendidikan kewirausahaan memoderasi pengaruh *love of money* terhadap intensi berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Desain, Populasi, dan Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Universitas Borneo Tarakan. Sampel penelitian ditentukan secara *purposive*, yaitu mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan, karena dianggap memiliki pengalaman pembelajaran yang relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif. Sebanyak 150 kuesioner didistribusikan kepada responden, dan 142 kuesioner kembali serta dapat diolah, sehingga tingkat respons mencapai 95%.

Variabel dan Pengukuran

Variabel independen dalam penelitian ini meliputi motivasi ekonomi (X_1), kemandirian (X_2), efikasi diri (X_3), aspirasi identitas (X_4), dan *love of money* (X_5). Variabel dependen adalah intensi berwirausaha (Y), sedangkan pendidikan kewirausahaan berperan sebagai variabel moderasi (Z).

Seluruh variabel diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju). Indikator pengukuran disusun berdasarkan landasan teoritis dan penelitian terdahulu yang relevan dengan konteks kewirausahaan mahasiswa.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang disebarakan secara langsung dan daring kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Data sekunder diperoleh dari buku teks, artikel jurnal ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya untuk memperkuat landasan teoritis penelitian.

Sebelum analisis utama dilakukan, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas item dilakukan menggunakan korelasi Pearson *Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid ($r\text{-hitung} > 0,165$), kecuali satu item pada variabel efikasi diri yang dieliminasi. Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga instrumen dinyatakan reliabel.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan masing-masing variabel penelitian. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan kelayakan model regresi.

Selanjutnya, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh motivasi ekonomi, kemandirian, efikasi diri, aspirasi identitas, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha. Untuk menguji peran pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderasi, digunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Model regresi dasar dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Model regresi dengan variabel moderasi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_5 X_5 + \beta_6 Z + \beta_7 (X_1 Z) + \dots + \beta_{11} (X_5 Z) + e$$

dengan keterangan:

- Y = Intensi Berwirausaha
- X₁ = Motivasi Ekonomi
- X₂ = Kemandirian
- X₃ = Efikasi Diri
- X₄ = Aspirasi Identitas
- X₅ = *Love of Money*
- Z = Pendidikan Kewirausahaan
- e = Error

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 142 responden mahasiswa Universitas Borneo Tarakan. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan sebesar 57,7%, sedangkan laki-laki sebesar 42,3%. Dari sisi usia, mayoritas responden berada pada rentang 21–23 tahun (59,9%), diikuti usia ≥ 24 tahun (27,4%) dan ≤ 20 tahun (12,7%).

Ditinjau dari program studi, responden terbanyak berasal dari Program Studi Ekonomi (38,7%), disusul Teknik (21,8%), Pertanian dan Perikanan (20,4%), serta Sosial dan Hukum (19,0%). Selain itu, sebanyak 45,1% responden menyatakan pernah memiliki pengalaman berwirausaha, baik dalam bentuk usaha kecil, bisnis daring, maupun usaha keluarga, sedangkan 54,9% lainnya belum pernah berwirausaha. Komposisi ini menunjukkan adanya potensi kewirausahaan yang cukup signifikan di kalangan mahasiswa.

Uji Instrumen dan Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji untuk memastikan validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi item–total, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai korelasi item berada di atas batas minimum, dan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel Penelitian	Rentang r Hitung	Validitas	Cronbach's Alpha	Reliabilitas
Motivasi Ekonomi (X1)	0.612 – 0.735	Valid	0.84	Reliabel
Kemandirian (X2)	0.625 – 0.740	Valid	0.82	Reliabel
Efikasi Diri (X3)	0.651 – 0.782	Valid	0.86	Reliabel
Aspirasi Identitas (X4)	0.640 – 0.765	Valid	0.85	Reliabel
Love of Money (X5)	0.604 – 0.728	Valid	0.81	Reliabel
Pendidikan Kewirausahaan (Z)	0.675 – 0.789	Valid	0.88	Reliabel
Intensi Berwirausaha (Y)	0.652 – 0.801	Valid	0.87	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2025

Seluruh item pernyataan memiliki nilai korelasi item–total yang memenuhi kriteria validitas dan nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, seluruh variabel penelitian dinyatakan valid dan reliabel, sehingga layak digunakan dalam analisis regresi dan pengujian hipotesis.

Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji diagnostik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi dasar Ordinary Least Squares (OLS), sehingga estimasi koefisien dapat diinterpretasikan secara valid.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Pengujian normalitas residual menggunakan Kolmogorov–Smirnov (K–S) test, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas Residual

Test	K-S Statistic	Sig.	Decision
Kolmogorov-Smirnov	0.081	0.091	Normal distribution

Sumber: Data primer diolah, 2025

Residual terdistribusi normal (Sig. > 0.05), sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan tidak adanya hubungan linear yang tinggi antarvariabel independen. Pengujian dilakukan menggunakan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Motivasi Ekonomi	0,708	1,412
Kemandirian	0,610	1,639
Efikasi Diri	0,455	2,197
Aspirasi Identitas	0,423	2,365
<i>Love of Money</i>	0,335	2,987

Sumber: Data primer diolah, 2025

Seluruh variabel memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa varians residual bersifat konstan pada seluruh nilai variabel independen. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap masing-masing variabel independen. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Variabel Independen	Sig.	Keputusan
Motivasi Ekonomi	0,754	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kemandirian	0,458	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Efikasi Diri	0,312	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Aspirasi Identitas	0,689	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Love of Money</i>	0,524	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda maupun *moderated regression analysis*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh motivasi ekonomi, kemandirian, efikasi diri, aspirasi identitas, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Ringkasan hasil pengujian koefisien regresi, signifikansi, serta kelayakan model disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel Independen	β (Standar)	p-value
Motivasi Ekonomi (X_1)	0,215	0,004
Kemandirian (X_2)	0,187	0,007
Efikasi Diri (X_3)	0,332	0,000
Aspirasi Identitas (X_4)	0,164	0,021
Love of Money (X_5)	0,201	0,009
Adjusted R^2	0,501	—
Sig. (F)	0,000	—

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 6, seluruh variabel independen menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Efikasi diri memiliki koefisien standar tertinggi, yang mengindikasikan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya merupakan determinan paling dominan dalam pembentukan niat berwirausaha. Nilai *Adjusted R^2* sebesar 0,501 menunjukkan bahwa model mampu menjelaskan 50,1% variasi intensi berwirausaha, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Signifikansi uji F menegaskan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Moderasi (MRA)

Untuk menguji peran pendidikan kewirausahaan sebagai variabel pemoderasi, penelitian ini menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis ini bertujuan mengetahui apakah pendidikan kewirausahaan memperkuat atau memperlemah hubungan antara faktor-faktor psikologis dengan intensi berwirausaha mahasiswa. Ringkasan hasil pengujian interaksi variabel disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil *Moderated Regression Analysis*

Interaksi Variabel	p-value	Keterangan
Motivasi Ekonomi $\times$ Pendidikan Kewirausahaan	0,045	Signifikan
Kemandirian $\times$ Pendidikan Kewirausahaan	0,077	Tidak signifikan
Efikasi Diri $\times$ Pendidikan Kewirausahaan	0,009	Signifikan
Aspirasi Identitas $\times$ Pendidikan Kewirausahaan	0,195	Tidak signifikan
<i>Love of Money</i> $\times$ Pendidikan Kewirausahaan	0,027	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 7, pendidikan kewirausahaan terbukti memoderasi secara signifikan hubungan antara motivasi ekonomi, efikasi diri, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Sebaliknya, pendidikan kewirausahaan tidak memoderasi hubungan kemandirian dan aspirasi identitas dengan intensi berwirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa fungsi moderasi pendidikan kewirausahaan bersifat selektif, yaitu lebih efektif dalam memperkuat faktor-faktor psikologis yang berkaitan dengan dorongan instrumental dan keyakinan diri, dibandingkan faktor kepribadian dan identitas.

PEMBAHASAN

Motivasi ekonomi dan intensi berwirausaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa dorongan untuk memperoleh pendapatan, mencapai kemandirian finansial, dan meningkatkan kesejahteraan menjadi alasan rasional yang kuat bagi mahasiswa dalam mempertimbangkan pilihan berwirausaha. Dalam konteks Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), motivasi ekonomi berperan sebagai landasan sikap (attitude) yang membentuk niat berperilaku.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Rahmadhaniyanti (2020) yang menegaskan bahwa motif ekonomi berperan signifikan dalam membentuk niat berwirausaha mahasiswa, terutama dalam konteks ketidakpastian pasar kerja

Kemandirian dan Intensi Berwirausaha

Kemandirian terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha. Mahasiswa yang mampu mengambil keputusan secara mandiri, bertanggung jawab atas pilihannya, dan tidak bergantung pada pihak lain cenderung lebih siap memilih jalur usaha sendiri. Hasil ini mengindikasikan bahwa kemandirian merupakan modal psikologis penting dalam menghadapi ketidakpastian dan risiko usaha.

Temuan ini sejalan dengan Saragih (2020) dan Fajrin (2015) yang menegaskan bahwa kemandirian meningkatkan kesiapan individu untuk berwirausaha. Namun, hasil penelitian ini berbeda dengan Nurul Ilmi (2015) yang menekankan dominasi faktor lingkungan eksternal. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa dalam konteks mahasiswa, faktor internal seperti kemandirian memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan pengaruh eksternal, terutama ketika individu berada pada fase transisi menuju dunia kerja.

Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha

Efikasi diri muncul sebagai variabel dengan pengaruh paling kuat terhadap intensi berwirausaha. Temuan ini menegaskan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola usaha, mengambil keputusan, dan menghadapi risiko merupakan faktor kunci dalam pembentukan niat berwirausaha.

Hasil ini konsisten dengan *Social Cognitive Theory* (Bandura, 1997) yang menempatkan efikasi diri sebagai determinan utama perilaku terencana. Penelitian Setiabudhi dan Layalin (2021) serta sejumlah studi empiris lain juga menunjukkan bahwa individu dengan efikasi diri tinggi lebih berani mengambil risiko dan memiliki persistensi yang lebih kuat dalam aktivitas kewirausahaan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa pengembangan efikasi diri mahasiswa merupakan strategi yang lebih efektif dibandingkan sekadar penyampaian materi kewirausahaan secara teoritis.

Secara lebih spesifik, kuatnya pengaruh efikasi diri dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya menjadi faktor kunci dalam pembentukan intensi berwirausaha, khususnya di konteks wilayah berkembang. Kondisi keterbatasan akses modal, jaringan usaha, dan ekosistem kewirausahaan yang belum sepenuhnya matang menjadikan efikasi diri berfungsi sebagai modal psikologis utama dalam mengompensasi keterbatasan struktural tersebut. Temuan ini memperkaya literatur kewirausahaan dengan menegaskan bahwa peran efikasi diri cenderung lebih dominan pada konteks daerah dibandingkan wilayah dengan ekosistem kewirausahaan yang lebih mapan.

Aspirasi Identitas dan Intensi Berwirausaha

Aspirasi identitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, meskipun kontribusinya relatif lebih kecil dibandingkan variabel psikologis lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memandang kewirausahaan sebagai bagian dari identitas dirinya cenderung memiliki niat lebih besar untuk merealisasikannya.

Temuan ini mendukung Identity-Based Motivation Theory (Oyserman, 2009) serta penelitian Gesa Sekar Risanti (2020) yang menyatakan bahwa identitas berperan sebagai pendorong jangka panjang perilaku. Namun, kontribusi yang lebih kecil dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa aspirasi identitas bersifat lebih abstrak dan membutuhkan faktor pendukung lain—seperti efikasi diri dan pengalaman nyata—agar dapat diterjemahkan menjadi niat berwirausaha yang konkret.

Love of Money dan Intensi Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *love of money* berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha. Sikap positif terhadap uang sebagai simbol keberhasilan, kebebasan, dan kemandirian finansial mendorong mahasiswa untuk memilih jalur usaha sebagai sarana pencapaian tujuan tersebut.

Temuan ini sejalan dengan *Money Ethic Theory* (Tang et al., 2008) dan penelitian Tang dan Chiu (2003) yang menyatakan bahwa orientasi terhadap uang dapat menjadi pendorong perilaku kerja dan kewirausahaan. Namun, hasil ini juga mengindikasikan perlunya keseimbangan antara orientasi finansial dan nilai etika, agar motivasi ekonomi tidak berkembang menjadi perilaku oportunistik atau tidak etis dalam praktik kewirausahaan.

Peran Moderasi Pendidikan Kewirausahaan

Hasil *Moderated Regression Analysis* menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memperkuat pengaruh motivasi ekonomi, efikasi diri, dan *love of money* terhadap intensi berwirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan berfungsi sebagai mekanisme konversi, yaitu mengubah motif ekonomi, keyakinan diri, dan orientasi finansial menjadi niat berwirausaha yang lebih terarah dan realistis.

Temuan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak memoderasi hubungan kemandirian dan aspirasi identitas dengan intensi berwirausaha memberikan implikasi teoretis yang penting. Hasil ini mengindikasikan bahwa tidak seluruh karakter psikologis dapat dibentuk atau diperkuat secara efektif melalui pembelajaran formal. Kemandirian dan aspirasi identitas cenderung berkembang melalui proses sosialisasi jangka panjang, pengalaman hidup, serta nilai keluarga dan lingkungan sosial, sehingga kurang responsif terhadap intervensi pendidikan jangka pendek di perguruan tinggi. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa peran pendidikan kewirausahaan sebagai moderator bersifat selektif dan bergantung pada karakteristik variabel psikologis yang dipengaruhi.

Hasil ini sejalan dengan *Human Capital Theory* (Becker, 1964) serta temuan Fayolle dan Gailly (2008) yang menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan meningkatkan kapasitas individu dalam mengenali peluang dan mengelola risiko usaha. Sebaliknya, tidak signifikannya moderasi pada kemandirian dan aspirasi identitas menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut lebih banyak dibentuk oleh pengalaman hidup, nilai keluarga, dan lingkungan sosial di luar konteks pembelajaran formal. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan berperan selektif, memperkuat faktor-faktor yang bersifat kognitif dan instrumental, namun tidak sepenuhnya memengaruhi faktor kepribadian dan identitas yang terbentuk lebih awal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan intensi berwirausaha mahasiswa merupakan proses yang bersifat kontekstual dan tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh satu pendekatan tunggal. Faktor psikologis internal dan pendidikan kewirausahaan saling berinteraksi secara selektif, tergantung pada karakteristik variabel dan lingkungan sosial tempat mahasiswa berada. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi empiris dalam memperjelas batas efektivitas pendidikan kewirausahaan sebagai instrumen kebijakan, khususnya pada konteks perguruan tinggi di wilayah berkembang.

SIMPULAN

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa intensi berwirausaha mahasiswa tidak berdiri pada satu determinan tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi kompleks antara faktor psikologis internal, di mana efikasi diri muncul sebagai prediktor paling kuat dibandingkan motivasi ekonomi, kemandirian, aspirasi identitas, dan orientasi terhadap uang. Pendidikan kewirausahaan terbukti memiliki fungsi ganda: sebagai penggerak langsung intensi dan sebagai *contingent condition* yang memperkuat sebagian hubungan psikologis, khususnya motivasi ekonomi, efikasi diri, dan *love of money*. Namun, fungsi moderasi ini belum bekerja pada kemandirian dan aspirasi identitas, yang mengindikasikan kemungkinan adanya faktor kontekstual atau mekanisme psikologis lain yang belum tertangkap oleh model.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai *entrepreneurial intention formation* dalam konteks sosial-budaya perbatasan Indonesia, sehingga menambah bukti empiris bahwa efektivitas pendidikan kewirausahaan sebagai katalis psikologis bersifat *context-dependent*. Secara praktis, hasil ini mengisyaratkan perlunya redesain pembelajaran kewirausahaan berbasis pengalaman (*experiential learning*), penguatan *mentoring* dan model *role entrepreneurship*, agar kemandirian dan identitas kewirausahaan dapat terinternalisasi lebih optimal.

Arah penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi mekanisme mediasi dan moderasi baru, misalnya dukungan sosial, jaringan bisnis, *entrepreneurial mindset*, atau literasi keuangan serta menggunakan pendekatan longitudinal agar dinamika pembentukan niat kewirausahaan dapat dipetakan secara lebih kausal.

KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan metodologis dan kontekstual yang menjadi pertimbangan dalam membaca hasil analisis, karena ruang lingkup data, desain penelitian, serta variabel yang digunakan belum sepenuhnya mampu menangkap kompleksitas pembentukan intensi berwirausaha mahasiswa.

Pertama, studi dilakukan pada satu perguruan tinggi Universitas Borneo Tarakan, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan ke populasi mahasiswa pada konteks kelembagaan atau wilayah lain. Kedua, variabel yang dianalisis berfokus pada faktor psikologis internal. Sedangkan faktor eksternal seperti dukungan keluarga, norma sosial, budaya lokal, ekosistem kewirausahaan daerah, maupun akses kebijakan belum dimasukkan dalam model. Ketiga, desain penelitian bersifat cross-sectional sehingga tidak menangkap dinamika perubahan intensi berwirausaha mahasiswa seiring pengalaman belajar, paparan intervensi, atau siklus akademik.

IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis dan akademik. Bagi perguruan tinggi, diperlukan penguatan pendidikan kewirausahaan berbasis pengalaman melalui inkubasi bisnis, pembelajaran berbasis proyek, dan pendampingan oleh praktisi usaha agar peningkatan efikasi diri dan intensi berwirausaha dapat terinternalisasi secara lebih efektif. Bagi pemerintah daerah, penguatan ekosistem kewirausahaan melalui akses pembiayaan, pelatihan terstruktur, regulasi pendukung, dan jejaring pasar menjadi kunci untuk mengonversi intensi mahasiswa menjadi aktivitas kewirausahaan nyata.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel lintas perguruan tinggi dan wilayah, memasukkan variabel eksternal, serta menggunakan pendekatan longitudinal atau *mixed methods* guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika pembentukan intensi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis*. University of Chicago Press.
- Chaplin, J. P. (2011). *Kamus lengkap psikologi* (Edisi terjemahan). Rajawali Press.
- Fajrin, M. (2015). Pengaruh kemandirian terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 10(2), 55–63.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593. <https://doi.org/10.1108/03090590810899838>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor Global Report 2023*. <https://www.gemconsortium.org/report>
- Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some research perspectives on entrepreneurship education. *International Small Business Journal*, 15(3), 56–77. <https://doi.org/10.1177/0266242697153004>
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi kewirausahaan mahasiswa: Studi perbandingan Indonesia, Jepang, dan Norwegia. *Journal of Entrepreneurship Education*, 11(3), 35–48.
- Juwanti, I. (2024). Peran pendidikan kewirausahaan dalam memperkuat niat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan*, 12(1), 45–58.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). *Statistik kewirausahaan Indonesia 2024*.
- Kristianti, F. (2021). Love of money dan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 23(2), 120–135.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Monks, F. J. (2002). *Psikologi perkembangan*. Gadjah Mada University Press.
- Nurul Ilmi, H. (2015). Lingkungan sosial sebagai moderator pengaruh kemandirian terhadap minat berwirausaha. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 19(1), 77–84.

- Oyserman, D. (2009). Identity-based motivation: Implications for action-readiness, procedural-readiness, and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 19(3), 250–260. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2009.05.008>
- Rahmadhaniyanti, R. (2020). Faktor internal dan niat kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Pendidikan*, 8(2), 112–121.
- Raihandra, A., & Yaya, R. (2025). Pengaruh love of money terhadap keputusan berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 14(1), 33–48.
- Sadida, F., & Rahmat, A. (2019). Aspirasi identitas dan minat berwirausaha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 115–126.
- Saragih, E. (2020). Pengaruh kemandirian terhadap niat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Pendidikan*, 7(1), 99–108.
- Setiabudhi, M. S., & Layalin, R. (2021). Efikasi diri dan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 6(4), 233–244.
- Sloan, P. (2002). Love of money scale. In A. Furnham & M. Argyle (Eds.), *The psychology of money* (pp. 110–133). Routledge.
- Sucipto, D., Putri, N., & Maulana, I. (2022). Determinan intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 19(3), 201–211.
- Tang, T. L. P., & Chiu, R. K. (2003). Income, money ethic, pay satisfaction, commitment, and unethical behavior. *Journal of Business Ethics*, 46(1), 13–30. <https://doi.org/10.1023/A:1024774317366>
- Tang, T. L. P., Chen, Y., & Sutarso, T. (2008). Bad apples, bad barrels, and bad cellars. *Journal of Business Ethics*, 82(3), 755–770. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9586-1>