

**THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA
SELAMA PANDEMI COVID-19**

**THEORY OF PLANNED BEHAVIOR ON ENTREPRENEURSHIP
INTENTION DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

¹Mochamad Malik Akbar Rohandi dan ²Elvira Azis

¹Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1, Tamansari, Kota Bandung, Jawa Barat 40116.

²Telkom University, Jl. Telekomunikasi No. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima : 28 Januari 2022

Diperbaiki : 03 Maret 2022

Disetujui : 26 Maret 2022

Tersedia Daring :

Keywords:

Theory of Planned Behavior; Attitudes; Behavior; Subjective Norms; Perceived Behavior Control; Intentions of Entrepreneurship

Kata Kunci:

Theory of Planned Behavior; sikap; perilaku; norma subjektif; kontrol perilaku; niat berwirausaha

DOI:

<https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9713>

ISSN-P: 1829-8680

ISSN-E: 2599-0039

Untuk mengutip dokumen ini:

Rohandi, M.M.A., & Aziz, E. (2022). Theory Of Planned Behavior Terhadap Niat Berwirausaha Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (Performa)*, 19(01), 01–09.

ABSTRACT

Economic growth during the COVID-19 pandemic is very important to be able to start thinking about the future. Generation Y is an age group that has enormous potential and entrepreneurial opportunities to help revive the economy. This study aims to determine the influence of attitudes on behavior, subjective norms, and behavioral control on entrepreneurial intentions in generation Y society by using the theory of planned behavior approach. The method used in this study uses quantitative methods, multiple regression analysis, t-test, and F-test. The total sample used was 400 respondents from generation Y in Bandung. The results of this study indicate that attitudes towards behavior, subjective norms, and behavioral control affect entrepreneurial intentions. Belief in support from parents, friends, or relatives is considered very important in helping generation Y people get better confidence for entrepreneurship.

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi selama pandemi Covid-19 merupakan hal yang sangat penting untuk dapat memulai berpikir mengenai masa depan; generasi Y merupakan kelompok usia yang memiliki potensi dan peluang wirausaha yang sangat besar untuk membantu membangkitkan ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh sikap terhadap perilaku; norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap niat berwirausaha pada masyarakat generasi Y dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif; analisis regresi berganda; uji t dan uji F. Total sampel yang digunakan berjumlah 400 responden dari generasi Y di Kota Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku; norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap niat berwirausaha; keyakinan terhadap dukungan baik itu dari orang tua; teman; atau saudara dianggap sangat penting dalam membantu masyarakat generasi Y untuk mendapatkan kepercayaan diri yang lebih baik untuk berwirausaha.

* Email : moch.malik@gmail.com.

PENDAHULUAN

Seluruh dunia dikejutkan dengan mewabahnya Virus Corona (Covid-19) yang menimbulkan kepanikan dimana-mana pada awal tahun 2020, virus ini menginfeksi ratusan ribu manusia di seluruh dunia dan menyebabkan ribuan manusia meninggal. (Marganingsih dan Pelipa, 2020).

Menurunnya pendapatan perusahaan mengakibatkan banyak orang terdampak dari pandemi ini dimana sebagian besar kehilangan pekerjaannya, berubahnya sistem pendidikan menjadi pembelajaran jarak jauh menjadi suatu persoalan baru yang dihadapi masyarakat yang belum pernah terjadi sebelumnya. Salah satu upaya dalam menumbuhkan kesadaran untuk bertahan ditengah suasana pandemi ini salah satunya adalah dengan menumbuhkan jiwa berwirausaha bagi masyarakat (Setianti dkk., 2020).

Kerugian yang terjadi akibat dampak pandemik covid-19 ini bisa menjadi peluang juga untuk mendapatkan keuntungan. Pilihan pertama masyarakat dalam memulai suatu usaha ini bergerak dalam usaha makanan, produk kecantikan, barang bekas layak pakai dan berkreasi membuat masker kain serta kebutuhan lainnya yang diperlukan selama masa pandemi (Hafizh, 2020).

Generasi Millennial saat ini menjadi kelompok usia dengan potensi wirausaha sangat besar. Kehadiran Generasi ini mendominasi beberapa hal diantaranya, gaya hidup, tren, cara menangani keuangan, karier dan kegiatan kewirausahaan mereka. generasi ini lebih siap untuk siap melawan risiko, dan hal ini sangat bermanfaat bagi ekosistem *startup* (Roy, 2019).

Karakter unik yang dimiliki generasi ini memiliki suatu ciri khas yang unik karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, sehingga mereka lebih cenderung untuk mudah beradaptasi dan berkomunikasi dengan berbagai media dan teknologi digital. Dengan kemampuannya tersebut menjadikan generasi ini lebih kreatif, informatif, produktif dan memiliki *passion* dalam memanfaatkan segala hal yang menyentuh teknologi, bila dibandingkan dengan generasi sebelumnya yang cenderung lebih lambat untuk beradaptasi dengan sentuhan teknologi (Budiati, 2018). Generasi yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000 ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan (BPS, 2018).

Berdasarkan data bandungkota.bps.go.id tahun 2020, menyatakan bahwa aktivitas kawula muda maupun komunitas di kota Bandung banyak menghasilkan produk kreatif, mulai dari pakaian, kuliner, musik, seni dan sebagainya. Kaum milenial memiliki potensi yang luar biasa sehingga perlu upaya untuk mengendalikan potensi tersebut dengan cara memberi ruang khusus untuk memastikan bahwa mereka dapat menyalurkan potensinya secara positif (ayobandung.com, 2019). Berdasarkan data BPS tahun 2020, dinyatakan ada sebanyak 843,750 masyarakat di Kota Bandung yang bergolongan generasi Y atau berusia 21-40 tahun.

Teori perilaku yang direncanakan menyoroiti niat sebagai factor utama yang dapat memotivasi perilaku manusia, hal ini ditentukan oleh tiga unsur kunci utama yaitu keterkaitan antara sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan control perilaku yang dirasakan. Hal tersebut juga ditunjang oleh teori yang mengemukakan bahwa niat merupakan factor penting dalam menentukan karakter dan motivasi orang dalam suatu kegiatan berwirausaha (Anggadwita et al., 2017).

Ajzen (2012) mengemukakan bahwa niat atau keinginan seseorang terhadap suatu perilaku tertentu dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioural control*) hal ini diungkapkan dalam suatu *Theory of Planned Behavior* (TPB). TPB juga didasarkan atas pendekatannya terhadap keyakinan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Krueger (1993) Konsistensi dari TPB, menunjukkan bahwa TPB tidak hanya untuk memprediksi niat kewirausahaan tetapi juga untuk menumbuhkan niat sebagai pengusaha.

Dalam penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat generasi Y selama masa pandemi covid-19 untuk berwirausaha

LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Kuratko (2016) mengungkapkan kewirausahaan merupakan proses dinamis untuk menciptakan kekayaan tambahan. Sementara menurut Hastuti (2020), kewirausahaan dalam rangka meningkatkan

pendapatan dalam kegiatan usahanya menuntut untuk memiliki sikap mental dan jiwa yang aktif kreatif, berkarya, bersahaja dan selalu berusaha. Oleh karena itu dalam berwirausaha akan menuntut individu menanggung risiko besar kesetaraan, waktu dan atau komitmen karir dalam memberikan value bagi orang, produk atau layanan.

Kewirausahaan memiliki karakteristik (Purwana dan Wibowo, 2017) sebagai berikut bertanggung jawab, risiko yang diperhitungkan, yakin atas kemampuan yang dimiliki, keinginan memperbaiki diri, berorientasi pada masa depan, terampil berorganisasi, rajin, bekerja keras, disiplin dan jujur.

Theory of Planned Behavior

Keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu dapat dikatakan sebagai teori dalam merencanakan suatu Tindakan. Teori ini digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku dalam kewirausahaan (Ajzen, 2012). Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang menjelaskan bahwa niat atau keinginan seseorang dibentuk oleh dua faktor yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif. Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa niat merupakan variable antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap ataupun variable lainnya.

Untuk menumbuhkan sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku dengan intensi sebagai mediator pengaruh berbagai faktor motivasi yang berdampak pada suatu perilaku, sebuah perilaku dengan keterlibatan tinggi membutuhkan keyakinan dan evaluasi. Keputusan berwirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan tinggi (*high participation*), karena dalam mengambil keputusan akan melibatkan faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, pembelajaran (sikap) dan faktor eksternal seperti keluarga (norma subyektif). Suatu kondisi dimana seseorang percaya tindakan itu sulit atau mudah untuk dilakukan dengan memahami berbagai risiko yang dihadapi merupakan suatu bentuk kontrol dari perilaku yang dirasakan (*self efficacy*) (Ajzen, 2012).

Keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku, atau secara singkat disebut keyakinan-keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*), ditentukan oleh sikap terhadap perilaku ini (Ajzen, 2012). Norma subjektif adalah persepsi individu yang dirasakan dari tekanan sosial orang-orang di sekitarnya yang berpengaruh dalam kehidupannya (Doanh dan Bernat, 2019). Persepsi kontrol perilaku ditentukan oleh keyakinan individu mengenai ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang mendorong atau menghambat perilaku yang akan diprediksi serta besarnya sumber daya dalam mewujudkan perilaku tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat merupakan prediktor yang paling dari suatu perilaku, hal ini telah dibuktikan baik secara empiris maupun teoritis bahwa niat merupakan keadaan pikiran untuk dapat mengarahkan perhatian seseorang ke arah tujuan tertentu atau cara untuk mencapainya. Niat ini dapat dikatakan juga sebagai komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan suatu tindakan (Anggadwita dan Dhewanto, 2016) (Ajzen, 2012) (Ambad dan Damid, 2016) (Farida dan Mahmud, 2014) (Burhanudin, 2015)(Cruz, Suprpti dan Yasa, 2015).

Hasil penelitian Tsordia dan Papadimitriou (2015) menyatakan bahwa beberapa TPB berpengaruh secara simultan terhadap niat atau keinginan berwirausaha. selain itu *Perceived Behavior Control* (PBC) secara signifikan dipengaruhi oleh lingkungan persaingan daripada dukungan pemerintah; sedangkan dukungan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap PBC, namun secara signifikan mempengaruhi lingkungan persaingan (Anggadwita dan Dhewanto, 2016).

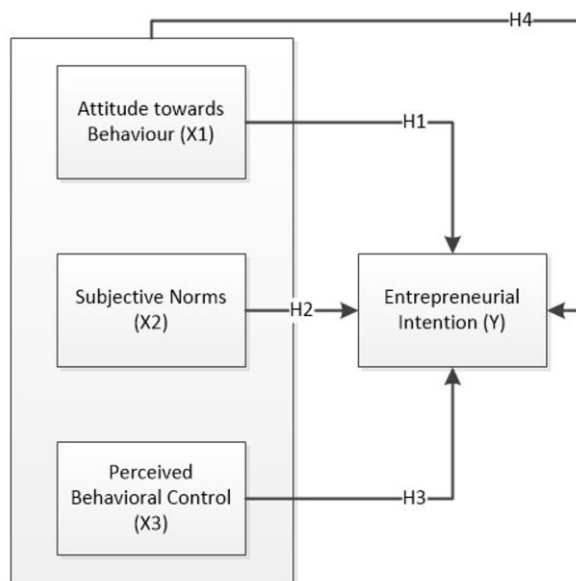
Hasil studi yang dilakukan di vietnam terhadap para mahasiswa (Doanh dan Bernat, 2019) memperlihatkan norma subjektif tidak berpengaruh langsung terhadap niat berwirausaha tetapi secara tidak langsung berpengaruh kuat terhadap niat berwirausaha melalui *self-efficacy* kewirausahaan, sikap terhadap kewirausahaan dan kontrol perilaku yang dirasakan. Selain itu, hubungan antara *self efficacy* dan niat berwirausaha dimediasi oleh sikap terhadap kewirausahaan dan kontrol perilaku yang dirasakan, sikap terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh paling kuat terhadap niat berwirausaha di kalangan mahasiswa diikuti oleh *self efficacy* kewirausahaan. sementara di negara India (Srivastava dan Misra, 2017) teori perilaku terencana yang diterapkan pada niat berwirausaha telah terbukti benar dalam konteks wanita muda di India.

Hipotesis

Sujarweni (2017) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat, hipotesis yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu:

- H1 : Terdapat pengaruh antara *attitude toward behavior* terhadap niat masyarakat generasi Y selama masa pandemi covid-19 untuk berwirausaha.
- H2 : Terdapat pengaruh antara *subjective norms* terhadap niat masyarakat generasi Y selama masa pandemi covid-19 untuk berwirausaha.
- H3 : Terdapat pengaruh antara *perceived behavioral control* terhadap niat masyarakat generasi Y selama masa pandemi covid-19 untuk berwirausaha.
- H4 : Terdapat pengaruh antara *attitude toward behavior, subjective norms dan perceived behavioral control* terhadap niat masyarakat generasi Y selama masa pandemi covid-19 untuk berwirausaha secara simultan.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

METODE

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai alat untuk melakukan pengumpulan data, hal bertujuan untuk memperlihatkan efek kausalitas yang dapat di generalisasi. Populasi penelitian ini berjumlah 843,750 masyarakat di Kota Bandung generasi Y atau berusia 21-40 tahun berdasarkan bandungkota.bps.go.id tahun 2020, pengambilan sample menggunakan teknik *purposive sampling* (Indrawati, 2015) dengan menggunakan perhitungan slovin dengan tingkat error sebesar 5% sehingga didapatkan jumlah sampel minimum sebesar 400 responden.

Pengujian validitas akan melakukan pendekatan dengan menggunakan *Pearson Product Moment* dan uji Reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha cronbach*. Analisis data dari hasil pengumpulan data menggunakan analisis uji korelasi, regresi berganda dan pengujian hipotesisnya menggunakan uji t untuk tiap variabel secara parsial dan uji F untuk uji setiap variable secara simultan dengan bantuan alat perhitungan statistik *software SPSS 25*.

HASIL

Responden sebesar 400 orang dihitung dengan metode slovin memberikan suatu bahasan yang diperoleh berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar.

Demografi

Karakteristik responden pada penelitian terdiri dari 53% laki-laki yang mengindikasikan bahwa laki-laki memiliki peran besar dalam berwirausaha dikarenakan memiliki tanggung jawab besar sebagai kepala rumah tangga dimasa yang akan datang, berada di rentang usia 20-25 tahun, telah menempuh pendidikan Sarjana dan belum menikah.

Analisis Deskriptif

Pada kuesioner pernyataan yang ditampilkan terkait sikap terhadap perilaku, terdapat 7 sub variabel yaitu sikap terhadap otonomi, sikap terhadap risiko, sikap terhadap beban kerja, sikap terhadap pendapatan, sikap terhadap prestasi (pencapaian), sikap terhadap perubahan dan sikap terhadap tantangan. pernyataan “Dengan menjadi wirausaha di masa pandemi covid-19 saat ini, saya tertantang untuk menjadi lebih sukses” (12) memperoleh persentase tertinggi dengan nilai 91,93% di antara pernyataan yang lain dan masuk ke dalam kategori sangat kuat. Rata-rata skor untuk variabel sikap terhadap perilaku adalah sebesar 1352,5 atau dengan persentase 84,53%. Hal ini menunjukkan tanggapan responden untuk Sikap Terhadap Perilaku secara keseluruhan termasuk dalam kategori sangat kuat. masyarakat generasi Y di Kota Bandung melakukan evaluasi terhadap dirinya, yang ternyata niat menjadi wirausaha didasarkan atas suatu sikap yang dimilikinya

Kuesioner pernyataan yang ditampilkan terkait norma subjektif, terdapat 4 sub variabel yaitu budaya, keluarga, kerabat dan teman. pernyataan “Keluarga saya mendukung untuk memanfaatkan peluang usaha di saat masa pandemi covid-19 ini.” (15) memperoleh persentase tertinggi di antara yang lain yaitu sebesar 86,25% dan masuk ke dalam kategori sangat kuat. Rata-rata skor untuk variabel norma subjektif adalah sebesar 1110,2 atau dengan persentase 69,38%. Hal ini menunjukkan tanggapan responden untuk Norma Subjektif secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Faktor sosial mempengaruhi masyarakat generasi Y di Kota Bandung untuk berwirausaha adalah karena adanya dukungan dari orang tua, keluarga besar dan teman-teman di sekitarnya, membuat masyarakat generasi Y di Kota Bandung menjadi lebih termotivasi untuk menjadi wirausaha.

Kuesioner mengenai terkait perilaku yang dirasakan, terdapat 3 sub variabel yaitu inovatif, *locus of control*, efikasi diri. pernyataan “Saya tidak akan membuka usaha jika hal tersebut tidak saya yakini.” (21) memperoleh persentase tertinggi yaitu sebesar 85,68% dan masuk ke dalam kategori sangat kuat. Rata-rata skor untuk variabel norma subjektif adalah sebesar 1335,8 atau dengan persentase 83,48%. Hal ini menunjukkan tanggapan responden untuk perilaku yang dirasakan secara keseluruhan termasuk dalam kategori sangat kuat. Pendorong masyarakat generasi Y di Kota Bandung dalam niatnya menjadi wirausaha karena merasa percaya diri dan yakin untuk mengelola sebuah usaha, memiliki kemampuan perancangan bisnis dan membuat produk kreatif.

Hasil kuesioner terkait niat berwirausaha, terdapat 5 sub variabel yaitu keinginan, keseimbangan, kebutuhan ekonomi, rencana, harapan perilaku. indikator “Saya ingin menciptakan lapangan pekerjaan untuk orang lain yang terdampak pandemi covid-19.” (5) memperoleh persentase tertinggi yaitu sebesar 91,2% dan masuk ke dalam kategori sangat kuat. Skor rata-rata untuk variabel niat berwirausaha adalah sebesar 1377,6 atau dengan persentase 86,1% yang menunjukkan tanggapan responden bahwa niat berwirausaha secara keseluruhan termasuk dalam kategori sangat kuat. Berdasarkan hal tersebut diperoleh gambaran mengenai minat berwirausaha masyarakat generasi Y di Kota Bandung bahwa mereka lebih tertarik menjadi wirausaha daripada bekerja pada orang lain.

Uji Hipotesis

Hasil pengujian uji asumsi klasik memperlihatkan bahwa penelitian ini memiliki nilai normalitas dengan pendekatan kolmogorov smirnov memperlihatkan bahwa nilai Asymp. Sig. 2-tailed sebesar 0,200, menurut Priyatno (2014:78) data dikatakan normal apabila nilai signifikansi Asymp Sig 2-tailed lebih dari 0,05, maka data berdistribusi normal, hasil uji multikolinearitas dengan nilai VIF variabel Sikap Terhadap Perilaku (X1) sebesar $1,592 < 4$ dan tolerance $0,628 > 0,20$, nilai VIF variabel Norma Subjektif (X2) sebesar $1,006 < 4$ dan tolerance $0,994 > 0,20$, nilai VIF variabel Kontrol Perilaku yang Dirasakan (X3) sebesar $1,590 < 4$ dan tolerance $0,629 > 0,20$, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas dan hasil uji heterokedastisitas diketahui bahwa nilai sig pada variabel sikap terhadap perilaku (X1) sebesar $0,095 > 0,05$, nilai sig pada variabel norma subjektif (X2) sebesar $0,293 > 0,05$ dan nilai sig pada variabel kontrol perilaku yang dirasakan (X3) sebesar $0,491 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 ^a	.294	.288	1.36101

- a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Attitude Toward Behavior
 b. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention

Berdasarkan pada tabel diatas diperoleh data R² adalah 0,288 atau 28,8%. Hal ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha dapat dijelaskan berpengaruh sebesar 28,8% oleh variabel independen yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sedangkan 71,2% variasi niat berwirausaha dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel independen yang diteliti dalam penelitian ini.

Mengenai koefisien atau nilai R yaitu sebesar 0,542 menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara variabel bebas (X) yaitu Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan dengan variabel terikat (Y) Niat Berwirausaha memiliki tingkat hubungan yang sedang.

Tabel 2. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.975	.946		7.370	.000
	Attitude Toward Behavior	.149	.021	.384	7.204	.000
	Subjective Norms	.105	.047	.095	2.237	.026
	Perceived Behavioral Control	.165	.043	.202	3.801	.000

a. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention

Hasil uji perhitungan dengan menggunakan regresi linier berganda yang terlihat pada tabel diatas dengan memperlihatkan bahwa nilai sig < 0,05 yang memberikan arti bahwa variabel-variabel tersebut benar merupakan model regresi linier yang menghasilkan suatu persamaan berikut:

$$Y = 6,975 + 0,149X_1 + 0,105X_2 + 0,165X_3$$

Keterangan:

Y = Niat Berwirausaha, X₁ = Sikap Terhadap Perilaku, X₂ = Norma Subjektif dan X₃ = Kontrol Perilaku yang Dirasakan

Uji t digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis secara parsial memperlihatkan bahwa Sikap Terhadap Perilaku memiliki nilai *t hitung* lebih besar dibandingkan dengan nilai *t tabel* (7,204 > 1,965) dan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Sikap Terhadap Perilaku terhadap Niat Berwirausaha.

Norma Subjektif memiliki nilai *t hitung* lebih besar dibandingkan dengan nilai *t tabel* (2,237 > 1,965) dan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 (0,026 < 0,05), hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Norma Subjektif terhadap Niat Berwirausaha.

Pada penelitian ini dibuktikan dengan hasil Kontrol Perilaku yang Dirasakan memiliki nilai *t hitung* lebih besar dibandingkan dengan nilai *t tabel* (3,801 > 1,965) dan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05). Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan

terdapat pengaruh yang signifikan antara Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap Niat Berwirausaha.

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.111	3	101.704	54.905	.000 ^b
	Residual	733.529	396	1.852		
	Total	1.038.640	399			

a. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention

b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, Subjective Norms, Attitude Toward Behavior

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat. Hasil uji F pada penelitian menunjukkan *F hitung* lebih besar dibandingkan dengan nilai *F tabel* ($54,905 > 3,01$) dan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang dirasakan terhadap variabel terikat Niat Berwirausaha.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Theory of Planned Behavior* Terhadap Niat Berwirausaha Masyarakat Generasi Y di Kota Bandung di masa pandemi covid-19. Model Penelitian mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Tsordia dan Papadimitriou (2017), dengan menggunakan variabel independen yang terdiri dari Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan sementara variabel dependennya yaitu Niat Berwirausaha.

Berdasarkan hasil uji t memperlihatkan bahwa nilai sig norma subjektif, berada di bawah 0,05, hal ini juga sesuai dengan penelitian Tsordia dan Papadimitriou (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara norma subjektif terhadap niat berwirausaha. Orang-orang di sekitar kita dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil suatu tindakan dalam berwirausaha dan hal ini dapat mengakibatkan suatu efek positif mendorong atau negatif berupa merusak keyakinan pada diri wirausaha.

Penelitian Tsordia dan Papadimitriou (2017) menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat berwirausaha sesuai dengan hasil penelitian ini yang memberikan gambaran bahwa semakin kuat keyakinan terhadap tersedianya sumber daya dan kesempatan yang dimiliki individu berkaitan dengan perilaku tertentu dan semakin besar peranan sumber daya tersebut maka semakin kuat persepsi kontrol individu terhadap perilaku tersebut, hal ini tentu menyangkut pada niat seseorang untuk melakukan berwirausaha.

Uji Simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat berwirausaha, berdasarkan tabel hasil uji F pada penelitian ini didapatkan nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Sikap Terhadap Perilaku, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku yang Dirasakan terhadap variabel terikat yaitu Niat Berwirausaha, hal ini berbeda dengan hasil dari tsordia dan papadimitriou (2017) dimana di negara Yunani menggambarkan bahwa opini orang-orang terdekat memiliki pengaruh yang kecil terhadap kegiatan berwirausaha.

Temuan ini tentu menjadi bertolak belakang bila kita melihat penelitian ini yang dilakukan secara simultan pada keseluruhan variabel yang diujikan, salah satu hal menjadi temuan menarik disini adalah fakta bahwa kewirausahaan tidak tertanam dengan baik dalam budaya dan mentalitas Yunani (Piperopoulos, 2012), sementara di Indonesia tepatnya di kota Bandung hal ini menggambarkan bahwa niat seseorang untuk dapat berwirausaha dipengaruhi oleh faktor sikap, perilaku, lingkungan serta keluarga terdekatnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian yang dilakukan di Kota Bandung dengan objek utama adalah generasi Y, bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap niat berwirausaha masyarakat selama masa pandemic covid 19. Penulis menggunakan sampel sebesar 400 responden dari keseluruhan populasi dan melakukan pengolahan data, pengujian hipotesis t dan F, dan analisis data dari hasil survey yang dilakukan. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Dari Hasil analisis deskriptif yang dilakukan menggambarkan bahwa tanggapan responden berada pada kategori sangat kuat terhadap variabel sikap terhadap perilaku, tanggapan responden berada pada kategori sedang terhadap variabel norma subjektif, tanggapan responden berada pada kategori sangat kuat terhadap variabel kontrol perilaku yang dirasakan dan tanggapan responden berada pada kategori sangat kuat terhadap variabel niat berwirausaha.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan terhadap seluruh variabel maka didapatkan bahwa variabel sikap terhadap perilaku berpengaruh secara parsial terhadap niat berwirausaha, variabel norma subjektif berpengaruh secara parsial terhadap niat berwirausaha dan variabel kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh secara parsial terhadap niat berwirausaha generasi Y di Kota Bandung.

Hasil uji F menggambarkan variabel TPB berpengaruh secara simultan terhadap niat berwirausaha pada generasi Y di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen; I. (2012). Theory of Planned Behavior. Handbook of Theories of Social Psychology Vol. 1, pp. 438-459.
- Anggadwita; G., dan Dhewanto; W. (2016). Women's entrepreneurial intentions in micro and small enterprises (MSEs) in Indonesia: The influence of environmental factors on perceived behavioral control. *Journal of Administrative and Business Studies*, 1(1): 1-7.
- Ambad; SNZ dan Damid; DHD. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Malaysia. *Procedia Economics and Finance* 37. 108-114.
- Badan Pusat Statistik (2018). Profil Generasi Milenial Indonesia.
- Budiati; I. dkk. (2018). Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Burhanudin. (2015). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Pada Intensi Mahasiswa untuk Berwirausaha. *Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi Juni Vol. 6, No 1*, 60-72.
- Cruz; L., Suprapti; NW. dan Kerti; NN. (2015). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 4.12, 895-920.
- Doanh; DC dan Bernat; T. (2019). Entrepreneurial self-efficacy and intention among Vietnamese students: a meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Procedia Computer Science* 159 447-2460
- Farida; I. dan Mahmud. (2014). Pengaruh Theory Planned Of Behavior Yang Berdampak Pada Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *3rd Economics&Business Research Festival* 13.
- Hafizh; MN. (2019). Oded: Potensi Milenial Kota Bandung Luar Biasa. *AyoBandung*:<https://ayobandung.com/read/2019/04/23/50509/oded-potensi-milenial-kota-bandung-luar-biasa>
- Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis "Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi". Bandung: Refika Aditama.
- Marganingsih; A. dan Pelipa; ED. (2020). Analisis Praktik Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STIKP Persada Khatulistiwa Sintang Pada Masa Pandemi Covid-19. *JURKAMI Volume 5, no 2*
- Piperopoulos; P. (2012), "Could higher education programmes, culture and structure stifle the entrepreneurial intentions of students?", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.

19, No. 3, pp. 461–483. <http://dx.doi.org/10.1108/14626001211250162>

Priyatno; D. (2014). SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Purwana; dan Wibowo; A. (2017). Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Setianti; Y, Subekti; P, Permana; RSM, Budiana; HR. (2020). Komunikasi Pendidikan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Di Wilayah Tinggal Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmu Komunikasi Acta Diurna Jilid 16

Roy; M. (2019). The Entrepreneurial Spirit of Millennials. Entrepreneurial. India :<https://www.entrepreneur.com/article/326724>

Srivastava; S. dan Misra; R. (2017). Exploring antecedents of entrepreneurial intentions of young women in India. Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies Vol. 9 No. 2, pp. 181-206

Sujarweni; VW. (2015). Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tsordia; C. dan Papadimitriou; D. (2015). The Role of Theory of Planned Behavior on Entrepreneurial Intention of Greek Business Students. Journal of Synergy and Research vol. 4, No. 1, 23–37.