

**DAMPAK ANTESEDEN TEORI PERILAKU TERENCANA
DAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP NIAT
CROWDFUNDING YANG DIMEDIASI OLEH NIAT
KEWIRAUSAHAAN**

Bayu Bisma Dewantara¹⁾, Sabrina O. Sihombing^{2*)}

^{1,2)}Faculty of Economics and Business, Pelita Harapan University, Tangerang Indonesia

e-mail: bd70357@student.uph.edu

e-mail: sabrina.sihombing@uph.edu*

ABSTRAK

Crowdfunding telah mengalami pertumbuhan yang mengesankan dalam beberapa tahun terakhir dengan berkembangnya internet dan teknologi informasi yang dapat meningkatkan partisipan untuk mendanai proyek kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Mahasiswa dalam niat *crowdfunding* dengan menggunakan pendekatan konsep Planned Behavior Theory. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 254 Mahasiswa/i yang dikumpulkan dengan metode *sampling purposive*. Harapan untuk penelitian lebih lanjut adalah mengambil langkah-langkah untuk mengoptimalkan faktor-faktor tersebut dalam meningkatkan partisipasi Mahasiswa/i dalam niat kewirausahaan sebagai bentuk pendalaman terkait niat *crowdfunding* itu sendiri. Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan alat analisis SmartPLS versi 3.0. penelitian ini diharapkan mampu memberikan studi empiris dan implikasi terkait mendorong Mahasiswa/i untuk membangun niat dalam *crowdfunding* di Indonesia.

Kata kunci: Sikap kewirausahaan, norma sosial, kontrol perilaku yang dirasakan, Pendidikan kewirausahaan, kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding*, niat kewirausahaan, dan niat *crowdfunding*.

1. PENDAHULUAN

Lingkungan kewirausahaan yang sesuai sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, serta inovasi dan lapangan kerja (Baber, 2022). Semua aspek tersebut masih menjadi masalah krusial yang dialami di negara Indonesia, meskipun negara Indonesia merupakan negara besar yang dapat dilihat dari segi jumlah penduduk, luas negara, sumber daya alam, dan berbagai macam budaya (Khamimah, 2021). Pada saat ini, Indonesia masih berjuang untuk menyelesaikan masalah tersebut (Prayoga *et al.*, 2021).

Kementerian Koperasi dan UKM, Teten Masduki dalam Azzura (2022), menyampaikan bahwa menurutnya untuk memperbaiki ekonomi bisnis di Tanah Air, diperlukannya suatu upaya investasi yang menarik sehingga akan meningkatkan minat Mahasiswa/i terhadap kewirausahaan di Indonesia. Peningkatan investasi tentunya akan berdampak pada meningkatnya jumlah lapangan

pekerjaan di Indonesia. Deputi Bidang Kewirausahaan Kementerian Koperasi dan UKM, Siti Azizah. Menyatakan bahwa agar negara Indonesia dapat meningkatkan posisinya dalam *Global Entrepreneurship Index* (GEI), dengan cara mempelajari bagaimana negara-negara lain menumbuhkan jumlah *entrepreneur* mereka.

Jurnal ini menganalisis terhadap faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Mahasiswa dalam niat *crowdfunding* dengan menggunakan pendekatan konsep *Planned Behavior Theory*. Harapan untuk penelitian lebih lanjut adalah untuk mengambil langkah-langkah pengoptimalan faktor-faktor tersebut dalam meningkatkan partisipasi Mahasiswa/i dalam niat kewirausahaan sebagai bentuk pendalaman terkait niat *crowdfunding* itu sendiri. Niat kewirausahaan yang dapat mempengaruhi dalam niat *crowdfunding* yang diharapkan mampu memberikan studi empiris dan implikasi terkait mendorong Mahasiswa/i untuk membangun niat dalam *crowdfunding* di Indonesia. Kurangnya modal adalah salah satu yang utama penyebab yang menghalangi Mahasiswa/i untuk melakukan suatu bisnis (Aragon-Sanchez *et al.*, 2017). Menurut (Buysere *et al.*, 2012) menyatakan bahwa *crowdfunding* berbasis ekuitas muncul sebagai cara baru untuk mengumpulkan dana untuk bisnis dan *start-up* tetapi risiko yang terkait lebih atau kurang.

Dengan digunakan ide-ide inovatif dari jaringan individu yang tersebar melalui *crowdsourcing*, yang mencakup (Gerber *et al.*, 2012). *Crowdfunding* telah menjadi saluran populer bagi individu dan usaha untuk meningkatkan uang dari publik di platform online melalui Internet. Dibandingkan dengan *financing* dari institusi tradisional, seperti bank komersial dan modal ventura. *Crowdfunding* adalah inovasi keuangan substansial yang menyediakan lebih banyak peluang untuk penggalangan dana kewirausahaan dan proyek (terutama untuk perusahaan rintisan inovatif) tanpa perantara keuangan standar (Munim *et al.*, 2020).

Platform *crowdfunding* yang didukung internet memainkan peran sistem tepercaya umum dan mendorong penggalangan dana (pencipta atau juru kampanye) dan penyandang dana (pendukung atau pendukung) untuk bergabung dalam aliansi yang memfasilitasi interaksi antara mereka (Munim *et al.*, 2020)

2. TINJAUAN LITERATUR

2.1 Kewirausahaan

Menurut Azmy dan Diandra (2020), Kewirausahaan adalah proses yang dimulai dengan pembentukan usaha baru dengan menggunakan konsep atau penemuan yang dapat menambah nilai sosial dan menciptakan lapangan kerja yang memacu pertumbuhan ekonomi. Terdapat dua kategori kewirausahaan, menurut penelitian Barot (2015). pertama adalah kewirausahaan berbasis peluang, di mana seorang wirausahawan memilih untuk membangun perusahaan sebagai panggilan karena ia melihat prospek untuk pertumbuhan. Kedua adalah berbasis kebutuhan, yang menjelaskan mengapa pemilik bisnis pemula memiliki sedikit pilihan selain menjadi wiraswasta untuk menghidupi diri mereka sendiri.

Studi oleh D'Amboise dan Muldowney (1988) dan Chell *et al.*, (1991, dalam Salamzadeh *et al.*, (2014), menunjukkan bahwa pengusaha oportunistik umumnya toleran. Akibatnya, keterbukaan pikiran adalah salah satu kualitas yang harus dimiliki seorang wirausahawan, terutama bagi perusahaan baru. Seorang wirausahawan perlu memiliki empat sifat. Sifat pertama seorang wirausahawan haruslah kemauan untuk mengambil risiko, karena ini adalah aspek mendasar dari kewirausahaan dan terkait dengan tujuannya. Dalam hal ini, definisi awal kesediaan kewirausahaan

adalah untuk mengambil risiko terkait bisnis yang diperhitungkan adalah komponen kunci dari definisi dasar kewirausahaan.

Kedua, pemilik bisnis harus fleksibel. Menurut Salamzadeh *et al.*, (2014), pemikiran terbuka harus dicantumkan di antara kualitas seorang wirausahawan karena sangat penting bagi manajer bisnis kecil saat membuat keputusan. Mengambil tantangan adalah karakteristik ketiga. Salah satu hambatan terbesar untuk memulai bisnis telah disorot berkali-kali sebagai ketakutan akan kegagalan (Salamzadeh *et al.*, 2014). Akibatnya, pemilik usaha yang memiliki sifat berani akan memulai usahanya dengan mengambil kesempatan untuk memperbaiki keadaannya saat ini (Salamzadeh *et al.*, 2014).

Dalam karakteristik terakhir adalah visioner. Agar berhasil menjalankan bisnisnya, seorang wirausahawan perlu memiliki visi. Visi ini bisa untuk jangka pendek, menengah, atau panjang, tetapi pada akhirnya semua visi dimaksudkan untuk membantu pengusaha dalam memperluas perusahaannya. Menurut Dornelas (2007 dalam Salamzadeh *et al.*, 2014), wirausahawan visioner memiliki sifat kepribadian wirausaha yang berbeda yang memungkinkan mereka untuk memiliki visi yang jelas tentang bagaimana bisnis mereka akan beroperasi, termasuk setiap detail dan hasil yang akan dihasilkannya (Salamzadeh *et al.*, 2014).

2.2 Niat Kewirausahaan

Niat merupakan kondisi psikologis yang mendorong untuk mengejar tujuan atau melaksanakan rencana tindakan mereka (Mandongwe & Jaravaza, 2020). Menurut Tu *et al.*, (2021) Niat adalah indikator yang dapat dipercaya dari cerminan seseorang untuk melakukan suatu perilaku karena mereka mencerminkan unsur-unsur motivasi yang mempengaruhi perilaku tersebut.

Kewirausahaan menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan oleh karena itu, niat untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan merupakan titik eksplorasi yang penting (Pradhan *et al.*, 2020). Sedangkan menurut Do dan Dadvari (2017), niat wirausaha adalah keadaan pikiran individu yang mengarahkan perhatian dan pengalaman pribadi mereka pada perilaku kewirausahaan yang direncanakan

Niat wirausaha dapat berkembang jika seseorang yakin bahwa dia mampu menerapkan perilaku target yang membantu menjelaskan dan memperkirakan kewirausahaan (Omored, 2014). Untuk menumbuhkan dalam perkembangan pola pikir wirausaha di kalangan Mahasiswa/i, maka diperlukan pendidikan kewirausahaan yang baik, hal ini bisa menjadi pendorong utama untuk mempengaruhi Mahasiswa/i untuk memilih kewirausahaan sebagai karir (Li *et al.*, 2019).

2.3 Kondisi yang Memfasilitasi *Crowdfunding*

Pengusaha perlu memahami metode dan cara untuk mendapatkan pendanaan itu adalah salah satu dasar penelitian kewirausahaan (Short *et al.*, 2009). Menurut Giones *et al.*, (2020) bahwa platform *crowdfunding* membantu pengusaha untuk berkembang dalam mengumpulkan dana pada saat yang sama dengan mengkomersialkan produk atau layanan mereka di pasar .

Kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding* dianggap sebagai dukungan teknologi dan administrasi infrastruktur yang dirasakan untuk menyediakan penggunaan platform *crowdfunding* tanpa kerumitan. Kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding* telah ditemukan untuk meningkatkan

kesadaran akan penggunaan dan niat mereka untuk menggunakan *crowdfunding* (Gerber *et al.*, 2012).

2.4 Pendidikan Kewirausahaan

Pendidikan kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam membayangkan serta memetakan kursus untuk yang baru dalam usaha bisnis dengan menggabungkan informasi dari disiplin ilmu fungsional dan dari lingkungan eksternal dalam konteks ketidakpastian dan ambiguitas luar biasa yang menghadapi usaha bisnis baru (Shepherd & Douglas, 1997). Studi sebelumnya (misalnya Mitton, 1989) memiliki proses melihat ke arah kompetensi kewirausahaan dan menekankan pada perilaku sebagai refleksi kompetensi.

Pendidikan kewirausahaan ditujukan untuk melatih para pendiri perusahaan yang mampu menciptakan dan mengembangkan kekayaan, tantangan bagi otoritas pendidikan kemudian harus merumuskan program, kursus, dan bidang yang keduanya menanggapi kebutuhan akademik dan menghasilkan perhatian yang realistis dan suasana kewirausahaan dalam lingkungan belajar eksperimental (Mojab *et al.*, 2011).

2.5 Sikap Kewirausahaan

sikap memiliki peran penting dalam menciptakan niat dan menjadi faktor penentu dalam membentuk perilaku (Pham *et al.*, 2019). Patel *et al.*, (2015) telah menjelaskan bahwa orientasi sikap kewirausahaan terdiri dari karakteristik pribadi seperti inovatif, pengambilan risiko, kebutuhan akan prestasi, kepercayaan diri, dan *locus of control*.

Menurut Suryana (2013), Sikap kewirausahaan di pengaruhi oleh tiga faktor. Pertama, Faktor individu yang mewakili pengendalian diri, penerimaan dalam segala hal, pengambilan resiko, kepribadian, Pendidikan, pengalaman, umur, komitmen dan yang terakhir adalah rasa tidak puas. Kedua, Faktor lingkungan yang dalam mewakili dalam kesempatan, model peran, kegiatan, pengalaman, umur dan komitmen. Terakhir, faktor lingkungan sosial yang dapat memadai dari faktor keluarga, orang tua dan juga kelompok.

2.6 Norma Sosial/Norma subjektif

Berkaitan dengan teori perilaku terencana dari (Ajzen, 2012), disampaikan bahwa norma subjektif memiliki keterkaitan dengan tekanan sosial dengan individu di dalamnya merasa untuk mampu melakukan atau tidak.

Prabandari dan Sholihah (2015) menyatakan norma subjektif yang merupakan ukuran tekanan sosial dalam penentuan perilaku wirausaha yang perlu untuk dilakukan atau tidak. Adapun tekanan sosial yang dimaksud mengarah pada pandangan kelompok tertentu yang sepaham atau tidak terhadap keputusan yang dimiliki individu untuk berwirausaha dan pada umumnya individu tersebut akan berusaha mentaati pandangan kelompok yang ada (Krueger & Kickul, 2011).

2.7 Kontrol Perilaku yang Dirasakan

Kontrol perilaku mengarah pada pihak individu dengan derajat yang dimiliki, di mana individu beranggapan bahwa keputusan saat akan bertindak atau tidak bertindak merupakan suatu hal yang berada di bawah kuasa diri sendiri (Santi Rimadiaz, 2017). Menurut Ghufro dan Rini (2014) mendefinisikan kontrol perilaku sebagai bentuk kecakapan individu untuk membaca keadaan diri sendiri dan lingkungan.

Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan suatu persepsi sebagai proses individu yang memiliki kaitan dengan alat indra untuk dapat mengetahui, menafsirkan, mengingat, dan mengelola. Tidak hanya berkaitan dengan alat indra, tetapi suatu persepsi memiliki kaitannya dengan situasi dan lingkungan sekitar individu. Handika dan Sudaryanti (2018) menjelaskan persepsi kontrol perilaku yang merupakan cara seseorang dalam memahami perilaku yang ditampilkan dirinya sendiri sebagai hasil dari kendali oleh dirinya.

3. PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Keterhubungan Sikap Kewirausahaan dengan Niat Kewirausahaan dan Niat Crowdfunding

Sikap Kewirausahaan mengacu pada karakteristik individu untuk terjun ke bisnis baru, seperti inovatif, mampu mengambil risiko, bertujuan untuk sukses, *confident* dan memiliki *locus of control* (Do & Dadvari, 2017). Hal ini didukung oleh Ismail *et al.*, (2013) yang mengatakan bahwa agar seseorang dapat didorong dalam kewirausahaan, diperlukan kesuksesan dalam elemen bisnis di perusahaan.

Penelitian menunjukkan bahwa Mahasiswa/i dengan tujuan kewirausahaan yang kuat adalah mereka yang memperlihatkan tingkat kepercayaan diri dan ketajaman bisnis yang tinggi dan menurut penelitian tentang inovasi menunjukkan bahwa Mahasiswa/i yang ditakdirkan untuk menjadi wirausahawan adalah mereka yang memiliki tingkat kesadaran dan tindakan yang tinggi untuk melakukan kegiatan persepsi dengan cara yang berbeda (Ismail *et al.*, 2013). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Islami (2017) menyatakan bahwa sikap kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara signifikan terhadap niat kewirausahaan seseorang.

H1a: Sikap kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan

H1b: Sikap kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*.

Keterhubungan Norma Sosial dengan Niat Kewirausahaan dan Niat Crowdfunding

Dalam penelitian (Santi *et al.*, 2017), dinyatakan bahwa variabel norma subjektif mempunyai keterhubungan secara positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan individu yaitu Mahasiswa/i. Selain itu Ariyani (2016) adalah penelitiannya menyatakan bahwa variabel norma subjektif mempunyai keterhubungan secara signifikan terhadap niat kewirausahaan individu.

Menurut Adi *et al.*, (2017) yang telah melaksanakan penelitian sebelumnya juga menyatakan, variabel norma subjektif mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan yang dimiliki individu yaitu mahasiswa/i. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ahmed dan Phin (2016), disampaikan bahwa norma subjektif merupakan pengaruh sosial yang mampu mempengaruhi pada orang lain saat akan melakukan perilaku. Sehingga, jenjang pendidikan, pengaruh sosial, dan lingkungan yang dimiliki individu mampu memberikan pengaruh pada individu dalam bertindak, serta dinilai perilaku yang ada mempengaruhi individu dalam aspek berpikir ketika berwirausaha.

H2a: Norma sosial mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan.

H2b: Norma sosial mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*.

Keterhubungan Kontrol Perilaku yang Dirasakan dengan Niat Kewirausahaan dan Niat *Crowdfunding*.

Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada rasa mudah atau susah yang dirasakan individu ketika melakukan sesuatu dan dianggap menggambarkan pengalaman yang sudah pernah terjadi sebelumnya serta mencegah hambatan (Ajzen, 1991). Sehingga, dalam hal ini jika kontrol perilaku yang dirasakan semakin besar, semakin kuat niat yang dimiliki individu dalam bertindak sesuai yang dipertimbangkannya. Secara lebih lanjut disampaikan oleh Ajzen (1991) bahwa kontrol perilaku yang dirasakan mempunyai keterhubungan pada niat dan tindakan, dengan peran dari kontrol perilaku yang dinilai penting bagi niat yang dimiliki individu.

Menurut Prakoso dan Fatah (2018) Kontrol perilaku yang dirasakan mengarahkan individu untuk melakukan perilakunya atau tidak. Dalam Teori Perilaku Terencana menyampaikan bahwa individu dapat melakukan perilaku

ketika didalam dirinya memiliki niat, di mana niat tersebut yang menjadikan individu melakukan perilaku tersebut. Selain itu, penelitian sebelumnya yang telah dilakukan Santi Rimadiaz (2017) menyatakan di dalamnya bahwa kontrol perilaku yang dirasakan mempunyai keterhubungan secara positif dan signifikan terhadap niat individu.

H3a: Kontrol perilaku yang dirasakan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan.

H3b: Kontrol perilaku yang dirasakan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*.

Keterhubungan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Kewirausahaan dan Niat *Crowdfunding*

Pendidikan kewirausahaan telah ditemukan secara positif mempengaruhi niat kewirausahaan dalam penelitian ini, hal ini sejalan dengan studi sebelumnya dari Li dan Wu (2019) dan Jermsttiparsert (2021). Ini menyiratkan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum kursus manajemen yang harus diakui oleh administrator Universitas dan perguruan tinggi.

Dalam penelitian (Lorz, 2011), menyatakan bahwa hasil penelitian yang ada menunjukkan variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai keterhubungan positif terhadap niat berwirausaha. Begitu juga dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Izedonmi dan Okafor (2010), menyatakan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan.

Dalam penelitian (Chandra *et al.*, 2022), pendidikan kewirausahaan pada niat kewirausahaan dengan menggunakan pendekatan *motivation learning*, menyatakan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif dan signifikan terhadap niat kewirausahaan mahasiswa. Menurut Alhaji (2015) pendidikan kewirausahaan dinilai sebagai bagian penting yang dapat merangsang bagi individu dalam memilih karir, sehingga dapat juga menciptakan usaha-usaha baru dan ekonomi yang terus bertumbuh.

H4a: Pendidikan Kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan.

H4b: Pendidikan kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat crowdfunding.

Keterhubungan Kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding* dengan Niat *Crowdfunding*

Kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding* berarti ketersediaan infrastruktur organisasi dan teknologi, yang memfasilitasi penggunaan teknologi tertentu. Dalam hal ini *crowdfunding*, dimana kondisi yang memfasilitasi termasuk persepsi kesediaan infrastruktur organisasi dan teknologi yang membantu penggunaan platform *crowdfunding* (Moon & Hwang, 2018).

Kim dan Hall (2020) juga menemukan bahwa memfasilitasi kondisi platform *crowdfunding* adalah penentu terbaik untuk niat berpartisipasi dalam *crowdfunding* di sektor ekonomi penunjang. Harapan upaya dalam *crowdfunding* menyiratkan kejelasan dan kemudahan antarmuka pengguna, dalam memahami proses *crowdfunding* dan kemudahan kondisi fasilitas dalam mengumpulkan dana melalui *crowdfunding* (Fanea & Baber, 2021).

H5: Kondisi yang memfasilitasi crowdfunding mempunyai keterhubungan secara positif terhadap Niat *Crowdfunding*

Keterhubungan Niat Kewirausahaan dengan Niat *Crowdfunding*

Dalam memulai suatu bisnis, pengusaha mengevaluasi sumber pendapatan yang ada dan *crowdfunding* menjadi suatu alternatif yang layak. Menurut Baber (2022) telah melihat ke dalam Keterhubungan antara niat kewirausahaan dan niat *crowdfunding* dan menemukan Keterhubungan yang positif.

Secara umum, *crowdfunding* tampaknya sangat berdampak pada potensi kewirausahaan (Del Sarto & Magni, 2019). Ini telah muncul sebagai peluang yang menarik, terutama di negara-negara berkembang (Nisar *et al.*, 2020). Meskipun *crowdfunding* lahir sebagai solusi untuk mengumpulkan dana

dalam kreatif dan sektor sosial, biasanya memiliki imbalan *non-monetary* (Hemer, 2011).

H6: Niat kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat crowdfunding

Niat Kewirausahaan memediasi keterhubungan antara Sikap Kewirausahaan, Norma Sosial, Kontrol Perilaku, dan Pendidikan Kewirausahaan dengan Niat *Crowdfunding*

Dalam konteks *crowdfunding*, niat kewirausahaan dianggap sebagai variabel yang penting karena membantu dan memotivasi seseorang dalam mencari sumber pendanaan untuk bisnisnya melalui *crowdfunding* (Kraus *et al.*, 2018; Liang *et al.*, 2018). Dengan demikian niat kewirausahaan dapat memainkan peran yang signifikan dalam memediasi hubungan antara sikap kewirausahaan, norma sosial, kontrol perilaku yang dirasakan, dan pendidikan kewirausahaan dengan niat *crowdfunding*

Penelitian sebelumnya oleh Kherbach *et al.*, (2019) menemukan bahwa niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara sikap kewirausahaan dan niat *crowdfunding* pada pemilik usaha kecil dan menengah. Temuan ini mendukung hipotesis bahwa niat kewirausahaan dapat memediasi keterhubungan antara sikap kewirausahaan dan niat *crowdfunding*.

H7: Niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara sikap kewirausahaan dan niat *crowdfunding*.

Semakin individu peduli tentang pendapat kelompok maka akan semakin mendorong individu memiliki keinginan untuk terus maju dan memulai bisnis. Stereotip, ideologi peran gender, dan penerimaan sosial kewirausahaan sebagai pilihan karir sangat mempunyai keterhubungan dalam pengembangan kewirausahaan (Mehtap *et al.*, 2017).

Menurut Hemer (2011), *crowdfunding* lahir sebagai solusi untuk mengumpulkan dana dalam kreatif dan sektor sosial, yang biasanya memiliki imbalan *non-monetary*. Hal ini menyebabkan semakin tingginya niat penggunaan *crowdfunding* dalam sistem ekonomi, yang berkembang menjadi produk kewirausahaan (Vasileiadou *et al.*, 2016; Bento *et al.*, 2019)

H8: Niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara norma sosial dan niat *crowdfunding*.

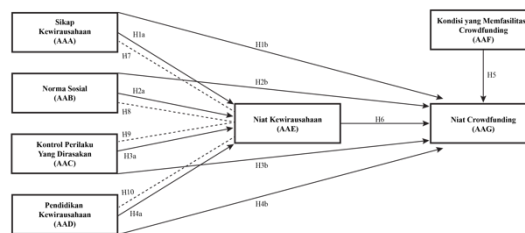
Keterhubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan niat *crowdfunding* dapat dipengaruhi oleh niat kewirausahaan sebagai variabel mediasi. Penelitian terkait ini masih terbatas, namun terdapat penelitian oleh Tandiono *et al.*, (2020) yang menemukan bahwa *niat kewirausahaan* berperan sebagai mediator antara kontrol perilaku yang dirasakan dan niat menggunakan *crowdfunding*.

H9: Niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan niat *crowdfunding*.

Selanjutnya studi yang dilakukan oleh Pham *et al.*, (2019) menemukan bahwa niat kewirausahaan memiliki keterhubungan positif dengan niat untuk menggunakan *crowdfunding* sebagai sumber pendanaan. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa niat kewirausahaan berperan sebagai mediator keterhubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat *crowdfunding*.

H10: Niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara kewirausahaan dan niat *crowdfunding*.

Berdasarkan sepuluh hipotesis ini, model penelitian dapat dikembangkan seperti yang terlihat pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 model Penelitian

4. RESEARCH METHOD

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif, hal ini dilakukan untuk Melakukan pengujian hipotesis dan menarik kesimpulan tentang keterhubungan antar variabel. Penelitian ini menggunakan hipotesis terarah dan waktu dalam penelitian ini adalah studi *cross-sectional* karena relatif cepat untuk dilakukan dan cocok dengan penelitian deskriptif. Penelitian ini akan menggunakan 254 sampel mahasiswa/i dengan konsentrasi kewirausahaan di Universitas atau perguruan tinggi di daerah JABODETABEK sebagai sampel Melalui kuesioner digital.

Mahasiswa/i yang berkonsentrasi pada kewirausahaan di Universitas atau perguruan tinggi di JABODETABEK . Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari 15 Februari hingga 25 Maret 2023. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data non-probability sampling, yaitu purposive sampling karena peneliti menginginkan responden yang memiliki informasi dan data yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti sehingga informasi yang diperoleh dapat menjawab tujuan penelitian ini (Sekaran dan Bougie, 2016).

Dalam penelitian ini, terdapat 7 variabel dengan 37 indikator yang dapat dilihat pada tabel 1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat *crowdfunding* yang diukur dengan lima

indikator diadopsi dari Nguyen *et al.* (2019, dalam Baber, 2022). Sikap kewirausahaan diukur dengan enam indikator yang diadopsi dari Nguyen *et al.* (2019, dalam Baber, 2022).

Norma sosial adalah Diukur dengan empat indikator yang diadopsi dari Nguyen *et al.* (2019, dalam Baber, 2022) dan Asimakopulos *et al.* (2019, dalam Baber, 2022). Kontrol perilaku yang dirasakan diukur dengan empat indikator yang di adopsi dari Nguyen *et al.* (2019, dalam Baber, 2022) dan Pendidikan kewirausahaan diukur dengan empat indikator yang diadopsi dari Ng *et al.* (2019, Dalam Safitri *et al.*, 2021) dan Baker. (2022, dalam Safitri *et al.*, 2021).

Niat kewirausahaan terdapat enam indikator yang diadopsi dari Orlando dan Sihombing (2022). Kondisi yang memfasilitasi crowdfunding memiliki empat indikator yang di adopsi dari Nguyen *et al.* (2019, dalam Baber, 2022).

Semua indikator dalam penelitian ini telah sedikit dimodifikasi agar sesuai dengan konteks dalam penelitian ini. Kuesioner dibuat dengan menggabungkan semua variabel dan indikator, kemudian diserahkan kepada pakar akademik untuk diperiksa dan dilakukan pre-test dilakukan untuk melihat apakah indikator yang telah dibuat dapat diandalkan dan valid.

Isi Kuesioner sebenarnya terdiri dari 9 bagian, yaitu, pendahuluan, informed consent, profil responden, dan definisi dan pernyataan enam variabel. Semua indikator adalah diukur menggunakan skala Likert 5 poin. Peneliti menggunakan kuesioner digital sebagai alat untuk mengumpulkan data. Peneliti mengumpulkan data satu per satu melalui pesan langsung kepada 254 responden. Online Kuesioner yang dibuat oleh peneliti berisi pengantar singkat tentang latar belakang dan tujuan penelitian. Penjelasan singkat masing-masing variabel juga diberikan untuk membuatnya lebih mudah bagi responden untuk memahami esensi dari keseluruhan penelitian (Bougie & Sekaran, 2020).

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data profil responden dapat dilihat pada tabel 1.1

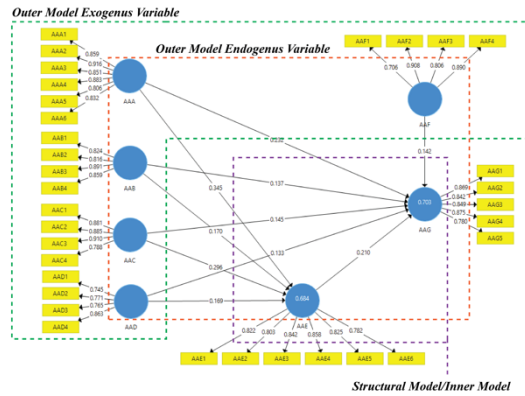
Label	Sifikasi	Jumlah Responden	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki		
	Perempuan		
	Preferensi		
Umur	19 Tahun		
	20-23 Tahun		
	24 Tahun		
Universitas	Universitas Bina Nusantara		
	Universitas Prasetya Mulya		
	Universitas Pelita Harapan		
Waktu Masuk Universitas	8		
	9		
	10		
	11		
	12		
Pekerjaan	Wirta		
	Freelance		
	Full-time		

	asi		
	or		

Selanjutnya, peneliti akan menguji model pengukuran untuk melihat apakah sudah ada Indikator sudah mewakili variabel untuk setiap variabel yang telah dibuat dalam hal ini model penelitian. Peneliti akan menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0 untuk menguji model pengukuran dan model struktural.

Model Pengukuran

Gambar 1.3 Model Pengukuran



Sumber: Hasil pengolahan data 254 responden SmartPLS (2023)

Pada pengujian model pengukuran, peneliti menguji reliabilitas dan validitas. Pada pengujian reliabilitas, terdapat dua pengujian, yaitu Cronbach Alpha dan *composite reliability*. Keduanya memiliki batas ambang yang harus dipenuhi agar setiap variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Cronbach Alpha memiliki batas ambang 0,70, sehingga suatu variabel dikatakan reliabel apabila hasil yang di peroleh diatas 0,70.

Begitupun dengan *composite reliability*, dimana *composite reliability* dikatakan reliabel jika hasil yang diperoleh pada setiap variabel diatas 0,70. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.7, setelah melakukan uji reliabilitas aktual, ketujuh variabel tersebut dianggap reliabel karena semuanya berada di atas.

Tabel 1.2 Uji Reliabilitas

<u>Variabel</u>	<u>Indikator</u>	<u>Cronbach's Alpha</u> > 0,70	<u>Composite Reliability</u> > 0,70	<u>Keterangan</u>
<u>Sikap Kewirausahaan</u>	AAA1	0.928	0.944	<u>Reliabel</u>
	AAA2			
	AAA3			
	AAA4			
	AAA5			
	AAA6			
<u>Norma Sosial</u>	AAB1	0.870	0.911	<u>Reliabel</u>
	AAB2			
	AAB3			
	AAB4			
<u>Kontrol Perilaku Yang Dirasakan</u>	AAC1	0.889	0.923	<u>Reliabel</u>
	AAC2			
	AAC3			
	AAC4			
<u>Pendidikan Kewirausahaan</u>	AAD1	0.798	0.866	<u>Reliabel</u>
	AAD2			
	AAD3			
	AAD4			
<u>Niat Kewirausahaan</u>	AAE1	0.904	0.926	<u>Reliabel</u>
	AAE2			
	AAE3			
	AAE4			
	AAE5			
	AAE6			
<u>Kondisi yang Memfasilitasi Crowdfunding</u>	AAF1	0.847	0.899	<u>Reliabel</u>
	AAF2			
	AAF3			
	AAF4			
<u>Niat Crowdfunding</u>	AAG1	0.898	0.925	<u>Reliabel</u>
	AAG2			
	AAG3			
	AAG4			
	AAG5			

Sumber: Hasil Pengolahan SmartPLS 3.0 (2023)

Selanjutnya, Setelah menganalisis uji reliabilitas, peneliti melanjutkan untuk menguji validitas. Peneliti memilih validitas kontruk yang terdiri dari *convergent validity* dan *discriminant validity*. Penelitian ini akan melakukan uji *convergent validity* akan dilakukan dengan menggunakan *outer loading* dan *average variance extracted (AVE)*. Keduanya memiliki batas ambang yang harus terpenuhi untuk menyatakan bahwa indikator dan variabel dalam penelitian ini adalah valid. *Outer loading* memiliki batas ambang 0,70, sehingga sebuah indikator dapat dikatakan valid jika hasil yang diperoleh diatas 0,70. Sedangkan untuk *average variance extracted (AVE)* memiliki batas ambang diatas 0,50 dan dikatakan valid apabila nilai yang diperoleh setiap variabel diatas 0,50. Tabel 4.8 akan memaparkan hasil dari pengujian aktual *convergent validity*.

Tabel 1.3 *Convergent Validity*

Variabel	Indikator	Outer Loading > 0,70	AVE > 0,50	Keterangan
Sikap Kewirausahaan	AAA1	0.859	0.737	Valid
	AAA2	0.916		Valid
	AAA3	0.851		Valid
	AAA4	0.883		Valid
	AAA5	0.806		Valid
	AAA6	0.832		Valid
Norma Sosial	AAB1	0.824	0.719	Valid
	AAB2	0.816		Valid
	AAB3	0.891		Valid
	AAB4	0.859		Valid
Kontrol Perilaku Yang Dirasakan	AAC1	0.881	0.752	Valid
	AAC2	0.885		Valid
	AAC3	0.910		Valid
	AAC4	0.788		Valid
Pendidikan Kewirausahaan	AAD1	0.745	0.619	Valid
	AAD2	0.771		Valid
	AAD3	0.765		Valid
	AAD4	0.863		Valid
Niat Kewirausahaan	AAE1	0.822	0.676	Valid
	AAE2	0.803		Valid
	AAE3	0.842		Valid
	AAE4	0.858		Valid
	AAE5	0.825		Valid
	AAE6	0.782		Valid
Kondisi yang Memfasilitasi Crowdfunding	AAF1	0.706	0.691	Valid
	AAF2	0.908		Valid
	AAF3	0.806		Valid
	AAF4	0.890		Valid
Niat Crowdfunding	AAG1	0.869	0.711	Valid
	AAG2	0.842		Valid
	AAG3	0.849		Valid
	AAG4	0.875		Valid
	AAG5	0.780		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Setelah melakukan pengujian *convergent validity*, selanjutnya perlu dilakukan pengujian terkait dengan *discriminant validity*. Pengujian *discriminant validity* dilakukan dengan melihat nilai *cross loading*, dengan nilai ambang batas yang ditetapkan > 0,70. Berikut adalah hasil dari uji *discriminant validity* sebagai berikut:

Tabel 1.4 Diskriminant Validity – Cross Loading

	AAA	AAB	AAC	AAD	AAE	AAF	AAG
AAA1	0.859	0.584	0.609	0.406	0.667	0.599	0.700
AAA2	0.916	0.597	0.545	0.549	0.677	0.678	0.693
AAA3	0.851	0.467	0.478	0.401	0.532	0.640	0.653
AAA4	0.883	0.519	0.520	0.404	0.579	0.633	0.616
AAA5	0.806	0.481	0.415	0.377	0.552	0.541	0.445
AAA6	0.832	0.607	0.508	0.541	0.678	0.669	0.626
AAB1	0.594	0.824	0.472	0.481	0.577	0.502	0.541
AAB2	0.506	0.816	0.519	0.498	0.545	0.454	0.486
AAB3	0.573	0.891	0.756	0.577	0.675	0.552	0.696
AAB4	0.483	0.859	0.560	0.405	0.536	0.479	0.600
AAC1	0.424	0.603	0.881	0.462	0.596	0.444	0.636
AAC2	0.510	0.648	0.885	0.637	0.673	0.529	0.605
AAC3	0.635	0.629	0.910	0.557	0.691	0.580	0.651
AAC4	0.518	0.503	0.788	0.317	0.516	0.431	0.486
AAD1	0.370	0.417	0.430	0.745	0.377	0.424	0.428
AAD2	0.434	0.341	0.322	0.771	0.356	0.430	0.535
AAD3	0.210	0.382	0.340	0.765	0.416	0.278	0.319
AAD4	0.551	0.619	0.643	0.863	0.702	0.481	0.612
AAE1	0.449	0.584	0.619	0.538	0.822	0.458	0.578
AAE2	0.417	0.590	0.639	0.599	0.803	0.477	0.603
AAE3	0.633	0.545	0.576	0.486	0.842	0.555	0.609
AAE4	0.677	0.572	0.583	0.505	0.858	0.548	0.625
AAE5	0.792	0.616	0.565	0.554	0.825	0.657	0.663
AAE6	0.545	0.505	0.573	0.372	0.782	0.383	0.611
AAF1	0.362	0.379	0.382	0.275	0.315	0.706	0.506
AAF2	0.661	0.498	0.507	0.415	0.536	0.908	0.601
AAF3	0.726	0.510	0.461	0.431	0.563	0.806	0.506
AAF4	0.671	0.558	0.551	0.591	0.652	0.890	0.631
AAG1	0.570	0.581	0.530	0.543	0.620	0.542	0.869
AAG2	0.634	0.678	0.684	0.614	0.631	0.701	0.842
AAG3	0.543	0.594	0.630	0.476	0.627	0.494	0.849
AAG4	0.609	0.545	0.573	0.488	0.630	0.540	0.875
AAG5	0.724	0.506	0.480	0.493	0.647	0.565	0.780

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 1.4 di atas, dapat diketahui bahwa semua indikator telah mencapai *discriminant validity* sesuai dengan syarat nilai ambang batas yang ditetapkan yaitu sebesar > 0.70 . Selain itu juga dilakukan pengujian *discriminant validity* dengan menggunakan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT). *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) memiliki batas ambang 0,90, sehingga variabel-variabel yang memiliki nilai di bawah 0,90 dapat dikatakan valid.

Tabel 1.5 Discriminant Validity – HTMT

	AAA	AAB	AAC	AAD	AAE	AAF	AAG
AAA							
AAB	0.703						
AAC	0.657	0.770					
AAD	0.571	0.665	0.641				
AAE	0.772	0.774	0.798	0.689			
AAF	0.821	0.681	0.658	0.614	0.707		
AAG	0.791	0.771	0.765	0.705	0.829	0.771	

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Model Struktural

Menganalisis model struktural penelitian ini akan melakukan beberapa pengujian, yaitu *inner VIF value*, *explanatory power* (R^2), *predictive relevance* (Q^2), uji signifikan hipotesis, dan *indirect effect*. Azman (2017) menegaskan bahwa model struktural menggabungkan analisis regresi, hal ini juga dikenal sebagai analisis kausal. Menurut Hair *et al.* (2014) dalam model struktural, hal ini juga dikenal sebagai model dalam menunjukkan bagaimana variabel laten terhubung. Hasil model struktural diperoleh dari dilakukannya *bootstrapping* melalui *software SmartPLS 3.0*.

Tabel 1.6 Nilai R²

Variabel	Indikator	R Square	R Square Adjusted
Niat Kewirausahaan	AAE1	0.684	0.679
	AAE2		
	AAE3		
	AAE4		
	AAE5		
	AAE6		
Niat Crowdfunding	AAG1	0.703	0.696
	AAG2		
	AAG3		
	AAG4		
	AAG5		

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Berdasarkan Tabel 1.6 didapatkan nilai *R Square* pada variabel niat kewirausahaan sebesar 0,684, yang menunjukkan bahwa sebesar 68,4% variabel niat kewirausahaan dapat dijelaskan (dipengaruhi) oleh variabel sikap kewirausahaan, norma sosial, kontrol perilaku yang dirasakan, dan pendidikan kewirausahaan, sedangkan sisanya 31,6% dijelaskan (dipengaruhi) oleh variabel lain di luar model penelitian.

Selain itu, juga didapatkan nilai *R Square* pada variabel niat *crowdfunding* sebesar 0,703 yang menunjukkan bahwa sebesar 70,3% variabel niat *crowdfunding* dapat dijelaskan (dipengaruhi) oleh variabel sikap kewirausahaan, norma sosial, kontrol perilaku yang dirasakan, pendidikan kewirausahaan, kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding*, dan niat kewirausahaan, sedangkan sisanya 29,7% dijelaskan bahwa dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Melalui hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini termasuk pada kategori model yang kuat.

Tabel 1.7 Collinearity (VIF) –Inner VIF Value

	AAA	AAB	AAC	AAD	AAE	AAF	AAG
AAA					1.893		2.916
AAB					2.365		2.475
AAC					2.228		2.529
AAD					1.714		1.831
AAE							3.169
AAF							2.387
AAG							

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Berdasarkan Tabel 1.7 di atas maka dapat diketahui bahwa nilai *Inner VIF* tidak mencapai nilai > 3.3, sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan variabel bebas dari multikolinearitas.

Perhitungan Q² (Q-square) dalam sebuah penelitian perlu dilakukan untuk mengetahui relevansi prediktif dari *inner model*. Untuk melakukan penilaian ini, maka diperlukan untuk melakukan pengukuran kembali terhadap sampel yang dapat melewati batas dari matriks data yang ditetapkan. Apabila ditemukan perbedaan nilai terhadap Q² dengan jumlah yang cukup besar, maka hal ini menandakan terdapat akurasi dari sebuah model penelitian (Tarmidi *et al.*, 2021).

Tabel 1.8 Hasil Uji Q-Square

Variabel	Indikator	Q ²
Niat Kewirausahaan	AAE1	0.454
	AAE2	
	AAE3	
	AAE4	
	AAE5	
	AAE6	
Niat Crowdfunding	AAG1	0.488
	AAG2	
	AAG3	
	AAG4	
	AAG5	

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat diketahui nilai Q-Square yang dihasilkan dalam model penelitian ini yaitu sebesar 0,454 dan 0.488, yang berada pada kategori relevan prediktif berkisar 0.35. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki nilai relevansi yang besar.

Tabel 1.9 Goodness of fit

Goodness of Fit	Saturated Model	Estimated Model	RMS Theta
SRMR	0.098	0.098	0.210
NFI	0.632	0.632	

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Dapat diketahui nilai estimated model untuk NFI berada pada angka 0.632 yang dapat diartikan bahwa model nilai ini hampir sempurna karena mendekati angka satu. Kemudian nilai estimated model untuk SRMR sebesar 0.098 yaitu tidak melebihi batas ambang 0,10. Sedangkan nilai RMS_theta berada dikisaran angka 0,210 yang menunjukkan bahwa kesesuaian model dapat dikatakan *poor fit* karena melebihi batas ambang 0,12. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model yang terbentuk pada penelitian ini dapat dikatakan baik, karena memiliki nilai NFI mendekati 1 (berada diantara 0 – 1).

Tabel 1.10 Hasil Mediasi

Hubungan Variabel	a	b	a x b	c	P Values
H7: AAA → AAE → AAG	5,894	2,623	2,313	3,089	Komplementer.
H8: AAB → AAE → AAG	2,613	2,623	1,913	1,996	Komplementer.
H9: AAC → AAE → AAG	4,336	2,623	2,175	1,961	Komplementer.
H7: AAD → AAE → AAG	2,741	2,623	1,819	2,740	Komplementer.

Sumber: Hasil Pengolahan *SmartPLS 3.0* (2023)

Berdasarkan tabel 1.10 hipotesis tujuh berbunyi Niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara sikap kewirausahaan dan niat crowdfunding. Tahap pertama memiliki nilai a x b sebesar 2,313 signifikan (>1,65), langkah kedua adalah nilai c sebesar 3,089 signifikan (>1,65) dan nilai a x b c positif yang menunjukkan bahwa terdapat efek yang dimediasi (a x b) dan efek langsung (c) dan menunjuk pada arah yang sama.

Hipotesis delapan berbunyi Niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara norma sosial dan niat crowdfunding. Pada tahap pertama memiliki nilai $a \times b$ sebesar 1,913 signifikan ($>1,65$). Langkah kedua adalah nilai c sebesar 1,996 signifikan ($>1,65$) dan nilai $a \times b \times c$ positif yang menunjukkan bahwa terdapat efek yang dimediasi ($a \times b$) dan efek langsung (c) dan menunjuk pada arah yang sama.

6. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil penelitian H_{1a} dan H_{1b} adalah sikap kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan dan sikap kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*. Sikap kewirausahaan menjadikan salah satu elemen yang berpotensi terhadap pengembangan tujuan kewirausahaan seseorang (Solesvik *et al.*, 2012). Ini menjadikan karakteristik individu untuk terjun ke dalam bisnis baru yang meningkatkan inovasi serta mampu dalam mengambil resiko-resiko yang ada, bertujuan untuk memiliki rasa percaya diri, dan mempunyai *locus of control* (Do & Devari, 2017).

Dalam penelitian H_{2a} dan H_{2b} ini adalah norma sosial mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan dan norma sosial mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*. Disampaikan dalam penelitian oleh Rimadiaz (2017) bahwa norma subjektif mempunyai keterhubungan secara signifikan terhadap niat kewirausahaan individu, dan didalam penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa terdapat bukti adanya hubungan positif antara norma sosial terhadap niat kewirausahaan dan terdapat hubungan positif antara norma sosial terhadap niat *crowdfunding*.

Dalam penelitian H_{3a} dan H_{3b} adalah kontrol perilaku yang dirasakan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan dan kontrol perilaku yang dirasakan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*. Dalam teori perilaku terencana menyampaikan bahwa individu dapat melakukan perilaku ketika didalam dirinya memiliki niat (Rimadiaz, 2017).

Dalam penelitian H_{4a} dan H_{4b} adalah pendidikan kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat kewirausahaan dan Pendidikan kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*. Ini menyiratkan pentingnya pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum kursus manajemen yang harus diakui oleh administrator Universitas dan perguruan tinggi serta pendidikan kewirausahaan memengaruhi kinerja bisnis (Ho *et al.*, 2018).

Dalam penelitian H_5 adalah kondisi yang memfasilitasi *crowdfunding* mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*. memfasilitasi kondisi platform *crowdfunding* adalah penentu terbaik untuk niat berpartisipasi dalam *crowdfunding* di sektor ekonomi penunjang. Harapan upaya dalam *crowdfunding* menyiratkan kejelasan dan kemudahan antarmuka pengguna, dalam memahami proses *crowdfunding* dan kemudahan kondisi fasilitas dalam mengumpulkan dana melalui *Crowdfunding* (Kim & Hall, 2020).

Dalam penelitian H_6 adalah niat kewirausahaan mempunyai keterhubungan secara positif terhadap niat *crowdfunding*. Menurut Baber (2022) telah melihat ke dalam Keterhubungan antara niat kewirausahaan dan niat *crowdfunding* dan menemukan Keterhubungan yang positif. Ketiga, Meskipun *crowdfunding* lahir sebagai solusi untuk mengumpulkan dana dalam kreatif dalam sektor sosial, biasanya memiliki imbalan non-monetary dan semakin intens difusi *crowdfunding* dalam

sistem ekonomi telah berkembang menuju kewirausahaan (Hemer, 2011; Vasileiadou *et al.*, 2016; Bento *et al.*, 2019).

Dalam penelitian H₇ adalah niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara sikap kewirausahaan dan niat *crowdfunding*. Dengan adanya niat kewirausahaan menunjukkan peran yang penting dalam memediasi sikap kewirausahaan dalam menghadirkan niat *crowdfunding* yang dilakukan oleh Mahasiswa/i. Semakin tinggi niat kewirausahaan yang dimiliki oleh Mahasiswa/i, maka semakin tinggi pula sikap kewirausahaan dan niat Mahasiswa/i tersebut untuk melakukan *crowdfunding*.

Dalam penelitian H₈ adalah niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara norma sosial dan niat *crowdfunding*. Adanya niat kewirausahaan menunjukkan peran yang penting dalam memediasi norma sosial dalam menghadirkan niat *crowdfunding* yang dilakukan oleh Mahasiswa/i. Semakin tinggi niat kewirausahaan yang dimiliki oleh Mahasiswa/i, maka semakin tinggi pula norma sosial dan niat Mahasiswa/i tersebut untuk melakukan *crowdfunding*.

Dalam penelitian H₉ adalah niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara kontrol perilaku yang dirasakan dan niat *crowdfunding*. Menurut Tandiono *et al.*, (2020) yang menemukan bahwa *entrepreneurial intention* berperan sebagai mediator antara kontrol perilaku yang dirasakan dan niat menggunakan *crowdfunding* pada pengusaha muda di Indonesia.

Dalam penelitian H₁₀ adalah niat kewirausahaan memediasi keterhubungan antara pendidikan kewirausahaan dan niat *crowdfunding*. Dengan adanya niat kewirausahaan menunjukkan peran yang penting dalam memediasi pendidikan kewirausahaan dalam menghadirkan niat *crowdfunding* yang dilakukan oleh Mahasiswa/i. Menurut Pham *et al.*, (2019) menemukan bahwa niat kewirausahaan memiliki keterhubungan positif dengan niat untuk menggunakan *crowdfunding* sebagai sumber pendanaan.

7. KESIMPULAN

Penelitian ini mengakui mempunyai beberapa keterbatasan studi yang akan membuka baru peluang penelitian dalam penelitian selanjutnya. Pertama, penelitian ini memakai non probabilitas, yang dimana hal ini memiliki tujuan peneliti untuk dapat memilih responden sesuai dengan kriteria penelitian.

Di sisi lain, hal ini menjadikan setiap individu tidak dapat dijadikan sampel oleh peneliti karena tidak dapat menggeneralisasikan terhadap seluruh populasi yang sedang menempuh pendidikan kewirausahaan, hasil dari penelitian ini hanya bisa mengimplementasikan pada ranah Mahasiswa/i jurusan kewirausahaan. Namun di sisi lain, dengan digunakannya metode *purposive sampling*, peneliti dapat mengidentifikasi serta dapat memilih suatu individu yang cocok dengan penelitian ini (Etikan, 2016).

Hal ini mengalami keterkaitan terhadap variabel yang dipilih dalam pengujian penelitian ini. Penelitian ini menjadikan teori perilaku terencana sebagai kerangka teoritis yang telah dipelajari di bidang literatur kewirausahaan. Tetapi, tidak mencakup setiap elemen yang mungkin memiliki pengaruh pada niat *crowdfunding*.

REFERENCES

- Adi, F., Sumarwan, U., & Fahmi, I. (2017). The Influence of Attitude, Subjective Norm, Demography, Sosioeconomic and Shariah and Conventional Financial Literacy Toward Entrepreneurship Intention Among College Students. *Jurnal Al-Muzara'ah*, 5(1), 1–20.
- Ahmed, E. M., & Phin, G. S. (2016). Factors influencing the adoption of internet banking in Malaysia. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1). <https://doi.org/10.17705/1jais.00005>
- 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)
- Ajzen, I. (2019). TPB Questionnaire Construction Constructing a Theory of Planned Behaviour Questionnaire. *University of Massachusetts Amherst*, 1–7. <http://people.umass.edu/~ajzen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Alhaji, A. (2015). *Entrepreneurship Education and Its Impact on Self Employment Intention and Entrepreneurial Self-Efficacy*. *Journal Humanities and Social Sciences*. 3.
- Aragon-Sanchez, A., Baixauli-Soler, S., & Carrasco-Hernandez, A. J. (2017). A missing link: the behavioral mediators between resources and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(5), 752–768. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2016-0172>
- Ariyani, L. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Berwirausahaan Pada Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Feb Ums)*. <http://eprints.ums.ac.id/46263/%0Ahttps://lens.org/173-401-613-027-072>
- Azzura, S. N. (2022). *Menkop Teten akan Tingkatkan Investasi Ekonomi Hijau di UMKM*.
- Baber, H. (2022). Entrepreneurial and Crowdfunding Intentions of Management Students in South Korea. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 18(1), 47–61. <https://doi.org/10.47556/J.WJEMSD.18.1.2022.3>
- Barot, H. (2015). Entrepreneurship - A Key to Success. *The International Journal of Business & Management*, 3(1), 163–165.
- Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., & Marom, D. (2012). *A-Framework-for-European-Crowdfunding.pdf*. www.crowdfundingframework.edu
- Chandra, Y., Rizal, S., & Sabrina, Y. (2022). *Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Kewirausahaan melalui Pendekatan Motivation Learning*. 19(2), 1–23.
- Do, B. R., & Dadvari, A. (2017). The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: A study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185–191. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2017.07.011>
- Et. al., D. T. (2021). The Effect of Product Innovation and Price on Purchasing Decisions on Shopee Users in Bandung in 2021. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(4), 747–753. <https://doi.org/10.17762/turcomat.v12i4.559>
- Etikan, I. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fanea-Ivanovici, M., & Baber, H. (2021). The Role of Entrepreneurial Intentions, Perceived Risk and Perceived Trust in Crowdfunding Intentions. *Engineering Economics*, 32(5), 433–445. <https://doi.org/10.5755/J01.EE.32.5.29300>
- Gerber, E. M., Hui, J. S., & Kuo, P.-Y. (2012). Crowdfunding: Why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms. *Proc. of the International Workshop on ...*, April 2014, 10. http://juliehui.org/wp-content/uploads/2013/04/CSCW_Crowdfunding_Final.pdf
- Ghufron, N., & Rini, R. (2014). *Teori-teori psikologi*. AR-Ruzz Media.
- Giones, F., Brem, A., Pollack, J. M., & Michaelis, T. (2020). *Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic*. November. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186>
- Handika, M. F. D., & Sudaryanti, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Mahasiswa Melakukan Tindakan Whistleblowing. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*,

- 11(1), 56–63. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i1.33>
- Hemer, J. (2011). A snapshot on crowdfunding. *Enconstor*, 39.
- Hossain, M., & Oparaocha, G. O. (2016). Crowdfunding: Motives, Definitions, Typology and Ethical Challenges. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2015-0045>
- Islami, N. N. (2017). Pengaruh Sikap Kewirausahaan, Norma Subyektif, Dan Efikasi Diri Terhadap Perilaku Berwirausaha Melalui Intensi Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 3(1), 5. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n1.p5-20>
- Ismail, N., Jaffar, N., & Hooi, T. S. (2013). Self-employment intentions among the universities' students in Malaysia. *Corporate Ownership and Control*, 10(3 E,CONT4), 368–375. <https://doi.org/10.22495/cocv10i3c4art4>
- Izedonmi, P. F., & Okafor, C. (2010). The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. *The Korean Academic Association of Business Administration*, 33(3), 443–461. <https://doi.org/10.18032/kaaba.2020.33.3.443>
- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i3.9676>
- Krueger, N. F., & Kickul, J. (2011). So You Thought the Intentions Model Was Simple? Cognitive Style and the Specification of Entrepreneurial Intentions Models. *SSRN Electronic Journal*, 312, 1–24. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1150881>
- Li, Y., Zhang, Z., Wang, R., & Chen, Y. (2019). Consumer purchase intention toward crowdfunding products/services: A cost-benefit perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(13). <https://doi.org/10.3390/su11133579>
- Lopa, V. Y. N. Z. (2017). Entrepreneurial intention: A study of individual, situational and gender differences Introduction. *Int J Logistics Management*, 24(2), 333–352.
- Lorz, M. (2011). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intention. A quasi-experimental research design. *Journal of Competitiveness*, 12(1), 39–56. <https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03>
- Mandongwe, L., & Jaravaza, D. C. (2020). Women entrepreneurial intentions in subsistence marketplaces: The role of entrepreneurial orientation and demographic profiles in Zimbabwe. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1818365>
- Mojab, F., Zaefarian, R., & Azizi, A. H. D. (2011). Applying competency based approach for entrepreneurship education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 12, 436–447. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.02.054>
- Moon, Y., & Hwang, J. (2018). *Crowdfunding as an Alternative Means for Funding Sustainable Appropriate Technology: Acceptance Determinants of Backers*. <https://doi.org/10.3390/su10051456>
- Munim, Z. H., Shneor, R., Adewumi, O. M., & Shakil, M. H. (2020). Determinants of crowdfunding intention in a developing economy: ex-ante evidence from Bangladesh. *International Journal of Emerging Markets*, 16(6), 1105–1125. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2019-0657>
- Omoredede, A. (2014). *Exploration of motivational drivers towards social entrepreneurship*.
- Patel, S. H., Morreale, S. J., Panagopoulou, A., Bailey, H., Robinson, N. J., Paladino, F. V., Margaritoulis, D., & Spotila, J. R. (2015). Changepoint analysis: A new approach for revealing animal movements and behaviors from satellite telemetry data. *Ecosphere*, 6(12), 1–13. <https://doi.org/10.1890/ES15-00358.1>
- Pham, B. T., Shirzadi, A., Shahabi, H., Omidvar, E., Singh, S. K., Sahana, M., Asl, D. T., Ahmad, B. Bin, Quoc, N. K., & Lee, S. (2019). Landslide susceptibility assessment by novel hybrid machine learning algorithms. *Sustainability (Switzerland)*, 11(16), 1–25. <https://doi.org/10.3390/su11164386>
- Prabandari, S. P., & Sholihah, P. I. (2015). The influence of theory of planned behavior and entrepreneurship education towards entrepreneurial intention. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 17(3), 385. <https://doi.org/10.14414/jebav.v17i3.360>
- Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Nair, M., & Bennett, S. E. (2020). The Dynamics Among

- Entrepreneurship, Innovation, and Economic Growth in the Eurozone Countries. *Journal of Policy Modeling*. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.01.004>
- Prakoso, G. D., & Fatah, M. Z. (2018). Analisis Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku, Dan Norma Subjektif Terhadap Perilaku Safety. *Jurnal PROMKES*, 5(2), 193. <https://doi.org/10.20473/jpk.v5.i2.2017.193-204>
- Prayoga, M. L., Muchtolifah, & Sishadiyanti. (2021). *FAKTOR KEMISKINAN DI KABUPATEN SIDOARJO*. 3(2), 135–143.
- Rostamkhani, R., Karbasian, M., Kim, W., Kim, H., Hwang, J., Rahim, Z. A., Voon, B. H., Mahdi, R., Vesalainen, J., Pihkala, T., Wei, Y., Ji, B., Siewers, V., Xu, D., Halkier, B. A., Nielsen, J., Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D., ... Welsh, D. H. B. (2020). Exploring the Dimensions of Contract Manufacturing Service Quality for the F&B Industry. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 103(2), 101963. <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>
- Salamzadeh, A., Farjadian, A. A., Amirabadi, M., & Modarresi, M. (2014). Entrepreneurial characteristics: Insights from undergraduate students in Iran. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 21(2), 165–182. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2014.059471>
- Santi, N., Hamzah, A., & Rahmawati, T. (2017). Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subjektif, Sikap Berperilaku, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen*, 1(1), 63–74.
- Santi Rimadiaz, L. K. P. (2017). Planned Behavior Pada E-Recruitment Sebagai Penggerak Intention To Apply For Work (Kasus Fresh Graduate Pada Universitas Swasta di Jakarta). *Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis*, 377–390. https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/8987/sansetmab2017_8.pdf?sequence=1
- Shepherd, D. A., & Douglas, E. J. (1997). Is management education developing, or killing, the entrepreneurial spirit? *Proceedings of the 1997 USASBE Annual National Conference Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development*, June, 1–19.
- Short, J. C., Moss, T. W., & Lumpkin, G. T. (2009). *RESEARCH IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP : PAST CONTRIBUTIONS AND FUTURE OPPORTUNITIES*. 194, 161–194. <https://doi.org/10.1002/sej>
- Solesvik, M. Z., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: The Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 441–460. <https://doi.org/10.1108/14626001211250153>
- Suryana. (2013). *EKONOMI KREATIF, EKONOMI BARU MENGUBAH IDE DAN MENCIPTAKAN PELUANG*. Jakarta Salemba Empat.
- Tiwari, P., Bhat, A. K., & Tikoria, J. (2017). *An empirical analysis of the factors affecting social entrepreneurial intentions*. 1–25. <https://doi.org/10.1186/s40497-017-0067-1>
- Vesalainen, J., & Pihkala, T. (2016). *Paper presented at the Babson-Kauffman Entrepreneurship Research Conference In Frontiers of Entrepreneurship Research 1999. May 1999*.
- Zaremohzzabieh, Z., Ahrari, S., Eric, S., Bin, A., Samah, A., Kwan, L., & Ariffin, Z. (2019). Predicting social entrepreneurial intention : A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior. *Journal of Business Research*, 96(November 2018), 264–276. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.030>