

PENGARUH ATTITUDE, SUBJECTIVE NORMS DAN PERCEIVED BEHAVIORAL CONTROL TERHADAP GREEN ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR DENGAN GREEN ENTREPRENEURIAL INTENTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI KASUS PADA GEN Z DI JABODETABEK)

Levina Deslie Nicola^{1*)}, Pauline H.Pattyranie Tan²⁾

¹⁾Universitas Pelita Harapan, Jakarta

²⁾Universitas Pelita Harapan, Jakarta

e-mail: 01011210039@student.uph.edu

ABSTRACT

Salah satu masalah lingkungan terbesar yang dihadapi umat manusia saat ini adalah pemanasan global. Fakta ini mengacu pada peningkatan suhu rata-rata atmosfer dan lautan bumi yang disebabkan oleh emisi gas rumah kaca seperti karbon dioksida (CO₂) dan metana (CH₄) yang dihasilkan oleh aktivitas manusia. Dalam menghadapi isu global warming, kewirausahaan hijau (green entrepreneurship) muncul sebagai solusi yang semakin mendapatkan perhatian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengeksplorasi pengaruh attitude, subjective norm, dan perceived behavioral control terhadap green entrepreneurial behavior dengan green entrepreneurial intention sebagai variabel mediasi pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK. Sampel penelitian ini terdiri dari kuesioner yang diberikan kepada responden. Data tersebut diolah menggunakan metode Pengujian Model Pengukuran (Outer Model) dan Pengujian Model Struktural (Inner Model) menggunakan aplikasi SMART-PLS. Hasil penelitian menunjukkan Attitude, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control berpengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Intention. Perceived Behavioral Control berpengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior. Green Entrepreneurial Intention terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior. Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control berpengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior melalui Green Entrepreneurial Intention. Attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior melalui Green Entrepreneurial Intention.

Keywords: attitude, subjective norm, perceived behavioral control, green entrepreneurial behavior, green entrepreneurial intention

1. INTRODUCTION

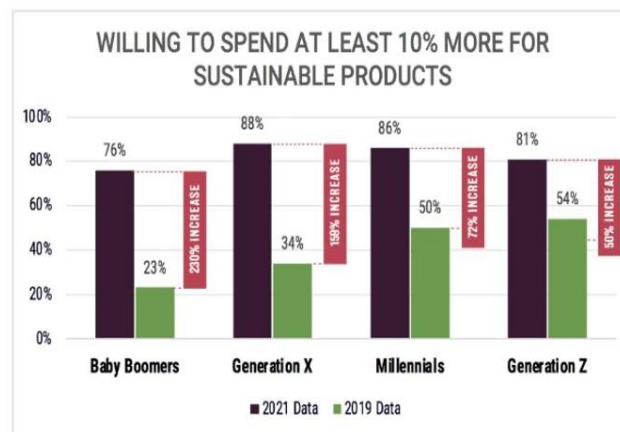
Salah satu masalah lingkungan terbesar yang dihadapi umat manusia saat ini adalah pemanasan global, yang ditandai dengan peningkatan suhu rata-rata atmosfer dan lautan akibat emisi gas rumah kaca seperti karbon dioksida (CO₂) dan metana (CH₄) dari aktivitas manusia. Data dari 31 stasiun pengamatan BMKG menunjukkan bahwa suhu udara rata-rata bulan Agustus 2024 mencapai 26,9°C, lebih tinggi dibandingkan normal klimatologis periode 1991–2020 yang sebesar 26,19°C dengan kisaran normal 20,08°C–28,63°C (bmkgo.id, 2024). Pemanasan global membawa dampak serius, termasuk perubahan iklim ekstrem, meningkatnya frekuensi bencana alam, dan kerusakan ekosistem, yang pada akhirnya mempengaruhi kesehatan manusia dan keberlanjutan planet. Dalam menghadapi tantangan ini, kewirausahaan hijau (green entrepreneurship) muncul sebagai solusi yang semakin mendapatkan perhatian dengan berfokus pada inovasi dan praktik bisnis yang berkontribusi terhadap keberlanjutan lingkungan. Pendekatan ini mencakup pengembangan produk dan layanan ramah lingkungan, serta

penerapan teknologi dan proses yang mengurangi jejak karbon, sehingga menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan.



Gambar 1. Normal Suhu Rata-rata Bulanan Indonesia 1991-2020 dan Suhu Rata-rata Bulanan Indonesia Hingga Agustus 2024
 Sumber: BMKG (2024)

Data dari *Global Risk Report 2023* yang dipublikasikan oleh *World Economic Forum* menunjukkan bahwa Gen Z sangat menyadari dan khawatir terhadap krisis iklim yang sedang berlangsung. Dapat dilihat bahwa 59,2 % Gen-Z percaya bahwa saat ini sudah terjadi krisis iklim, 59% sangat khawatir dengan kondisi krisis iklim saat ini, 64,5% Gen-Z percaya bahwa krisis iklim menyebabkan kerusakan besar terhadap lingkungan (foopak.com, 2024). Untuk itu perlu adanya *shifting* produk ke arah *eco-friendly* untuk meminimalisir potensi krisis iklim yang terjadi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh *First Insight* dan *Baker Retailing Center* di University of Pennsylvania pada tahun 2021 menunjukkan bahwa Gen Z memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap produk *eco-friendly* jika dibandingkan dengan generasi lainnya.



Gambar 2. Persentase Pembelian Produk Berkelanjutan
 Sumber: foopak.com (2024)

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat Gen-Z memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap produk-produk *eco-friendly* jika dibandingkan *millennials*, *generation X*, dan *babyboomer*. Data juga menyatakan bahwa Gen-Z tidak keberatan membeli sustainable product yang harganya bisa mencapai 10% lebih mahal. Jumlah ini meningkat dari angka 2019 yaitu 54% menjadi 81% (foopak.com, 2024).

Generasi Z memiliki potensi besar sebagai motor penggerak perubahan menuju ekonomi yang lebih berkelanjutan, mengingat kesadaran mereka yang tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan serta kecenderungan untuk mencari makna dalam pekerjaan. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku kewirausahaan hijau di

kalangan Gen Z menjadi penting untuk memaksimalkan kontribusi mereka dalam menciptakan solusi bisnis ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan kerangka ****Theory of Planned Behavior (TPB)****, yang telah banyak diterapkan untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku individu dalam berbagai konteks, termasuk kewirausahaan. TPB menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat untuk melakukannya, yang dipengaruhi oleh ****Attitude** (sikap terhadap kewirausahaan hijau), **Subjective Norms** (tekanan sosial untuk terlibat dalam kewirausahaan hijau), dan **Perceived Behavioral Control** (keyakinan terhadap kemampuan menjalankan bisnis hijau)****** (Alimbudiono, 2020). Seiring meningkatnya kesadaran akan dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan, minat terhadap kewirausahaan hijau semakin berkembang. Namun, masih sedikit penelitian yang menggali faktor-faktor yang mempengaruhi minat ini, terutama di kalangan generasi muda yang memiliki peran strategis sebagai agen perubahan (Rahmanto, Siswandari, & Sangka, 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi apakah niat merupakan penghubung utama yang mengarahkan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan ke dalam tindakan nyata dalam kewirausahaan hijau.

2. LITERATURE REVIEW

Green Entrepreneurial Behaviour

Shenmiao & Kamruddin (2024) mengatakan Green Entrepreneurial Behaviour berkaitan dengan dedikasi terhadap bisnis ramah lingkungan serta penerapan proses dan teknologi yang ramah lingkungan dalam produksi. Menurut Damayanti & Oktariani (2023) konsep dasar dari green entrepreneurial behavior yaitu pemahaman terkait perilaku kewirausahaan yang mengeksplorasi dan mengevaluasi peluang dengan tetap memperhatikan aspek ekonomi, masyarakat dan lingkungan. Beberapa prinsip yang digunakan dalam green-entrepreneurial behavior yaitu (1) *valuable* (berharga) dalam artian harus bernilai tukar yang tinggi; (2) *pertinent* atau memperhatikan kondisi saat ini; (3) *competent* atau memiliki kemampuan dan pengetahuan; (4) *unobtrusive* atau rendah hati; (5) *transparent* dalam artian terbuka secara nyata dan jelas bagi pihak pengguna; (6) *controllable* dengan maksud dapat dikendalikan; (7) *different* yang harus memiliki perbedaan namun tidak menjatuhkan yang lain; (8) *anticipatory* yakni memiliki sifat antisipatif dengan melihat kebutuhan dan peluang pada setiap kondisi.

Green Entrepreneurial Intention

Green Entrepreneurial Intention menurut Mathur dan Tandon dalam Nuringsih et al. (2022), adalah sebuah usaha untuk mengatasi masalah lingkungan. Green Entrepreneurial Intention sebagai salah satu bentuk sikap individu dapat dipengaruhi oleh kinerja dan lingkungan sosial dapat dipengaruhi *self-efficacy*, individu yang terlibat di dalam organisasi bisnis tersebut (Maryani & Supardi, 2023).

Attitude

Menurut Saragih et al. (2022), dalam konteks kewirausahaan attitude mengacu pada penilaian siswa atau mahasiswa terhadap perilaku kinerja perilaku kewirausahaan mereka sendiri. Attitude menurut (Sarwono, 2017) terbagi menjadi tiga komponen; *Affect*, *Behavior*, dan *Cognition* (ABC). *Affect* adalah perasaan yang timbul (senang, tidak senang), *Behaviour* adalah perilaku yang mengikuti perasaan itu (mendekat, menghindari), dan *Cognition* adalah penilaian terhadap objek sikap (bagus, tidak bagus).

Subjective Norms

Menurut Herdiansyah (2020) Subjective Norms adalah penilaian subjektif kelompok acuan/masyarakat (bagi individu) tentang perilaku yaitu niat menjadi seorang entrepreneur. Dalam konteks niat menjadi seorang entrepreneur, Subjective Norms mencerminkan bagaimana lingkungan sosial individu, termasuk keluarga, teman, atau rekan kerja, menilai atau memberikan pendapat mengenai keputusan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Perceived Behavioral Control

Perceived Behavioral Control menjelaskan bahwa konsumen dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang seberapa sulit atau mudahnya melakukan suatu perilaku atau tindakan (Siaputra & Isaac, 2020). Hal ini berdasarkan atas asumsi bahwa Kontrol Keperilakuan yang dipersepsikan oleh individu akan memberikan implikasi berupa motivasi terhadap orang tersebut. Christina & Adiati (2023) mengatakan Perceived Behavioral Control, mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta kesulitan dan hambatan yang diantisipasi. individu melakukan niat untuk menjadi seorang entrepreneur.

3. RESEARCH METHOD

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) dengan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4.0.9.6 untuk menganalisis data. Structural Equation Modelling (SEM) merupakan teknik untuk menganalisis hubungan struktural antar variabel-variabel. Teknik ini menggabungkan aspek-aspek dari analisis faktor dan analisis regresi, sehingga peneliti dapat memeriksa kompleksitas hubungan antar variabel secara simultan. Menurut Hair et al. (2018) terdapat dua metode yang umumnya digunakan dalam penelitian, yaitu SEM berbasis kovarian (CB-SEM) dan SEM kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM). Dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM untuk mengkonfirmasi model pengukuran serta memberikan gambaran singkat berkaitan dengan karakteristik utama PLS-SEM.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Hubungan antara Attitude dan Green Entrepreneurial Intention pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara sikap (Attitude) dan Green Entrepreneurial Intention (GEI) di kalangan mahasiswa Gen Z di JABODETABEK merupakan aspek penting dalam memahami motivasi mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan berkelanjutan. Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis, ditemukan bahwa Attitude memiliki pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Intention (GEI) dengan nilai Path Coefficient sebesar 0,513, T statistics 8,099, dan P values 0,000. Nilai ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dari sikap terhadap niat berwirausaha hijau, sehingga hipotesis penelitian (H1) diterima. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswa dengan sikap positif terhadap lingkungan cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk memulai usaha berfokus pada keberlanjutan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa sikap positif individu terhadap kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk niat untuk memulai usaha hijau. Penelitian oleh Hutabarat (2020) yang menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior menemukan bahwa sikap memiliki pengaruh positif terhadap entrepreneurial intention mahasiswa di JABODETABEK. Hasil ini memperkuat kesimpulan

bahwa sikap positif terhadap kewirausahaan dapat meningkatkan niat untuk menjadi wirausaha hijau, terutama di kalangan generasi muda yang lebih peka terhadap isu-isu lingkungan.

Hubungan antara Subjective Norms dan Green Entrepreneurial Intention pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara Subjective Norms dan Green Entrepreneurial Intention (GEI) di kalangan mahasiswa Gen Z di Jakarta menunjukkan bahwa persepsi sosial memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan niat wirausaha hijau. Hasil analisis menunjukkan bahwa Subjective Norms juga memiliki pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Intention dengan Path Coefficient sebesar 0,275, T statistics 4,164, dan P values 0,000, sehingga hipotesis penelitian (H2) diterima. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin besar dukungan sosial yang dirasakan individu terkait keputusan memulai bisnis hijau, maka semakin besar pula niat mereka untuk melakukannya.

Subjective Norms, yang mencakup pendapat keluarga, teman, dan kolega, berfungsi sebagai pendorong penting dalam keputusan individu untuk mengejar wirausaha hijau. Ketika mahasiswa Gen Z merasa bahwa orang-orang penting dalam hidup mereka mendukung keputusan untuk berbisnis ramah lingkungan, mereka cenderung lebih termotivasi untuk menindaklanjuti niat tersebut. Sebaliknya, jika dukungan sosial minim atau bahkan negatif, hal ini bisa menghambat niat mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan yang berfokus pada keberlanjutan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian (Hutabarat, 2020), yang menemukan bahwa Subjective Norms memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa di JABODETABEK. Hutabarat menegaskan bahwa ketika mahasiswa merasakan dorongan sosial untuk berwirausaha, hal tersebut berdampak langsung pada peningkatan niat kewirausahaan mereka. Ini menunjukkan bahwa dukungan sosial berperan penting dalam memperkuat niat untuk menjadi wirausaha hijau, terutama dalam lingkungan sosial yang semakin peduli terhadap keberlanjutan.

Hubungan antara Perceived Behavioral Control dan Green Entrepreneurial Intention pada mahasiswa Gen Z di Jabodetabek

Hubungan antara Perceived Behavioral Control (PBC) dan Green Entrepreneurial Intention (GEI) pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control memainkan peran penting dalam mendorong Green Entrepreneurial Intention. Hasil analisis menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control berpengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Intention dengan Path Coefficient sebesar 0,207, T statistics 3,249, dan P values 0,001, sehingga hipotesis penelitian (H3) diterima. Artinya, semakin kuat keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk mengatasi berbagai tantangan dalam menjalankan usaha hijau, semakin besar pula niat mereka untuk memulai bisnis yang berfokus pada keberlanjutan.

Perceived Behavioral Control merujuk pada keyakinan individu mengenai sejauh mana mereka dapat mengendalikan atau mempengaruhi hasil dari suatu tindakan. Dalam konteks kewirausahaan hijau, mahasiswa yang merasa memiliki kendali atas keputusan dan tindakan mereka dalam mendirikan dan menjalankan usaha hijau cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk melakukannya. Perceived Behavioral Control tidak hanya mencerminkan keyakinan akan kemampuan pribadi, tetapi juga faktor-faktor eksternal, seperti dukungan finansial dan kemudahan akses terhadap sumber daya yang relevan.

Penelitian ini sejalan dengan temuan Felya & Budiono (2020) yang menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat

kewirausahaan mahasiswa Universitas Tarumanagara. Temuan mereka menegaskan bahwa ketika mahasiswa memiliki rasa percaya diri yang tinggi dalam kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan wirausaha, mereka cenderung lebih bermotivasi untuk mewujudkan niat berwirausaha, termasuk dalam sektor hijau yang berfokus pada praktik bisnis berkelanjutan.

Hubungan Perceived Behavioral Control dan Green Entrepreneurial Behavior pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara Perceived Behavioral Control (PBC) dan Green Entrepreneurial Behaviour (GEB) pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control tentang kendali mereka berkontribusi signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behaviors. Hasil analisis menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior melalui Green Entrepreneurial Intention dengan Path Coefficient sebesar 0,069, T statistics 2,879, dan P values 0,004, sehingga hipotesis penelitian (H4) diterima. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang merasa memiliki kendali dan kemampuan untuk mengambil tindakan dalam konteks wirausaha hijau cenderung lebih aktif dalam menerapkan praktik-praktik yang ramah lingkungan.

Perceived Behavioral Control mencerminkan keyakinan individu tentang seberapa banyak mereka dapat mengendalikan atau mempengaruhi hasil dari perilaku tertentu. Dalam konteks kewirausahaan hijau, mahasiswa yang percaya bahwa mereka memiliki sumber daya, keterampilan, dan dukungan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis berorientasi keberlanjutan akan lebih termotivasi untuk berperilaku sesuai dengan niat mereka. Dengan kata lain, jika individu merasa mampu menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam wirausaha hijau, mereka akan lebih mungkin untuk mengambil tindakan nyata dalam bidang tersebut.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Lihua (2022) yang berjudul "An Extended Model of the Theory of Planned Behavior: An Empirical Study of Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior in College Students." Penelitian tersebut menegaskan bahwa Perceived Behavioral Control memiliki dampak signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior, menunjukkan bahwa keyakinan dalam kontrol perilaku dapat mendorong individu untuk mewujudkan niat kewirausahaan mereka menjadi tindakan nyata. Hasil ini menunjukkan pentingnya memperkuat Perceived Behavioral Control sebagai bagian dari program pendidikan kewirausahaan untuk mahasiswa.

Hubungan Green Entrepreneurial Intention dan Green Entrepreneurial Behavior pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara Green Entrepreneurial Intention (GEI) dan Green Entrepreneurial Behaviors (GEB) pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK menunjukkan bahwa niat untuk berwirausaha hijau memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha hijau. Hasil analisis menunjukkan bahwa Green Entrepreneurial Intention (GEI) terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behavior (GEB) dengan nilai Path Coefficient sebesar 0,332, T statistics 4,051, dan P values 0,000. Ini berarti bahwa semakin tinggi niat individu untuk terlibat dalam usaha yang berfokus pada keberlanjutan, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan niat tersebut.

Pentingnya Green Entrepreneurial Intention dalam mempengaruhi Green Entrepreneurial Behavior dapat dipahami melalui kerangka Theory of Planned Behavior, yang menyatakan bahwa niat individu merupakan prediktor utama dari perilaku. Dalam konteks ini, mahasiswa yang memiliki niat kuat untuk menjalankan usaha hijau cenderung lebih termotivasi untuk mengambil langkah konkret dalam mewujudkan ide bisnis mereka. Ini menunjukkan bahwa

pengembangan niat untuk berwirausaha hijau harus menjadi fokus utama dalam program pendidikan kewirausahaan, agar mahasiswa dapat mengubah niat mereka menjadi tindakan nyata.

Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa niat berwirausaha memiliki dampak langsung terhadap perilaku wirausaha. Penelitian oleh Kurniawan & Dewi (2021) menunjukkan bahwa individu yang memiliki niat yang jelas dalam kewirausahaan lebih mungkin untuk terlibat dalam tindakan yang mencerminkan niat tersebut. Temuan ini mendukung argumen bahwa penguatan niat dapat menghasilkan perilaku yang lebih aktif dalam wirausaha hijau, yang penting untuk keberlanjutan lingkungan.

Hubungan Attitudes dan Green Entrepreneurial Behavior yang di mediasi oleh Green Entrepreneurial Intention pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara Attitude dan Green Entrepreneurial Behaviors (GEB) yang dimediasi oleh Green Entrepreneurial Intention (GEI) pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK menunjukkan bahwa sikap positif memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha hijau. Hasil analisis uji hipotesis memperlihatkan bahwa Attitude terhadap Green Entrepreneurial Behavior melalui Green Entrepreneurial Intention juga signifikan dengan Path Coefficient sebesar 0,170, T statistics 3,993, dan P values 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa sikap individu terhadap lingkungan dan keberlanjutan tidak hanya mempengaruhi niat untuk memulai usaha hijau, tetapi juga berdampak langsung pada tindakan yang diambil dalam menjalankan usaha tersebut. Artinya, jika mahasiswa memiliki sikap yang mendukung dan positif terhadap wirausaha hijau, maka mereka akan lebih termotivasi untuk mengembangkan ide-ide bisnis yang ramah lingkungan.

Hubungan Subjective Norms dan Green Entrepreneurial Behaviors yang di mediasi oleh Green Entrepreneurial Intention pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara Subjective Norms dan Green Entrepreneurial Behaviors (GEB) yang dimediasi oleh Green Entrepreneurial Intention (GEI) menunjukkan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha hijau di kalangan mahasiswa Gen Z di JABODETABEK. Hasil analisis uji hipotesis menunjukkan Subjective Norms berpengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behaviors melalui Green Entrepreneurial Intention dengan Path Coefficient sebesar 0,091, T statistics 2,311, dan P values 0,021. Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi mahasiswa tentang dukungan sosial dari orang-orang terdekat, seperti keluarga, teman, dan komunitas, berperan penting dalam membentuk niat mereka untuk terlibat dalam wirausaha hijau. Ketika individu merasa bahwa orang-orang di sekitar mereka menganggap usaha hijau sebagai hal yang positif dan mendukung, mereka cenderung lebih termotivasi untuk mengambil langkah menuju perilaku kewirausahaan yang ramah lingkungan (Hutabarat, 2020; Lihua, 2022)

Norma subjektif dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi individu untuk mengembangkan niat dan perilaku yang sejalan dengan keberlanjutan. Dukungan sosial ini tidak hanya memberikan dorongan moral, tetapi juga menciptakan tekanan positif yang mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi dalam usaha yang berfokus pada pelestarian lingkungan. Sebagai contoh, jika seorang mahasiswa melihat bahwa teman-teman atau keluarganya aktif mendukung inisiatif bisnis yang ramah lingkungan, hal ini dapat memperkuat niatnya untuk mengikuti jejak tersebut. Dengan kata lain, norma-norma sosial yang mendukung tidak hanya berfungsi sebagai pendorong untuk menciptakan niat, tetapi juga sebagai faktor yang mengarahkan individu untuk bertindak secara konkret dalam menjalankan perilaku kewirausahaan hijau (Felya & Budiono, 2020; Lihua, 2022).

Hubungan Perceived Behavioral Control dan Green Entrepreneurial Behaviors yang di mediasi oleh Green Entrepreneurial Intention pada mahasiswa Gen Z di JABODETABEK

Hubungan antara Perceived Behavioral Control (PBC) dan Green Entrepreneurial Behaviors (GEB) yang dimediasi oleh Green Entrepreneurial Intention (GEI) menunjukkan bahwa Perceived Behavioral Control berpengaruh secara tidak langsung terhadap perilaku kewirausahaan hijau. Hasil analisis uji hipotesis menunjukkan Perceived Behavioral Control juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Behaviors melalui Green Entrepreneurial Intention dengan Path Coefficient sebesar 0,069, T statistics 2,879, dan P values 0,004. Temuan ini menunjukkan bahwa keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk memulai dan menjalankan usaha yang berkelanjutan memiliki dampak penting terhadap niat dan perilaku mereka dalam berwirausaha. Ketika mahasiswa Gen Z di JABODETABEK merasa yakin akan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan dan menerapkan praktik bisnis ramah lingkungan, mereka lebih cenderung untuk mengambil langkah nyata menuju perilaku kewirausahaan yang mendukung keberlanjutan (Lihua, 2022). Perceived Behavioral Control merupakan indikator kunci dalam menentukan seberapa efektif individu dapat menjalankan usaha hijau. Dengan memiliki tingkat Perceived Behavioral Control yang tinggi, wirausaha merasa lebih percaya diri dalam menerapkan strategi berkelanjutan, seperti pengurangan emisi karbon dan penggunaan energi terbarukan. Keyakinan ini tidak hanya meningkatkan niat mereka untuk terlibat dalam kegiatan bisnis yang ramah lingkungan, tetapi juga memperkuat komitmen mereka untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan praktek-praktek tersebut. Dalam konteks ini, Perceived Behavioral Control berperan sebagai penggerak yang signifikan dalam menciptakan perilaku kewirausahaan yang pro-lingkungan (Lihua, 2022).

Dukungan terhadap pengembangan Perceived Behavioral Control dalam konteks pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan perilaku kewirausahaan hijau di kalangan mahasiswa. Dengan memberikan pelatihan dan sumber daya yang tepat, lembaga pendidikan dapat membantu mahasiswa untuk meningkatkan keyakinan mereka dalam menjalankan usaha berkelanjutan. Hal ini juga dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif, di mana mahasiswa merasa didukung dalam upaya mereka untuk berkontribusi terhadap keberlanjutan melalui perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, penting untuk mengintegrasikan pengembangan Perceived Behavioral Control dalam kurikulum dan program kewirausahaan guna mendorong generasi pengusaha yang lebih berkomitmen terhadap lingkungan (Kurniawan & Dewi, 2021).

5. CONCLUSION

Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control (PBC) memiliki pengaruh signifikan terhadap Green Entrepreneurial Intention (GEI) dan Green Entrepreneurial Behavior (GEB) di kalangan mahasiswa Gen Z di JABODETABEK. Sikap positif terhadap lingkungan dan keberlanjutan berkontribusi kuat terhadap niat berwirausaha hijau dengan path coefficient 0,513, T statistics 8,099, dan P values 0,000, yang didukung oleh penelitian Hutabarat (2020) serta Felya & Budiono (2020). Norma subjektif juga berperan signifikan terhadap GEI (path coefficient 0,275, T statistics 4,164, dan P values 0,000), menunjukkan bahwa dukungan sosial dari keluarga, teman, dan komunitas dapat memperkuat niat mahasiswa dalam memulai usaha hijau, sebagaimana dikemukakan oleh Hutabarat (2020) dan Lihua (2022). Selain itu, PBC yang tinggi mendorong mahasiswa untuk merasa lebih mampu menghadapi tantangan kewirausahaan hijau, dengan path coefficient 0,207, T statistics

3,249, dan P values 0,001, sejalan dengan temuan Felya & Budiono (2020) serta Kurniawan & Dewi (2021). Lebih lanjut, GEI terbukti memiliki pengaruh langsung terhadap GEB (path coefficient 0,332, T statistics 4,051, dan P values 0,000), menegaskan bahwa mahasiswa dengan niat kuat cenderung lebih aktif dalam menerapkan praktik bisnis berkelanjutan, sebagaimana dilaporkan oleh Kurniawan & Dewi (2021). PBC juga berpengaruh terhadap GEB melalui GEI (path coefficient 0,069, T statistics 2,879, dan P values 0,004), menandakan bahwa keyakinan mahasiswa dalam mengelola bisnis hijau berperan dalam pembentukan perilaku kewirausahaan berkelanjutan (Lihua, 2022; Mishra et al., 2024). Selain itu, sikap positif terhadap lingkungan memiliki efek tidak langsung terhadap GEB melalui GEI (path coefficient 0,170, T statistics 3,993, dan P values 0,000), menunjukkan bahwa kesadaran lingkungan yang tinggi dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam usaha hijau (Felya & Budiono, 2020). Norma subjektif juga berkontribusi terhadap GEB melalui GEI (path coefficient 0,091, T statistics 2,311, dan P values 0,021), mengindikasikan bahwa dukungan sosial memainkan peran kunci dalam mendorong mahasiswa untuk berperilaku sesuai dengan prinsip keberlanjutan (Felya & Budiono, 2020; Lihua, 2022).

REFERENCES

- 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)
- Alimbudiono, L. S. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. CV. Jakad Media Publishing.
- Becker, J.-M., Cheah, J.-H., Gholamzade, R., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2023). No Title. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 321–346. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-%0A0474>
- Christina, S., & Adiati, R. P. (2023). Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control, dan Green Trust Sebagai Prediktor dari Green Purchase Intention pada Generasi Z. *Jurnal Psikologi Talenta Mahasiswa*, 3(2), 13–22.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2014). *Multivariate Data Analysis.pdf*. In Australia : Cengage: Vol. 7 edition.
- Herdiansyah, H. (2020). Pengaruh Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, Dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Menjadi Seorang Entrepreneur Pada Mahasiswa Peserta Matakuliah Entrepreneurship 1 Dan 2 Batch 2017. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 44. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.1050>
- Li, C., Murad, M., & Ashraf, S. F. (2023). The Influence of Women’s Green Entrepreneurial Intention on Green Entrepreneurial Behavior through University and Social Support. *Sustainability (Switzerland)*, 15(13). <https://doi.org/10.3390/su151310123>

Liang, S. Z., Hsu, M. H., & Chou, T. H. (2022). Effects of Celebrity–Product/Consumer Congruence on Consumer Confidence, Desire, and Motivation in Purchase Intention. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14). <https://doi.org/10.3390/su14148786>

Lihua, D. (2022). An Extended Model of the Theory of Planned Behavior: An Empirical Study of Entrepreneurial Intention and Entrepreneurial Behavior in College Students. *Frontiers in Psychology*, 12(January). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.627818>

Maryani, L., & Yuniarsih, T. (2022). Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy Dan Entrepreneurial Orientation Terhadap Green Entrepreneurial Intention. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 6(2), 179–188.

Mishra, M. K., Sharma, N., Kumar, S., & Shah, M. A. (2024a). Catalyzing green entrepreneurial behavior: the role of intentions and selective factors. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2337959>

Muthmainah, & Cholil, M. (2015). Analysis of Attitude, Experience, Subjective Norm and Behavioral Control on The Entrepreneurial Intention and Behavior: A Case Study toward The Pawns of Sharia Pawnshop of Surakarta Branch Office, Central Java, Indonesia. *International Journal of Information, Business and Management*, 7(2), 63.

Nadhifa, S. R., Prabarini, A. M., & Wati, I. R. (2024). Green Entrepreneurial Behavior: A Review and Research Agenda. *Research Horizon*, 4(3), 243–250. <https://journal.lifescifi.com/index.php/RH/article/view/278>

Nuringsih, K., Nuryasman, & Rosa, J. A. (2022). Mendorong Green Entrepreneurial Intention Melalui Green Economy dan Green Entrepreneurial Orientation. *Jurnal Ekonomi*, 27(3), 417–438. <https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1203>

Oktarina, S., & Gunawan, D. I. (2024). Pengaruh Sikap Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Pandanaran. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis Dan Digital*, 1(3), 149–156. <https://doi.org/10.61132/jimakebidi.v1i3.255>

Ridha, R. N., Burhanuddin, B., & Wahyu, B. P. (2017). Entrepreneurship Intention In Agricultural Sector Of Young Generation In Indonesi. *Asia Pacific Journal Of Innovation And Entrepreneurship*, 11(1), 76–89.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.