

PERAN MODERASI PERCEIVED UNIVERSITY SUPPORT DALAM PENGARUH PROACTIVE PERSONALITY TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION

Tiara Carina¹; I Wayan Sucipta Wibawa²; Ni Wayan Merry Nirmala Yani³

Universitas Mahasaraswati Denpasar^{1,2}; Politeknik Negeri Bali³

Email : tiaracarina@unmas.ac.id¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* dengan *perceived university support* sebagai variabel pemoderasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 419 mahasiswa aktif dari lima universitas di Denpasar yang dipilih dengan *purposive random sampling*. Data dikumpulkan melalui administrasi modifikasi instrumen *entrepreneurial intention* oleh Fishbein & Ajzen (1975), adaptasi instrumen *proactive personality* oleh Bateman & Crant (1993) dan adaptasi instrumen *perceived university support* oleh Shi, dkk. (2020) yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hipotesis diuji dengan Moderated Regression Analysis (MRA). Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat disimpulkan bahwa *proactive personality* secara positif dan signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *proactive personality* seseorang maka *entrepreneurial intention*nya juga akan semakin tinggi. *Perceived university support* secara positif dan signifikan memoderasi pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*, dengan peran sebagai quasi-moderasi. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived university support* dapat memperkuat pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* dan secara langsung mempengaruhi *entrepreneurial intention* sebagai variabel independen.

Kata kunci : *entrepreneurial intention*, *perceived university support*, *proactive personality*

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of proactive personality on entrepreneurial intention with perceived university support as a moderating variable. The samples in this study were 419 active students from five universities in Denpasar who were selected using purposive random sampling. Data were collected through the administration of modification of the entrepreneurial intention instrument by Fishbein & Ajzen (1975), adaptation of the proactive personality instrument by Bateman & Crant (1993) and adaptation of the perceived university support instrument by Shi, et al. (2020) which has been tested for validity and reliability. The hypotheses were tested using Moderated Regression Analysis (MRA). Based on the results of data processing, it can be concluded that proactive personality positively and significantly influences entrepreneurial intention. This shows that the higher a person's level of proactive personality, the higher their entrepreneurial intention will be. Perceived university support positively and significantly moderates the influence of proactive personality on entrepreneurial intention, with a quasi-moderating role. This shows that perceived university support can strengthen the influence of proactive personality on entrepreneurial intention and directly influence entrepreneurial intention as an independent variable.

Keywords : entrepreneurial intention, perceived university support, proactive personality

PENDAHULUAN

Suatu negara membutuhkan 12-14% wirausahawan untuk menjadi negara maju, namun pengusaha muda di Indonesia hanya berjumlah sebesar 3,4% dari total populasi (CNBC, 2022). Agar dapat mengakselerasi hal tersebut, lulusan dari pendidikan di perguruan tinggi diharapkan mampu merintis usaha sendiri untuk mendorong penguatan struktur ekonomi di Indonesia. Hal ini dapat dimulai dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswa di perguruan tinggi. Pada perguruan tinggi, fakultas ekonomi dan bisnis adalah fakultas yang paling diharapkan dapat menghasilkan lulusan berjiwa kewirausahaan. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan sepuluh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Denpasar, delapan diantaranya tidak menunjukkan keinginan merintis usaha sendiri ketika lulus dari perguruan tinggi, opsi yang mereka paparkan adalah melamar pekerjaan di perusahaan swasta, mengikuti seleksi pemilihan pegawai negeri sipil, atau melanjutkan pendidikan ke jenjang magister. Hal ini menunjukkan hanya sedikit mahasiswa yang memiliki intensi untuk berwirausaha.

Intensi adalah suatu kelengkapan psikologis yang terdiri dari campuran dari keinginan-keinginan yang timbul dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau yang lainnya yang membuat seseorang memutuskan pilihan tertentu (Putra, 2017). Hasil penelitian sebelumnya yang meneliti mengenai motivasi wirausaha individu menyatakan bahwa terdapat dua faktor, yaitu faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi intensi individu dalam berwirausaha. Faktor internal yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention* yang dimaksud salah satunya berupa karakter sifat individu dalam bentuk kepribadian (Johnson, 1990).

Entrepreneurial event model oleh Shapero (1975) menyatakan bahwa peristiwa kewirausahaan akan muncul ketika seseorang memiliki kemauan dan kapabilitas. Oleh karena itu, kepribadian tertentu dapat mendorong individu untuk memiliki kecenderungan ingin berwirausaha. Tantangan terbesar seorang wirausahawan adalah harus selalu tanggap dengan perubahan-perubahan yang terjadi di masa sekarang agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya. Perubahan yang terjadi dalam kondisi lingkungan, teknologi, dan ilmu pengetahuan menuntut seseorang harus menjadi individu yang proaktif agar dapat menjadi wirausahawan yang sukses (Agustina & Muhammad, 2019). *Proactive personality* adalah sikap yang relatif tidak terbatas oleh

kekuatan situasional serta seseorang yang dapat memengaruhi perubahan lingkungan (Bateman & Crant, 1993).

Berdasarkan hasil wawancara awal terlihat pula bahwa mahasiswa masih kekurangan *proactive personality*. Mereka cenderung memilih opsi pekerjaan selain berwirausaha karena takut gagal dalam menjalankan usahanya akibat kesulitan mengidentifikasi perubahan situasi yang terjadi. *Proactive personality* ditandai dengan adanya kemampuan melihat peluang, menunjukkan inisiatif, mengambil tindakan, dan gigih hingga terjadi perubahan yang signifikan.

Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan *proactive personality* secara signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention* (Prabhu, dkk., 2012; Hu, dkk., 2018; Naz, dkk., 2020; Rosalina & Satrya, 2022: 133). Mahasiswa dengan tingkat kepribadian proaktif yang tinggi, bersikap lebih spontan dan memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menghadapi perubahan dan fokus pada masa depan akan memiliki *entrepreneurial intention* yang lebih tinggi (Luo, dkk., 2022). Namun Kumar & Shukla (2019) menyatakan bahwa *entrepreneurial intention* adalah sebuah proses yang rumit. Hubungan antara *proactive personality* dan *entrepreneurial intention* dapat diperkuat atau diperlemah oleh faktor eksternal lain.

Salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hubungan *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* pada mahasiswa adalah *perceived university support*. Suharti & Sirine (2011) menyatakan bahwa sistem perkuliahan yang kreatif, tersedianya bangunan dan fasilitas kampus untuk mengaplikasikan secara langsung sikap kewirausahaan serta dengan adanya contoh kesuksesan dalam berwirausaha di kampus dapat membuat *entrepreneurial intention* meningkat. Saeed, dkk. (2013) menyatakan bahwa walaupun peserta didik tampak puas dengan pembelajaran kewirausahaan tradisional, mahasiswa membutuhkan lebih banyak dukungan dari universitas mengenai pengembangan konsep maupun pengembangan bisnis. *Perceived university support* adalah persepsi mahasiswa terhadap dukungan yang diterima dari universitas (Saeed, dkk., 2013).

Theory of planned behavior merupakan teori yang mendukung pernyataan tersebut, yang menyatakan bahwa kehadiran sikap positif dalam diri individu, adanya dukungan dari lingkungan serta persepsi kemudahan karena tidak ada halangan untuk berperilaku akan memperkuat intensi seseorang untuk berperilaku (Ajzen, 1991). Teori

ini menyatakan bahwa intensi individu dalam melakukan sesuatu ditentukan dari faktor seperti sikap dan norma subjektif individu, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 1991). Hal ini juga dapat dijelaskan oleh *entrepreneurial event model* yang menjelaskan bahwa peristiwa kewirausahaan akan muncul ketika terdapat aspek pengambilan resiko, inisiatif, pengaturan sumber daya, pengelolaan organisasi dan adanya otonomi dalam diri individu (Shapero, 1984: 24).

Perceived university support dalam memunculkan keinginan berwirausaha sangatlah penting bagi mahasiswa. Dengan adanya fasilitas yang diberikan, mahasiswa menjadi lebih leluasa dalam melatih kegiatan berwirausaha sehingga dapat memperkuat munculnya *entrepreneurial intention*. Berdasarkan latar belakang dan urgensi penelitian, peneliti ingin menganalisis mengenai pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* serta peran moderasi *perceived university support* pada hubungan antar variabel tersebut.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis, yaitu menambah literatur bidang manajemen khususnya manajemen sumber daya manusia mengenai peran moderasi *perceived university support* dalam pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat membantu menumbuhkan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa dengan memberikan atensi terhadap variabel *perceived university support* dan *proactive personality*.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior menurut Ajzen (1991) menyatakan bahwa intensi secara umum bergantung pada sikap terhadap perilaku, norma subjektif yang berlaku dan kontrol perilaku yang dirasakan individu. Sikap terhadap perilaku tersebut mencerminkan penilaian individu terhadap keinginan pribadi untuk menciptakan bisnis baru. Norma subyektif mencerminkan persepsi individu tentang apa yang dipikirkan orang-orang penting dalam hidup mereka tentang penciptaan bisnis. Kontrol perilaku yang dirasakan mencerminkan persepsi individu tentang kapabilitas seseorang dalam memulai bisnis baru dengan sukses.

Entrepreneurial Event Model

Ranah kewirausahaan juga memiliki model yang mirip dengan *theory of planned behavior*. Shapero (1975) menyatakan bahwa peristiwa kewirausahaan akan muncul ketika adanya keinginan dan kemampuan yang dirasakan oleh individu yang berpotensi dalam berwirausaha. Shapero (1975) mendefinisikan persepsi intensi sebagai daya tarik untuk memulai bisnis dan kelayakan yang dirasakan sebagai sejauh mana seorang individu merasa mampu untuk memulai bisnis. Kemampuan dalam mengambil resiko, inisiatif, pengaturan sumber daya, pengelolaan organisasi dan adanya otonomi dalam diri individu harus hadir agar sebuah peristiwa dapat dikategorikan sebagai peristiwa kewirausahaan (Shapero, 1984: 24).

Entrepreneurial Intention

Entrepreneurial intention dapat dikategorikan sebagai motivasi yang memengaruhi seseorang dalam memperoleh hasil dalam kegiatan wirausaha. Intensi merupakan sebuah keinginan yang tampak dalam diri individu dalam melakukan sesuatu untuk menghasilkan masa depan yang lebih baik, sedangkan wirausaha adalah aktivitas individu dalam mencapai tujuan dan kebutuhannya. Seorang wirausahawan sudah pasti menginginkan usaha yang dijalankan berhasil atau sukses sehingga perlu ada dorongan kuat dari diri individu tersebut untuk mencapai kesuksesan usahanya (Naz, dkk., 2020). *Entrepreneurial intention* merupakan langkah awal dari aktivitas pembentukan sebuah bisnis yang diharapkan individu bersifat jangka panjang, sehingga *entrepreneurial intention* dapat didefinisikan sebagai suatu kondisi mental dalam mengarahkan serta membimbing setiap individu untuk terus berkembang dan mampu mengimplementasikan hal tersebut untuk menjadi sebuah bisnis baru (Kusuma & Warmika, 2016).

Individu yang memulai sebuah bisnis melakukan aktivitasnya secara sadar dan intensi tersebut muncul melalui beberapa tahapan. Intensi dalam memulai sebuah bisnis secara sengaja dan sungguh-sungguh muncul dari internal individu dan dilaksanakan dalam sebuah aktivitas, dimana aktivitas berwirausaha yang dimaksud adalah memilih jalur karir menjadi seorang wirausahawan dengan cara membuat produk atau jasa inovatif yang memberikan kontribusi bagi lingkungan dalam jangka panjang serta bernilai ekonomis (Pratana & Margunani, 2019). Tumbuhnya minat dalam melakukan aktivitas kewirausahaan juga dipengaruhi faktor eksternal seperti pendidikan dan pengetahuan. Pendidikan dalam berwirausaha akan membentuk mahasiswa dalam

memilih jalan karir sebagai seorang wirausahawan. Pemahaman mendalam mengenai proses kewirausahaan dapat diperoleh melalui pendidikan formal sehingga mempengaruhi keberhasilan dalam membuat solusi akan masalah yang dialami selama melakukan kegiatan berwirausaha (Kumar & Shukla, 2019).

Entrepreneurial intention pada penelitian ini diukur dengan memodifikasi instrumen dari Fishbein & Ajzen (1975) untuk mengukur variabel yang dimaksud, dimana Fishbein & Ajzen (1975) membagi tiga dimensi yang terdiri dari tiga belas item pernyataan yang mampu mengukur variabel *entrepreneurial intention* meliputi *attitude*, *subjective norm*, dan *perceived behavior control*.

Proactive Personality

Proactive personality dapat didefinisikan sebagai tindakan dalam mengambil inisiatif untuk memperbaiki lingkungan sekitar atau membuat lingkungan baru yang lebih baik dengan caranya tersendiri namun tidak menyimpang dari suatu aturan, sehingga individu tidak secara pasif menerima keadaan atau aturan-aturan yang sudah ditetapkan tersebut melainkan mencari tindakan yang dirasakan terbaik untuknya (Crant, 2000). Karakteristik *proactive personality* menampilkan individu yang aktif, penuh inisiatif, mampu mengidentifikasi kesempatan dan bertindak untuk memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mengubah kondisi menjadi sesuatu yang dituju. Individu dengan *proactive personality* akan melakukan aktivitas yang secara langsung mampu mengubah lingkungan sekitarnya (Qazi dkk., 2020).

Proactive personality membuat dampak terhadap diri sendiri dan lingkungan. Individu dengan kepribadian tersebut selalu berorientasi dan fokus terhadap masa depan serta menyukai perubahan. Sedangkan individu yang kurang proaktif lebih menikmati zona nyaman dan memilih beradaptasi dengan lingkungan dibandingkan mengubah dan memanfaatkan sebuah kesempatan

(Travis & Freeman, 2017). *Proactive personality* membuat individu mampu mengidentifikasi kesempatan dan berkontribusi dalam kegiatan yang terkait dengan kesempatan tersebut.

Kepribadian proaktif pada penelitian ini mengadaptasi instrumen *proactive personality* dari Bateman & Crant (1993) untuk mengukur variabel, dimana Bateman & Crant (1993) membagi empat dimensi yang terdiri dari sepuluh item pernyataan yang

mampu mengukur variabel *proactive personality* meliputi kemampuan melihat peluang, menunjukkan inisiatif, mengambil tindakan, dan gigih.

Perceived University Support

Dukungan merupakan suatu upaya dalam mendorong atau memotivasi seseorang dalam suatu kegiatan, dukungan dapat berupa bantuan finansial atau nonfinansial. Terdapat banyak sumber dukungan, salah satunya adalah dukungan dari perguruan tinggi. Istilah dukungan yang dirasakan dari universitas mengacu pada dukungan yang ditawarkan universitas dengan cara yang mendorong mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas yang menumbuhkan kreativitas. Tumbuhnya kewirausahaan di lingkungan universitas saat ini merupakan fenomena kreatif yang menimbulkan keprihatinan serius. Karena kurangnya literasi kewirausahaan mahasiswa, maka masih sedikit niat berwirausaha oleh mahasiswa.

Selain syarat mahasiswa menjadi seorang akademisi, perguruan tinggi juga harus mampu menumbuhkan jiwa kewirausahaan pada mahasiswanya. Alfianti, dkk. (2021) menegaskan bahwa pendidikan akan berfungsi sebagai standar untuk menentukan apakah seseorang memiliki literasi dan keterampilan kewirausahaan atau tidak. Seorang mahasiswa tidak hanya harus cerdas, tetapi juga harus memiliki jiwa kreatif, berani mengambil risiko, dan imajinatif untuk bersaing secara global.

Perguruan tinggi dapat melakukan berbagai cara untuk memberdayakan daya imajinasi dan jiwa berwirausaha mahasiswa, misalnya dengan membangun sebuah inkubator bisnis yang tujuannya sebagai bagian dari proses untuk menciptakan para pebisnis muda yang serius di pasar dunia. Universitas juga dapat membantu mahasiswa dengan mengajari mereka cara melihat peluang bisnis, mengembangkan bisnis, dan menggunakan sumber daya untuk membangun bisnis, serta membekali mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan di bidang ini.

Penelitian ini mengadaptasi instrumen oleh Shi, dkk. (2020) untuk mengukur variabel *perceived university support* yang menyatakan terdapat tiga indikator dengan tiga belas item kuesioner yang dapat mengukur *perceived university support* diantaranya *perceived educational support*, *perceived concept development support*, dan *perceived business development support*.

Pengaruh *Proactive Personality* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Proactive personality merupakan inisiatif seorang individu untuk keluar dari zona nyamannya yang mampu mengubah lingkungannya namun tetap mematuhi aturan yang sudah diberlakukan, sedangkan *entrepreneurial intention* merupakan langkah awal yang muncul dari sebuah proses pembentukan bisnis yang diharapkan dapat bertahan secara jangka panjang. Untuk memulai langkah tersebut individu harus berani mengambil inisiatif dan mengubah lingkungan agar dapat membentuk sebuah usaha yang inovatif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hussain (2018), Delle & Amadu (2016), Hu dkk. (2018), Kumar & Sukhla (2019), Naz dkk. (2020), dan Luo dkk. (2022) yang meneliti tentang pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* mendapatkan hasil bahwa *proactive personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, semakin baik kepribadian proaktif yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi keinginan atau intensi seseorang tersebut untuk berwirausaha.

Peran Moderasi *Perceived University Support* Dalam Pengaruh *Proactive Personality* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Shi, dkk. (2020) meyakini bahwa semakin besar dukungan universitas yang dirasakan mahasiswa, maka semakin besar peluang nyata mereka untuk mendirikan bisnis baru, baik itu bisnis berbasis kemandirian atau pembangunan. Liu, dkk. (2022) mengatakan bahwa universitas tidak hanya berperan dalam pendidikan tradisional, tetapi juga dapat menciptakan lingkungan yang mendorong kewirausahaan. Mempromosikan kewirausahaan sebagai pilihan karir yang potensial adalah salah satu pendekatan yang mampu menumbuhkan jiwa berwirausaha mahasiswa, hal ini mampu menginspirasi mahasiswa untuk memulai bisnis dan memberikan mereka konsep bisnis. Dalam mendorong kewirausahaan mahasiswa, pihak universitas dapat dengan memberikan dukungan finansial, dan menjadi pelanggan utama dalam bisnis baru mahasiswa. Dengan adanya dukungan tersebut, *entrepreneurial intention* pada individu dengan *proactive personality* akan semakin mudah untuk muncul.

Lihat Gambar 1.

Berdasarkan model penelitian pada Gambar 1 dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *proactive personality* secara positif dan signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention*.

H2: *perceived university support* secara positif dan signifikan memoderasi pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang menggunakan dasar filosofi positif serta menguji sampel dalam populasi yang menggunakan analisis statistik dalam mengolah data yang dikumpulkan melalui instrumen penelitian (Sugiyono, 2012: 13). Objek dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial intention*, *proactive personality* dan *perceived university support*. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari universitas yang terdaftar di Denpasar, Bali. Variabel yang diteliti terdiri dari *entrepreneurial intention* sebagai variabel dependen, *proactive personality* sebagai variabel independen, dan *perceived university support* sebagai variabel moderasi.

Data penelitian dikumpulkan melalui administrasi instrumen *entrepreneurial intention* yang dimodifikasi dari penelitian Fishbein & Ajzen (1975), instrumen *proactive personality* yang diadaptasi dari penelitian Bateman & Crant (1993) dan instrumen *perceived university support* yang diadaptasi dari penelitian Shi, dkk. (2020). Wawancara juga digunakan dalam mengumpulkan data primer dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan di awal penelitian untuk menemukan fenomena yang terjadi.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis di lima universitas yang terdaftar di Denpasar yang terdiri dari Universitas Mahasaraswati Denpasar, Universitas Pendidikan Nasional, Universitas Warmadewa, Universitas Ngurah Rai, dan Universitas Hindu Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah 419 mahasiswa yang dipilih melalui *purposive random sampling*. Mahasiswa yang menjadi kriteria sampel adalah mahasiswa aktif, baik laki-laki maupun perempuan yang sedang menjalani pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam universitas yang terdaftar di Denpasar.

Sebelum diadministrasikan kepada sampel penelitian, dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Berdasarkan hasil analisis korelasi item dengan total skor diperoleh bahwa seluruh item dalam instrumen yang digunakan valid dengan nilai korelasi berkisar dari 0.757 – 0.846 untuk instrumen *perceived university support*, 0.747 – 0.871 untuk instrumen *entrepreneurial intention*, dan 0.729 – 0.892 untuk instrumen *proactive personality*. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai koefisien

cronbach alpha dari instrumen *perceived university support* sebesar 0.928, instrumen *entrepreneurial intention* sebesar 0.959, dan instrumen *proactive personality* sebesar 0.962 yang menunjukkan bahwa ketiga instrumen yang digunakan reliabel untuk mengukur ketiga variabel dalam penelitian ini.

Sebelum menguji hipotesis, data dianalisis terlebih dahulu melalui uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui teknik Moderated Regression Analysis (MRA). MRA atau uji interaksi merupakan teknik regresi linier berganda dimana persamaan regresi yang diperoleh mengandung unsur interaksi variabel independen dan variabel moderasi yang digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Variabel perkalian antara X1 dan X2 disebut juga variabel moderasi karena interaksi tersebut menggambarkan pengaruh variabel moderasi X2 dalam pengaruh variabel X1 terhadap Y. Sedangkan variabel X1 dan X2 dalam persamaan regresi tersebut merupakan pengaruh langsung dari variabel X1 dan X2 sebagai variabel independen terhadap Y sebagai variabel dependen (Liana, 2009).

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Hasil uji asumsi menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal dengan nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov test* sebesar 0.063 (> 0.05). Hasil uji heteroskedastisitas dengan *Glejser test* menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi masing-masing variabel *proactive personality* sebesar 0.533 (> 0.05) dan *perceived university support* sebesar 0.407 (> 0.05). Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi dengan nilai VIF 1.813 (< 10.00) dan *tollerance* 0.552 (> 0.10).

Output hasil pengolahan data dengan MRA ditunjukkan pada tabel berikut:

Lihat Tabel 1.

Lihat Tabel 2.

Lihat Tabel 3.

Pada tabel 1 nilai signifikansi pengaruh variabel *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* adalah 0.000 (< 0.05) yang menunjukkan bahwa H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*. Pada tabel 2 dan 3 variabel *proactive personality*,

perceived university support, serta interaksi antara *proactive personality* dan *perceived university support* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *entrepreneurial intention* dengan nilai signifikansi 0.000 – 0.047 (<0.05). Hal ini menunjukkan bahwa *perceived university support* secara signifikan juga mempengaruhi *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan *output* hasil pengolahan data diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3.568 + 0.922 \beta + e \dots\dots\dots (1)$$

$$Y = 0.260 + 0.717 \beta_1 + 0.362 \beta_2 + e \dots\dots\dots (2)$$

$$Y = 3.154 + 0.655 \beta_1 + 0.280 \beta_2 + 0.002 \beta_3 + e \dots\dots\dots (3)$$

Pengaruh *Proactive Personality* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Persamaan pertama yang didapat dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa terhadap pengaruh yang signifikan dari *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05), Hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima. Persamaan kedua menunjukkan bahwa *proactive personality* dan *perceived university support* secara signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention* dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 (< 0.05) untuk kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *proactive personality* dalam diri mahasiswa akan meningkatkan *entrepreneurial intention*. Begitu pula dengan variabel *perceived university support*, semakin tinggi persepsi mahasiswa akan dukungan yang diberikan pihak kampus akan menghasilkan peningkatan *entrepreneurial intention*. Individu dengan kepribadian proaktif akan aktif mencari peluang yang erat kaitannya dengan intensi untuk memulai sebuah bisnis. *Entrepreneurial event model* menjelaskan bahwa resiko, inisiatif, mobilisasi sumber daya, pengelolaan organisasi dan kepemilikan otonomi yang dimiliki oleh individu dengan kepribadian proaktif mampu meningkatkan kemungkinan munculnya peristiwa kewirausahaan. Seorang wirausahawan dapat dianggap inovatif dan proaktif jika berani mengambil risiko (Hidayat, dkk., 2023). Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* oleh Luo, dkk., (2022); Hu, dkk. (2018); Lestari, dkk. (2021); Zhang, dkk. (2022); dan Gultom, dkk. (2023).

Peran Moderasi *Perceived University Support* Dalam Pengaruh *Proactive Personality* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Hasil yang terlihat pada persamaan ketiga menunjukkan bahwa ketika variabel independen berinteraksi dengan variabel moderasi, pengaruh antar variabel menjadi semakin kuat. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat efek moderasi yang positif dan signifikan oleh *perceived university support* dalam pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*. Pernyataan ini mendukung H2 untuk diterima, dimana *perceived university support* secara positif dan signifikan memoderasi pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*. Karena berdasarkan hasil persamaan kedua *perceived university support* secara langsung juga mempengaruhi *entrepreneurial intention* maka peran moderasi dari *perceived university support* adalah quasi-moderasi. Quasi-moderasi mempengaruhi hubungan antara dua variabel, serta secara bersamaan dan independen mempengaruhi variabel dependen (Sharma, 2003).

Hasil penelitian ini didukung oleh *theory of planned behavior* yang menyatakan bahwa bila dukungan positif dari lingkungan sekitar serta adanya persepsi kemudahan dalam berperilaku maka akan memperkuat intensi seseorang untuk berperilaku, dimana dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial intention* dari mahasiswa (Ajzen, 1991). Dengan adanya *perceived university support*, mahasiswa dengan *proactive personality* yang aktif dan memiliki inisiatif akan lebih mudah memunculkan *entrepreneurial orientation* mereka karena mereka merasakan hambatan yang minimal yang dapat menghalangi mereka dalam berwirausaha. Perguruan tinggi harus memiliki jiwa kewirausahaan agar mahasiswa mampu bersaing dalam dunia bisnis global melalui pembelajaran interaktif sebagai bentuk dukungan (Fanggidae & Juniarto, 2023). Penelitian sebelumnya juga mendukung pengaruh *perceived university support* terhadap *entrepreneurial intention* (Saeed, dkk., 2013; Liu, dkk., 2022; Shi, dkk., 2020; Alfianti, dkk., 2021; Abhayarathne, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *proactive personality* secara positif dan signifikan mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *proactive personality* seseorang maka *entrepreneurial intention*nya juga akan semakin tinggi. *Perceived university support*

secara positif dan signifikan memoderasi pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*, dengan peran sebagai quasi-moderasi. Hal ini menunjukkan bahwa *perceived university support* dapat memperkuat pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention* dan secara bersamaan juga mempengaruhi *entrepreneurial intention* secara langsung.

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat guna menambah referensi dalam ilmu manajemen khususnya manajemen sumber daya manusia mengenai peran moderasi *perceived university support* dalam pengaruh *proactive personality* terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi bagi perguruan tinggi yang ingin meningkatkan *entrepreneurial intention* pada mahasiswa, agar memperhatikan dan meningkatkan *university support* sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dalam berwirausaha.

Penelitian ini memiliki beberapa kelemahan yaitu jumlah sampel mahasiswa di tiap perguruan tinggi yang bervariasi, penelitian ini adalah penelitian *cross sectional*, serta hanya meneliti tiga variabel yaitu *proactive personality*, *entrepreneurial intention*, dan *perceived university support*. Kelemahan ini dapat menjadi pertimbangan untuk peneliti selanjutnya untuk mengambil sampel secara proporsional di tiap perguruan tinggi, menggunakan model penelitian yang berbeda, serta menambah variabel penelitian yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention*.

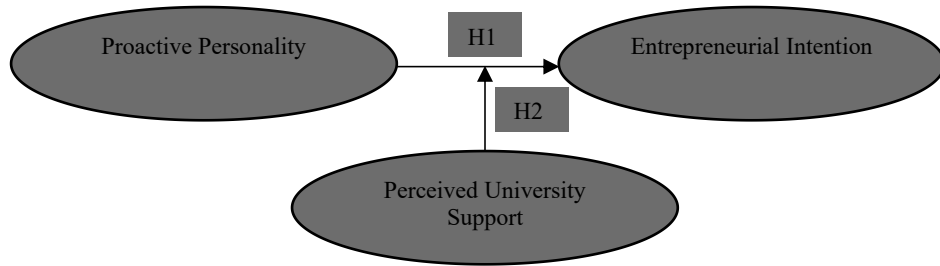
DAFTAR PUSTAKA

- Abhayarathne, M. 2021. The effect of perceived university support and perceived institutional support on entrepreneurial intentions. *International Conference on Business Research*, 109-118.
- Agustina, T. S., & Muhammad, I. R. 2019. Proactive personality, career success, dan career adaptability pada karyawan PT Kereta Api Indonesia Daop 8 Surabaya. *Business and Finance Journal*, Vol 4 (1), 1-13.
- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol 50 (2), 179-211.
- Alfianti, R., Mulyono, K. B., & Nurhidayanti, F. 2021. Perceived University Support: How Does It Build the Entrepreneurial Intention? *Advances in Economics, Business and Management Research*, Vol. 163, 17-21.
- Bateman, T. S., & Crant, J. M. 1993. The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, Vol 14 (2), 103-118.
- CNBC, Indonesia. 2022, March 18. *Berita Entrepreneur*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20220318173957-25-324038/jumlah-entrepreneur-ri-cuma-34-dari-populasi-masih-kurang>

- Crant, J. M. 2000. Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, Vol 26 (3), 435-462.
- Delle, E. & Amadu, I. M. 2016. Proactive Personality and Entrepreneurial Intention: Employment Status and Student Level as Moderators. *Journal of Advance Management and Accounting Research*, Vol. 3(7), 69-81.
- Fanggidae, P. Y., & Juniarto, A. (2023). Kajian tentang kualitas pelayanan, kepuasan dan citra perguruan tinggi (Studi kasus pada Universitas XYZ). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol 7 (3), 1027-1098.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gultom, D. K., Arif, M., Yusnandar, W., & Radiman. (2023). Student entrepreneurial intention based on proactive personality, self-efficacy, and anticipatory entrepreneurial cognitions. *International Journal of Business Economics*, Vol 4 (2), 65-78.
- Hidayat, M. S., Aripin, Z., Sukomardojo, T., Sakka, G. P., & Marasabessy, M. R. (2023). Orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan peternakan sapi perah dengan peran mediasi sistem produksi di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7 (1), 184-201.
- Hu, R., Wang, L., Zhang, W., & Bin, P. 2018. Creativity, proactive personality, and entrepreneurial intention: The role of entrepreneurial alertness. *Frontiers in Psychology*, Vol. 9, 1-10.
- Hussain, S. 2018. Towards nurturing the entrepreneurial intentions of neglected female business students of Pakistant hrough proactive personality, self-efficacy and university support factors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 12 (3), 363-378.
- Johnson, B. R. 1990. Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement motivation and the entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 14 (3), 39-54.
- Kusuma, M. W. A. & Warmika, I. G. K. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa S1 FEB UNUD. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5(1), 678-705.
- Lestari, E. D., Kusuma, H. S., & Marlim, W. F. 2021. Entrepreneurial intentions: The effect of proactive personality in perspective of planned behavior theory as an integrated approach in the Indonesian context. *International Conference on Global Innovation and Trends in Economy*, Vol 3 (2), 1-17.
- Li, C., Zaman, U., & Rafiq, M. 2020. Linking proactive personality and entrepreneurial intentions: A serial mediation model involving broader and specific self-efficacy. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, Vol. 6 (4), 1-21.
- Liana, L. 2009. Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, Vol. 14 (2), 90-97.
- Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. 2022. Perceived university support and entrepreneurial intentions: Do different students benefit differently? *Studies in Educational Evaluation*, Vol. 73, 1-9.
- Luo, Y.-F., Huang, J., & Gao, S. 2022. Relationship between proactive personality and entrepreneurial intentions in college students: Mediation effects of social capital and human capital. *Frontiers in Psychology*, Vol. 13, 1-13.

- Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A., & Kwong, K. K. 2012. Proactive personality and entrepreneurial intent: Is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 18 (5), 559-586.
- Pratana, N. K. & Margunani. 2019. Pengaruh Sikap Berwirausaha, Norma Subjektif dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha. *Economic Education Analysis Journal*. Vol. 8 (2), 533-550
- Putra, Y. S. 2017. Kajian empiris entrepreneurial intention mahasiswa STIE AMA Salatiga. *Among Makarti: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 (19), 91-110.
- Qazi, W., Quershi, J. A., Raza, S. A., Khan, K. A., Quershi, M. A. 2020. Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education*, Vol. 13 (4), 1154-1180
- Rosalina, G., & Satrya, A. 2022. Effect of entrepreneurial self-efficacy and proactive personality on the entrepreneurial intention of post-migrant workers through attitude toward entrepreneurship. In *Contemporary Research on Business and Management* (pp. 133-136). Jakarta: CRC Press.
- Saeed, S., Yousafzai, S., & Yani-de-Soriano, M. 2013. The role of perceived university support in the formation of students' entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, Vol. 53 (4), 1127-1145.
- Shapiro, A. 1975. The displaced, uncomfortable entrepreneur. *Psychology Today*, Vol. 9, 83-133.
- Shapiro, A. 1984. *The Entrepreneurial Event*. Toronto: Lexington Books.
- Sharma, N. 2003. The role of pure and quasi-moderators in services: an empirical investigation of ongoing customer-service-provider relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol 10 (4), 253-262.
- Shi, L., Yao, X., & Wu, W. 2020. Perceived university support, entrepreneurial self-efficacy, heterogeneous entrepreneurial intentions in entrepreneurship education The moderating role of the Chinese sense of face. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 12 (2), 205-230.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharti, L., & Sirine, H. 2011. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat kewirausahaan (entrepreneurial intention). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13 (2), 124-134.
- Travis, J. & Freeman, E. 2017. Predicting Entrepreneurial Intentions: Incremental Validity of Proactive Personality and Entrepreneurial Self-Efficacy as a Moderator. *Journal of Entrepreneurship Education*. Vol. 20(1), 56-68.
- Zhang, L., Fan, W., & Li, M. 2022. Proactive personality and entrepreneurial intention: Social class' moderating effect among college students. *The Career Development Quarterly*, Vol 70 (4), 271-283.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Gambar 1. Model Penelitian

Tabel 1. Regresi *Proactive Personality* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.568	.464	7.697	.000
	PP	.922	.010	.977	.000

Tabel 2. Regresi *Proactive Personality* dan *Perceived University Support* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.260	.314	.827	.409
	PP	.717	.010	.760	.000
	PU	.362	.014	.275	.000

Tabel 3. Regresi *Proactive Personality*, *Perceived University Support*, Serta Interaksi *Proactive Personality* dan *Perceived University Support* Terhadap *Entrepreneurial Intention*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.154	1.486	2.123	.034
	PP	.655	.033	.695	.000
	PU	.280	.043	.6453	.000
	PPPU	.002	.001	.122	.047