



PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, OPPORTUNITY RECOGNITION DAN MINAT BERWIRAUSAHA DI INDUSTRI PARIWISATA HALAL

Dwi Putra Buana Sakti¹, Baiq Nadia Nirwana², Rionaldi Gigih Imam Pratama³, Yulia Prayanti⁴

^{1,2,3,4}Magister Manajemen Universitas Mataram

E-mail: dwiputrabs@unram.ac.id

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Kata Kunci : Entrepreneurship education; opportunity recognition; interest in entrepreneurship</p> <p>Kata Kunci: Pendidikan kewirausahaan; opportunity recognition; minat berwirausaha</p> <p>How to cite: Sakti, Dwi Putra Buana., Nirwana, Baiq Nadia., Pratama, Rionaldi Gigih Imam., Prayanti, Yulia., (2020). Pendidikan Kewirausahaan, Opportunity Recognition Dan Minat Berwirausaha Di Industri Pariwisata Halal. 9(3), 270-285</p> <p>DOI: http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v9i3.525</p> <p>Dikumpulkan : 2 Maret 2020 Direvisi : 16 Juli 2020 Dipublikasi : 17 September 2020</p>	<p><i>This study aims to provide an understanding of the factors forming youth entrepreneurial intention in the halal tourism industry. This research uses a quantitative method with a causality approach. Data was collected from university students in West Nusa Tenggara who have taken entrepreneurship courses. The results show that entrepreneurship education influences opportunity recognition and entrepreneurial intention in halal tourism industry, opportunity recognition influences entrepreneurial intention in halal tourism and entrepreneurship education influences entrepreneurial interest in halal tourism through opportunity recognition. The West Nusa Tenggara government and universities are suggested to develop good curriculum related to halal tourism and link existing courses with topics of halal tourism.</i></p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang faktor pembentuk minat berwirausaha para pemuda dalam industri pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat. Pengumpulan data dilakukan di kalangan mahasiswa universitas-universitas di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang mendapatkan mata kuliah kewirausahaan dengan menggunakan metode kuantitatif kausalitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa entrepreneurship education berpengaruh terhadap opportunity recognition dan minat berwirausaha di bidang pariwisata halal, opportunity recognition berpengaruh terhadap minat berwirausaha di bidang pariwisata halal dan entrepreneurship education berpengaruh terhadap minat berwirausaha di bidang pariwisata halal melalui opportunity recognition. Pemerintah Nusa Tenggara Barat dan universitas - universitas disarankan untuk mengembangkan kurikulum terkait pariwisata halal dan mengaitkan mata kuliah yang sudah ada dengan topik-topik pariwisata halal.</p>

<i>Copyright</i> © 2020. Dwi Putra Buana Sakti, Baiq Nadia Nirwana, Rionaldi Gigih Imam Pratama, Yulia Prayanti. <i>All rights reserved.</i>
--

1. PENDAHULUAN

Fenomena banyaknya pengangguran di Indonesia telah menjadi pemikiran serius berbagai pihak, baik pemerintah, dunia pendidikan, dunia industri, maupun masyarakat selama bertahun-tahun. Solusi paling efektif untuk mengatasi masalah tersebut yaitu melalui kewirausahaan. Kewirausahaan dapat menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran yang ada khususnya di daerah sekitar usaha tersebut diadakan dan dijalankan. Berbagai upaya dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terutama merubah mindset para pemuda yang selama ini hanya berminat sebagai pencari kerja (*job seeker*) apabila kelak menyelesaikan sekolah atau kuliah mereka. Hal ini merupakan tantangan bagi pihak sekolah dan perguruan tinggi sebagai lembaga penghasil lulusan.

Krueger *et al* (2000) menyatakan salah satu prediktor untuk mengetahui siap atau tidaknya mahasiswa untuk menjadi wirausahawan di masa yang akan datang yakni melalui minat berwirausaha. *Entrepreneurship education* menjadi faktor penting dalam menumbuhkan dan mengembangkan minat berwirausaha generasi muda (Fatoki, 2014). Penelitian Hattab (2014), Bae *et al* (2014) dan Maresch (2016) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha meskipun mendapatkan nilai signifikansi yang rendah. Sedangkan hasil penelitian Chen (2013) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan akan meningkatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang usaha (*opportunity recognition*). *Opportunity recognition* telah terbukti sebagai suatu bagian terpenting dalam proses pembentukan seorang wirausahawan dimana seorang wirausahawan harus mampu mengidentifikasi dan menemukan peluang usaha terlebih dahulu sebelum memulainya (Ozgen & Baron, 2007). Penelitian Abuzuhri & Hashim (2017) pada mahasiswa bisnis semester akhir dari 6 Universitas di Palestina menyimpulkan bahwa Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *opportunity recognition*. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Dahalan (2015) menyatakan bahwa *opportunity recognition* berhasil memediasi hubungan antara pendidikan kewirausahaan dan minat berwirausaha.

Salah satu jenis pariwisata yang saat ini berkembang dan potensial di Indonesia adalah pariwisata halal. Realitas meningkatnya jumlah wisatawan muslim memberikan segmentasi baru untuk sektor pariwisata dan mempengaruhi industry pariwisata di seluruh dunia. Berdasarkan laporan Komite Tetap untuk Kerjasama Ekonomi dan Komersial Organisasi Kerjasama Islam (COMCEC, 2016) Organisasi Kerjasama Islam dan non-OKI diperkirakan mencapai 116 juta pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh hingga 178 juta pada tahun 2020. Data dari Negara Ekonomi Islam Global 2014-2015 menyatakan bahwa indikator tren bisnis halal terlihat dilima sektor industri terus menunjukkan kemajuan. Hal ini termasuk layanan keuangan Islam, makanan halal, busana Muslim, media halal dan rekreasi, serta obat-obatan dan kosmetik halal. Laporan akhir dari Studi Pengembangan Data Syariah Kementerian Pariwisata pada tahun 2016 menunjukkan bahwa ekonomi Islam adalah bagian penting dari ekonomi global saat ini. Ada tujuh sektor ekonomi Islam yang mengalami peningkatan signifikan, yaitu kuliner, keuangan Islam, industri asuransi, fashion, kosmetik, farmasi, hiburan, dan pariwisata. Dimana seluruh sektor mengusung konsep halal di setiap produknya. Maraknya produk dengan label halal menciptakan ekosistem baru berbasis halal

Penelitian tentang kewirausahaan sudah banyak dilakukan oleh peneliti namun penelitian yang mengaitkan kewirausahaan dengan pariwisata halal masih sangat terbatas (Boğan & Saruşık, 2018). Penelitian ini membahas hal yang lebih mendalam terkait kewirausahaan dan pariwisata halal. Adanya perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh *entrepreneurship education* terhadap minat berwirausaha dan belum adanya penelitian yang mengaitkan *opportunity recognition* di industri pariwisata halal terhadap minat berwirausaha sehingga upaya menggabungkan antara *entrepreneurship education*, *opportunity recognition* dan minat berwirausaha di bidang pariwisata halal menjadi menarik untuk diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang faktor pembentuk minat berwirausaha para pemuda dalam industri pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. *Entrepreneurship Education*

Entrepreneurship education secara umum adalah proses pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup pada peserta didiknya melalui kurikulum terintegrasi yang dikembangkan di sekolah (Wibowo, 2016). Pendidikan kewirausahaan adalah aktivitas-aktivitas pengajaran dan pembelajaran tentang kewirausahaan yang meliputi pengembangan pengetahuan, keterampilan, sikap dan karakter. *Entrepreneurship education* memfokuskan pada penyusunan rencana bisnis, bagaimana mendapatkan pembiayaan, proses pengembangan usaha dan manajemen usaha kecil. Pendidikan tersebut juga memberikan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip kewirausahaan dan keterampilan teknis bagaimana menjalankan bisnis. Namun demikian, peserta didik yang mengetahui prinsip-prinsip kewirausahaan dan pengelolaan bisnis tersebut belum tentu menjadi wirausaha yang sukses (Hisrich dan Peters, 2002).

Menurut pengertian yang lebih luas, *entrepreneurship education* didefinisikan sebagai seluruh rangkaian kegiatan pendidikan dan pelatihan dalam sistem pendidikan ataupun tidak, yang mencoba mengembangkan minat pada setiap individu untuk melakukan perilaku kewirausahaan, atau beberapa faktor yang mempengaruhi minat, seperti pengetahuan, kewirausahaan, keinginan aktivitas kewirausahaan, atau kelayakan untuk berwirausaha (Linan & Chen, 2006). Tujuan utama pendidikan kewirausahaan adalah untuk membangun kemampuan, pengetahuan dan pembentukan karakter yang penting bagi kreativitas kewirausahaan.

2.2. *Opportunity Recognition*

Kemampuan mengenali peluang (*opportunity recognition*) adalah penemuan ide untuk menciptakan bisnis baru dan pencarian informasi mengenai pasar dan teknologi yang memungkinkan. kemampuan mengenali peluang melibatkan ide-ide yang baru, layak, berharga, legal dan memiliki potensi keuntungan (Baron, 2003). Jaja (2007) menyatakan bahwa seorang pengusaha harus melihat atau mengalami kondisi yang melibatkan peluang bisnis dan kemudian segera mengambil peluang itu. Jika seorang pengusaha merasakan atau memahami kesempatan atau ide baru untuk meningkatkan usahanya atau untuk memulai yang baru dan tidak bertindak cepat, kesempatan akan hilang untuk dia dan orang lain akan merebutnya. Kemampuan mengenali peluang (*opportunity recognition*) digambarkan sebagai mengamati kemungkinan untuk menciptakan bisnis baru atau secara signifikan meningkatkan posisi bisnis yang ada dengan potensi keuntungan. (Christensen *et al.*, 1989).

Menurut Hunter (2013) peluang bergantung pada individu yang mengenal, menemukan atau membangun pola dan konsep yang dapat dibentuk menjadi ide. Lebih lanjut ia menegaskan bahwa yang dihasilkan intuisi, visi, wawasan, penemuan, atau

penciptaan adalah sebuah ide yang mungkin menjadi peluang. Namun kemampuan ini tidak merata di seluruh masyarakat.

Mengaplikasikan model prototype dalam opportunity recognition Baron (2006) menyatakan bahwa pengusaha membandingkan kejadian yang terlihat independen seperti perubahan teknologi dan keadaan pasar dan mendeteksi adanya pola yang merujuk pada peluang kewirausahaan. Kemampuan melihat peluang merupakan keterampilan tersendiri yang memerlukan latihan secara terus menerus.

2.3. Entrepreneurial Intention

Ajzen (1991) dalam *The Planned Behaviour Theory* mendefinisikan minat sebagai sebuah motivasi diri seseorang, kemauan untuk mengerahkan usaha, dan kemauan untuk berusaha keras yang akan tercermin dari perilaku. Menurut Krueger (1993) minat berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Dalam perkembangannya, *the planned behaviour theory* menjelaskan adanya faktor latar belakang yang menjadi dasar bagi intensi berperilaku seperti pengetahuan, pengambilan risiko, informasi dan sebagainya. Terbentuknya intensi dapat diterangkan dengan teori perilaku terencana yang mengasumsikan manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku (Ajzen & Fishbein, 1975). Teori ini menyebutkan bahwa intensi adalah fungsi sikap berperilaku, kontrol perilaku dan norma subjektif yang merupakan dasar bagi pembentukan intensi.

The Planned Behaviour Theory menjelaskan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri, tetapi juga kontrol yang ketersediaan sumber daya dan kesempatan tertentu (*perceived behavioral control*) (Ajzen 1988 : 163). Berikut ini akan dijelaskan komponen-komponen intensi melalui pendekatan *The Planned Behaviour Theory*.

1. Sikap

Sikap merupakan salah satu komponen dalam intensi terhadap perilaku tertentu. Sikap atau attitude merupakan suatu faktor yang ada dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon dengan cara konsisten yaitu suka atau tidak suka pada penilaian terhadap suatu yang diberikan.

2. Norma subjektif

Komponen intensi lainnya dalam intensi terhadap perilaku tertentu adalah norma subjektif. Norma subjektif adalah persepsi seseorang terhadap pikiran pihak-pihak yang dianggap berperan dan memiliki harapan kepadanya untuk melakukan sesuatu dan sejauh mana keinginan untuk memenuhi harapan tersebut. Konsep norma subjektif merupakan representasi dari tuntutan atau tekanan lingkungan yang dihayati individu dan menunjukkan keyakinan individu atas adanya persetujuan atau tidak dari figur-figur sosial jika ia melakukan suatu perbuatan.

3. Kontrol Perilaku

Komponen ketiga dalam intensi adalah kontrol perilaku. Kontrol perilaku ini merupakan suatu acuan adanya kesulitan atau kemudahan yang ditemui seorang dalam berperilaku tertentu. Kontrol perilaku berperan dalam *Theory of planned behavior* dalam dua cara yaitu secara langsung dan tidak langsung berdasarkan kontrol-kontrol yang ada pada diri seseorang. Kontrol perilaku berperan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku yaitu melalui intensi terhadap perilaku. Selain itu, kontrol perilaku juga bisa secara langsung mempengaruhi perilaku tersebut (Ajzen 1988 : 175).

Ajzen (1991) mengemukakan bahwa intensi merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Beberapa hal yang perlu diperhatikan pada variabel intensi adalah: 1) Intensi dianggap sebagai perantara faktor-faktor motivasional yang mempunyai dampak pada suatu perilaku. 2) Intensi

menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba. 3) Intensi juga menunjukkan seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukan. 4) Intensi adalah paling dekat berhubungan dengan perilaku selanjutnya. Menurut Rasli *et al.*, (2013), niat kewirausahaan adalah suatu pikiran yang mendorong individu untuk menciptakan usaha. Intensi berwirausaha merupakan prediksi yang dapat dipercaya untuk mengukur perilaku kewirausahaan dan aktivitas kewirausahaan. Umumnya, intensi berwirausaha adalah keadaan berfikir yang secara langsung dan mengarahkan perilaku individu ke arah pengembangan dan implementasi konsep bisnis yang baru (Narzudin, *et al.*, 2009).

2.4. Hubungan antara Variabel

Hubungan *Entrepreneurship Education* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Zimmerer mengatakan dalam Suharti dan Sirine (2011) bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan wirausaha di suatu Negara tergantung dari peran perguruan tinggi melalui pendidikan kewirausahaan. Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan dalam berwirausaha kepada para mahasiswa dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karirnya. Seseorang yang sudah mendapatkan pendidikan kewirausahaan akan memiliki kemampuan bagaimana memulai dan menjalankan sebuah usaha sehingga berpengaruh terhadap meningkatnya minat untuk berwirausaha.

Penelitian Hattab (2014) yang dilakukan di Egyptian University melibatkan 182 responden dari 3 fakultas yakni Teknik, Ilmu Komputer dan Bisnis menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa teknik maupun ilmu computer yang belum pernah terpapar ilmu kewirausahaan pun menunjukkan peningkatan minat berwirausaha setelah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dengan persepsi bahwa berwirausaha adalah pilihan karir yang positif dan sangat bagus. Peneliti lainnya yakni Marresch (2016) yang juga melibatkan mahasiswa lintas ilmu menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa meskipun dengan signifikansi yang rendah.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Barba (2018) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian tersebut menjelaskan tentang adanya peningkatan minat berwirausaha mahasiswa sebelum dan sesudah mendapatkan pelatihan kewirausahaan. Mahasiswa teknik industri mengalami peningkatan minat berwirausaha dari 35.4% menjadi 67.2% dan 41.5% menjadi 70.5% pada mahasiswa teknik komputer. Hal tersebut menunjukkan pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat berwirausaha.

H1: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha

Hubungan *Entrepreneurship Education* terhadap *Opportunity Recognition*

Para peneliti telah menekankan pada peran penting pendidikan kewirausahaan dalam mendorong pengembangan bisnis baru serta dalam mengenali dan mengejar peluang baru kewirausahaan. Sebelum membuat keputusan inovasi, penting bagi individu untuk mengidentifikasi secara akurat apa peluang baru sebagai kebalikannya dapat menyebabkan kerugian finansial (Wang *et al.*, 2013). Selain itu, Chang *et al.* (2014) menyatakan bahwa program pendidikan kewirausahaan yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan kemampuan berdiskusi, yang membantu siswa dalam pengakuan dan pengungkapan informasi. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan seperti itu meningkatkan kemampuan pengenalan peluang kewirausahaan pelajar.

Penelitian Abuzuhri & Hashim (2017) pada mahasiswa bisnis semester akhir dari 6 Universitas di Palestina menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *opportunity recognition*. Hal tersebut dipercaya terjadi karena situasi

Palestina yang menderita karena tingginya angka pengangguran sehingga mampu memotivasi mahasiswa untuk belajar kewirausahaan untuk mengenali peluang. Penelitian lainnya yang dilakukan Wei *et al* (2019) menyatakan bahwa mahasiswa memperoleh sumber daya melalui pendidikan kewirausahaan, mengidentifikasi pengetahuan yang efektif dari sejumlah besar informasi, mengintegrasikan pemrosesan ke dalam produk atau layanan baru, membentuk peluang baru, meningkatkan peluang untuk sukses, dan berkontribusi pada penciptaan tim. Diskusi tersebut akhirnya menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan mengenali peluang.

H2: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap kemampuan mengenali peluang

Hubungan Opportunity Recognition terhadap Entrepreneurial Intention

Opportunity recognition telah terbukti sebagai suatu bagian terpenting dalam proses pembentukan seorang wirausahawan dimana seorang wirausahawan harus mampu mengidentifikasi dan menemukan peluang usaha terlebih dahulu sebelum memulainya (Ozgen & Baron, 2007). Seorang pengusaha harus melihat atau mengalami kondisi yang melibatkan peluang bisnis dan kemudian segera mengambil peluang itu (Jaja, 2007). Menurut Reitan (1997), seorang wirausahawan potensial adalah orang yang mempersepsikan peluang usaha dan atau berniat untuk memulai usaha baru, namun belum mengambil langkah apa pun mengenai memulai usaha. Argumennya adalah bahwa peluang identifikasi dan EI adalah karakteristik kunci dari wirausahawan potensial, dan keduanya harus ada untuk penciptaan bisnis baru.

Farsi *et al* (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *opportunity recognition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa keperawatan. Penelitian lain yang dilakukan Rambe (2016) juga menunjukkan bahwa kemampuan *oportunity recognition* dan jaringan (*networking*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Selanjutnya penelitian Abuzhuri & Hashim (2017) juga menyatakan hasil yang sama yakni *opportunity recognition* berpengaruh dalam upaya meningkatkan pilihan karir mahasiswa sebagai wirausahawan di Palestina.

H3: Semakin tinggi kemampuan mengenali peluang maka semakin tinggi minat berwirausaha

Hubungan Entrepreneurship Education terhadap Entrepreneurial Intention melalui Opportunity Recognition

Abuzhuri & Hashim (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *opportunity recognition*. Program pendidikan kewirausahaan yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan kemampuan berdiskusi untuk membantu siswa dalam pengakuan dan pengungkapan informasi. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan seperti itu meningkatkan kemampuan pengenalan peluang kewirausahaan pelajar. Menurut Reitan (1997), seorang wirausahawan potensial adalah orang yang mempersepsikan peluang usaha dan atau berniat untuk memulai usaha baru, namun belum mengambil langkah apa pun mengenai memulai usaha. Argumennya adalah bahwa peluang identifikasi dan minat berwirausaha adalah karakteristik kunci dari wirausahawan potensial, dan keduanya harus ada untuk penciptaan bisnis baru. Hal tersebut mendukung penelitian Farsi *et al* (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *opportunity recognition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa keperawatan.

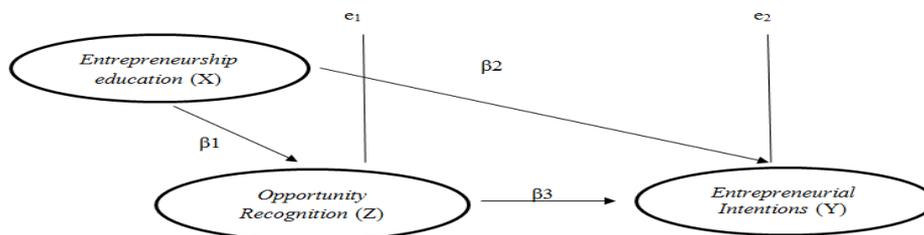
Lestari & Wijaya (2012) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku pada mahasiswa menjadi seorang wirausahawan sejati sehingga mengarahkan mereka untuk memilih berwirausaha sebagai pilihan karir. Kemampuan mengenali peluang mampu berperan sebagai variabel mediasi karena seseorang dengan pengetahuan kewirausahaan melalui pendidikan akan memiliki keunggulan berupa

kemampuan mengenali peluang. Mengenali peluang merupakan langkah utama dan pertama dalam menentukan keputusan memulai sebuah bisnis. Seseorang yang berkemampuan mengenali peluang pasti optimis bahwa usahanya akan berhasil sehingga menumbuhkan minat berwirausaha yang sangat kuat.

H4: Entrepreneurship education berpengaruh terhadap entrepreneurial intention melalui opportunity recognition sebagai variabel intervening

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa strata satu (S1) sebanyak 67 orang laki-laki dan 75 orang perempuan dari 5 universitas terbesar di Nusa Tenggara Barat. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan dari 142 mahasiswa akhir strata satu (S1) di Nusa Tenggara Barat yang sudah menempuh mata kuliah kewirausahaan. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Data dianalisis menggunakan SPSS (*Statistic Package for the Social Science*) versi 22. Pengaruh langsung *entrepreneurship education* (X_1) pada *opportunity recognition* (Z) ditunjukkan oleh koefisien jalur β_1 dan pengaruh langsung *entrepreneurship education* (X_1) terhadap *entrepreneurial intention* (Y) ditunjukkan oleh koefisien jalur β_2 dan pengaruh *opportunity recognition* (Z) terhadap *entrepreneurial intention* (Y) ditunjukkan oleh koefisien jalur β_3 . Pengaruh tidak langsung *entrepreneurship education* (X_1) pada *entrepreneurial intention* (Y)



diperoleh dengan mengalikan β_1 dengan β_3

Gambar 1. Analisis Jalur

Karakteristik responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1. Tabel ini menunjukkan persentase dari jenis kelamin, usia, universitas dan semester para responden.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	n	%
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	67	47.2%
- Perempuan	75	52.8%
Usia		
- 19-25 tahun	65	45.8%
- >25 tahun	77	54.2%
Universitas		
- Universitas Mataram	41	28.9%
- UIN Mataram	37	26.1%
- Universitas Muhammadiyah Mataram	25	17.6%
- Universitas Al- Azhar & UNU	39	27.5%
Semester		
- 5-6	49	34.5%

-	7-8	8	5.6%
-	>8	85	59.9%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari 21 pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan penelitian tersebut menerangkan 3 variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Untuk mengurangi data error pada penelitian ini dilakukan beberapa uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji normalitas maka teknik yang digunakan yaitu dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengujian Kolmogorov-Smirnov yaitu sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal apabila nilai sig. (signifikansi) $\geq 0,05$. Berdasarkan Pengujian tersebut, nilai sig. menunjukkan angka $0,949 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas antara variabel bebas. Multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai toleransi lebih dari 0,2 dan nilai VIF (Variance Inflation Faktor) kurang dari 5. Berdasarkan penelitian hasil multikolinieritas antara variabel menunjukkan bahwa korelasi antar variabel bebas mempunyai nilai toleransi lebih dari 0,2 yaitu *entrepreneurship education* (X1) sebesar 0,758 dan *opportunity recognition* (X2) sebesar 0,758. Sedangkan untuk nilai VIF kurang dari 5 yaitu *entrepreneurship education* (X1) sebesar 1,319 dan *opportunity recognition* (X2) sebesar 1,319. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung masalah multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser. Gejala yang menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas adalah apabila nilai signifikansi variabel bebas $< 0,050$. Berdasarkan hasil uji glejser nilai signifikansi variabel bebas $> 0,050$ sehingga tidak terdapat adanya gejala heteroskedastisitas.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif pada variabel *entrepreneurship education* menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 30 dan skor terendah adalah 15. Sedangkan nilai Mean sebesar 25,51. Hasil analisis deskriptif pada variabel *opportunity recognition* menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 25 dan skor terendah adalah 14. Sedangkan nilai Mean sebesar 20,79. Hasil analisis deskriptif pada variabel minat berwirausaha menunjukkan bahwa skor total tertinggi yang dicapai adalah 50 dan skor terendah adalah 30. Sedangkan nilai Mean sebesar 43,87.

Tabel 6. Analisis Deskriptif

No	Variabel	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Mean
1	<i>Entrepreneurship Education</i>	15	30	25.51
2	<i>Opportunity Recognition</i>	14	25	20.79
3	<i>Entrepreneurial Intention</i>	30	50	43.87

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

4.2. Uji Hipotesis

Analisis path dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial education*. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *entrepreneurial intention*. Sedangkan variabel intervening adalah *opportunity recognition*. Adapun hasil pengolahan data dengan menggunakan program spss adalah sebagai berikut:

$$Z = 2,531 + 0,332X + e$$

$$Y = 2,006 + 0,307X + 0,205Z + e$$

Langkah pertama dalam analisis jalur adalah membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel *entrepreneurship education* terhadap *opportunity recognition*. Hasil analisis untuk mengetahui pengaruh variabel *entrepreneurship education* terhadap *opportunity recognition* dijelaskan dalam tabel 7 Hasil Analisis Jalur Persamaan Struktural 1.

Tabel 7. Hasil Analisis Jalur Persamaan Struktural 1

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.531	.231		10.941	.000
	Entrepreneurship Education	.332	.058	.433	5.689	.000
R2		0,188				
F Statistik		32,361				
Sig. F		0,000				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Nilai error term (e) sebesar 0,188, dimana memiliki arti *opportunity recognition* yang dipengaruhi oleh *entrepreneurship education* sebesar 81,2 persen. Oleh karena Standardized Coefficients Beta = 0,433 dan Sig = 0,000 ≤ 0,05 maka dapat disimpulkan *entrepreneurship Education* berpengaruh positif terhadap *opportunity recognition*.

Langkah kedua dalam analisis jalur adalah membuktikan bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel *entrepreneurship education* dan *opportunity recognition* terhadap variabel *entrepreneurial intention*. Hasil analisis untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurship education* dan *opportunity recognition* terhadap variabel *entrepreneurial intention* dilihat pada tabel 8 Hasil analisis jalur persamaan Struktural 2.

Tabel 8. Hasil Analisis Jalur Persamaan Struktural 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.006	.187		10.739	.000
Entrepreneurship Education	.307	.038	.537	8.000	.000
opportunity recognition	.205	.050	.275	4.092	.000
R2	0,491				
F Statistik	64,174				
Sig. F	0,000				

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Nilai error term (e) sebesar 0,491, dimana memiliki arti Entrepreneurial Intention yang dipengaruhi oleh entrepreneurial education dan opportunity recognition sebesar 50,9 persen. Oleh karena Standardized Coefficients Beta 0,537 dan $Sigt = 0,000 \leq 0,05$ maka dapat disimpulkan Entrepreneurship Education berpengaruh positif terhadap entrepreneurial intention. Oleh karena Standardized Coefficients Beta 0,275 dan $Sigt = 0,000 \leq 0,05$ maka dapat disimpulkan opportunity recognition berpengaruh positif terhadap entrepreneurial intention.

Berdasarkan hasil dari koefisien jalur pada hipotesis penelitian, maka dapat digambarkan hubungan kausal antar *entrepreneurship education* dan *opportunity recognition* terhadap variabel *entrepreneurial intention*. Perhitungan pengaruh variabel antar variabel dirangkum dalam tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung serta Pengaruh *Entrepreneurship Education*, *Opportunity Recognition* dan *Entrepreneurial Intention*

Pengaruh Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung Melalui Opportunity Recognition	Pengaruh Total
X terhadap Z	0,433	-	0,433
X terhadap Y	0,537	0,119	0,656
Z terhadap Y	0,275	-	0,275

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Pengaruh Entrepreneurship Education terhadap Entrepreneurial Intention

Pengujian pengaruh entrepreneurship education terhadap entrepreneurial intention menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,433 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \alpha 0,05$. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel entrepreneurship education terhadap entrepreneurial intention mahasiswa S1 di Nusa Tenggara Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa entrepreneurship education mempengaruhi entrepreneurial intention mahasiswa NTB. Mahasiswa yang sudah mendapatkan pendidikan kewirausahaan akan memiliki kemampuan bagaimana memulai dan menjalankan usaha pariwisata halal, sehingga kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki tersebut meningkatkan minat untuk berwirausaha.. Hal ini berarti hipotesis (H1) diterima

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Penelitian Hattab (2014) yang dilakukan di Egyptian University melibatkan 182 responden dari 3 fakultas yakni Teknik, Ilmu Komputer dan Bisnis menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Mahasiswa teknik maupun ilmu

computer yang belum pernah terpapar ilmu kewirausahaan pun menunjukkan peningkatan minat berwirausaha setelah mendapatkan pendidikan kewirausahaan dengan persepsi bahwa berwirausaha adalah pilihan karir yang positif dan sangat bagus.

Penelitian Samydevan *et al* (2015) menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan yang diperoleh mahasiswa di beberapa negara akan menumbuhkan niat berwirausaha dan diyakini dapat mengurangi tingkat pengangguran pada mahasiswa setelah lulus kuliah. Penelitian ini searah dengan penelitian Lestari dan Wijaya (2012) yang memberikan arti adanya pengaruh positif dan signifikan variabel pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha. Peneliti lainnya yakni Maresch (2016) yang juga melibatkan mahasiswa lintas ilmu menyatakan bahwa Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa mekipun dengan signifikansi yang rendah.

Pengaruh Entrepreneurship Education terhadap Opportunity Recognition

Pengujian pengaruh entrepreneurship education terhadap opportunity recognition menunjukkan bahwa Nilai koefisien sebesar 0,537 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel entrepreneurship education terhadap opportunity recognition mahasiswa S1 di Nusa Tenggara Barat. Semakin tinggi pendidikan kewirausahaan maka semakin tinggi kemampuan mengenali peluang. Hal ini berarti hipotesis (H2) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *entrepreneurship education* mempengaruhi *opportunity recognition* mahasiswa NTB. Mahasiswa yang sudah mendapat pendidikan kewirausahaan akan memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity recognition*) pariwisata halal seperti menciptakan bisnis baru untuk meningkatkan produk dan layanan pariwisata halal yang sudah ada, mengidentifikasi potensi pertumbuhan pariwisata halal, membuat produk pariwisata halal yang dibutuhkan pelanggan dan sebagainya.

Para peneliti telah menekankan pada peran penting pendidikan kewirausahaan dalam mendorong pengembangan bisnis baru serta dalam mengenali dan mengejar peluang baru kewirausahaan. Sebelum membuat keputusan inovasi, penting bagi individu untuk mengidentifikasi secara akurat apa peluang baru sebagai kebalikannya dapat menyebabkan kerugian finansial (Wang *et al.*, 2013). Selain itu, Chang *et al.* (2014) menyatakan bahwa program pendidikan kewirausahaan yang dirancang dengan baik mampu meningkatkan kemampuan berdiskusi, yang membantu siswa dalam pengakuan dan pengungkapan informasi. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan seperti itu meningkatkan kemampuan pengenalan peluang kewirausahaan pelajar. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abuzuhri & Hashim (2017) dan Wei *et al* (2019) yang menyimpulkan bahwa Pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *opportunity recognition*.

Pengaruh Opportunity Recognition terhadap Entrepreneurial Intention

Pengujian pengaruh opportunity recognition terhadap entrepreneurial intention menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,275 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \alpha < 0,05$. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan variabel opportunity recognition terhadap entrepreneurial intentions mahasiswa S1 di Nusa Tenggara Barat. Semakin tinggi opportunity recognition maka semakin tinggi entrepreneurial intentions. Hal ini berarti hipotesis (H3) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa opportunity recognition mempengaruhi entrepreneurial intentions mahasiswa NTB. Mahasiswa yang sudah memiliki kemampuan melihat peluang usaha pariwisata halal maka secara signifikan mampu meningkatkan keinginannya untuk berwirausaha dengan mempertimbangkan potensi keuntungan yang akan didapat.

Opportunity recognition telah terbukti sebagai suatu bagian terpenting dalam proses pembentukan mahasiswa dimana seorang wirausahawan harus mampu mengidentifikasi dan menemukan peluang usaha terlebih dahulu sebelum memulainya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Farsi *et al* (2012) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *opportunity recognition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa keperawatan. Penelitian lain yang dilakukan Rambe (2016) juga menunjukkan bahwa kemampuan *opportunity recognition* dan jaringan (*networking*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Selanjutnya penelitian Abuzhuri & Hashim (2017) juga menyatakan hasil yang sama yakni *opportunity recognition* berpengaruh dalam upaya meningkatkan pilihan karir mahasiswa sebagai wirausahawan di Palestina.

Pengaruh Entrepreneurship Education terhadap Entrepreneurial Intention melalui Opportunity Recognition

Dari hasil penelitian diperoleh dengan adanya pengaruh langsung variabel pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha sebesar 0,537 sedangkan pengaruh tidak langsung setelah adanya variabel intervening opportunity recognition sebesar 0,119. Hal ini berarti adanya intervening secara parsial. Hasil pengujian ini menggambarkan pengaruh entrepreneur education secara langsung dapat memengaruhi niat berwirausaha. Hasil ini juga menunjukkan pengaruh tidak langsung antara variabel entrepreneur education terhadap minat berwirausaha melalui opportunity recognition diperoleh melalui hasil kali entrepreneur education terhadap opportunity recognition (koefisien jalur 0,433 dan signifikan) dengan pengaruh langsung opportunity recognition terhadap minat berwirausaha (koefisien jalur 0,275 dan signifikan).

Hasil kalkulasi menghasilkan koefisien pengaruh tidak langsung sebesar 0,119. Ini menunjukkan bahwa *Entrepreneurship education* berpengaruh tidak langsung terhadap *entrepreneurial intention* melalui *opportunity recognition* sebagai variabel intervening. Hal ini berarti hipotesis (H4) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi entrepreneurial education yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi kemampuan mahasiswa untuk mengidentifikasi peluang berwirausaha. Bagaimana memulai dan mengelola usahanya, meningkatkan nilai produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, dan sebagainya. Sehingga meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa S1 di NTB.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hussain & Norashidah (2015) yang menunjukkan pendidikan kewirausahaan berkorelasi niat kewirausahaan karena didasarkan pada tiga alasan, diantaranya adalah sebagai berikut: (1) pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan tentang cara memulai usaha bisnis yang baik; (2) pendidikan dapat mensosialisasikan individu ke dalam karir kewirausahaan; (3) pendidikan kewirausahaan membantu individu untuk belajar dan mengidentifikasi peluang bisnis baru. Penelitian Dahalan *et al* (2015) mengatakan bahwa sikap berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*. Hubungan antara sikap terhadap *Entrepreneurial Intention* itu dimediasi oleh *Opportunity Recognition*. *Opportunity Recognition* mempengaruhi sikap sehingga keinginan untuk berwirausaha semakin tinggi.

Terdapat beberapa implikasi berdasarkan hasil penelitian ini. Indikator tertinggi pada variabel pendidikan kewirausahaan pada pernyataan "*Mata kuliah kewirausahaan memberikan pengetahuan dalam merencanakan strategi usaha*" Pendidikan kewirausahaan memberikan pengetahuan bagaimana memulai dan menjalankan usaha pariwisata halal. Pada variabel opportunity recognition memiliki indikator tertinggi pada pernyataan "*Saya mampu menemukan cara baru untuk meningkatkan produk dan layanan pariwisata halal yang sudah ada*", hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata mahasiswa Strata 1 di daerah NTB sudah memiliki pemikiran memanfaatkan peluang pariwisata halal dalam berwirausaha dengan mengandalkan daya pikir dan kreativitasnya. Pada variabel minat berwirausaha memiliki indikator tertinggi pada pernyataan "*Saya akan memilih karir sebagai pengusaha pariwisata halal setelah lulus nanti*" yang berarti bahwa minat berwirausaha mahasiswa di NTB meningkat dan memilih karir sebagai pengusaha pariwisata halal setelah menyelesaikan program S1.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini didapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Entrepreneurial Education berpengaruh positif dan signifikan terhadap opportunity recognition. Artinya, semakin banyak pengetahuan seseorang mengenai kewirausahaan maka semakin baik kemampuan seseorang untuk melihat peluang bisnis.
2. Entrepreneurial Education berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial Intention. Artinya, semakin banyak pengetahuan seseorang mengenai kewirausahaan maka semakin besar keinginan seseorang untuk membuat suatu usaha.
3. opportunity recognition berpengaruh positif dan signifikan terhadap entrepreneurial Intention. Artinya, semakin baik kemampuan seseorang untuk melihat peluang usaha maka semakin besar keinginan seseorang untuk membuat suatu usaha.
4. Variabel opportunity recognition memediasi pengaruh entrepreneurial education terhadap entrepreneurial intention. Bukti empiris menunjukkan bahwa sikap memediasihubungan antara motivasi kewirausahaan dan niat kewirausahaan.

5.2. Saran

Agar pelaksanaan pendidikan kewirausahaan yang didapatkan langsung dari bangku perkuliahan perlu dapat perhatian yang serius dari pemerintah dan lembaga pendidikan mengenai metode dalam proses belajar mengajar, kompetensi yang dimiliki oleh dosen pengajar, kurikulum, dan lamanya waktu belajar sehingga dapat meningkatkan minat berwirausaha pada mahasiswa dan mampu melihat peluang untuk memulai usaha dengan baik.

Meskipun penelitian ini mampu memberikan pengetahuan baru terkait minat berwirausaha, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang bisa digunakan untuk penelitian selanjutnya. Peneliti menduga masih terdapat faktor lain yang memungkinkan lebih mempengaruhi Minat berwirausaha mahasiswa antara lain: pengaruh kepribadian wirausaha, faktor lingkungan keluarga, motivasi berwirausaha dan lain-lain. Maka dari itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah jumlah variabel sehingga peneliti selanjutnya juga dapat melihat pengaruh variabel lain terhadap minat berwirausaha.

Peneliti berharap dalam penelitian selanjutnya mampu mencakup ruang lingkup yang lebih luas, tidak terbatas oleh responden yang berstatus mahasiswa di Universitas yang tersebar di provinsi Nusa Tenggara Barat saja melainkan dapat menjelaskan kepribadian, motivasi berwirausaha dan faktor lain sebagainya setelah mahasiswa tersebut menjadi alumni dari universitas yang tersebar diseluruh Indonesia. Karena penelitian ini hanya

mencakup mahasiswa semester akhir dari universitas yang tersebar di provinsi Nusa Tenggara Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abuzuhri, N., Hashim, N. B. (2017). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Opportunity Recognition. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(11), 74-79.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2): 179-211.
- Anggraeni, D.A.L., Nurcaya, IN. (2016). Peran Efikasi Diri Dalam Memediasi Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2424-2453. doi: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17664>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 38(2), 217-254.
- Barba-Sánchez, V., Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61. doi: <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.04.001>
- Baron, R. A dan Donn Byrne. (2003). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Boğan, E. & Sarıışık, M. (2018). Halal Tourism: Conceptual and Practical Challenges. *Journal of Islamic Marketing*. doi: <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2017-0066>
- Chen, S., Hsiao, H., Chang, J. (2013). Can the Entrepreneurship Course Improve the Entrepreneurial Intentions of Students? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11, 557-569. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0293-0>
- Chang, W. L., Liu, J. Y., & Huang, W. G. (2014). A study of the relationship between entrepreneurship courses and opportunity identification: An empirical survey. *Asia Pacific Management Review*.
- Christensen, P. S., Madsen, O. O., Peterson, R. (1989): Opportunity identification: The Contribution of Entrepreneurship to Strategic Management. *Aarhus: Denmark Aarhus University Institute of Management*.
- COMCEC. (2016). Muslim friendly tourism: *understanding the demand and supply sided in the oic member countries*. Turki.
- Dahalan, N., Jaafar, M., Mohd Rusdi, S.A. (2015). Attitude and Entrepreneurial Intention Among Rural Community: *The Mediating Role of Entrepreneurial Opportunity Recognition*. *SHS Web of Conference* 18, 01005, 1-9. doi: <https://doi.org/10.1051/shsconf/20151801005>
- Farsi, J.Y., Imanipour, N., Salamzadeh, A. (2012). Entrepreneurial University Conceptualization: Case of Developing Countries. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 4(2), 193-204.
- Fatoki, O. (2014). The Entrepreneurial Orientation of Micro Enterprises in the Retail Sector in South Africa. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, 5(2), 125-129. Doi: <https://doi.org/10.1080/09766634.2014.11885616>
- Gregoire, D. A., Shepherd, D. A., & Lambert, L. S. (2010). Measuring opportunity-recognition beliefs illustrating and validating an experimental approach. *Organizational Research Methods*, 13(1), 114-145. Doi: <https://doi.org/10.1177%2F1094428109334369>

- Hattab, H. W. (2014). Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intentions of University Students in Egypt. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1-18. Doi: <https://doi.org/10.1177%2F0971355713513346>
- Hisrich, Peters. 2002. *Entrepreneurship*, fifth edition. New York, USA: Mc Graw Hill inc.
- Hussain & Norashidah. (2015). Impact of entrepreneurial education on entrepreneurial intentions of pakistani students. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 43. Doi:10.5296/jebi.v2i1.7534
- Jaja, S. A. (2007). *The Entrepreneurship Paradigm*. Cuttingedge Publishing, Co, Port Harcourt.
- Krueger, N. F. and Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial Intention: Applying the Theory of Planned Behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 315-330. Doi: <https://doi.org/10.1080/08985629300000020>
- Krueger, N. F., Reilly, M., and Carsrud, A. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5), 411-432. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Lestari, R. B., Wijaya, T. (2012) Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 1 (2), 112-119.
- Linan, F., Chen, Y.W. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two- Country sample. *Document de tereball num. 06/7*, 1-28.
- Maemunah, Y. (2004). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha, *Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia*
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., Wimmer-Wurm, B. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education on The Entrepreneurial Intention of Students in Science and Engineering Versus Business Studies University Programs. *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 172-179. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.11.006>
- Narzudin, A. M., Ahmad, N. H., dan Lin, C. E. (2009). Examining a Model of Entrepreneurial Intention Among Malaysian Using SEM Procedure. *European Journal of Scientific Research*. 33(2), 365-373.
- Oftedal, E.M., Iakovleva, T. A., Foss, L. (2017) "University context matter: An institutional perspective on entrepreneurial intentions of students", *Education + Training*, doi : <https://doi.org/10.1108/ET-06-2016-0098>.
- Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of business venturing*, 22(2), 174-192. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.12.001>
- Puni, A., Anlesinya, A., Korsorku, P. D. A. (2018). "Entrepreneurial education, self-efficacy and intentions in Sub-Saharan Africa", *African Journal of Economic and Management Studies*, 9(4), 492-5. Doi: <https://doi.org/10.1108/AJEMS-09-2017-0211>
- Rambe, Syafiani. (2016). Pengaruh Kemampuan Mengenali Peluang (Opportunity Recognition) dan Jaringan (Networking) terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Rasli, Amran., Khan, S.U.R., Malekifar, S dan Samrena Jabeen. 2013. Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among Graduate Students of Universiti Teknologi Malaysia. *International Journal of Business and Social Science*, 4(2): 182-188.
- Reitan, Bjørnar. (1997). Fostering Technical Entrepreneurship in Research Communities: *Granting Scholarships to Would-Be Entrepreneurs. Technovation*, 17, 287-296. Doi: [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(97\)00121-1](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(97)00121-1)
- Samydevan, V., Piaralal, S., Othman, A.K., Osman, Z. (2015). Impact of Psychological Traits, Entrepreneurial Education and Culture in Determining Entrepreneurial Intention

- among Pre-University Students in Malaysia. *American Journal of Economics*, 5 (2), 163-167.
- Suharti, Lieli dan Hani Sirine. (2011). Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Niat Kewirausahaan (Studi terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13 (2), 124-134. Doi: <https://doi.org/10.9744/jmk.13.2.124-134>
- Wang, Y. L., Ellinger, A. D., & Jim Wu, Y. C. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D personnel. *Management Decision*, 51(2), 248-266.
- Wei, X., Liu, X., Sha, J. (2019). How Does the Entrepreneurship Education Influence the Students' Innovation? Testing on the Multiple Mediation Model. *Frontiers in Psychology*, 10 (1557), 1-10. Doi: <https://doi.org/10.1108/00251741311301803>
- Wibowo, S., & Pramudana, K., A., S. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap intensi berwirausaha yang dimediasi oleh sikap berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(12), 8167-8198.
- Whittlesea, B. (1997). *The representation of general and particular knowledge*. In K. Lamberts, *Knowledge, concepts and categories* (pp. 211-264). Cambridge: MIT Press.