

PENGARUH GENDER STEREOTYPE DAN ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION PADA MAHASISWI UNIVERSITAS CIPUTRA

Jeffy Tanaka¹ dan Christina Yanita Setyawati²

Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Citraland CBD Boulevard, Made, Kec. Sambikerep
Surabaya, Indonesia – 60219

E-mail: jtanaka@student.ciputra.ac.id¹ & csetyawati@ciputra.ac.id²

Abstract: *Stereotype is an act of generalizing a certain group. Stereotypes can lead to discrimination, causing harm and being able to change the behavior of the group in question. One of the factors that can be a stereotype issue is gender. entrepreneurship is often associated with masculinity and the role of men while women should also have the same opportunities. This point of view is able to change entrepreneurial behavior and decrease entrepreneurial intention in women. This study aims to determine the effect of gender stereotypes and entrepreneurial self-efficacy on female student entrepreneurial intention. The research method used is descriptive quantitative method and non-probability purposive sampling technique with a sample size of 181 female students. The data in this study were processed with SmartPLS and the data analysis method used the Partial Least Square - Path Modeling method. The research resulted in two hypotheses: (H1) gender stereotypes have an effect on entrepreneurial intention of Ciputra University students; (H2) entrepreneurial self-efficacy affects entrepreneurial intention of Ciputra University students. The results of this study are gender stereotypes and entrepreneurial self-efficacy have an effect on entrepreneurial intention of Ciputra University students. Hopefully, the community will be able to be more supportive of women entrepreneurs considering this is the freedom of individual choice.*

Keywords: *stereotype, entrepreneur, self-efficacy, entrepreneurial intention*

Abstrak: *Stereotype merupakan tindakan penyamarataan terhadap suatu kelompok tertentu. Adanya stereotype dapat menimbulkan diskriminasi sehingga menimbulkan kerugian dan mampu mengubah perilaku kelompok yang dimaksud. Salah satu faktor yang dapat menjadi isu stereotype adalah gender. Dunia kewirausahaan seringkali dikaitkan dengan maskulinitas dan gender pria sedangkan wanita seharusnya juga memiliki kesempatan yang sama. Pandangan inilah yang mampu mendasari perubahan perilaku kewirausahaan pada wanita dan penurunan entrepreneurial intention. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gender stereotype dan entrepreneurial self-efficacy terhadap entrepreneurial intention mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik penarikan sampel non-probability purposive sampling dengan jumlah sampel 181 mahasiswi. Data yang pada penelitian ini diolah dengan bantuan instrumen SmartPLS dan metode analisis data yang digunakan adalah Partial Least Square – Path Modelling. Adapun penelitian ini menghasilkan dua hipotesis yang meliputi: (H1) gender stereotype berpengaruh terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswi Universitas Ciputra; (H2) entrepreneurial self-efficacy berpengaruh terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswi Universitas Ciputra. Hasil dari penelitian ini adalah gender stereotype dan entrepreneurial self-efficacy berpengaruh terhadap entrepreneurial intention pada mahasiswi Universitas Ciputra. Harapannya, masyarakat semakin mampu bersikap suportif terhadap pengusaha wanita mengingat hal tersebut merupakan kebebasan pilihan individual.*

Kata kunci: *stereotype, entrepreneur, self-efficacy, entrepreneurial intentio*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan mampu merangsang pertumbuhan ekonomi melalui berbagai cara seperti pengembangan inovasi dan produktivitas, membuka lapangan pekerjaan, dan kreasi usaha. Kegiatan kewirausahaan akan mendorong berdirinya UMKM yang mendukung peningkatan lapangan pekerjaan. Gambar 1.1 menunjukkan penyerapan tenaga kerja yang besar oleh UMKM. Pemerintah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan jumlah UMKM dan memunculkan *entrepreneur* baru. Salah satunya dengan menggandeng berbagai institusi pendidikan untuk menerapkan kurikulum berbasis *entrepreneurship* dalam menumbuhkan

kewirausahaan pada pelajar. Universitas Ciputra merupakan salah satu perguruan tinggi di Indonesia yang turut membangun bangsa melalui pengembangan generasi unggul dan profesional. Universitas Ciputra berkomitmen untuk membentuk *entrepreneurial mindset and character* pada mahasiswa sehingga lulusan yang dihasilkan dapat menciptakan peluang serta berkontribusi menciptakan lapangan pekerjaan. *Entrepreneurial Intention* (EI), atau yang disebut juga sebagai niat kewirausahaan, didefinisikan sebagai dorongan seseorang untuk mengambil risiko atas peluang usaha dan menciptakan produk baru demi menciptakan suatu bisnis. Dari sekian banyak orang yang berminat menjadi *entrepreneur*, sedikit diantaranya yang berhasil mewujudkannya. Salah satu faktor penghambat seorang *entrepreneur* adalah *stereotype*. Kanahara (2006) mendefinisikan *stereotype* sebagai tindakan generalisasi terhadap suatu kelompok tertentu. Pada praktiknya, *stereotype* berdampak pada adanya diskriminasi sehingga menimbulkan kerugian pada kelompok yang terlabel; termasuk gender, SARA, anak muda, dan sebagainya. Salah satu dasar *stereotype* yang paling awet dan mudah dipahami adalah gender.

Diskriminasi gender dalam kewirausahaan ditandai dengan dominasi peran gender. Hal ini juga didukung oleh Baker *et al.* (1997) bahwa wirausaha perempuan kurang mendapatkan perhatian di media maupun penelitian ilmiah. *Gender stereotype (GS)* dari masyarakat terkait *entrepreneurship* mampu mempengaruhi *EI* seseorang. Selaras dengan penelitian Adom & Anambane (2019) yang menyatakan bahwa *GS* adalah faktor pendorong dan pada beberapa kasus dapat menjadi faktor penghambat *EI* seseorang. Selain *gender stereotype (GS)*, faktor lain yang dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention (EI)* adalah *entrepreneurial self-efficacy (ESE)*. *ESE* didefinisikan sebagai rasa percaya diri seseorang terhadap kapabilitasnya untuk berhasil berwirausaha. Riset yang dilakukan oleh Hsu *et al.* (2018) menunjukkan bahwa *ESE* menjadi faktor pendukung *EI* seseorang karena individu yang memiliki kemampuan berwirausaha mungkin saja tidak berminat berwirausaha akibat merasa tidak memiliki ilmu wirausaha yang cukup. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan kurikulum Universitas Ciputra. Universitas Ciputra berupaya untuk menciptakan *entrepreneur* dengan menyiapkan mata kuliah yang mendorong berdirinya bisnis rintisan untuk mencapai keberlanjutan bisnis. Berdasarkan fenomena itu, para mahasiswi juga mengikuti kegiatan perkuliahan terkait *entrepreneurship* dengan porsi yang sama tanpa dibedakan dengan mahasiswa. Selaras dengan penelitian Adom dan Anambane (2019) yang menyatakan bahwa *GS* adalah faktor pendorong dan pada beberapa kasus dapat menjadi faktor penghambat *EI* seseorang, yang apabila dilihat dari sudut pandang masyarakat, *entrepreneur* diidentikkan dengan pria dan mengesampingkan peran wanita.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Gender stereotype (GS)

Pengukuran *gender stereotype (GS)* pada penelitian ini menggunakan *SCM (Stereotype Content Model)*. *SCM* mengandung prinsip-prinsip yang berpotensi universal dari stereotip masyarakat dan hubungannya dengan struktur sosial yang mana dua dimensi persepsi sosial, *warmth* dan *competence*, diprediksi melalui *competition* dan *status*. *GS* dapat diukur oleh *competence*, *warmth*, *status*, dan *competition*.

Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE)

Menurut Hisrich *et al.* (2017) dan Wijangga & Sanjaya (2019), *entrepreneurial self-efficacy (ESE)* adalah rasa percaya diri seseorang terhadap kapabilitasnya untuk berhasil melakukan kewirausahaan. Penelitian Zhao *et al.* (2005) tentang *ESE* menunjukkan bahwa individu yang yakin bahwa mereka memiliki kemampuan untuk berhasil memulai bisnis akan memiliki niat untuk melakukannya. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian oleh von Graevenitz *et al.* (2010) yang menyatakan bahwa *EI*, pada beberapa kasus, mengalami penurunan meskipun *ESE* mengalami peningkatan. *ESE*, sesuai dengan definisi di atas, berkaitan dengan tahapan kewirausahaan yang terbagi menjadi empat fase utama, yaitu *searching*, *planning*, *assembly*, dan *implementing*.

Entrepreneurial Intention (EI)

Entrepreneurial intention adalah pola pikir yang mendorong seseorang untuk berwirausaha. G. Sweida (2018) mendefinisikan *EI* sebagai keinginan dan rencana untuk memulai sebuah bisnis. Kedua definisi *EI* tersebut dapat disimpulkan menjadi keinginan dan pola pikir yang mendorong seseorang untuk memulai suatu bisnis. *EI* dapat diukur dengan *risk-taking propensity*, *locus of control*, dan *attitudes toward self-employment*.

Penelitian Terdahulu

Penelitian paradoks pada perempuan bahwa rendahnya *EI* dan rendahnya *ESE* bertentangan dengan tingginya tingkat perilaku kewirausahaan yang diamati. Hasil menunjukkan bahwa penting untuk memiliki pemahaman yang baik terkait paradoks tersebut karena kesalahpahaman memperkuat ketidakpercayaan bahwa perempuan lebih jarang memulai bisnis. Penelitian Sweida ini mendukung pokok bahasan peneliti berupa kesimpulan bahwa *EI* terbentuk dari adanya *ESE*. Dampak potensial dari *GS* secara implisit dan eksplisit pada *EI* wanita, sekaligus menguji peran *ESE* di dalamnya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan mengurangi *stereotype* maskulin dan meningkatkan *ESE* wanita, maka mungkin untuk meningkatkan niat wanita untuk terlibat dalam penciptaan usaha. Penelitian ini yaitu memiliki kesamaan variabel *GS*, *ESE*, dan *EI*. Penelitian Al-Amin dan Sisilia (2019) melakukan analisis faktor-faktor yang memotivasi wanita untuk menjadi wirausaha. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa faktor berpengaruh adalah *Need for Greater Income*. Selain itu, penelitian menghasilkan empat faktor baru salah satunya adalah faktor Motivasi Wirausaha.. *EI* lebih baik dijelaskan oleh orientasi peran gender daripada jenis kelamin. Penelitian Perez-Quintana *et al.*, (2017) terkait dengan penelitian ini yaitu memiliki kesamaan variabel *stereotype* dan *EI*.

Peran stereotip budaya dan gender terhadap kewirausahaan *womenpreneur*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa budaya, melalui *GS*, bertindak sebagai faktor pendorong kewirausahaan perempuan dan melahirkan lebih banyak pengusaha perempuan yang digerakkan oleh kebutuhan daripada yang didorong oleh peluang. Namun, *GS* dianggap sebagai penghambat kesuksesan wirausaha beberapa perusahaan milik perempuan. Hasil temuan Adom dan Anambane memperkuat bukti adanya pengaruh *GS* sebagai salah satu faktor *EI*. Penelitian terkait dengan penelitian ini yaitu memiliki kesamaan variabel *GS* dan *EI*. Penelitian Gupta *et al.* (2018) bertujuan untuk memberi wawasan baru tentang kemungkinan bias gender dalam teori implisit yang dipegang orang tentang berbagai bentuk aktivitas kewirausahaan. *Commercial entrepreneurs* dan *high-growth entrepreneurs* sebagian besar dikaitkan dengan laki-laki, yang mungkin menjadi masalah bagi perempuan yang ingin memulai usaha yang berorientasi pada pertumbuhan. *Stereotype* masyarakat yang mengasosiasikan kewirausahaan dengan karakteristik maskulin dapat mempengaruhi *EI*. Di sisi lain, *GS* yang diyakini secara luas dapat dihilangkan. Menguji sifat psikometrik dari skala "*Entrepreneurial Task and Relationship*" (ETR) untuk menilai *GS* dalam kewirausahaan, Hasil menunjukkan bahwa kewirausahaan dianggap sangat terkait dengan orientasi tugas. Paradigma "*think entrepreneur - think male*" berlaku untuk kewirausahaan, menyoroti perlunya lebih banyak kesadaran tentang *gender stereotype* dalam konteks itu. Penelitian ini terkait dengan penelitian ini yaitu memiliki kesamaan faktor *GS* dan *EI*.

Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis

Keterhubungan Gender Stereotype (GS) terhadap Entrepreneurial Intention (EI)

Davidsson (2006) menunjukkan bahwa *GS* berpengaruh terhadap *EI* dimana yang diamati adalah *entrepreneur* yang memiliki sifat maskulin. Penelitian serupa menyatakan bahwa *GS* berdampak pada *EI* yang ditandai dengan dominasi pria pada dunia bisnis.

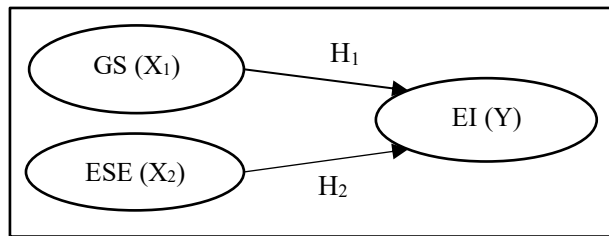
H₁: *GS* berpengaruh terhadap *EI* pada mahasiswi Universitas Ciputra.

Keterhubungan Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) terhadap Entrepreneurial Intention (EI)

Berbagai riset menunjukkan bahwa *ESE* merupakan salah satu faktor yang mampu membentuk *EI*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *ESE* berpengaruh signifikan terhadap *EI*.

H₂: *ESE* berpengaruh terhadap *EI* pada mahasiswi Universitas Ciputra.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Model Analisis

Sumber: data diolah, 2020

METODOLOGI PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif), penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang mengilustrasikan fakta, sifat, serta hubungan antar fenomena terkini secara sistematis, faktual, dan akurat. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswi aktif Universitas Ciputra tahun ajaran 2020-2021. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability purposive sampling* dengan jumlah sampel 215 mahasiswi. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menggunakan instrumen kuesioner. Skala yang digunakan adalah skala *likert* dengan skala interval 5 poin yaitu: (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) cukup setuju, (4) setuju, (5) sangat setuju. **Variabel dan Definisi Operasional**

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Square – Path Modelling*. Metode ini memiliki 2 model yang terdiri dari *inner model* dan *outer model* yang kemudian diuji menggunakan aplikasi SmartPLS.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

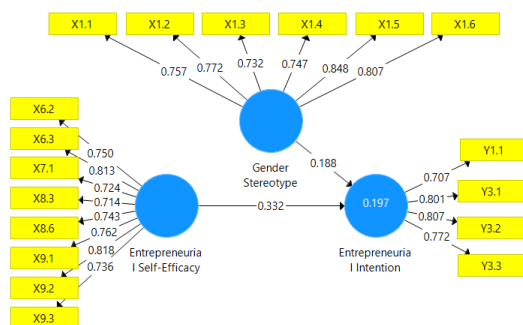
Analisis Data

Objek dari penelitian ini merupakan mahasiswi Universitas Ciputra dari berbagai jurusan dan angkatan studi yang telah mengambil mata kuliah *Entrepreneurship*. Kuesioner yang tersebar kemudian diperiksa dan form yang tidak sesuai dengan kriteria dieleminasi sehingga tersisa 181 formulir yang kemudian dapat diproses dalam penelitian.

Perbaikan Model

Setelah melalui proses perhitungan dan reduksi terbentuklah model baru yang dapat dilihat pada gambar 4.1 beserta nilai *loading factor* pada model akhir yang dapat dilihat pada tabel 4.3.

Gambar 2. Model Setelah Reduksi



Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Tabel 1. Loading Factor Pada Model Akhir

GS		ESE		EI	
X1.1	0.757	X7.1	0.750	Y1.1	0.707
X1.2	0.772	X8.3	0.813	Y3.1	0.801
X1.3	0.732	X8.6	0.724	Y3.2	0.807
X1.4	0.747	X9.1	0.714	Y3.3	0.772
X1.5	0.848	X9.2	0.743		
X1.6	0.807	X9.3	0.762		
X6.2			0.818		
X6.3			0.736		

Sumber: data diolah dengan SmartPLS

Outer Model / First Order Construct

Outer model menjelaskan hubungan tiap indikator dengan variabel latennya. Berikut rincian uji pada *outer model*:

Uji Validitas Konvergen

Suatu indikator akan dinyatakan baik apabila memiliki nilai *outer loadings* setidaknya 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) minimal 0,5. Indikator yang tersisa pada tabel 4.3 memiliki nilai *outer loadings* diatas 0,7 dan tabel 4.4 menunjukkan bahwa AVE model diatas 0,5 sehingga dapat dinyatakan lolos uji validitas konvergen.

Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan melihat nilai *cross loading* dengan syarat nilai diatas 0,6 - 0,7 pada variabel latennya sendiri dan nilai *cross loading* dibawah 0,3 - 0,4 pada variabel laten lainnya. Tabel 4.5 menunjukkan bahwa keseluruhan indikator memiliki skor yang sesuai dengan syarat yang berlaku sehingga dinyatakan lolos uji validitas diskriminan.

Uji Reliabilitas

Hasil *composite reliability* akan dinyatakan baik apabila skor minimal 0,7, sedangkan hasil *cronbach's alpha* yang baik memiliki skor diatas 0,6. *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* pada penelitian ini memenuhi syarat sehingga model dinyatakan lulus uji reliabilitas.

Uji Hipotesis Reflektif

Hipotesis akan diterima ketika nilai *T-statistics outer loading* > 1,96 untuk setiap indikatornya. *T-statistics outer loading* menunjukkan angka diatas 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis reflektif diterima dan seluruh indikator dapat merefleksikan variabel laten pada penelitian ini.

Inner Model / Second Order Construct

Hubungan antar variabel laten dapat diketahui melalui uji dengan rincian sebagai berikut:

Uji R Kuadrat (R²) / Koefisien Determinasi

Uji R² digunakan untuk mengukur tingkat *goodness of fit* (GOF) pada model struktural (*inner model*). Nilai R² dapat menunjukkan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji R² memiliki arti sebagai berikut: R² > 0,75 berarti berpengaruh kuat, R² > 0,50 berarti berpengaruh sedang, dan R² > 0,25 berarti berpengaruh lemah. R² memiliki skor 0,197 sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural pada penelitian ini memiliki pengaruh yang lemah (R² < 0,25).

Uji Hipotesis Formatif

Tabel 4.9 T-Statistics Inner Model

Hipotesis akan diterima ketika nilai *T-statistics* > 1,96. *T-statistics inner model* menunjukkan angka diatas 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H₁ dan H₂ diterima.

Pembahasan

Hasil menunjukkan bahwa variabel *gender stereotype* dan *entrepreneurial self-efficacy* mampu membentuk *entrepreneurial intention* mahasiswi Universitas Ciputra. Jumlah variabel pengukur yang dieleminasi berjumlah 5 variabel yang meliputi:

Variabel pengukur *warmth* pada variabel laten *GS* ternyata kurang berpengaruh pada penelitian ini. Hal ini terjadi karena *warmth* terdefinisikan sebagai sifat orientasi akomodatif kepada orang lain sedangkan penelitian ini memiliki fokus yang berbeda yaitu melihat kecenderungan individu dalam niat berwirausaha sehingga variabel pengukur ini kurang sesuai dalam penelitian ini. Variabel pengukur *status* pada variabel laten *GS*. Pemimpin wanita cenderung memiliki karakter komunal sedangkan seorang pemimpin pada umumnya identik dengan karakter. Prasangka ini menimbulkan kurang diakuinya kemampuan seorang wanita untuk memimpin sehingga pandangan bahwa pengusaha wanita kurang cukup berwibawa.

Variabel pengukur *competition* pada variabel laten *GS*. mengatakan bahwa *competition* mampu memprediksi *warmth* yang lemah karena fungsi individu dalam kelompok cenderung tidak cocok. Variabel pengukur *searching* dari variabel laten *ESE*. menjelaskan bahwa fase *searching* merupakan fase dimana seorang *entrepreneur* menggunakan kreativitasnya untuk mengidentifikasi peluang atau mengembangkan ide.

Variabel pengukur *locus of control* dari variabel laten *EI*. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan atau kegagalan tidak sepenuhnya dalam kontrol seorang individu. Selain itu terdapat 9 indikator berasal dari variabel pengukur tersisa yang dihilangkan yaitu: Indikator kemampuan memperkirakan permintaan pelanggan untuk produk atau layanan baru (X6.1) pada variabel pengukur *planning* mengungkapkan bahwa kurangnya pemahaman tentang cara mempersiapkan bisnis menjadi sebuah suatu tantangan besar bagi wanita. Indikator kemampuan merancang kampanye pemasaran/periklanan yang efektif untuk produk atau layanan baru (X6.4) pada variabel pengukur *planning* dari variabel laten *ESE*. Anak muda memiliki kecenderungan sekedar mengikuti tren akibatnya kampanye yang dihasilkan cenderung sama dengan yang lainnya sehingga kurang memiliki *value*.

Indikator kemampuan *networking* (X7.2) pada variabel pengukur *assembly* dari variabel laten *ESE*. Wanita memiliki hambatan dalam membangun *networking* akibat kurangnya rasa percaya diri sebagai salah satu faktor penyebabnya. Sebanyak 59% wanita berpendapat bahwa akses ke komunitas yang suportif seperti komunitas bisnis perlu ditingkatkan. Indikator kemampuan menjelaskan ide bisnis dalam istilah sehari-hari secara lisan/tulisan (X7.3) pada variabel pengukur *people management* dari variabel laten *ESE*.

Indikator kemampuan mengawasi (X8.1), kemampuan mempekerjakan (X8.2), kemampuan menginspirasi, mendorong, dan memotivasi karyawan (X8.5) pada variabel pengukur *people management* dari variabel laten *ESE*. Ketiga indikator kurang sesuai dengan penelitian ini akibat mayoritas ventura di Universitas Ciputra masih belum memiliki karyawan pada bisnisnya dengan jumlah 130 mahasiswa (71,8%) dari total responden. Hal ini menyebabkan responden belum mampu mengukur kapabilitasnya terkait hal ini. Indikator kemampuan menangani masalah secara efektif (X8.4) pada variabel pengukur *people management* dari variabel laten *ESE*. Wanita memiliki sisi emosional yang lebih dominan dibandingkan logika sehingga ketika menemukan suatu masalah yang terjadi dalam bisnisnya, kemungkinan besar individu lebih terfokus dengan perasaannya.

Indikator suka mencoba hal baru (Y1.2) dan indikator pengambilan risiko dalam enam bulan terakhir (Y1.3) pada variabel pengukur *risk-taking propensity* dari variabel laten *EI*. Wanita pada umumnya memiliki kecenderungan mengambil risiko yang lebih rendah. Hal ini dapat dipengaruhi juga oleh kurangnya kepercayaan diri wanita pada umumnya. Indikator rencana berwirausaha (Y3.4) pada variabel pengukur *attitude toward self-employment* dari variabel laten *EI*. Universitas Ciputra memiliki kurikulum *value creation* yang mana tidak hanya sekedar mendirikan ventura. *Value creation* sendiri dapat diwujudkan secara luas baik *entrepreneurship* maupun *intrapreneurship*. Selain itu, niat berwirausaha dapat berkurang setelah menjalani *entrepreneurial education* yang mana bukan menjadi fokus pada penelitian ini.

Pengaruh Gender Stereotype (GS) Terhadap Entrepreneurial Intention (EI)

Variabel GS membentuk EI dengan nilai *path coefficient* 0,188 yang berarti GS berpengaruh positif secara ringan sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar GS positif yang diterima, maka semakin tinggi pula EI mahasiswi. Hasil ini selaras bahwa GS berpengaruh terhadap EI. Variabel pengukur yang tersisa setelah proses reduksi hanyalah *competence*. Mean tertinggi pada variabel *competence* adalah indikator X1.3 (sukses berwirausaha). Hal ini dapat dikaitkan dengan variabel pengukur *locus of control* dan *attitude toward self-employment* pada variabel laten EI. *Stereotype* yang beredar di kalangan masyarakat tentang suksesnya seorang wanita sebagai wirausaha mampu mempengaruhi preferensi karir dan jabatan mahasiswi untuk turut menjadi seorang wirausaha.

Pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE) Terhadap Entrepreneurial Intention (EI)

Variabel ESE merupakan variabel tertinggi yang membentuk EI mahasiswi Universitas Ciputra dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,332. Hal ini menandakan ESE berpengaruh positif secara moderat sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi ESE yang dimiliki maka semakin tinggi EI mahasiswi. Variabel pengukur lainnya yang cukup menggambarkan ESE adalah variabel *searching*, yang berarti mahasiswi memiliki kepercayaan diri yang lebih terhadap kemampuannya dalam melakukan *brainstorming* terkait bisnis baru. Hal ini dapat dikaitkan dengan indikator Y1.2 (mencoba hal baru) dan Y3.4 (rencana berwirausaha). Keterhubungan ketiganya menandakan adanya kemampuan mahasiswi untuk menemukan ide baru dan perilaku suka mencoba hal baru, maka meningkatkan minat mahasiswi untuk mewujudkannya dalam bisnis.

Implikasi Penelitian

Dunia kewirausahaan kerap dikaitkan dengan pria sebab kewirausahaan identik dengan maskulinitas. Realitanya, sejumlah wanita juga mampu mencetak prestasi dalam kewirausahaan. Penelitian ini memperkuat pendapat bahwa kewirausahaan tidak dapat dibatasi sebagai pekerjaan laki-laki, namun merupakan kebebasan pilihan individual. Peningkatan peredaran *stereotype* positif terkait wirausaha wanita mampu meningkatkan minat berwirausaha pada kaum perempuan. Lingkungan merupakan salah satu aspek sosial yang mempengaruhi pola pikir dan perilaku individu. Universitas sebagai wadah pengembangan diri tentu harus menyediakan lingkungan yang positif bagi para mahasiswanya. Peran mentor memiliki peranan penting dalam pembentukan jiwa kewirausahaan sekaligus meningkatkan EI pada anak didiknya. Mahasiswa juga perlu memilih lingkaran sosial yang tepat agar dapat mengembangkan diri secara maksimal. Individu yang berjiwa *entrepreneur* dan mendapat dukungan sosial yang cukup maka *entrepreneurial intention* dalam diri akan meningkat.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini memberikan simpulan yang meliputi: (1) *Gender stereotype* sedikit berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*; (2) *Entrepreneurial self-efficacy* cukup berpengaruh terhadap *entrepreneurial intention*.

Saran dan Keterbatasan

Harapannya universitas dapat terus meningkatkan peran mentor mengingat mahasiswa membutuhkan bimbingan terkait kewirausahaan dan pengembangan lebih lanjut pada kurikulum *entrepreneurship* untuk membantu mendorong niat berwirausaha mahasiswa. Penelitian selanjutnya perlu memperhitungkan homogenitas atau heterogenitas kelompok dari responden karena hal ini mempengaruhi perilaku responden sehingga berdampak pada hasil penelitian terkait hubungan *gender stereotype* terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut: (1) Peneliti tidak mengumpulkan data responden terkait homogenitas atau heterogenitas yang terjadi dalam membentuk kelompok bisnis; (2) Data yang diperoleh dari responden memiliki *respond rate* sebesar 86,5% sebab pengisian kuesioner dilakukan secara *online* sehingga dimungkinkan terjadi bias.

REFERENSI

Adnyana, I. Gusti Lanang Agung, dan Ni Made Purnami. 2016. "Pengaruh pendidikan kewirausahaan, self efficacy dan locus of control pada niat berwirausaha." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 5(2).

- Adom, Kwame, dan Golda Anambane. 2019. "Understanding the role of culture and gender stereotypes in women entrepreneurship through the lens of the stereotype threat theory." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 12(1):100–124. doi: 10.1108/JEEE-07-2018-0070.
- Al-Amin, Iqbal, dan Kristina Sisilia. 2019. "Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Wanita untuk Menjadi Wirausaha (Studi pada UMKM Binaan KSU Misykat Wilayah Tegallega dan Mohamad Toha)." *Management* 6(1):868–78.
- Baker, Ted, Howard E. Aldrich, dan Liou Nina. 1997. "Invisible entrepreneurs: the neglect of women business owners by mass media and scholarly journals in the usa." *Entrepreneurship and Regional Development* 9(3):221–38. doi: 10.1080/08985629700000013.
- Bonnett, Celia, dan Adrian Furnham. 1991. "Who wants to be an entrepreneur? A study of adolescents interested in a Young Enterprise scheme." *Journal of Economic Psychology* 12(3):465–78. doi: 10.1016/0167-4870(91)90027-Q.
- Brockhaus, Robert H. 1980. "Risk Taking Propensity of Entrepreneurs." *Academy of Management Journal* 23(3):509–20. doi: 10.5465/255515.
- Chen, Chao C., Patricia Gene Greene, dan Ann Crick. 1998. "Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?" *Journal of Business Venturing* 13(4):295–316. doi: 10.1016/S0883-9026(97)00029-3.
- Cuddy, Amy J. C., Susan T. Fiske, dan Peter Glick. 2008. "Warmth and Competence as Universal Dimensions of Social Perception: The Stereotype Content Model and the BIAS Map." *Advances in experimental social Psychology* 40:62–137. doi: 10.1016/S0065-2601(07)00002-0.
- Cuddy, Amy J. C., Susan T. Fiske, Virginia S. Y. Kwan, Peter Glick, Stéphanie Demoulin, Jacques Philippe Leyens, Michael Harris Bond, Jean Claude Croizet, Naomi Ellemers, Ed Sleebos, Tin Tin Htun, Hyun Jeong Kim, Greg Maio, Judi Perry, Kristina Petkova, Valery Todorov, Rosa Rodríguez-Bailón, Elena Morales, Miguel Moya, Marisol Palacios, Vanessa Smith, Rolando Perez, Jorge Vala, dan Rene Ziegler. 2009. "Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences." *British Journal of Social Psychology* 48(1):1–33. doi: 10.1348/014466608X314935.
- Davidsson, Per. 2005. "Nascent Entrepreneurship: Empirical Studies and Developments." *Foundations and Trends® in Entrepreneurship* 2(1):1–76. doi: 10.1561/03000000005.
- Doran, Justin, Nóirín McCarthy, dan Marie O'Connor. 2018. "The role of entrepreneurship in stimulating economic growth in developed and developing countries." *Cogent Economics and Finance* 6(1):14. doi: 10.1080/23322039.2018.1442093.
- Fisk, Susan R. 2018. "Who's on Top? Gender Differences in Risk-Taking Produce Unequal Outcomes for High-Ability Women and Men." *Social Psychology Quarterly* 81(3):185–206. doi: 10.1177/0190272518796512.
- Fiske, Susan T., Amy J. C. Cuddy, dan Peter Glick. 2006. "Universal Dimensions of Social Cognition: Warmth and Competence." *Trends in Cognitive Sciences* 11(2):77–83. doi: 10.1016/j.tics.2006.11.005.
- Garson, G. David. 2016. *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishers.
- Gist, Marilyn E. 1987. "Self-Efficacy: Implications for Organizational Behavior and Human Resource Management." *Academy of Management Review* 12(3):472–85. doi: 10.5465/amr.1987.4306562.
- von Graevenitz, Georg, Dietmar Harhoff, dan R. Weber. 2010. "The effects of entrepreneurship education." *Journal of Economic Behavior and Organization* 76(1):90–112. doi: 10.1016/j.jebo.2010.02.015.
- Gupta, Vishal K., Daniel B. Turban, dan Nachiket M. Bhawe. 2008. "The Effect of Gender Stereotype Activation on Entrepreneurial Intentions." *Journal of Applied Psychology* 93(5):1053–61. doi: 10.1037/0021-9010.93.5.1053.
- Gupta, Vishal K., Daniel B. Turban, S. Arzu Wasti, dan Arijit Sikdar. 2005. "Entrepreneurship and stereotypes: Are entrepreneurs from mars or from venus?" in *Academy of Management 2005 Annual Meeting: A New Vision of Management in the 21st Century, AOM 2005*. Academy of Management.
- Gupta, Vishal K., Alice M. Wieland, dan Daniel B. Turban. 2018. "Gender Characterizations in Entrepreneurship: A Multi-Level Investigation of Sex-Role Stereotypes about High-Growth, Commercial, and Social Entrepreneurs." *Journal of Small Business Management* 57(1):131–53. doi: 10.1111/jsbm.12495.
- Herlyana, Elly. 2014. "Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda." *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam* 13(1):187–204.

- Hisrich, Robert D., Michael P. Peters, dan Dean A. Shepherd. 2017. *Entrepreneurship*. 10 ed. Thousand Hills Oaks, CA: McGraw Hill Education.
- Hsu, Dan K., Katrin Burmeister-Lamp, Sharon A. Simmons, Maw-Der Foo, Michelle C. Hong, dan Jesse D. Pipes. 2018. "I know I can, but I don't fit": Perceived fit, self-efficacy, and entrepreneurial intention." *Journal of Business Venturing* 34(2):311–26. doi: 10.1016/j.jbusvent.2018.08.004.
- Josephine, Olivia Ariantje, Bianda Dina Wimbowo, Dimas Dear Pratama, Ditya Larasati, dan Intan Amalia. 2017. "The Effect of Information about Female Entrepreneur towards Gender Stereotype in Adolescents." *Jurnal Ilmiah Psikologi MANASA* 6(2):99–103.
- Kanahara, Shunsuke. 2006. "A Review of the Definitions of Stereotype and a Proposal for a Progressional Model." *Individual Differences Research* 4(5):306–21.
- Laguía, Ana, Cristina García-Ael, Dominika Wach, dan Juan A. Moriano. 2018. "Think entrepreneur - think male": a task and relationship scale to measure gender stereotypes in entrepreneurship." *International Entrepreneurship and Management Journal* 15(3):749–72. doi: 10.1007/s11365-018-0553-0.
- Liu, Xianyu, Chunpei Lin, Guanxi Zhao, dan Dali Zhao. 2019. "Research on the effects of entrepreneurial education and entrepreneurial self-efficacy on college students' entrepreneurial intention." *Frontiers in Psychology* 10(APR). doi: 10.3389/fpsyg.2019.00869.
- Lüthje, Christian, dan Nikolaus Franke. 2003. "The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT." *R and D Management* 33(2):135–47. doi: 10.1111/1467-9310.00288.
- Magee, Joe C., dan Adam D. Galinsky. 2008. "8 Social Hierarchy: The Self-Reinforcing Nature of Power and Status." *Academy of Management Annals* 2(1):351–98. doi: 10.5465/19416520802211628.
- Mathew, Rincy V, dan N. Panchanatham. 2011. "An Exploratory Study On The Work-Life Balance Of Women Entrepreneurs In South India." *Asian Academy of Management Journal* 16(2):77–105.
- McGee, Jeffrey E., Mark Peterson, Stephen L. Mueller, dan Jennifer M. Sequeira. 2009. "Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure." *Entrepreneurship Theory and Practice* 33(4):965–88. doi: 10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x.
- Meyer, Verena, Silke Tegtmeier, dan Stefanie Pakura. 2017. "Revisited: how gender role stereotypes affect the image of entrepreneurs among young adults." *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 9(4):319–37. doi: 10.1108/IJGE-07-2017-0031.
- Mueller, Stephen L., dan Srećko Goić. 2003. "East-West Differences in Entrepreneurial Self-Efficacy: Implications for Entrepreneurship Education in Transition Economies." *International Journal for Entrepreneurship Education* 1(4):613–32.
- Murugesan, R., dan R. Jayavelu. 2017. "The Influence of Big Five Personality Traits and Self-efficacy on Entrepreneurial Intention: The Role of Gender." *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies* 3(1):41–61. doi: 10.1177/2393957516684569.
- Naushad, Mohammad, dan Syed Abdul Malik. 2018. "The mediating effect of entrepreneurial self-efficacy in entrepreneurial intention - A study in Saudi Arabian context." *Problems and Perspectives in Management* 16(1):267–75. doi: 10.21511/ppm.16(1).2018.26.
- Peeters, Guido. 1983. "Relational and Informational Patterns in Social Cognition." *Current issues in European Social Psychology* 201–37.
- Perez-Quintana, Anna, Esther Hormiga, Joan Carles Martori, dan Rafa Madariaga. 2017. "The influence of sex and gender-role orientation in the decision to become an entrepreneur." *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 9(1):8–30. doi: 10.1108/IJGE-12-2015-0047.
- Qiao, Xiaoping, dan Jian-Hao Huang. 2019. "Effect of College Students' Entrepreneurial Self-Efficacy on Entrepreneurial Intention: Career Adaptability as a Mediating Variable." *International Journal of Educational Methodology* 5(3):305–13. doi: 10.12973/ijem.5.3.305.
- Rasli, Amran Md, Saif ur Rehman Khan, Shaghayegh Malekifar, dan Samrena Jabeen. 2013. "Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among Graduate Students of Universiti Teknologi Malaysia." *International Journal of Business and Social Science* 4(2).
- Robinson, Peter B., David V. Stimpson, Jonathan C. Huefner, dan H. Keith Hunt. 1991. "An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship." *Entrepreneurship Theory and Practice* 15(4):13–32. doi: 10.1177/104225879101500405.

- Rotter, J. B. 1966. "Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement." *Psychological monographs: General and Applied* 80(1):1–28. doi: 10.1037/h0092976.
- Sany, Nukhbah, dan Edy Rahardja. 2016. "Membedah stereotip gender: persepsi karyawan terhadap seorang general manager perempuan." *Diponegoro Journal of Management* 5(3):1–9.
- Sarstedt, Marko, Christian M. Ringle, dan Joseph F. Hair. 2017. "Partial Least Squares Structural Equation Modeling." Hal. 1–40 in *Handbook of Market Research*, diedit oleh C. Homburg, M. Klarmann, dan A. Vomberg. Cham: Springer International Publishing.
- Stevenson, Howard H., dan Michael J. Roberts. 1985. *Introduction: Instructor's Manual: New Business Ventures and the Entrepreneur*.
- Sweida, Gloria. 2018. "The Woman Entrepreneur's Paradox: Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Self-efficacy, and Behavior." The Claremont Graduate University.
- Sweida, Gloria L., dan Rebecca J. Reichard. 2013. "Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention." *Journal of Small Business and Enterprise Development* 20(2):296–313.
- Unaradjan, Dominikus Dolet. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- Utami, Christina Whidya, Denny Bernardus, dan Gek Shinta. 2017. "Attitude, subjective norm, perceived behaviour, entrepreneurship education and self efficacy toward entrepreneurial intention university student in Indonesia." *European Research Studies Journal* 20(2A):475–95.
- Wijangga, Jennifer, dan Ersya Lanang Sanjaya. 2019. "The Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention among University Students." *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship* 8(1):19–24. doi: 10.37715/jee.v8i1.1113.
- Zhao, Hao, Gerald E. Hills, dan Scott E. Seibert. 2005. "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions." *Journal of Applied Psychology* 90(6):1265–72. doi: 10.1037/0021-9010.90.6.1265.