2. LANDASAN TEORI

2.1 Entrepreneurship Education

2.1.1 Pengertian *Entrepreneurship Education*

Entrepreneurship education merupakan sebuah proses yang membekali wirausahawan potensial dengan keterampilan yang membantu mereka dalam mengidentifikasi peluang, alokasi sumber daya, dan akhirnya membangun usaha atau bisnis (Jones & English, 2004). Fayolle, Gailly, dan Lassas-Clerc (2006), menyatakan *entrepreneurship education* sebagai program pedagogis atau proses pendidikan untuk sikap dan keterampilan kewirausahaan. *Entrepreneurship education* diketahui memiliki peran yang sangat penting dalam mengembangkan pola pikir di antara wirausahawan potensial dan berfungsi sebagai kunci pembuka untuk kegiatan berwirausaha (Cardon & Potter, 2003). Dengan adanya *entrepreneurship education* akan mempermudah seseorang dalam menjalankan aktivitas wirausaha. Faktanya, hampir setiap negara mendorong kesadaran masyarakat dengan menggunakan *entrepreneurship education* sebagai alat untuk mempromosikan *entrepreneurship* (Ismail, Khalid, Othman, Jusoff, Rahman, Kassim & Zain, 2009).

Walter dan Block (2016), mendefinisikan *entrepreneurship education* sebagai sebuah proses pembentukan sikap dan keterampilan individu yang bertujuan untuk menentukan aktivitas kewirausahaan di masa depan. Menurut Jena (2020), *entrepreneurship education* merupakan proses pembelajaran sekaligus pembentukan *mindset* seseorang mengenai kewirausahaan. Tujuannya agar dapat membantu pelajar maupun calon wirausaha dalam menentukan pilihan karir mereka di masa depan. Wei, Liu, dan Sha (2019), mendefinisikan e*ntrepreneurship education* sebagai suatu fondasi bagi wirausahawan untuk memperoleh sumber daya, meningkatkan kemampuan dan kepribadian inovatif, serta membangun saluran pembelajaran *multi-level* bagi wirausahawan dengan mengintegrasikan berbagai pengetahuan maupun sistem nilai.

Entrepreneurship education yang baik dapat membawa keberhasilan dalam berwirausaha serta membantu mempromosikan *entrepreneurial culture* dan memfasilitasi *entrepreneurship* melalui *training* (Li & Li, 2015). *Entrepreneurship education* juga memiliki potensi tidak hanya untuk mengembangkan pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan dalam mengelola suatu perusahaan, tetapi juga meningkatkan kemauan individu untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai sebuah pilihan karir (Lucas & Cooper, 2005).

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini akan menggunakan teori dari Walter dan Block (2016) bahwa *entrepreneurship education* membantu pembentukan sikap serta keterampilan individu agar dapat menentukan aktivitas perusahaan kedepannya.

2.1.2 Indikator *Entrepreneurship Education*

Walter dan Block (2016) mengemukakan konsep tentang *entrepreneurship education* yang dapat diukur dengan empat indikator sebagai berikut:

1. Pendidikan untuk membangun kemampuan inisiatif.
2. Pendidikan mengenai peran pengusaha dalam masyarakat.
3. Pendidikan yang meningkatkan ketertarikan untuk menjadi pengusaha.
4. Pendidikan mengenai kemampuan yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis.

2.1.3 Klasifikasi *Entrepreneurship Education*

Menurut Hoang *et al.* (2021), terdapat tiga klasifikasi dari *entrepreneurship education* yakni:

1. *Education about entrepreneurship*

   Education about entrepreneurship berkonsentrasi pada pendekatan teoritis untuk membangun dan mengoperasikan perusahaan, yang terkait dengan pendekatan metodologi pengajaran tradisional yang mengutamakan teori sebagai sarana pendidikan untuk membantu siswa memahami hasil latihan dan tindakan.

2. *Education for entrepreneurship*

   Education for entrepreneurship mengacu pada pendekatan praktis untuk mendirikan dan menjalankan bisnis. Hal ini terkait dengan metodologi pengajaran berbasis aktivitas, dimana praktik dan tindakan digunakan untuk memberikan informasi, motivasi serta semangat dalam perilaku calon wirausahawan, pengakuan peluang, dan manajemen risiko di dalam lingkungan wirausaha.

3. *Education in entrepreneurship*

   Education in entrepreneurship dikaitkan dengan pelatihan bagi pengusaha berpengalaman di bidang tertentu (contohnya strategi pemasaran dan manajemen produk) dengan bertujuan untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Kategori ini tidak dibatasi hanya pada konteks *start-up*, namun terbuka untuk pelajar yang berharap memiliki akses ke pendekatan perusahaan terlepas dari pekerjaan.

2.2 Entrepreneurial Passion

2.2.1 Pengertian *Entrepreneurial Passion*

Passion digambarkan sebagai keinginan atau hasrat yang kuat dalam diri seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu (Philippe, Vallerand, Houlfort, Lavigne & Donahue, 2010). *Passion* merupakan salah satu sumber motivasi dan inspirasi yang mendorong perkembangan individu dan kinerja wirausaha. Perkembangan *passion* serta dampaknya terhadap kinerja akan bergantung pada besarnya *passion* seseorang ketika berada dalam konflik, hidup berdampingan dengan orang lain, atau bahkan dalam area *entrepreneurship* (Schulte-Holthaus and Kuckertz, 2020).

Menurut Cardon *et al.* (2009), *entrepreneurial passion* dikonseptualisasikan sebagai perasaan positif intens yang dapat diakses secara sadar juga dapat dialami oleh keterlibatan dalam *entrepreneurial activities* yang terkait dengan pemaknaan peran atas identitas seorang pengusaha. *Entrepreneurial passion* dapat diartikan juga sebagai atribut kognitif kritis yang terkait dengan kemampuan bertahan, pertumbuhan serta kesuksesan dari seorang pengusaha (Fisher, Merlot & Johnson 2018). *Entrepreneurial passion* didefinisikan sebagai faktor penentu keberhasilan dalam kewirausahaan serta dianggap bermanfaat bagi efektivitas dalam kegiatan menciptakan usaha (Syed *et al.*, 2020).

Cardon *et al.* (2009), mengusulkan tiga identitas kewirausahaan yang berbeda terkait dengan berbagai aspek proses kewirausahaan: (1) *an inventor*, yaitu seorang yang bersemangat mengenai kegiatan dalam mengidentifikasi, menemukan, dan mengeksplorasi peluang baru; (2) *a founder*, yaitu seorang yang bersemangat mengenai kegiatan dalam menciptakan usaha untuk mengkomersialkan dan memanfaatkan peluang, dan (3) *a developer*, yaitu seorang yang bersemangat mengenai kegiatan relevan untuk membina, menumbuhkan, dan memperluas bisnis setelah didirikan. Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini akan menggunakan teori dari Cardon, Gregoire, Stevens, dan Patel (2013) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial passion* untuk *entrepreneurial activity*, seperti mengeksplorasi ide-ide pasar baru, mencari modal awal, dan membangun serta mengembangkan produk baru dapat mengarahkan individu untuk menjadi pengusaha.

2.2.2 Dimensi dan Indikator *Entrepreneurial Passion*

Menurut Cardon *et al.* (2013), *entrepreneurial passion* dapat diukur dengan dua dimensi sebagai berikut:

1. *Intense Positive Feelings*

Seseorang yang memiliki *intense positive feelings* akan menjalankan kegiatan kewirausahaan dengan baik dan hasilnya akan bertahan lebih lama dibandingkan seseorang yang mengandalkan perasaan emosional yang spesifik serta singkat dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan. Adapun indikator yang digunakan pada dimensi *intense positive feelings* adalah:

1. Menemukan cara baru untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam memasarkan sebuah produk.
2. Pencarian ide baru untuk menjual sebuah produk/jasa.
3. Pencarian cara baru untuk meningkatkan sebuah produk/jasa.
4. Pemilihan peluang dalam membuka bisnis baru di suatu pasar.
5. Pendirian perusahaan baru.
6. Keyakinan untuk memiliki perusahaan sendiri.
7. Pencapaian kesuksesan pada perkembangan bisnis baru.
8. Penemuan orang yang tepat dalam memasarkan produk/jasa.
9. Pembagian tugas pada orang yang tepat.
10. Peningkatan kinerja perusahaan melalui motivasi karyawan dan pemimpin perusahaan.

2. *Identity Centrality*

Identity Centrality berbicara mengenai sejauh mana seorang individu mampu mendahulukan identitas mereka akan kewirausahaan dibandingkan identitas lainnya. Seseorang yang memiliki *identity centrality* cenderung tetap stabil dalam segala situasi serta kondisi terkait masalah kewirausahaan. Adapun indikator yang digunakan pada dimensi *identity centrality* adalah:

1. Penemuan solusi yang baru atas masalah yang dihadapi.
2. Perintisan sebuah bisnis.
3. Pemeliharaan dan pengembangan perusahaan

2.3 Entrepreneurial Self-Efficacy

2.3.1 Pengertian *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Baron (2004) menggambarkan *self-efficacy* sebagai kepercayaan pada kemampuan seseorang untuk mengumpulkan serta menerapkan sumber daya, keterampilan, dan kompetensi yang diperlukan agar dapat meraih tingkat pencapaian tertentu. *Self-efficacy* juga dapat diartikan sebagai keyakinan individu atau seseorang pada kemampuannya untuk melakukan tugas serta peran dengan bertujuan untuk mendapat hasil kewirausahaan yang baik (Newman, Obschonka, Schwarz, Cohen & Nielsen, 2019). *Self-efficacy* merupakan salah faktor penting dalam menentukan kekuatan *entrepreneurial intention* dan *entrepreneurial action* serta menyatakan bahwa tingkat *self-efficacy* yang tinggi memiliki dampak yang sangat baik pada tindakan seseorang (Boyd and Vozikis, 1994).

Entrepreneurial self-efficacy merupakan salah satu kemampuan utama yang memotivasi perilaku wirausaha (Tomy and Pardede, 2020). Schjoedt dan Craig (2017), berpendapat bahwa *entrepreneurial self-efficacy* merupakan keyakinan akan kemampuan individu untuk melakukan tindakan yang memungkinkan mereka mendapat hasil tertentu. Menurut Campo (2011), *entrepreneurial self-efficacy* mengacu pada sebuah tingkatan pencapain seseorang yang diyakini mampu mendorong keberhasilan perintisan bisnis atau usaha baru. *Entrepreneurial self-efficacy* membantu para wirausahawan untuk selalu percaya pada kemampuan mereka agar dapat berhasil menyelesaikan setiap tugas dan tanggung jawab yang ada serta mampu mengatasi situasi-situasi sulit (Drnovsek *et al.*, 2010). Individu akan mencapai kinerja yang lebih baik jika mereka memiliki tingkat *entrepreneurial self-efficacy* yang lebih tinggi. Sebaliknya, jika mereka memiliki *entrepreneurial self-efficacy* yang rendah akan mengakibatkan kecenderungan untuk mengabaikan tanggung jawab atau pekerjaannya yang disebabkan oleh kekhawatiran atas kegagalan (Piperopoulos and Dimov, 2015). Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan teori dari Schjoedt dan Craig (2017) bahwa *entrepreneurial self-efficacy* akan mendorong kepercayaan diri seseorang dengan bertujuan mendapat hasil tertentu.

2.3.2 Indikator *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Menurut Schjoedt dan Craig (2017), indikator dari *entrepreneurial self-efficacy* adalah sebagai berikut:

1. Tidak mengalami kesulitan dalam mencari serta mempertahankan teman
2. Keberhasilan dalam membuat rencana.

3. Mendapatkan yang diinginkan dari hasil kerja keras.
4. Kesuksesan dimulai dari bekerja keras.
5. Bisnis membantu menunjang tujuan sebuah bisnis yang belum tercapai.
6. Memiliki keterampilan dan kemampuan.
7. Kemampuan untuk belajar dari pengalaman berwirausaha.
8. Kepercayaan diri untuk menguasai dunia bisnis.
9. Melakukan yang diinginkan dalam berbisnis.
10. Kemampuan berusaha membangun bisnis tanpa batasan waktu.
11. Mempunyai filosofi dalam membangun bisnis.

2.3.3 Faktor Pendukung *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Menurut Bandura (1982), terdapat empat faktor pendukung *entrepreneurial self-efficacy* yaitu:

1. *Emotional Stimulation*

   Emotional Stimulation merupakan sebuah kondisi mental individu yang dapat menentukan naik atau turunnya keyakinan terhadap kemampuan yang mereka miliki.

2. *Vicarious Experience*

   Vicarious Experience merupakan keyakinan pada diri sendiri untuk berhasil menyelesaikan setiap tanggung jawab wirausaha dengan melakukan pengamatan atas keberhasilan orang lain.

3. *Oral/Verbal Persuasion*

   Oral/Verbal Persuasion berbicara mengenai dorongan positif ataupun celaan dari orang di sekitar mengenai kelayakan maupun kemampuan seorang individu dalam berwirausaha.

4. *Enactive Mastery*

   Enactive Mastery berbicara mengenai keyakinan pada diri sendiri untuk menyelesaikan tantangan baru dengan mengandalkan pengalaman yang diperoleh individu.

2.4 *Entrepreneurial Intention*

2.4.1 Pengertian *Entrepreneurial Intention*

Menurut Miralles, Giones, dan Riverola (2016), *entrepreneurial intention* dapat didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk memulai bisnis baru dan bertindak sebagai pendiri bisnis tersebut. *Entrepreneurial intention* secara umum dapat didefinisikan

sebagai suatu keyakinan akan pengakuan diri oleh seorang individu bahwa mereka memiliki niat untuk mendirikan sebuah bisnis baru dan secara sadar berencana untuk melakukannya di masa depan (Linan & Chen, 2009). Oleh sebab itu, intensi merupakan salah satu faktor penting dalam proses penciptaan bisnis baru (Thompson, 2009).

Entrepreneurial intention merupakan karakteristik penting yang harus dimiliki wirausahawan-wirausahawan dalam mendirikan perusahaan baru yang sukses. Seseorang yang memilih wirausaha sebagai karir *professional* harus memiliki *entrepreneurial intention* sebagai pedoman utama dalam menjalankan bisnisnya (Pinto-Borges, Carvalho, Vieira & Lopes, 2021). *Entrepreneurial intention* mewakili keinginan seseorang dalam mengembangkan bisnis. Proses penciptaan suatu bisnis baru dari seseorang selalu berawal dari adanya intensi mereka dalam merencanakan serta mengambil langkah mendirikan bisnis tersebut. Hal ini sejalur dengan pemikiran Yoopetch (2021) yang menyatakan bahwa tahap awal sebuah bisnis harus berpusat pada *entrepreneurial intention*. Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini menggunakan teori dari Linan dan Chen (2009) bahwa *entrepreneurial intention* merupakan keinginan ataupun intensi seseorang dalam memulai kegiatan berwirausaha.

2.4.2 Indikator *Entrepreneurial Intention*

Menurut Linan dan Chen (2009), *entrepreneurial intention* dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

1. Kesiapan untuk menjadi seorang wirausaha.
2. Cita-cita menjadi seorang wirausaha.
3. Kemauan memberikan yang terbaik untuk memulai dan menjalankan bisnis sendiri.
4. Tekad untuk membuat suatu bisnis di masa depan.
5. Pemikiran yang mendalam tentang keinginan untuk memulai usaha sendiri.
6. Niat yang besar untuk memulai suatu bisnis.

2.4.3 Faktor pendorong Entrepreneurial Intention

Menurut (Bird, 1988; Fini, Grimaldi & Sobrero, 2009), faktor-faktor yang menjadi pendorong bagi *entrepreneurial intention* yaitu:

1. *Individual Factor*

   Individual Factor terdiri dari faktor demografis, karakteristik pribadi, fitur psikologis, keterampilan pribadi dengan pengetahuan sebelumnya serta jaringan pribadi dan ikatan social.

2. *Contextual Factor*

Contextual Factor meliputi dukungan lingkungan, efek lingkungan serta faktor organisasi.

2.5 Hubungan antar Konsep dan Hipotesis Penelitian

2.5.1 Hubungan antara *Entrepreneurship Education* dan *Entrepreneurial Intention*

Berbagai macam penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial intention*, salah satu faktornya adalah *entrepreneurship education.* Nyatanya, *Entrepreneurship education* memainkan peran penting dalam mengembangkan intensi di kalangan pelajar (Anwar, Saleem, Thoudam, Islam & Khan, 2020; Roy, Akhtar & Das, 2017). Ditemukan beberapa kontradiksi antara hasil penelitian yang ditemukan oleh peneliti terdahulu dalam meneliti hubungan antara *entrepreneurship education* dengan *entrepreneurial intention*. Penelitian yang dilakukan oleh Ayotunde *et al.* (2021) terhadap mahasiswa teknik, menyatakan bahwa *entrepreneurship education* tidak memiliki hubungan yang positif terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini didukung dengan penelitian dari Oosterbeek *et al.* (2010) terhadap program dari *entrepreneurship education*. Ia menyatakan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat negatif. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nowinski *et al.* (2019) serta Piperopoulos dan Dimov (2015) yang menyatakan bahwa hubungan antara *entrepreneurship education* dengan *entrepreneurial intention* bersifat positif. Artinya, edukasi yang didapatkan di sekolah maupun perguruan tinggi mengenai kewirausahaan dapat memengaruhi intensi seseorang untuk berwirausaha.

H_1: *Entrepreneurship Education* memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.5.2 Hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Intention*

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh peneliti terdahulu mengenai hubungan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial intention*. *Passion* membuat fokus seseorang lebih sempit dan terarah dalam menciptakan sebuah bisnis tanpa harus mempertimbangkan segala kemungkinan atau hambatan yang ada (Biraglia & Kadile, 2017). Berdasarkan hasil penelitian dari beberapa peneliti menunjukkan hasil yang positif dan memiliki hubungan yang signifikan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial intention* (Biraglia & Kadile 2017; Huyghe, Knockaertb, & Obschonka 2016; Syed *et al.* 2020). Dengan demikian, *entrepreneurial passion* dapat menumbuhkan kepercayaan diri dan

mempengaruhi *entrepreneurial intention* pada individu yang belum secara formal atau aktif mengejar *entrepreneurial career.*

Peran *entrepreneurial passion* sebagai gairah kuat yang mendorong kewirausahaan tidak dapat diabaikan. Bukti yang ada menunjukkan bahwa hubungan antara perbedaan individu terhadap *passion* dan *entrepreneurial intention* dicirikan oleh beberapa mekanisme mendasar yang perlu dipahami dengan baik agar dapat mengembangkan strategi yang efektif dalam berwirausaha. (Linan & Chen, 2009; Linan & Fayolle, 2015; Syed *et al.* 2020).

H_2: *Entrepreneurship Passion* memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention*

2.5.3 Hubungan antara *Entrepreneurship Education* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Jika ditinjau secara bertahap melalui *entrepreneurship education*, *entrepreneurial self-efficacy* secara signifikan menaikkan tingkat dan isi dari aspirasi pribadi, tujuan serta keputusan orang (Bandura, Barbaranelli, Caprara & Pastorelli, 2001). Terdapat beberapa penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara *entrepreneurship education* dan *entrepreneurial self-efficacy.* Berdasarkan hasil penelitian dari Rauch dan Hulsink (2015), menyatakan bahwa *entrepreneurship education* meningkatkan atau kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) yang dirasakan oleh pelajar. *Perceived behavioral control* ini didefinisikan sebagai sebuah persepsi tentang mudah atau sulitnya menjadi seorang wirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa konsep dari *perceived behavioral control* berkaitan erat dengan *entrepreneurial self-efficacy* (Bandura, 1997). Zhao, Seibert, dan Hilla (2005) juga menemukan adanya hubungan yang positif antara kedua variabel. Nyatanya, *Entrepreneurship education* dapat memainkan peran penting dalam pengembangan *entrepreneurial self-efficacy*. Hal ini didukung juga oleh penemuan dari Utami (2020) yang menyatakan bahwa adanya hubungan positif antara *entrepreneurship education* dan *entrepreneurial self-efficacy*.

H_3: *Entrepreneurship Education* memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

2.5.4 Hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Entrepreneurial Passion dalam kegiatan kewirausahaan dapat membawa seseorang untuk menjadi pengusaha. *Passion* yang dimiliki individu ketika mengerjakan kegiatan tertentu akan memungkinan terjadinya peningkatan dalam mengembangkan keterampilan. *Entrepreneurial passion* diyakini memainkan peran yang besar dalam menumbuhkan kepercayaan diri serta keterampilan dalam konteks kegiatan dan intensi individu (Cardon *et al.*, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Neneh (2020), menyatakan adanya pengaruh yang positif

dari *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial self-efficacy*. Para peneliti lainnya juga mendapatkan hasil yang positif terkait pengaruh dari *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial self-efficacy* (Biraglia & Kadile, 2017; Cardon *et al*., 2013). Searah dengan hasil penelitian yang telah diperoleh, penelitian ini juga memiliki keyakinan bahwa *entrepreneurial passion* akan memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial self-efficacy*.

H_4: *Entrepreneurial Passion* memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

2.5.5 Hubungan antara *Entrepreneurial Education* dan *Entrepreneurial Intention* dimediasi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Entrepreneurship education meningkatkan pengetahuan pelajar serta meningkatkan tingkat kepercayaan diri mereka dan memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* mereka. Dengan demikian, pelajar akan meningkatkan persepsi diri mereka mengenai kemungkinan melakukan upaya kewirausahaan dan memperkuat *entrepreneurial intention* mereka untuk membuka sebuah bisnis (Krueger and Brazeal, 1994). Hoang *et al.* (2021), mengungkapkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* memediasi hubungan antara *entrepreneurship education* dan *entrepreneurial intention*. Berdasarkan hasil penelitian Zhao *et al.* (2005), menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan landasan teoritis pada hubungan antara *entrepreneurship education* dan *entrepreneurial intention*. Searah dengan hasil penelitian yang telah diperoleh di atas, penelitian ini juga memiliki keyakinan bahwa *entrepreneurship education* akan memiliki pengaruh yang positif terhadap *entrepreneurial intention* melalui *entrepreneurial self-efficacy*.

H_5: Entrepreneurship Education memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention* melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy*

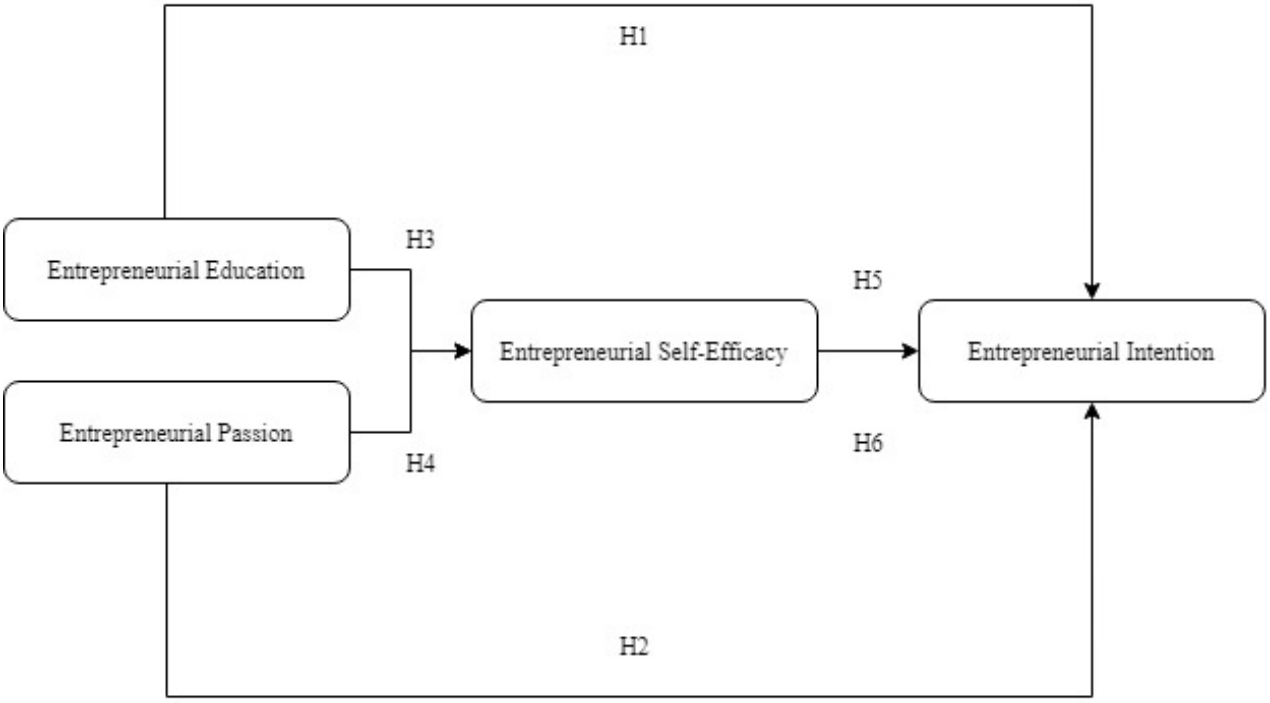
2.5.6 Hubungan antara *Entrepreneurial Passion* dan *Entrepreneurial Intention* dimediasi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Keberhasilan seorang individu dalam menciptakan bisnis baru bergantung pada besarnya tingkat kepercayaan diri atas keterampilan yang mereka miliki, mereka akan mampu mengatasi beragam tantangan terkait pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Arenius & Minniti, 2005). Individu yang memiliki *passion* untuk memulai bisnis baru akan bertahan lebih lama dibanding dengan individu yang tidak memiliki *passion*, serta menemukan cara yang tepat untuk mengembangkan keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan. Berdasarkan penelitian dari Neneh (2020), menyatakan bahwa *entrepreneurial self-efficacy* berhasil memediasi hubungan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial intention*. Hasil dari

beberapa penelitian sebelumnya juga mendukung pernyataan di atas bahwa *entrepreneurial self-efficacy* akan memediasi hubungan *entrepreneurial passion* dengan *entrerpreneurial intention* (Biraglia & Kadile 2017; Huyghe, Knockaertb, & Obschonka 2016).

H_6: *Entrepreneurial Passion* memiliki pengaruh terhadap *Entrepreneurial Intention* melalui *Entrepreneurial Self-Efficacy*

2.6 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

Sumber: Walter & Block (2016); Cardon *et al.* (2013); Schjoedt & Craig (2017); Linan & Chen (2009).