

**PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN BISNIS MAKLOON
KOSMETIK DAN PREFERENSI RISIKO DENGAN MOTIVASI
BERWIRUSAHA SEBAGAI MEDIASI**

TESIS



DISUSUN OLEH:

**ADHISTIA RIZKY DEWANTI
222200840**

**PROGRAM PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2024**

UJIAN TESIS

Tesis berjudul:

PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN BISNIS MAKLOON KOSMETIK DAN PREFERENSI
RISIKO
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA SEBAGAI MEDIASI

Telah diuji pada tanggal: 9 Agustus 2024

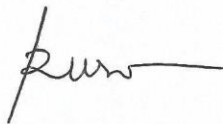
Tim Penguji:



Ketua

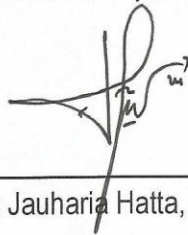
Prof. Dr. Baldric Siregar, M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Anggota



Dr. Rusmawan Wahyu Anggoro, M.S.A., Ak., CA.

Pembimbing



Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA

**PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN BISNIS MAKLOON KOSMETIK DAN
PREFERENSI RISIKO
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA SEBAGAI
MEDIASI**

dipersiapkan dan disusun oleh:

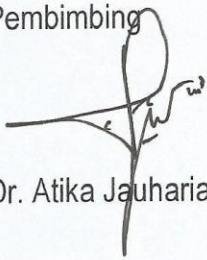
Adhistia Rizky Dewanti

Nomor Mahasiswa: 222200840

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 9 Agustus 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M.) di bidang Manajemen

SUSUNAN TIM PENGUJI

Pembimbing



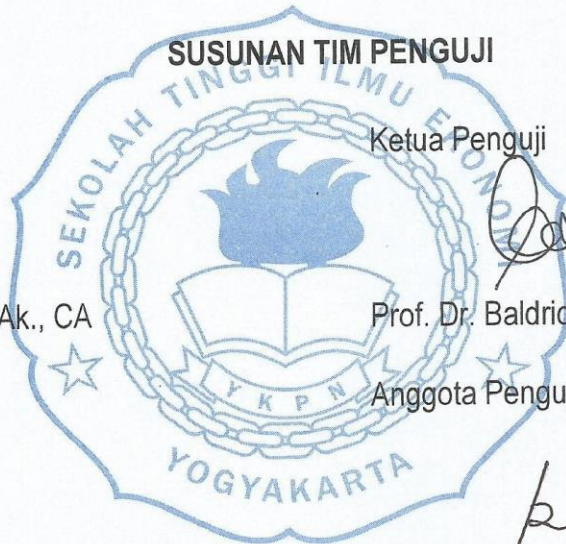
Dr. Atika Jauharia Hatta, M.Si., Ak., CA

Ketua Penguji



Prof. Dr. Baldris Siregar, M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Anggota Penguji.




Dr. Rusmawan Wahyu Anggoro, M.S.A., Ak., CA.

Yogyakarta, 9 Agustus 2024
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,




Dr. Wisnu Prajogo, MBA.



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA

JL. SETURAN, YOGYAKARTA 55281, P.O. BOX 1014 YOGYAKARTA 55010

TELP. (0274) 486160, 486321, FAKS. (0274) 486155 www.stieykpn.ac.id

Pernyataan Keaslian Karya Tulis Tesis

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN BISNIS MAKLOON KOSMETIK DAN PREFERENSI RISIKO TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA SEBAGAI MEDIASI

diajukan untuk diuji pada tanggal 9 Agustus 2024, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Bila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijasah yang diberikan oleh Program Pascasarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 9 Agustus 2024

Yang memberi pernyataan

Saksi 1, sebagai Ketua Tim Penguji

Prof. Dr. Baldric Siregar, M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Adhistia Rizky Dewanti

Saksi 2, sebagai Anggota Penguji

Dr. Rusmawan Wahyu Anggoro, M.S.A., Ak., CA.

Saksi 3, sebagai Pembimbing

Dr. Atika Jauharita Hatta, M.Si., Ak., CA

Saksi 4, sebagai Ketua STIE YKPN Yogyakarta



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN BISNIS MAKLOON KOSMETIK DAN PREFERENSI RISIKO DENGAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA SEBAGAI MEDIASI

Adhistia Rizky Dewanti *

Magister Manajemen YKPN Business School (STIE YKPN)

ABSTRAK

Industri kosmetik yang populer di Indonesia mendorong timbulnya berbagai macam produk lokal yang turut meramaikan pasar kosmetik, sehingga peluang ini menyebabkan banyak bisnis makloon yang berkembang. Banyaknya bisnis makloon yang berkembang mencerminkan minat berwirausaha pada industri kosmetik semakin tinggi. Penelitian ini dilakukan guna menganalisa dampak efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon kosmetik dan preferensi risiko dalam mendorong timbulnya motivasi dan minat berwirausaha, serta menganalisis peran motivasi berwirausaha yang memediasi dampak efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon kosmetik dan preferensi risiko terhadap minat individu untuk menjalankan wirausaha. Hasil penelitian membuktikan bahwa efikasi diri menjadi faktor penting bagi individu dalam meningkatkan motivasi individu untuk berwirausaha. Pengetahuan bisnis makloon kosmetik juga mampu mendorong motivasi individu untuk berwirausaha. Selain itu, preferensi risiko yang tinggi, cenderung akan membuat individu lebih proaktif dalam memanfaatkan peluang yang ada, sehingga mendorong keinginan untuk berwirausaha jadi lebih tinggi. Variabel efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon, dan preferensi risiko juga merupakan variabel penting yang menjadi pertimbangan ketika seseorang berminat untuk menjalankan bisnis kewirausahaan. Hasil penelitian membuktikan motivasi wirausaha mampu memediasi parsial atas pengaruh dari efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon, dan preferensi risiko terhadap minat untuk berwirausaha.

Kata kunci: efikasi, pengetahuan bisnis makloon kosmetik, preferensi risiko, motivasi, minat

ABSTRACT

The popular cosmetics industry in Indonesia has encouraged the emergence of various local products that also enliven the cosmetics market, so this opportunity has led to many makloon businesses to develop. The number of makloon businesses that are growing reflects the increasing interest in entrepreneurship in the cosmetics industry. This study was conducted to analyze the impact of self-efficacy, cosmetic makloon business knowledge and risk preferences in encouraging the emergence of entrepreneurial motivation and interest, as well as analyze the role of entrepreneurial motivation that mediates the impact of self-efficacy, cosmetic macro business knowledge and risk preferences on individual interests to run entrepreneurship. The results of the study prove that self-efficacy is an important factor for individuals in increasing individual motivation to be entrepreneurial. Makloon cosmetics' business knowledge is also able to encourage individual motivation to be entrepreneurial. In addition, a high risk preference tends to make individuals more proactive in taking advantage of existing opportunities, thereby encouraging the desire for entrepreneurship to be higher. Self-efficacy variabls, macron business knowledge, and risk preferences are also important variabls that are considered when someone is interested in running an entrepreneurial business. The results of the study prove that entrepreneurial motivation is able to partially mediate the influence of self-efficacy, macron business knowledge, and risk preferences on interest in entrepreneurship

Keywords: efficacy, business knowledge of cosmetic clones, risk preferences, motivation, interest

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pendahuluan

Fenomena di Indonesia menunjukkan adanya perubahan sikap konsumen pada sektor kosmetik, khususnya ada perubahan kebutuhan kosmetik yang kian bertambah tiap tahunnya. Kondisi ini menyebabkan semakin banyaknya jumlah wirausaha kosmetik yang berkembang di Indonesia, karena melihat peluang permintaan konsumen kosmetik yang semakin menjamur. Banyaknya wirausaha di sektor kosmetik ini didukung dengan data PPA Kosmetika Indonesia yang menyatakan bahwa perkembangan total sektor kosmetik di Indonesia mencapai 21,9% selama tahun 2022 atau ada sebanyak 913 perusahaan, kemudian bertambah menjadi 1.010 perusahaan di tahun 2023. Selanjutnya apabila ditinjau secara umum, bukan hanya pada sektor kosmetik, maka data dari BPS menunjukkan bahwa jumlah maupun rasio wirausaha pemula di Indonesia terus mengalami peningkatan. Data tersebut menunjukkan bahwa pada bulan Agustus tahun 2023 terdapat sebanyak 52 juta wirausaha pemula di Indonesia. Mengingat semakin banyaknya pelaku usaha pemula di Indonesia, menjadi topik yang menarik untuk di analisis lebih lanjut terkait unsur apa saja yang dapat memengaruhi minatnya berwirausaha terutama di bidang bisnis kosmetika.

Variabel yang dapat memengaruhi minat berwirausaha salah satunya adalah motivasi berwirausaha. Mengacu pada penelitian Telaumbanua (2023) membuktikan yakni minat wirausaha secara positif mampu dipengaruhi dengan signifikan oleh motivasi untuk wirausaha. Penelitian serupa oleh Yulianti & Gampito (2022) membuktikan adanya efek positif dan dominan dari motivasi yang dimiliki individu dengan minat berwirausaha. Ada perbedaan dalam penelitiannya Ayunda *et al.*, (2023) dan Adam *et al.*, (2020) yaitu menemukan variabel motivasi berwirausaha tak berdampak signifikan pada minatnya berwirausaha.

Sebuah penelitiannya terkait korelasi minat berwirausaha dan motivasi berwirausaha telah dilakukan oleh Putry *et al.*, (2020) menemukan bahwa minat berwirausaha serta motivasi berwirausaha secara positif dipengaruhi oleh variabel efikasi diri. Adapun definisi dari efikasi diri adalah suatu bentuk perasaan yakin pada diri sendiri terkait keterampilan yang dimiliki agar menjadi sukses terutama ketika melaksanakan sebuah pekerjaan ataupun saat berwirausaha. Selanjutnya menurut penelitian Sari *et al.*, (2023), diketahui yakni ada korelasi positif signifikan dari variabel efikasi diri pada *entrepreneurial intention*. Penelitian serupa oleh Khansa *et al.*, (2020), Yuritanto & Armansyah (2021), serta Purwaningsih *et al.*, (2023) menyimpulkan bahwasanya *self efficacy* secara parsial memiliki dampak baik signifikan pada variabel minatnya wirausaha mahasiswa. Hasil inilah menunjukkan bahwasanya makin tinggi keyakinan dirinya seseorang, bahwa menyebabkan minat berwirausaha mahasiswa makin tingginya pula. Temuan berlainan diraih atas penelitiannya Putro (2021) yang membuktikan bahwasanya variabel efikasi diri tidak berdampak signifikan pada minat wirausaha.

Minat untuk wirausaha dan motivasi berwirausaha selain dapat dipengaruhi oleh efikasi diri, pun dapat dipengaruhi oleh adanya pengetahuan bisnis atau pengetahuan kewirausahaan. Menurut penelitian Laia (2022) adanya dampak baik diantara wawasan kewirausahaan atas motivasi wirausaha. Hal ini mempunyai arti bila pengetahuan kewirausahaan semakin meningkat, maka menyebabkan motivasi dan minat untuk menjalankan wirausaha juga semakin meningkat. Individu yang mempunyai pengetahuan (*knowledge*) mengenai kewirausahaan cenderung dapat menjalankan aktivitas wirausaha. Individu yang memiliki banyak pengetahuan mengenai aktivitas wirausaha maka dapat membuat pertimbangan untuk melaksanakan aktivitas wirausaha tersebut (Rochmayanti *et al.*, 2024). Penelitian Supriyanto *et al.*, (2019) memastikan wawasan mengenai investasi memberikan dampak signifikan atas minatnya berinvestasi di kalangan mahasiswa. Serupa dengan hasil penelitian Khansa *et al.*, (2020) yaitu pengetahuan kewirausahaan yang baik akan meningkatkan minat berwirausaha. Oleh karena itu, apabila pengetahuan pada bisnis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

makloon kosmetik semakin tinggi maka motivasi wirausaha maupun minat berwirausaha di kosmetik akan semakin bertambah. Hal ini disebabkan karena masyarakat yang mengetahui bagaimana cara memulai bisnis kosmetik dengan menggunakan jasa layanan, maka akan cenderung memulai usaha di bidang tersebut. Berbeda dengan temuan Yurianto & Armansyah (2021) yaitu dengan temuan hasil hasil bahwasanya wawasan kewirausahaan tidak memiliki dampak signifikan pada minat berwirausaha.

Dalam berwirausaha selain mendapatkan untung maka penting dipahami pula akan timbul risiko yang dapat dialami pelaku wirausaha (Yunia *et al.*, 2021). Dalam konteks kewirausahaan, preferensi risiko pengusaha akan memengaruhi perilaku pengambilan keputusan pengusaha. Secara lebih spesifik penilaian preferensi risiko ini mempunyai dampak yang signifikan terhadap minat berwirausaha seseorang (Peng *et al.*, 2023). Preferensi risiko menggambarkan bagaimana individu atau entitas memilih antara berbagai opsi yang melibatkan ketidakpastian dan hasil potensial yang berbeda. Hal ini mengukur tingkat kesediaan mereka untuk mengambil risiko guna mencapai hasil yang diinginkan (*The Cambridge Handbook of Psychology and Economic Behaviour*). Setiap individu tentunya ingin memperoleh keuntungan saat berwirausaha maupun berinvestasi atas suatu produk tersendiri. Tetapi pada wujud investasi apa pun, risiko yang terkandung di dalamnya tidak dapat dihindari (Supriyanto *et al.*, 2019). Menurut penelitian Tyszka *et al.*, (2021), perilaku preferensi risiko memengaruhi secara signifikan minat berwirausaha. Penelitian serupa oleh Sadikin *et al.*, (2023) menyatakan preferensi risiko berdampak negatif pada niat kewirausahaan. Sedangkan penelitian Wardani & Wati (2023) dan Rochmayanti *et al.*, (2024) memiliki temuan bahwa preferensi risiko berpengaruh pada niat berwirausaha. Temuan berbeda diperoleh Supriyanto *et al.*, (2019) yang menyatakan preferensi risiko tidak mempunyai dampak signifikan pada minat berwirausaha.

Adapun fokus penelitian ini dilakukan pada minat berwirausaha pada industri kosmetik. Hal ini disebabkan karena minat wirausaha pada sektor industri kosmetik semakin bertambah, karena peluang pasar produk *beauty* terus meningkat yang mendorong motivasi untuk berwirausaha pada sektor kosmetik semakin bertambah. Selanjutnya data dari Kompas menunjukkan fenomena meningkatnya pangsa pasar industri kosmetik. Hal ini berarti bahwa semakin banyak motivasi masyarakat untuk berwirausaha pada sektor kosmetik. Kondisi tersebut mendorong aksi pemerintah untuk memperluas pasar kosmetik lokal pada lingkup lebih luas ke pasar global. Adapun sektor pasar kosmetik ini memberi peluang untuk pelaku usaha pemula dan turut menciptakan lapangan kerja. Pernyataan ini didukung dengan datanya pada Badan Pengamat Obat serta Makanan yang menyampaikan ada perkembangan jumlah wirausaha pada sektor kosmetik sebanyak 20.6% di tahun 2022. Kelangsungan wirausaha di sektor kosmetik ini didukung dengan adanya tren *green cosmetic* dan juga kosmetik halal sebagai bentuk inovasi untuk tujuan mencapai dan memuaskan kebutuhan perawatan kecantikan dan tubuh konsumen yang semakin beragam (Nawiyah *et al.*, 2023).

Mengingat meningkatnya pangsa pasar industri kosmetik, menyebabkan berkembangnya jasa makloon kosmetik. Perusahaan yang memproduksi produk atas permintaan klien atau pihak lain disebut Maklon. Makloon atau maklun adalah istilah alternatif. Istilah "makun" (KBBBI) merujuk pada upah untuk membuat perhiasan, pakaian, dan barang-barang lainnya. Makloon, yang diterjemahkan menjadi "biaya produksi," adalah kata dalam bahasa Belanda untuk ini. Akuisisi merek kosmetik melalui makloon kosmetik merupakan pendekatan yang legal (Candra & Yuliansyah, 2022). Banyak merek kosmetik, produk perawatan kulit, dan perusahaan farmasi kosmetik telah terbentuk sebagai hasil dari pertumbuhan permintaan kosmetik yang signifikan saat ini dan terus berlanjut. Saat ini, banyak CV atau perusahaan jasa makloon kosmetik yang benar-benar menyediakan layanan untuk mengurus izin

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

BPOM dan legalitas merek atau kosmetik sehingga barang-barang tersebut dapat memperoleh izin edar BPOM.

Kontribusi Penelitian

Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi dan minat untuk menjalankan usaha pada makloon kosmetik. Penelitian ini mengembangkan model penelitian yang mengaitkan efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon kosmetik dan preferensi risiko dalam mendorong timbulnya motivasi dan minat berwirausaha. Penelitian ini juga memberikan wawasan yang berharga bagi praktisi dan peneliti dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam mengembangkan minat individu untuk memulai usaha di sektor kosmetik..

Tinjauan Teori

Efikasi Diri

Efikasi diri adalah sebuah kepercayaan atas dirinya sendiri tentang seberapa baiknya diri dapat bermanfaat (Oei *et al.*, 2022). Efikasi diri dapat menumbuhkan rasa ingin memulai suatu usaha, serta dapat membuat seseorang menjadi lebih inovatif dan terampil untuk menghasilkan sebuah karya baru. Selain itu faktor utama wirausaha menjadi sukses yakni ketika ada minat, memiliki sikap ulet, mempunyai sikap pantang menyerah dan semangat yang tinggi (Sulastrri & Erry, 2022).

Pengetahuan Bisnis Maklon Kosmetik

Pengetahuan kewirausahaan merupakan semua informasi yang dimiliki seseorang mengenai ide, wawasan, atau inovasi yang dapat menginspirasi usaha bisnis baru dan memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi permintaan pasar (Yuritanto & Armansyah, 2021). Pengetahuan tentang bisnis maklon kosmetik merupakan pengetahuan yang harus dimiliki seseorang untuk menjalankan bisnis dalam situasi ini

Preferensi Risiko

Kecenderungan seseorang untuk memilih opsi yang lebih berisiko dikenal sebagai preferensi risiko. Saat berbisnis atau berinvestasi, semua orang pasti ingin mendapat untung. Namun, berinvestasi dalam bentuk apa pun akan selalu mengandung risiko (Supriyanto *et al.*, 2019). Preferensi Risiko merupakan pengusaha yang lebih memilih risiko yang dapat mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang. Mereka lebih inovatif dan proaktif karena mempunyai peluang yang berlebih dengan cara mengidentifikasi, memahami, dan menggunakan peluang. Mereka memperoleh peluang baru melalui pengambilan risiko yang konstan dan mencapai keuntungan tinggi dan kinerja tinggi.

Motivasi Berwirausaha

Motivasi didefinisikan sebagai keadaan mental yang berfungsi sebagai katalisator perilaku atau aktivitas untuk memenuhi tuntutan, memberikan kepuasan, atau mengurangi ketidakseimbangan (Oei *et al.*, 2022). Menurut Sulastrri dan Erry (2022) motivasi kewirausahaan mengacu pada dorongan internal yang dimiliki seseorang untuk memilih atau terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan kewirausahaan.

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha didefinisikan sebagai kemauan untuk bekerja keras, belajar dari kesalahan yang dibuat, dan mengembangkan perusahaan yang telah dirintisnya tanpa takut akan bahaya yang ada (Sulastrri & Erry, 2022). Minat, dorongan, atau keinginan, serta

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kemauan yang kuat untuk bekerja keras atau mengambil tindakan untuk menciptakan suatu usaha guna memenuhi kebutuhannya tanpa takut akan risiko di masa mendatang dan selalu belajar dari kesalahan dalam menjalankan kegiatan usaha, semuanya dianggap sebagai sifat-sifat kewirausahaan (Purwaningsih *et al.*, 2023).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh efikasi diri terhadap motivasi berwirausaha

Efikasi diri adalah keyakinan bahwa seseorang dapat berfungsi dengan baik dalam keadaan tertentu; hal ini terkait dengan keyakinan bahwa seseorang mampu bertindak dengan cara yang dapat diprediksi (Oei *et al.*, 2022). Penelitian Putri *et al.* (2020) menunjukkan bahwa niat siswa untuk menjadi wirausahawan berkorelasi positif dengan tingkat efikasi diri mereka. Orang dengan efikasi diri yang kuat cukup berani untuk mengambil risiko guna mencapai tujuan mereka dan yakin akan kemampuan mereka untuk memulai bisnis. Hasil ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana (TPB), yang menyatakan bahwa motivasi orang dipengaruhi oleh seberapa mudah atau sulitnya mereka meyakini suatu tindakan. Apa yang disebut kontrol perilaku yang dirasakan dalam penelitian ini sebenarnya adalah efikasi diri, sebagaimana dijelaskan oleh teori TPB. Orang dengan keyakinan kuat tentang elemen yang memungkinkan mereka untuk memulai bisnis sangat mengendalikan tindakan mereka. Dengan kata lain, individu dengan tingkat efikasi diri dan keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan mereka untuk memulai bisnis akan lebih antusias melakukannya, yang akan meningkatkan motivasi mereka. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah;

H1: Efikasi diri berpengaruh positif pada motivasi berwirausaha.

Pengaruh pengetahuan bisnis makloon kosmetik terhadap motivasi berwirausaha

Kemampuan untuk menghasilkan ide dan peluang serta menggunakannya secara bermakna untuk menghasilkan laba yang lebih tinggi dikenal sebagai pengetahuan kewirausahaan (Khansa *et al.*, 2020). Keterampilan ini dilatih melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif. Pendidikan dalam kewirausahaan merupakan sarana untuk memperoleh pengetahuan kewirausahaan. Mempelajari kewirausahaan melalui sumber daya pendidikan diharapkan dapat memberikan gambaran umum tentang aturan dan regulasi bidang tersebut serta menginformasikan keputusan karier di masa depan (Mustofa, 2019). Studi Laia, (2022) menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan peluang dan meningkatkan standar hidup, pengetahuan kewirausahaan dapat meningkatkan dorongan untuk memulai bisnis sendiri. Menurut teori ini, motivasi orang untuk memulai bisnis mereka sendiri meningkat seiring dengan tingkat pendidikan kewirausahaan mereka. Mengacu pada uraian yang disebutkan di atas, hipotesis studi ini, khususnya:

H₂: Pengetahuan bisnis makloon kosmetik berpengaruh positif pada motivasi wirausaha

Pengaruh preferensi risiko terhadap motivasi berwirausaha

Pengusaha yang ahli dalam mengenali dan memanfaatkan peluang dikenal karena preferensi mereka terhadap risiko. Karena kreativitas dan inisiatif mereka yang meningkat, individu cenderung mengenali, memahami, dan memanfaatkan peluang. Dengan mengambil risiko secara konsisten, mereka menciptakan peluang baru dan mencapai kinerja serta profitabilitas yang hebat. Di sisi lain, pebisnis yang menghindari risiko mungkin membutuhkan waktu lebih lama untuk memanfaatkan usaha yang berharga dan kesulitan untuk menangkap peluang pasar, yang keduanya pada akhirnya merugikan peningkatan kinerja (Peng *et al.*, 2023). Motivasi kewirausahaan sangat dipengaruhi oleh perilaku preferensi risiko (Tyszka *et al.*, 2021). Preferensi risiko berdampak pada dorongan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

kewirausahaan, menurut penelitian serupa oleh Sadikin et al (2023). Oleh karena itu, mereka yang memiliki kecenderungan kuat untuk mengambil risiko biasanya lebih inventif dan proaktif dalam memanfaatkan peluang, yang meningkatkan dorongan mereka untuk memulai bisnis mereka sendiri. Dengan demikian, motivasi individu untuk memulai bisnis mereka sendiri meningkat seiring dengan preferensi risiko yang semakin tinggi. Hipotesis penelitian ini dijabarkan berdasarkan uraian sebelumnya, yaitu:

H₃: Preferensi risiko berpengaruh positif terhadap motivasi berwirausaha

Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha

Telah dibuktikan melalui penelitian Sari *et al.*, (2023) bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Menurut penelitian terkait, efikasi diri secara parsial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (Yuritanto & Armansyah, 2021; Yuritanto dan Armansyah, 2023; Purwaningsih *et al.*, 2023). Penelitian Putro tahun (2021) menghasilkan hasil yang berbeda, yaitu efikasi diri tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap keinginan berwirausaha. Lebih lanjut, efikasi diri terbukti berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha oleh Khansa et al (2020). Oleh karena itu, minat berwirausaha mahasiswa meningkat seiring dengan meningkatnya efikasi diri. Hipotesis penelitian ini didasarkan pada uraian di atas, yaitu:

H₄: Efikasi diri berpengaruh positif pada minat berwirausaha

Pengaruh pengetahuan bisnis makloon kosmetik terhadap minat berwirausaha.

Pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh yang baik terhadap minat berwirausaha, menurut penelitian (Laila 2022). Akibatnya, semakin meningkat pengetahuan kewirausahaan, maka semakin meningkat pula motivasi dan minat berwirausaha. Seseorang yang memiliki pengetahuan investasi atau kewirausahaan lebih mungkin untuk terlibat dalam kewirausahaan. Seseorang mungkin berpikir untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan berdasarkan pengetahuan mereka tentang hal itu (Rochmayanti *et al.*, 2024). Menurut penelitian Supriyanto et al (2019), minat mahasiswa untuk berinvestasi secara signifikan dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang investasi. Senada dengan penelitian Khansa *et al.*, (2020) yang mengatakan bahwa semakin kuat keahlian kewirausahaan, semakin tinggi minat untuk berwirausaha. Akibatnya, motivasi dan minat berwirausaha pada industri kosmetik akan meningkat dengan meningkatnya pengetahuan tentang perusahaan makloon kosmetik. Hipotesis penelitian diajukan berdasarkan uraian di atas, yaitu:

H₅: Pengetahuan bisnis makloon kosmetik berpengaruh positif pada minat wirausaha

Pengaruh preferensi risiko berpengaruh motivasi berwirausaha

Toleransi risiko seorang wirausahawan akan memengaruhi cara mereka membuat keputusan dalam konteks kewirausahaan. Lebih tepatnya, minat kewirausahaan individu sangat dipengaruhi oleh evaluasi preferensi risiko ini (Peng *et al.*, 2023). Kecenderungan seseorang untuk memilih opsi yang lebih berisiko dikenal sebagai preferensi risiko. Dalam hal berinvestasi atau memulai bisnis sendiri, setiap orang ingin mendapat untung. Namun, tidak mungkin untuk memisahkan investasi dalam bentuk apa pun dari risiko yang terkait dengannya (Supriyanto *et al.*, 2019). Penelitian telah menunjukkan bahwa perilaku preferensi risiko memiliki dampak yang cukup besar pada keinginan berwirausaha (Tyszka *et al.*, 2021). Studi perbandingan oleh Sadikin et al (2023) menemukan hubungan negatif antara penghindaran risiko dan kecenderungan berwirausaha. Penelitian Supriyanto et al. dari tahun 2019 menghasilkan hasil yang berbeda, yang menunjukkan bahwa preferensi risiko tidak memiliki dampak yang terlihat pada minat berwirausaha. Namun, penelitian oleh Rochmayanti et al (2024) dan Wardani & Wati (2023) menemukan bahwa preferensi

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

risiko berkorelasi positif dengan niat berwirausaha. Oleh karena itu, mereka yang memiliki kecenderungan risiko tinggi cenderung lebih agresif dan inventif dalam memanfaatkan peluang, yang akan memicu minat mereka dalam berwirausaha. Akibatnya, dorongan seseorang untuk memulai bisnis sendiri meningkat seiring dengan preferensi. Berdasarkan uraian yang diberikan, hipotesis penelitian ini diajukan sebagai berikut:

H₆: Preferensi risiko berpengaruh positif pada minat wirausaha

Pengaruh motivasi berwirausaha terhadap minat berwirausaha

Motivasi berwirausaha memiliki pengaruh yang baik terhadap minat berwirausaha, menurut penelitian Telaumbanua (2023). Menurut penelitian sejenis, motivasi dan minat berwirausaha berkorelasi positif (Yulianti & Gampito, 2022). Penelitian juga menemukan bahwa faktor terbesar yang memengaruhi minat berwirausaha adalah motivasi berwirausaha (Khansa *et al.*, 2020; Putry *et al.*, 2020). Seseorang yang bersemangat untuk memulai bisnis disebut wirausahawan. Motivasi dikaitkan dengan norma subjektif dalam Theory of Planned Behavior (TPB), yang konsisten dengan hal tersebut. Jika dilihat dari cara ini, norma subjektif dapat memengaruhi motif individu keinginan untuk bertindak dan niat serta minat mereka dalam melakukannya. Dengan demikian, minat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan dapat dipengaruhi oleh motivasinya. Minat untuk memulai bisnis meningkat seiring dengan ambisi individu untuk memulai usaha. Hipotesis penelitian ini diuraikan berdasarkan uraian sebelumnya, yaitu:

H₇: Motivasi berwirausaha berpengaruh positif pada minat wirausaha

Peran motivasi berwirausaha dalam memediasi pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha.

Berdasarkan motivasi, temuan penelitian Putry *et al* (2020) menunjukkan bahwa efikasi diri memengaruhi minat berwirausaha secara positif. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat efikasi diri yang lebih tinggi lebih termotivasi dan cenderung untuk memulai bisnis. Alasannya adalah bahwa siswa yang memiliki efikasi diri yang tinggi memiliki keyakinan pada keterampilan mereka sendiri dan terus berharap untuk meluncurkan perusahaan, yang memicu semangat kewirausahaan mereka. Motivasi seseorang untuk menjadi wirausahawan menunjukkan bahwa ia memiliki kemauan dan motivasi untuk meluncurkan perusahaan, yang menggelitik minatnya di bidang tersebut. Penelitian serupa telah menunjukkan bahwa efikasi diri memengaruhi minat berwirausaha secara tidak langsung (Putro, 2021). Teori Perilaku Terencana (TPB) sejalan dengan ini. Menurut TPB, keyakinan kendali—yang terkait dengan efikasi diri—adalah pendapat pribadi tentang seberapa mudah atau sulitnya melaksanakan tugas tertentu. Tingkat efikasi diri yang tinggi meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas sederhana, seperti memulai bisnis.

Dengan kata lain individu dengan tingkat efikasi diri dan keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan mereka untuk memulai bisnis akan lebih antusias melakukannya, yang akan meningkatkan motivasi individu untuk berwirausaha dan pada akhirnya semakin tinggi pula minat untuk berwirausaha. Hipotesis penelitian ini diajukan berdasarkan justifikasi yang diberikan di atas, yaitu:

H₈: Motivasi berwirausaha memediasi pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha

Peran motivasi berwirausaha dalam memediasi pengaruh pengetahuan bisnis makloon kosmetik terhadap minat berwirausaha

Norma subjektif dan motivasi saling terkait, menurut Teori Perilaku Terencana (TPB). Jika dilihat dari sudut pandang ini, norma subjektif dapat memengaruhi motif individu terkait keinginan untuk bertindak dan niat serta minat mereka dalam melakukannya. Dengan

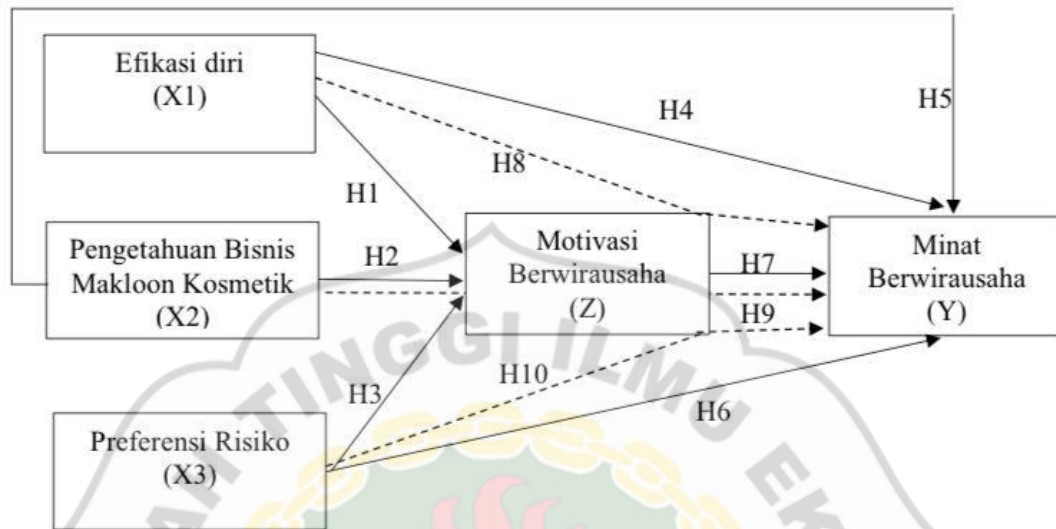
PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

demikian, minat individu untuk terlibat dalam suatu tindakan dapat dipengaruhi oleh motivasinya. Menurut Puttry et al (2020), minat individu untuk memulai bisnis meningkat seiring dengan tingkat keinginan mereka untuk melakukannya. Selain itu, mengutip penelitian Laia (2022), dengan memaksimalkan peluang di sekitar mereka dan meningkatkan standar hidup mereka, pengetahuan kewirausahaan dapat membantu meningkatkan antusiasme kewirausahaan. Menurut teori ini, dorongan orang untuk menekuni kewirausahaan akan meningkat seiring dengan bertambahnya pemahaman mereka tentang subjek tersebut. Penelitian oleh Khansa et al (2020) dan Supriyanto et al (2019) menunjukkan bahwa pengetahuan secara signifikan memengaruhi kecenderungan investasi siswa. Dengan kata lain individu dengan pengetahuan bisnis makloun kosmetik yang tinggi akan semakin kuat keahlian dan kemampuan mereka untuk memulai bisnis kosmetik dan menjadi lebih antusias melakukannya, yang akan meningkatkan motivasi individu untuk berwirausaha dan pada akhirnya semakin tinggi pula minat untuk berwirausaha. Oleh karena itu, motivasi dan minat kewirausahaan dalam kewirausahaan kosmetik akan meningkat dengan lebih banyak pengetahuan tentang sektor makloun kosmetik. Hipotesis penelitian ini dijabarkan berdasarkan uraian sebelumnya, yaitu:
H₉: Motivasi berwirausaha memediasi pengaruh pengetahuan bisnis makloun kosmetik terhadap minat berwirausaha

Peran motivasi berwirausaha dalam memediasi pengaruh preferensi risiko terhadap minat berwirausaha.

Ada risiko yang terkait dengan investasi dalam hal apa pun. Risiko investasi dapat dipahami sebagai jenis ketidakpastian mengenai peristiwa masa depan, di mana penilaian dibuat pada saat ini berdasarkan berbagai faktor. Risiko investasi adalah kemungkinan adanya perbedaan antara pengembalian yang diharapkan dan aktual; kemungkinan perbedaan ini meningkat seiring dengan risiko investasi (Peng *et al.*, 2023). Telah dibuktikan melalui penelitian Rochmayanti et al (2024) bahwa motivasi dan preferensi risiko secara positif memengaruhi minat dalam kewirausahaan dan investasi. Penelitian menunjukkan bahwa perilaku preferensi risiko memiliki dampak besar pada motivasi kewirausahaan (Tyszka *et al.*, 2021). Studi pembandingan oleh Sadikin et al (2023) menunjukkan bahwa penghindaran risiko memengaruhi dorongan untuk berwirausaha. Sebaliknya, sebuah studi yang dilakukan pada tahun (2023) oleh Wardani & Wati menemukan bahwa preferensi risiko secara positif memengaruhi kecenderungan berwirausaha. Preferensi risiko mencerminkan pola pikir wirausahawan yang lebih cenderung mengambil risiko yang diperhitungkan untuk melihat dan memanfaatkan peluang. Mereka lebih kreatif dan proaktif, yang meningkatkan kemungkinan mereka untuk melihat, memahami, dan memanfaatkan peluang. Dengan terus-menerus mengambil risiko, mereka mampu memanfaatkan kemungkinan baru dan menghasilkan kinerja dan keuntungan yang besar. Sebaliknya, pebisnis yang menghindari risiko dapat membutuhkan waktu lebih lama untuk memanfaatkan usaha yang berharga dan kesulitan untuk memanfaatkan peluang pasar, yang keduanya pada akhirnya merugikan peningkatan kinerja. Dengan kata lain individu dengan preferensi risiko yang tinggi akan cenderung lebih agresif dan kreatif dalam memanfaatkan peluang, yang akan memicu minat individu dalam berwirausaha. Akibatnya, dorongan seseorang untuk memulai bisnis sendiri meningkat seiring dengan preferensi dan menjadi lebih antusias melakukannya, yang akan meningkatkan motivasi individu untuk berwirausaha dan pada akhirnya semakin tinggi pula minat untuk berwirausaha. Oleh karena itu, hipotesis terbentuk adalah
H₁₀: Motivasi berwirausaha memediasi pengaruh preferensi risiko terhadap minat berwirausaha

Model Penelitian



Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan bagaimana preferensi risiko, efikasi diri, dan pengetahuan tentang industri makloun kosmetik memengaruhi minat berwirausaha yang dimediasi oleh motivasi berwirausaha. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang dibagikan melalui Google form kepada responden. Analisis statistik menggunakan software Smart PLS untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Sampel yang ditentukan sesuai dengan kriteria responden yaitu orang di Indonesia yang tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri di bidang industri kosmetik.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian merujuk kepada semua orang yang tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri di sektor kosmetik di Indonesia. Populasi ini menjadi dasar dari mana sampel penelitian akan dipilih, dan hasil penelitian diharapkan dapat diterapkan atau diberlakukan pada populasi tersebut. Sampel penelitian adalah sebagian kecil dari populasi penelitian yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi. Sampel penelitian menjadi subjek pengumpulan data dan analisis statistik, dan hasil dari sampel ini diharapkan dapat memberikan gambaran atau informasi yang relevan terhadap populasi secara lebih luas. Pada penelitian ini kriteria responden adalah seluruh masyarakat Indonesia yang tertarik untuk memulai bisnis mereka sendiri di bidang industri kosmetik.

Prosedur Pengambilan Sampel

Penelitian ini dimulai dengan merumuskan serangkaian pertanyaan dan mendistribusikannya kepada responden di Indonesia. Selain itu, Google Form digunakan untuk mendistribusikan survei tentang faktor-faktor yang diteliti, yang dinyatakan sebagai pernyataan menggunakan skala Likert 5 poin. Untuk memudahkan pengujian data, data kuesioner yang terkumpul kemudian dirangkum. Sampling purposive digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti (Lenaini, 2021).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan *skala likert* sebagai instrumen pengukuran. *Skala likert* adalah alat pengukuran yang digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, atau persepsi individu atau kelompok (Pranatawijaya et al., 2019). Skala ini terdiri dari sejumlah pernyataan dengan tingkat persetujuan atau penolakan yang berbeda dari 1-5 pilihan. *Skala likert* terdiri dari pilihan sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat setuju (SS). Responden diminta untuk menilai sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan. *skala likert* merupakan salah satu alat pengukuran yang paling umum digunakan dalam penelitian sosial dan perilaku manusia.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pernyataan	Referensi	
Efikasi Diri (X_1)	Tingkat kesulitan tugas (magnitude) 1. Saya yakin mampu mengatasi sulitnya mengembangkan wirausaha 2. Saya tidak mudah menyerah apabila usaha saya kurang diminati 3. Kejadian kegagalan orang yang berwirausaha, menjadikan saya lebih berhati-hati dalam melangkah 4. Saya ingin memperkaya diri tentang seluk beluk berwirausaha dari buku, pengalaman orang lain, dan sumber lain	(Bandura et al., 1999)	
	Derajat keyakinan/pengharapan (strength) 1. Saya akan selalu bersemangat dalam menghadapi tantangan dalam usaha 2. Saya yakin kesuksesan berwirausaha tidak muncul tiba-tiba, tetapi diperlukan proses 3. Saya yakin akan mendapatkan apa yang diinginkan asalkan disertai usaha keras		
	Luas bidang perilaku (generality) 1. Ketika ada wirausaha yang lebih menarik maka saya tidak terpengaruh untuk berubah 2. Saya berusaha lebih keras apabila belum mencapai target 3. Saya berusaha mengevaluasi diri untuk menjadi lebih baik 4. Saya yakin keberuntungan akan berpihak jika dilakukan dengan baik		
Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik (X_2)	1. Saya memiliki pengetahuan bisnis makloon kosmetik yang cukup baik sehingga untuk memulai usaha yang baru dapat mengidentifikasi peluang	(Dollinger, 2008)	
	2. Saya mampu melihat sesuatu yang berbeda dengan mengidentifikasi peluang yang ada pada bisnis makloon kosmetik		
	3. Saya akan mengembangkan usaha dengan mempertimbangkan peluang yang ada dengan bekal pengetahuan bisnis makloon kosmetik yang saya miliki		

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Pernyataan	Referensi
	4. Saya akan mengembangkan keterampilan dengan memperhatikan peluang yang ada pada bisnis makloon kosmetik	
	5. Saya mengetahui tata cara menjalankan wirausaha pada sektor industri kosmetik	
Preferensi Risiko (X_3)	<p style="text-align: center;">Risiko keuangan</p> 1. Ketika hendak berwirausaha saya yakin dapat mengatasi semua masalah yang akan timbul setelah melakukan wirausaha 2. Besarnya keuntungan yang diperoleh sebanding dengan risiko yang akan diterima	(Wardani & Wati, 2023)
	<p style="text-align: center;">Risiko Sosial</p> 1. Saya yakin orang lain di sekitar saya tidak akan memberikan tanggapan negatif ketika ada masalah saat berwirausaha 2. saya tidak takut dikucilkan apabila gagal dalam berwirausaha pada industri kosmetik	
	<p style="text-align: center;">Risiko Keselamatan</p> 1. Saya menjalankan wirausaha karena ingin menjadi pengusaha sukses di masa depan 2. Saya memilih berwirausaha untuk menyelamatkan kondisi ekonomi keluarga	
	<p style="text-align: center;">Risiko Mengalami Kerugian</p> 1. Saya memilih berwirausaha dengan tingkat risiko rendah 2. Menurut saya, mengukur tingkat risiko membantu pengusaha dalam memperkecil kemungkinan terjadinya kerugian	
Motivasi Berwirausaha (Y_1)	<p style="text-align: center;">Independence (Kemandirian)</p> 1. Saya berwirausaha karena ingin menjadi seseorang yang mandiri secara finansial sejak muda 2. Saya berwirausaha karena saya tidak ingin merepotkan orang tua dengan meminta uang saku. 3. Saya berwirausaha karena saya ingin mendapatkan keuntungan sehingga uang yang saya miliki bertambah	(Mnyandu, 2001) dalam (Ayunda et al., 2023)
	<p style="text-align: center;">Striving for Achievement (Berjuang untuk Prestasi)</p> 1. Motivasi saya berwirausaha, karena saya memiliki ide usaha yang lebih inovatif dan berbeda dengan usaha yang sudah ada sekarang. 2. Saya melihat peluang usaha hingga merasa mampu mewujudkannya 3. Saya merasa mampu menghadapi tantangan yang akan dialami saat berwirausaha di industri kosmetik	

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Pernyataan	Referensi
Minat Berwirausaha (Y ₂) :	<p align="center">Percaya Diri</p> 1. Saya optimis untuk mewujudkan minat berwirausaha 2. Saya tidak akan berkecil hati walaupun usaha yang saya jalankan nantinya akan diremehkan oleh orang lain bahkan keluarga saya	(Meredith, 2000) dalam (Yulianti, 2020)
	<p align="center">Berorientasi pada Tugas dan Hasil</p> 1. Saya rela mengorbankan waktu main, tenaga dan uang saya untuk modal berwirausaha 2. Saya sudah menyiapkan perencanaan yang matang apabila ingin berwirausaha	
	<p align="center">Toleransi Risiko</p> 1. Saya mengetahui risiko yang akan dihadapi saat akan berwirausaha dan saya akan tetap berusaha mengatasinya 2. Saya akan menjadi orang yang tidak mudah menyerah dalam menjalankan usaha saya	
	<p align="center">Kepemimpinan</p> 1. Saya dapat menerima kritikan dan saran mengenai usaha yang saya jalankan 2. Saya percaya dapat dengan tanggap mengatasi ancaman saat berwirausaha	
	<p align="center">Keorisinalan</p> 1. Saya percaya produk usaha saya akan berbeda/ lebih bagus kualitasnya dari kompetitor lainnya 2. Saya ingin berwirausaha agar sesuai dengan keinginan/ cita rasa pribadi, dikarenakan produk yang sudah ada tidak memuaskan	
	<p align="center">Berorientasi pada Masa Depan</p> 1. Saya mempunyai visi yang jelas untuk seperti apa usaha saya di masa depan 2. Saya memiliki komitmen yang tinggi kepada usaha yang saya jalankan	

Data Demografi dan Karakteristik Responden

Responden penelitian sebanyak 200 orang. Beberapa karakteristik responden penelitian ini, adalah: jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan tingkat penghasilan per bulan. Adapun karakteristik tersebut seperti dijelaskan sebagai berikut:

Karakteristik Responden

Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis kelamin	Pria	70	35.0
	Wanita	130	65.0
	Total	200	100.0
Umur (Tahun)	16-25 tahun	85	42.5
	26-35 tahun	71	35.5
	36-45 tahun	38	19.0
	Diatas 45 tahun	6	3.0

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
	Total	200	100.0
Pendidikan Terakhir	SMA / SMK	109	54.5
	DIPLOMA	21	10.5
	Sarjana (S1)	65	32.5
	Pasca Sarjana (S2)	4	2.0
	S3	1	.5
	Total	200	100.0
Tingkat Penghasilan Per Bulan	<1juta	17	8.5
	1-5juta	164	82.0
	5-10 juta	8	4.0
	10-15 juta	2	1.0
	15-20 juta	3	1.5
	>20juta	6	3.0
	Total	200	100.0

Karakteristik responden memastikan bahwasanya responden yang memiliki minat berwirausaha di sektor industri kosmetik berasal dari berbagai macam gender, umur, pendidikan, dan tingkat penghasilan. Data menunjukkan banyaknya 7 individu ataupun 35% responden pria serta ada banyaknya 130 individu ataupun 65% responden wanita. Hasil ini memberikan informasi bahwa mayoritas responden yang memiliki minat berwirausaha di sektor industri kosmetik adalah wanita. Hal ini disebabkan karena wanita cenderung lebih intens dan memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk menggunakan kosmetik, sehingga mayoritas wanita yang memiliki minat berwirausaha di sektor industri kosmetik.

Pengelompokan responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa responden yang memiliki umur antara 16 hingga 25 tahun sebanyak 85 orang atau sebesar 42,5 persen, kemudian yang memiliki umur antara 26 hingga 35 tahun sebanyak 71 orang atau sebesar 35,5 persen, lalu yang memiliki umur antara 36 hingga 45 tahun sebanyak 38 orang atau sebesar 19 persen dan yang memiliki umur lebih dari 45 tahun adalah sebanyak 6 orang atau sebesar 3 persen. Hasil ini memberikan informasi bahwa mayoritas responden yang memiliki minat berwirausaha di sektor industri kosmetik adalah anak muda yang berusia 16 hingga 25 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok usia remaja cenderung lebih suka menjaga penampilan dan gemar melakukan perawatan kecantikan menggunakan kosmetik. Distribusi responden berdasarkan pendidikan menunjukkan responden yang memiliki tingkat pendidikan akhir pada jenjang SMA/SMK adalah sebanyak 109 orang atau 54,5 persen. Kemudian responden yang memiliki tingkat pendidikan akhir pada jenjang Diploma adalah sebanyak 21 orang atau 10,5 persen. Selanjutnya responden yang memiliki tingkat pendidikan akhir pada jenjang Sarjana (S1) adalah sebanyak 65 orang atau 32,5 persen. Lalu responden yang memiliki tingkat pendidikan akhir pada jenjang Pasca Sarjana (S2) adalah sebanyak 4 orang atau 2 persen dan responden yang memiliki tingkat pendidikan akhir pada jenjang S3 adalah sebanyak 1 orang atau 0,5 persen. Hasil ini memberikan informasi bahwa mayoritas responden yang memiliki minat berwirausaha di sektor industri kosmetik adalah masyarakat dengan jenjang pendidikan SMA/SMK. Hal ini menunjukkan banyak anak remaja yang baru lulusan SMA/SMK ingin langsung membuka usaha di bidang makloon kosmetik.

Kelompok responden berdasarkan tingkat penghasilan menunjukkan bahwa responden yang memiliki penghasilan kurang dari 1 juta sebanyak 17 orang atau 8,5 persen. Responden yang memiliki penghasilan 1 juta hingga 5 juta sebanyak 164 orang atau 82

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

persen. Responden yang memiliki penghasilan 5 juta hingga 10 juta sebanyak 8 orang atau 4 persen. Responden yang memiliki penghasilan 10 juta hingga 15 juta sebanyak 2 orang atau 1 persen. Responden yang memiliki penghasilan 15 juta hingga 20 juta sebanyak 3 orang atau 1 persen, dan responden yang memiliki penghasilan lebih dari 20 juta sebanyak 6 orang atau 3 persen. Hasil ini memberikan informasi bahwa mayoritas responden yang memiliki minat berwirausaha di sektor industri kosmetik adalah memiliki tingkat penghasilan per bulan sebesar satu hingga 5 juta. Hal ini menunjukkan banyak masyarakat yang ingin pendapatannya bertambah melalui usaha pada bidang makloon kosmetik.

Hasil Pengujian Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan apakah pernyataan yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur apa yang ingin diukur sesuai kriteria. Hasil uji validitas penelitian ini tercantum dalam Tabel berikut

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Correlation	Signifikansi	Keterangan
Efikasi diri	X1.1	0,771	0.000	Valid
	X1.2	0,823	0.000	Valid
	X1.3	0,792	0.000	Valid
	X1.4	0,718	0.000	Valid
	X1.5	0,901	0.000	Valid
	X1.6	0,595	0.001	Valid
	X1.7	0,796	0.000	Valid
	X1.8	0,752	0.000	Valid
	X1.9	0,763	0.000	Valid
	X1.10	0,768	0.000	Valid
	X1.11	0,863	0,000	Valid
Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik	X2.1	0,758	0.000	Valid
	X2.2	0,776	0.000	Valid
	X2.3	0,855	0.000	Valid
	X2.4	0,712	0.000	Valid
	X2.5	0,766	0.000	Valid
Preferensi Risiko	X3.1	0,703	0.000	Valid
	X3.2	0,879	0.000	Valid
	X3.3	0,841	0.000	Valid
	X3.4	0,795	0.000	Valid
	X3.5	0,775	0.000	Valid
	X3.6	0,773	0.000	Valid
	X3.7	0,829	0.000	Valid
	X3.8	0,777	0.000	Valid
Motivasi Berwirausaha	Z1	0,734	0.000	Valid
	Z2	0,668	0.000	Valid
	Z3	0,825	0.000	Valid
	Z4	0,826	0.000	Valid
	Z5	0,664	0.000	Valid
	Z6	0,679	0.000	Valid
Minat Berwirausaha	Y1	0,583	0.001	Valid
	Y2	0,631	0.000	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Variabel	Indikator	Correlation	Signifikansi	Keterangan
	Y3	0,702	0.000	Valid
	Y4	0,722	0.000	Valid
	Y5	0,843	0.000	Valid
	Y6	0,783	0.000	Valid
	Y7	0,695	0.000	Valid
	Y8	0,746	0.000	Valid
	Y9	0,827	0.000	Valid
	Y10	0,533	0.002	Valid
	Y11	0,764	0.000	Valid
	Y12	0,728	0.000	Valid

Hasil uji validitas awal menunjukkan bahwa ada satu indikator yakni X1.12 yang tidak valid karena memiliki korelasi negatif sebesar -0,643, yang berarti indikator X1.12 dinyatakan tidak valid, sehingga hanya indikator X1.12 yang dikeluarkan dalam analisis, sedangkan alat penelitian lainnya yang dipakai guna mentaksir variabel efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon kosmetik, motivasi berwirausaha dan minat berwirausaha mempunyai skor koefisien korelasinya melalui skornya jumlah semua point perungkapan berlebih besarnya pada 0,30 melalui signifikan kurang pada 0,05. Perihalnya memastikan bahwasanya point-point perungkapan pada alat penelitiannya sah serta pas dipakai jadi alat penelitian

Uji Reliabilitas

Penelitian ini melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah data yang diperoleh melalui kuesioner dapat dikatakan reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,7 itu artinya reliabilitas dari variabel dapat diterima.

Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Efikasi diri (X_1)	0,849	Reliabel
Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik (X_2)	0,813	Reliabel
Preferensi Risiko (X_3)	0,916	Reliabel
Motivasi Berwirausaha (Z)	0,815	Reliabel
Minat Berwirausaha (Y)	0,913	Reliabel

Uji Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif untuk memastikan rata-rata dari hasil jawaban responden

Statistik Deskriptif

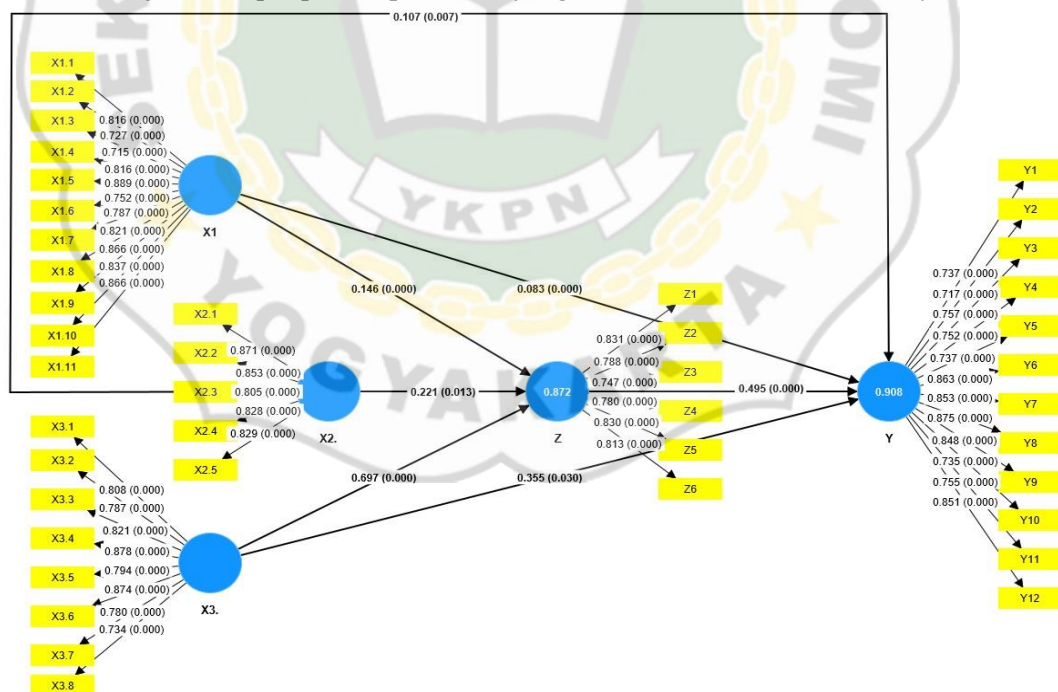
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Efikasi diri	200	2.83	4.83	3.7117	.51775
Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik	200	2.60	5.00	3.8660	.54767
Preferensi Risiko	200	3.00	5.00	3.9112	.52446
Motivasi Berwirausaha	200	3.00	5.00	3.8917	.51384
Minat Berwirausaha	200	3.00	5.00	3.9125	.50388

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil analisis statistik deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki efikasi diri yang cenderung tinggi, hal ini terlihat dari nilai mean sebesar 3,711 yang berada dalam rentang 3-4 yaitu antara netral hingga setuju atas pernyataan efikasi diri. Selanjutnya, mayoritas responden memiliki pengetahuan bisnis makloun kosmetik yang cenderung tinggi, hal ini terlihat dari nilai mean sebesar 3,86 yang berada dalam rentang 3-4 yaitu antara netral hingga setuju atas pernyataan pengetahuan bisnis syarat makloun kosmetik. Kemudian apabila dilihat dari rata-rata skor pada variabel preferensi risiko, maka data menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki sikap preferensi risiko yang cenderung tinggi, hal ini terlihat dari nilai mean sebesar 3,911 yang berada dalam rentang 3-4 yaitu antara netral hingga setuju atas pernyataan preferensi risiko. Selain itu, data menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki motivasi berwirausaha yang cenderung tinggi, hal ini terlihat dari nilai mean sebesar 3,891 yang berada dalam rentang skor 3-4 yaitu antara netral hingga setuju atas pernyataan motivasi berwirausaha. Sementara terkait pernyataan minat berwirausaha, data menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki minat berwirausaha yang cenderung sangat tinggi, hal ini terlihat dari nilai mean sebesar 3,912 yang berada dalam rentang skor 3-4 yaitu antara netral hingga setuju atas pernyataan minat berwirausaha.

Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis *Partial Least Square (PLS)* untuk melakukan uji terhadap hipotesis penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya.



Hasil pengujian Hipotesis Efek Langsung (*Path Coefficient*)

Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur	T Statistic	P Value	Hipotesis	Keterangan
Efikasi diri (X1) → Minat Berwirausaha (Y)	0.083	3.586	0.000	H1	Terdukung (Positif Signifikan)

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur	T Statistic	P Value	Hipotesis	Keterangan
Efikasi diri (X1) → Motivasi Berwirausaha (Z)	0.146	3.834	0.000	H2	Terdukung (Positif Signifikan)
Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik (X2) → Minat Berwirausaha (Y)	0.107	2.694	0.007	H3	Terdukung (Positif Signifikan)
Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik (X2) → Motivasi Berwirausaha (Z)	0.221	2.489	0.013	H4	Terdukung (Positif Signifikan)
Preferensi Risiko (X3) → Minat Berwirausaha (Y)	0.355	2.167	0.030	H5	Terdukung (Positif Signifikan)
Preferensi Risiko (X3) → Motivasi Berwirausaha (Z)	0.697	7.975	0.000	H6	Terdukung (Positif Signifikan)
Motivasi Berwirausaha (Z) → Minat Berwirausaha (Y)	0.495	2,123	0,034	H7	Terdukung (Positif Signifikan)

Penjelasan hasil uji hipotesis;

1. Telah dibuktikan bahwa efikasi diri meningkatkan motivasi berwirausaha. Koefisien jalur positif sebesar 0,146 dan t-statistik sebesar 3,834 ($t\text{-statistik} > 1,96$) mendukung temuan ini, yang berarti hipotesis 1 (H1) dapat diterima. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi berwirausaha meningkat secara proporsional dengan efikasi diri.
2. Telah dibuktikan bahwa efikasi diri meningkatkan minat berwirausaha. Dengan koefisien jalur positif sebesar 0,083 dan t-statistik sebesar 3,586 ($t\text{-statistik} > 1,96$), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 (H2) dapat diterima. Temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan Efikasi Diri sesuai dengan peningkatan Minat Berwirausaha.
3. Telah dibuktikan bahwa memiliki pengetahuan tentang bisnis Makloon kosmetik berdampak positif terhadap motivasi berwirausaha. Dengan koefisien jalur positif sebesar 0,221 dan t-statistik sebesar 2,489 ($t\text{-statistik} > 1,96$), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 3 (H3) dapat diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang lebih termotivasi untuk menjadi wirausahawan semakin banyak pengetahuan yang mereka miliki tentang bisnis maklon kosmetik.
4. Telah dibuktikan bahwa memiliki pengetahuan tentang bisnis maklon kosmetik berdampak positif terhadap minat berwirausaha. Dengan koefisien jalur positif sebesar 0,107 dan t-statistik sebesar 2,694 ($t\text{-statistik} > 1,96$), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 (H4) dapat diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa minat menjadi wirausahawan meningkat seiring dengan tingkat pengetahuan seseorang tentang bisnis maklon kosmetik.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

5. Telah dibuktikan bahwa preferensi risiko meningkatkan motivasi berwirausaha. Dengan koefisien jalur positif sebesar 0,697 dan t-statistik sebesar 7,975 (t-statistik > 1,96), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 (H5) dapat diterima. Menurut data, motivasi berwirausaha akan meningkat secara proporsional dengan preferensi risiko.
6. Telah dibuktikan bahwa preferensi risiko berdampak positif terhadap minat berwirausaha. Dengan koefisien jalur positif sebesar 0,355 dan t-statistik sebesar 2,167 (t-statistik > 1,96), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 (H6) dapat diterima. Menurut data, akan ada korelasi positif antara preferensi risiko dan minat berwirausaha.
7. Telah dibuktikan bahwa motivasi berwirausaha berdampak positif terhadap minat berwirausaha. Dengan koefisien jalur positif sebesar 0,495 dan t-statistik sebesar 3,575 (t-statistik > 1,96), hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis 7 (H7) dapat diterima. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha akan meningkat seiring dengan motivasi berwirausaha.

Hasil Uji Pengaruh Total

	Original sample	T statistics	P values	Hipotesis
X1. (Efikasi diri) -> Z. (Motivasi Berwirausaha) -> Y. (Minat Berwirausaha)	0.155	3,994	0.000	H8 Terdukung
X2. (Pengetahuan Bisnis Makloon Kosmetik) -> Z. (Motivasi Berwirausaha) -> Y. (Minat Berwirausaha)	0.216	2,747	0.006	H9 Terdukung
X3. (Preferensi risiko) -> Z. (Motivasi Berwirausaha) -> Y. (Minat Berwirausaha)	0.700	7.040	0.000	H10 Terdukung

Berlandaskan Tabel diperoleh hasil pengaruh tidak langsung antar variabel sebagai berikut:

1. Efikasi diri atas minat berwirausaha lewat motivasi berwirausaha meraih skor korelasi besarnya 0,155 dengan t statistic 3,994 > 1,96, serta besarnya p valuenya 0,000 < 0,050, dengan demikian H8 terdukung sehingga efikasi diri pada minat berwirausaha mempunyai dampak tidak langsung secara positif signifikan melalui motivasi berwirausaha
2. Pengetahuan bisnis makloon kosmetik terhadap minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha meraih skor korelasi besarnya 0,216 melalui t statistic 2,747 > 1,96, serta besarnya p value 0,006 < 0,050, dengan demikian H9 terdukung sehingga pengetahuan bisnis makloon kosmetik mempunyai dampak tidak langsung secara positif signifikan melalui motivasi berwirausaha
3. Preferensi risiko atas minat berwirausaha melalui motivasi berwirausaha meraih skor korelasi besarnya 0,700 melalui t statistic 7,040 > 1,96, serta besarnya p valuenya 0,000 < 0,050, dengan demikian H10 terdukung sehingga preferensi risiko terhadap minat berwirausaha memiliki pengaruh tidak langsung secara positif signifikan melalui motivasi berwirausaha

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pembahasan

1. Temuan analisis menunjukkan bahwa efikasi diri memengaruhi motivasi berwirausaha secara positif. Ini menyiratkan bahwa motivasi seseorang untuk memulai bisnis mereka sendiri di industri kosmetik meningkat seiring dengan peningkatan sikap efikasi diri mereka. Dengan cara yang sama, keinginan seseorang untuk memulai bisnis mereka sendiri di sektor kosmetik menurun seiring dengan tingkat efikasi diri mereka. Hasil ini konsisten dengan Teori Perilaku Terencana (TPB), yang menyatakan bahwa motivasi orang dipengaruhi oleh seberapa mudah atau sulitnya mereka meyakini suatu tindakan. Apa yang disebut kontrol perilaku yang dirasakan dalam penelitian ini sebenarnya adalah efikasi diri, seperti yang dijelaskan oleh teori TPB. Studi ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Putry et al. (2020), yang menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan meningkat seiring dengan tingkat efikasi diri mereka. Orang dengan efikasi diri yang kuat cukup percaya diri untuk memulai bisnis dan cukup berani mengambil risiko untuk mewujudkan tujuan mereka.
2. Berdasarkan hasil analisis, motivasi berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh pemahaman tentang industri kosmetik. Hal ini berarti bahwa motivasi berwirausaha seseorang dalam industri kosmetik akan meningkat secara proporsional dengan tingkat pemahamannya terhadap bidang tersebut. Demikian pula, dorongan berwirausaha seseorang dalam industri kosmetik akan menurun seiring dengan menurunnya tingkat pemahaman tentang industri tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Laia (2022) yang menemukan bahwa dengan meningkatkan taraf hidup dan memanfaatkan potensi yang tersedia, pengetahuan kewirausahaan dapat meningkatkan motivasi berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi seseorang untuk memulai bisnisnya sendiri akan meningkat berbanding lurus dengan tingkat pengetahuannya.
3. Temuan analisis menunjukkan bahwa penghindaran risiko meningkatkan dorongan wirausahawan. Ini menyiratkan bahwa motivasi wirausaha seseorang di perusahaan makloon kosmetik akan meningkat secara proporsional dengan tingkat preferensi risiko mereka. Selain itu, motivasi wirausaha individu di perusahaan makloon kosmetik akan menurun dengan meningkatnya Preferensi Risiko. Temuan studi saat ini sejalan dengan temuan penelitian Peng et al. (2023), yang menunjukkan bahwa preferensi risiko memainkan peran penting dalam meningkatkan motivasi wirausaha.
4. Temuan analisis menunjukkan bahwa efikasi diri memengaruhi minat berwirausaha secara positif. Ini menyiratkan bahwa minat individu untuk memulai bisnis mereka sendiri di sektor manufaktur kosmetik meningkat seiring dengan tingkat efikasi diri mereka. Demikian pula, minat seseorang untuk memulai bisnis mereka sendiri di sektor manufaktur kosmetik menurun seiring dengan menurunnya sikap efikasi diri. Teori Perilaku Terencana (TPB), yang menyatakan bahwa minat orang dipengaruhi oleh rasa kemudahan atau kesulitan mereka dalam mencapai sesuatu, konsisten dengan kesimpulan ini. Apa yang disebut kontrol perilaku yang dirasakan dalam penelitian ini sebenarnya adalah efikasi diri, seperti yang dijelaskan oleh teori TPB. Penelitian ini mengonfirmasi temuan penelitian terdahulu Sari *et al.*,

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

(2023) yang menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Penelitian pembandingan yang dilakukan Yuritanto & Armansyah (2021), Yuritanto dan Armansyah, serta Purwaningsih et al. (2023) menyimpulkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

5. Penelitian ini sejalan dengan temuan investigasi Rochmayanti et al. (2024), yang menunjukkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan. Penelitian Supriyanto dkk. (2019) dan hasil penelitian ini saling mendukung, menunjukkan bahwa minat mahasiswa dalam berinvestasi sangat dipengaruhi oleh pengetahuan mereka tentang investasi.
6. Hasil analisis menunjukkan bahwa penghindaran risiko berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Artinya, minat seseorang untuk menjadi wirausahawan di sektor maklon kosmetik meningkat seiring dengan tingkat toleransi risiko yang dimilikinya. Begitu pula, minat individu untuk menjadi wirausahawan di sektor maklon kosmetik akan menurun seiring dengan meningkatnya penghindaran risiko. Penelitian ini mengonfirmasi temuan penelitian Tyszka dkk., (2021) yang menemukan bahwa perilaku preferensi risiko memiliki pengaruh besar terhadap keinginan berwirausaha. Temuan penelitian ini sejalan dengan temuan Sadikin dkk. (2023) yang menemukan bahwa penghindaran risiko berdampak buruk terhadap niat berwirausaha.
7. Motivasi berwirausaha secara positif memengaruhi minat berwirausaha dalam industri kosmetik, menurut temuan analisis tersebut. Dengan kata lain, minat berwirausaha seseorang dalam bisnis kosmetik meningkat seiring dengan tingkat motivasi berwirausaha mereka dalam industri tersebut. Serupa dengan hal tersebut, minat berwirausaha seseorang dalam bisnis kosmetik akan menurun seiring dengan menurunnya motivasi berwirausaha. Hasil ini didukung penelitian Telaumbanua (2023), yang menyatakan motivasi berwirausaha memiliki dampak yang baik terhadap minat berwirausaha.
8. Temuan analisis menunjukkan bahwa motivasi kewirausahaan memiliki kapasitas untuk memediasi hubungan antara efikasi diri dan keinginan kewirausahaan secara positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki sikap motivasi kewirausahaan yang tinggi dan efikasi diri yang tinggi, minat mereka terhadap kewirausahaan dapat tumbuh. Teori Perilaku Terencana (TPB) sejalan dengan hal ini. Menurut TPB, keyakinan kontrol yang terkait dengan efikasi diri adalah pendapat pribadi tentang seberapa mudah atau sulitnya melaksanakan tugas tertentu. Tingkat efikasi diri yang tinggi meningkatkan kepercayaan diri seseorang dalam melaksanakan tugas-tugas sederhana, seperti memulai bisnis. Dengan kata lain, motivasi dan keinginan siswa untuk meluncurkan perusahaan berkorelasi positif dengan tingkat efikasi diri mereka, dan minat mereka terhadap kewirausahaan lebih tinggi lagi. Temuan ini menguatkan temuan penelitian Putry et al. dari tahun 2020, yang menunjukkan bahwa faktor motivasi seperti efikasi diri memengaruhi minat kewirausahaan secara positif.
9. Temuan analisis menunjukkan bahwa dampak tidak langsung pengetahuan bisnis makloon kosmetik terhadap minat berwirausaha dapat dimediasi secara positif oleh motivasi berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa minat seseorang dalam

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

berwirausaha dapat tumbuh jika mereka memiliki motivasi berwirausaha yang tinggi dan keahlian bisnis makloon kosmetik yang tinggi. Teori Perilaku Terencana (TPB), yang menjelaskan bagaimana motivasi terhubung dengan standar subjektif, sejalan dengan hal ini. Temuan ini konsisten dengan penelitian Laia (2022), yang berpendapat bahwa dengan memanfaatkan potensi di sekitar mereka dan meningkatkan standar hidup mereka, pengetahuan kewirausahaan dapat membantu meningkatkan dorongan berwirausaha.

10. Temuan analisis menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung preferensi risiko terhadap minat berwirausaha mungkin dimediasi secara positif oleh motivasi berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki sikap motivasi yang kuat untuk berwirausaha dan preferensi risiko yang tinggi, minat mereka terhadap berwirausaha dapat tumbuh. Temuan ini menguatkan temuan penelitian Rochmayanti dkk. dari tahun 2024, yang menunjukkan bahwa motivasi dan preferensi risiko memiliki dampak yang menguntungkan pada investasi atau keinginan berwirausaha. Temuan ini juga mendukung sebuah penelitian (Tyszka dkk., 2021) yang menemukan korelasi yang kuat antara perilaku preferensi risiko dan keinginan berwirausaha.

Kesimpulan

Hasil penelitian membuktikan bahwa efikasi diri menjadi faktor penting bagi individu dalam meningkatkan motivasi individu untuk berwirausaha. Pengetahuan bisnis makloon kosmetik juga mampu mendorong motivasi individu untuk berwirausaha. Selain itu, preferensi risiko yang tinggi, cenderung akan membuat individu lebih proaktif dalam memanfaatkan peluang yang ada, sehingga mendorong keinginan untuk berwirausaha jadi lebih tinggi. Variabel efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon, dan preferensi risiko juga merupakan variabel penting yang menjadi pertimbangan ketika seseorang berminat untuk menjalankan bisnis kewirausahaan. Hasil penelitian membuktikan motivasi wirausaha mampu memediasi parsial atas pengaruh dari efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon, dan preferensi risiko terhadap minat untuk berwirausaha.

Implikasi

Implikasi dari hasil penelitian semakin memperkuat *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan menambah bukti empiris yang mendukung, dimana teori ini menyatakan bahwa sikap konsumen dapat mempengaruhi minat konsumen untuk berperilaku, yakni dalam penelitian ini sikap motivasi seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terdiri dari efikasi diri, pengetahuan bisnis makloon kosmetik dan preferensi risiko dan pada akhirnya mampu membentuk minat berwirausaha yang semakin tinggi pada bisnis makloon kosmetik.

Keterbatasan

1. Unsur-unsur yang memengaruhi motivasi serta minat berwirausaha pada penelitiannya hanya terdistribusi atas tiga variabel yakni efikasi diri, wawasan usaha makloon kosmetik serta preferensi risiko, bahkan masih banyak unsur lainnya yang memengaruhi minat berwirausaha seperti mental kewirausahaan, kreativitas serta sosial ekonomi orang tua
2. Ada keterbatasan penelitiannya melalui memakai angket yakni acapkali jawabannya yang diberi atas sampel tak memastikan kondisi yang sebenarnya. Seharusnya guna menambah kompleksitas penelitian maka penelitian selanjutnya dapat melakukan wawancara

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat menghilangkan outlier untuk memperbaiki validitas diskriminan penelitian
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti mental kewirausahaan, kreativitas serta sosial ekonomi orang tua
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan wawancara dengan responden untuk memperkuat hasil analisis dan menambah kompleksitas hasil

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, W., & Hartono, J. (2016). Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis. *Andi Offset*.

Adam, E. R., Lengkong, V., & Uhing, Y. (2020). Pengaruh Sikap, Motivasi, Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FEB Unsrat (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 596–605. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/28012>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)

Ardi, S., & Firdausy, C. M. (2022). Rencana Bisnis Jasa Maklon Kosmetik PT Asia Chemie Indonusa. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 113–118. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17805>

Ayunda, R., Kasman, K., & Hamdanur, P. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Economina*, 2(6), 1165–1175. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.551>

Baluku, M. M., Nansubuga, F., Otto, K., & Horn, L. (2021). Risk Aversion, Entrepreneurial Attitudes, Intention and Entry Among Young People in Uganda and Germany: A Gendered Analysis. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 7(1), 31–59. <https://doi.org/10.1177/2393957520960567>

Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1999). Self-Efficacy: The Exercise of Control. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 13(2), 158–166. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>

BPS, B. P. S. (2023a). Ini Perkembangan Rasio Wirausaha Indonesia sampai 2023. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 12(15), 1–2. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/15/ini-perkembangan-rasio-wirausaha-indonesia-sampai-2023>

BPS, B. P. S. (2023b). Pertumbuhan Wirausaha di Indonesia Sampai 2023. *Databoks.Katadata.Co.Id*, 12(15), 8–9. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/12/15/ini-pertumbuhan-jumlah-wirausaha-di-indonesia-sampai-2023>

Hussain, B., Zafar Sheikh, A., & Fatima, T. (2022). Learning social entrepreneurship: Experiences of sociology students. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2032539>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Khansa, A. Z., Ayuningtyas, N., & Jumhur, A. A. (2020). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat dalam berwirausaha salon melalui efikasi diri. *Prosiding Konferensi Pendidikan Nasional*, 1(1), 6–9.

Kurnia, D., Kusnendi, K., & Furqon, C. (2018). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Wirausaha. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 6(2), 48–56. <https://doi.org/10.24127/pro.v6i2.1690>

Kwan, M. C. (2023). Strategi Rebranding Pada Maklon Sebagai Bentuk Jasa Produksi Dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Ekuitas Merek Pada Perusahaan Kosmetik Di Indonesia. *E-Journal Naureen Digiton*, 01(03), 515–522. <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/mj>

Laia, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan terhadap Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Nias Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 5(2), 213–221. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/jim>

Nawiyah, N., Kaemong, R. C., Ilham, M. A., & Muhammad, F. (2023). Penyebab Pengaruhnya Pertumbuhan Pasar Indonesia Terhadap Produk Skin Care Lokal Pada Tahun 2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(12), 1390–1396. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i12.1060>

Oei, A., Sendow, G. M., & Rudie Y. Lumantow. (2022). Pengaruh Motivasi dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 1007–1017.

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Lumajang Jawa Timur: Widyagama Pres*. Bandung: Alfabeta.

Peng, H., Chang, Y., & Liu, Y. (2023). Risk preference, prior experience, and serial entrepreneurship performance: evidence from China. *Asia Pacific Business Review*, 29(3), 613–631. <https://doi.org/10.1080/13602381.2021.2012987>

Permatasari, A. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. In *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. <https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1288>

Purwaningsih, D., Karlina, E., & Tukiran, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Research and Development Journal of Education*, 9(2), 1194–1199. <https://doi.org/10.30998/rdje.v9i2.20789>

Putro, P. U. W. (2021). Peran Moderasi Passion Antara Efikasi Diri Dan Inovasi Terhadap Minat Wirausaha. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 15(2), 231–240. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v15i2.402>

Putry, N. A. C., Wardani, D. K., & Jati, D. P. (2020). Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 6(1), 14–24. <https://doi.org/10.29303/jseh.v6i1.71>

Rahman, H., Hasibuan, A. F., Syah, D. H., Sagala, G. H., & Prayogo, R. R. (2022). Intrapreneurship: As the outcome of entrepreneurship education among business students. *Cogent Education*, 9(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2022.2149004>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Ramadani, R. H., Rizal, S., & Mustofa, A. (2022). Pengaruh Konflik Kerja Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Hotel The Acacia Jakarta Selama Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Politeknik Negeri Jakarta*, 1(1), 1–10.

Rochmayanti, D., Diniarti, S. F., & Rahayuningsih, R. C. (2024). Pengaruh Risiko, dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa STIE Cendekia Bojonegoro. *Prosiding SEMANIS : Seminar Nasional Manajemen Bisnis*, 2(1), hlm. 27-33.

Sadikin, A., Akbar, I., Anantadjaya, S. P., Nawangwulan, I. M., & Jusman, I. A. (2023). The Effect of Risk Tolerance, Entrepreneurship Motivation and Self Efficacy on Entrepreneur Intention of University Students. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(3), 901–911. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i3.841>

Sari, N., Maisyarah Batubara, H., Yelnita, Y., Astuti, K., Anwar, K., & Evanita, S. (2023). Pengaruh Entrepreneurial Self Efficacy Dan Opportunity Recognition Terhadap Entrepreneurial Intention Dengan Entrepreneurialship Education Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus SMAN 1 Pantai Cermin). *Journal on Education*, 6(1), 6723–6735. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3900>

Sulastrri, A. N., & Erry, R. P. (2022). Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa. *Brainy: Jurnal Riset Mahasiswa*, 3(2), 43–50. <https://doi.org/10.23969/brainy.v3i2.66>

Supriyanto, R. G. E., Andayani, E., & Arsy, A. F. Al. (2019). Pengaruh Preferensi Risiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v4i1.3773>

Telaumbanua, R. (2023). Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Uniraya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 6(1), 143–152.

Wardani, D. K., & Wati, G. P. E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Preferensi Risiko Terhadap Niat Investasi Dengan Aplikasi Investasi Digital. *CURRENT: Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis Terkini*, 4(2), 218–228. <https://doi.org/10.31258/current.4.2.218-228>

Yulianti, M. (2020). Analisis Peran Keahlian Akuntansi, Literasi Baru, Dengan Pemanfaatan Sistem E- Learning Sebagai Variabel Moderating Dalam Mendorong Kesiapan Kerja Calon Akuntan Di Era Disruptif Teknologi Digital Dan Pandemi Covid-19. *Tesis Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang*, 1–120.

Yulianti, S., & Gampito. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa Jurusan Pemasaran Smk Negeri 1 Payakumbuh. *Jurnal Tamwil: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 118–126.

Yunia, P. S., Khanifiana, R., & Faizah, C. N. (2021). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Dan Preferensi Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa Febi Iain Pekalongan Di Pasar Modal Syariah. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 1(2), 54–62. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i2.10866>

Yuritanto, & Armansyah. (2021). Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa STIE Pembangunan Tanjungpinang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(12), 2669–2676.

