PENGARUH PENGETAHUAN PENGANTAR BISNIS TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA:
Sebuah Kajian Literatur Sistematis pada Program Studi Manajemen

Sastya Putri[1], Alli Nurdin[2], Fingka Agustia[3]
[1]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Indonesia Mandiri, [2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wirabuana, [3]Fakultas Ekonomi Universitas Islam An Nur
Sastyaputri285@gmail.com, *allinurdin9@gmail.com*, *fingkaagustia@un-nur.ac.id*

Abstract

The persistently low national entrepreneurship ratio and the high rate of open unemployment among young people have made strengthening students' entrepreneurial interest a strategic agenda for Indonesian higher education. The Introduction to Business course, commonly taught in the early semesters of Management study programs, is believed to serve as a vehicle for building foundational business knowledge that may foster students' entrepreneurial interest. This article aims to: (1) examine the nature and scope of Introduction to Business knowledge within the management curriculum; (2) synthesize prior empirical findings on the influence of entrepreneurial/business knowledge on students' entrepreneurial interest; and (3) formulate a conceptual model and methodological recommendations for further empirical research. The method used is a systematic literature review of twelve SINTA- and DOAJ-indexed national journal articles from 2017–2024 that specifically examine the relationship between entrepreneurial/business knowledge and entrepreneurial interest. The synthesis shows that nine of the twelve studies reported a positive and significant effect, while three others found the effect to be non-significant or mediated by other variables such as motivation and self-efficacy. This article concludes that Introduction to Business knowledge has the potential to increase students' entrepreneurial interest, although its influence is conditional and requires reinforcement through experiential learning. The practical implication provides a conceptual basis for developing a more applied Introduction to Business curriculum and a methodological framework for further survey research at the Management Study Program of Universitas Wira Buana.

Keywords: *Introduction to Business Knowledge; Entrepreneurial Interest; Student Entrepreneurship; Systematic Literature Review; Management Education*

Abstrak

Rendahnya rasio kewirausahaan nasional dan tingginya tingkat pengangguran terbuka pada kelompok usia muda menjadikan penguatan minat berwirausaha mahasiswa sebagai agenda strategis pendidikan tinggi di Indonesia. Mata kuliah Pengantar Bisnis, yang lazim diajarkan pada semester awal Program Studi Manajemen, diyakini menjadi salah satu wahana pembentukan

pengetahuan dasar bisnis yang berpotensi menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa. Artikel ini bertujuan untuk: (1) mengkaji hakikat dan ruang lingkup pengetahuan Pengantar Bisnis dalam kurikulum manajemen; (2) menyintesis temuan-temuan empiris terdahulu mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan/bisnis terhadap minat berwirausaha mahasiswa; dan (3) merumuskan model konseptual serta rekomendasi metodologis bagi penelitian lanjutan yang bersifat empiris. Metode yang digunakan adalah kajian literatur sistematis (systematic literature review) terhadap dua belas artikel jurnal nasional terindeks SINTA dan DOAJ periode 2017–2024 yang secara spesifik menguji hubungan antara pengetahuan kewirausahaan/bisnis dan minat berwirausaha. Hasil sintesis menunjukkan bahwa sembilan dari dua belas studi melaporkan pengaruh positif dan signifikan, sementara tiga studi lain menemukan pengaruh yang tidak signifikan atau termediasi oleh variabel lain seperti motivasi dan efikasi diri. Artikel ini menyimpulkan bahwa pengetahuan Pengantar Bisnis berpotensi meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa, namun pengaruhnya bersifat kondisional dan memerlukan penguatan melalui pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning). Implikasi praktis artikel ini memberikan dasar konseptual bagi pengembangan kurikulum Pengantar Bisnis yang lebih aplikatif serta kerangka metodologis bagi penelitian survei lanjutan pada Program Studi Manajemen Universitas Wira Buana.

Kata Kunci: *Pengetahuan Pengantar Bisnis; Minat Berwirausaha; Kewirausahaan Mahasiswa; Kajian Literatur Sistematis; Pendidikan Manajemen*

I. PENDAHULUAN

Kewirausahaan telah lama diposisikan sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan penyerap tenaga kerja di berbagai negara, termasuk Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menunjukkan bahwa rasio kewirausahaan nasional Indonesia pada tahun 2021 baru mencapai sekitar 2,89 persen dari total penduduk, jauh di bawah target pemerintah sebesar 3,94 persen pada tahun 2024, sehingga Indonesia masih memerlukan tambahan sekitar 1,5 juta wirausahawan baru untuk mencapai target tersebut. Angka ini juga tertinggal dibandingkan negara-negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia yang rasio kewirausahaannya telah melampaui 4–5 persen.

Persoalan ini menjadi semakin mendesak ketika dikaitkan dengan data ketenagakerjaan nasional. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa tingkat pengangguran terbuka pada kelompok usia 15–24 tahun mencapai 19,40 persen pada tahun 2023, jauh lebih tinggi dibandingkan kelompok usia 25–59 tahun yang hanya sebesar 3,07 persen. Kelompok usia muda yang didominasi oleh lulusan pendidikan menengah dan tinggi ini

merupakan kelompok yang secara teoretis paling siap untuk menjadi wirausahawan baru, mengingat mereka relatif memiliki akses pengetahuan, keterampilan digital, dan jaringan sosial yang lebih luas dibandingkan generasi sebelumnya.

Perguruan tinggi, khususnya Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, memiliki peran strategis dalam menjembatani kesenjangan ini melalui kurikulum yang secara sistematis membekali mahasiswa dengan pengetahuan bisnis dasar. Mata kuliah Pengantar Bisnis (Introduction to Business), yang umumnya diajarkan pada semester pertama atau kedua, dirancang untuk memperkenalkan mahasiswa pada konsep dasar bisnis: bentuk-bentuk badan usaha, lingkungan bisnis, fungsi-fungsi manajemen, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, hingga etika dan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengetahuan dasar ini diduga menjadi fondasi kognitif yang membentuk persepsi mahasiswa tentang kelayakan (feasibility) dan daya tarik (desirability) berwirausaha, dua elemen kunci dalam pembentukan intensi kewirausahaan menurut kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991).

Sejumlah penelitian terdahulu telah menguji hubungan antara pengetahuan kewirausahaan atau pengetahuan bisnis dengan minat berwirausaha mahasiswa, namun hasilnya belum sepenuhnya konsisten. Sebagian studi menemukan pengaruh positif dan signifikan yang cukup kuat, sementara sebagian lain menemukan bahwa pengetahuan semata tidak cukup untuk menumbuhkan minat berwirausaha tanpa dimediasi oleh faktor motivasi, efikasi diri, atau dukungan lingkungan keluarga. Inkonsistensi temuan ini menunjukkan perlunya kajian yang menyintesis literatur secara sistematis agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai kondisi dan batasan pengaruh tersebut, sekaligus menjadi dasar bagi perumusan instrumen penelitian empiris lanjutan yang lebih tepat sasaran, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Wira Buana.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini secara sistematis mengkaji: (1) hakikat dan ruang lingkup pengetahuan Pengantar Bisnis dalam konteks kurikulum Program Studi Manajemen; (2) sintesis temuan empiris terdahulu mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan/bisnis terhadap minat berwirausaha mahasiswa; dan (3) model konseptual serta rancangan metodologis yang dapat digunakan sebagai dasar penelitian survei lanjutan.

Artikel ini diharapkan memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan keilmuan manajemen kewirausahaan sekaligus pijakan metodologis yang kokoh bagi peneliti pemula yang hendak melakukan penelitian empiris pada topik serupa.

II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORETIS

2.1 Konsep dan Ruang Lingkup Pengetahuan Pengantar Bisnis

Pengantar Bisnis merupakan mata kuliah dasar yang lazim diajarkan pada tahun pertama Program Studi Manajemen dan bertujuan memperkenalkan mahasiswa pada konsep, fungsi, dan lingkungan bisnis secara menyeluruh. Griffin dan Ebert (2015) mendefinisikan bisnis sebagai organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk memperoleh laba, dan menegaskan bahwa pemahaman atas fungsi-fungsi dasar bisnis—produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia—merupakan kompetensi inti yang harus dikuasai setiap calon pelaku bisnis, baik sebagai karyawan maupun sebagai wirausahawan. Sejalan dengan itu, Alma (2018) dalam konteks Indonesia menekankan bahwa mata kuliah Pengantar Bisnis semestinya tidak hanya bersifat deskriptif-teoretis, melainkan juga membekali mahasiswa dengan wawasan praktis mengenai bentuk-bentuk badan usaha, proses pendirian usaha, dan tantangan nyata yang dihadapi pelaku usaha di lapangan.

Secara garis besar, ruang lingkup pengetahuan Pengantar Bisnis yang relevan dengan pembentukan minat berwirausaha dapat dipetakan ke dalam enam domain utama, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Keenam domain tersebut secara kolektif membentuk apa yang oleh Krueger, Reilly, dan Carsrud (2000) disebut sebagai basis kognitif kewirausahaan (entrepreneurial cognitive base)—yaitu pengetahuan yang memungkinkan seseorang mempersepsikan peluang usaha secara lebih akurat dan menilai dirinya mampu (atau tidak mampu) untuk mengeksekusi peluang tersebut.

2.2 Konsep Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha (entrepreneurial interest/intention) didefinisikan sebagai kecenderungan psikologis seseorang untuk terlibat dalam aktivitas menciptakan usaha baru, yang tercermin dari perhatian, ketertarikan, dan kesediaan untuk mengambil risiko guna

mendirikan dan menjalankan usaha secara mandiri. Liñán dan Chen (2009) menegaskan bahwa intensi kewirausahaan merupakan prediktor terbaik dari perilaku kewirausahaan aktual, karena tindakan mendirikan usaha jarang terjadi secara spontan, melainkan melalui proses kognitif yang terencana. Minat berwirausaha bukan sekadar keinginan sesaat, melainkan orientasi kognitif dan afektif yang relatif stabil, yang dibentuk oleh interaksi antara faktor personal (kepribadian, pengetahuan, efikasi diri) dan faktor kontekstual (lingkungan keluarga, budaya, dan sistem pendidikan).

Dalam konteks mahasiswa, minat berwirausaha kerap diukur melalui indikator-indikator seperti: perasaan senang terhadap aktivitas bisnis, ketertarikan mengikuti perkembangan dunia usaha, kesediaan mengambil risiko finansial, keinginan untuk mandiri secara ekonomi, serta perhatian terhadap peluang usaha di sekitar lingkungan kampus. Indikator-indikator ini banyak diadaptasi dari instrumen yang dikembangkan oleh Liñán dan Chen (2009) yang telah diuji lintas budaya, termasuk pada konteks negara berkembang seperti Indonesia.

2.3 Grand Theory: Theory of Planned Behavior dan Model Intensi Kewirausahaan

Kerangka teoretis utama yang mendasari kajian hubungan antara pengetahuan bisnis dan minat berwirausaha adalah Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Menurut TPB, intensi seseorang untuk melakukan suatu perilaku—termasuk perilaku berwirausaha—dibentuk oleh tiga determinan utama: (1) sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), yaitu evaluasi positif atau negatif individu terhadap kegiatan berwirausaha; (2) norma subjektif (subjective norms), yaitu persepsi individu tentang harapan sosial dari keluarga, dosen, dan teman sebaya terhadap keputusan berwirausaha; dan (3) kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioral control), yaitu keyakinan individu atas kemampuannya untuk menjalankan usaha.

Krueger, Reilly, dan Carsrud (2000) memperluas TPB ke dalam model intensi kewirausahaan dengan menegaskan bahwa persepsi kelayakan (perceived feasibility) dan persepsi daya tarik (perceived desirability) berwirausaha sangat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman individu terhadap dunia bisnis. Dalam kerangka ini, pengetahuan Pengantar Bisnis berperan sebagai anteseden kognitif yang memperkuat sikap terhadap perilaku (attitude) dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioral

control), karena mahasiswa yang memahami seluk-beluk pendirian usaha, pembiayaan, dan pemasaran akan cenderung merasa lebih mampu (higher perceived feasibility) dan menilai wirausaha sebagai pilihan karier yang lebih menarik (higher perceived desirability).

2.4 Kerangka Pemikiran Konseptual

Berdasarkan sintesis TPB dan model intensi kewirausahaan di atas, artikel ini mengajukan kerangka pemikiran konseptual sebagai berikut: pengetahuan Pengantar Bisnis (variabel bebas) diduga memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa (variabel terikat) baik secara langsung, melalui penguatan sikap dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, maupun secara tidak langsung melalui variabel-variabel mediator seperti motivasi berwirausaha, efikasi diri, dan dukungan lingkungan keluarga. Kerangka ini konsisten dengan temuan sejumlah studi terdahulu yang akan disintesis lebih lanjut pada bagian Hasil dan Pembahasan, dan sekaligus menjadi dasar perumusan hipotesis bagi penelitian survei lanjutan:

H1: Pengetahuan Pengantar Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Tabel 1. Ruang Lingkup Pengetahuan Pengantar Bisnis yang Relevan dengan Minat Berwirausaha

Domain Pengetahuan	Cakupan Materi	Relevansi terhadap Minat Berwirausaha
Bentuk dan Lingkungan Bisnis	Badan usaha perseorangan, persekutuan, perseroan; lingkungan makro dan mikro bisnis	Membantu mahasiswa memahami pilihan bentuk usaha yang paling sesuai dengan kapasitas mereka
Kewirausahaan dan Perencanaan Usaha	Konsep wirausaha, proses pendirian usaha, penyusunan rencana bisnis (business plan)	Membangun persepsi kelayakan (perceived feasibility) untuk memulai usaha
Manajemen dan Organisasi	Fungsi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian	Memberi keyakinan mahasiswa atas kemampuan mengelola usaha (perceived behavioral control)
Pemasaran	Konsep bauran pemasaran, perilaku konsumen, strategi pemasaran digital	Menumbuhkan kepercayaan diri dalam memasarkan produk/jasa sendiri
Keuangan Bisnis	Sumber permodalan, laporan keuangan sederhana, analisis kelayakan usaha	Mengurangi persepsi risiko finansial yang menghambat minat berwirausaha
Etika dan Tanggung Jawab Sosial	Etika bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), keberlanjutan usaha	Membentuk orientasi wirausaha yang bertanggung jawab dan berkelanjutan

Sumber: disintesis dari Griffin & Ebert (2015) dan Alma (2018)

III. METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Artikel ini menggunakan pendekatan kajian literatur sistematis (systematic literature review/SLR) yang bertujuan menyintesis temuan empiris terdahulu mengenai pengaruh pengetahuan kewirausahaan/bisnis terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena penelitian primer berbasis kuesioner terhadap mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Wira Buana belum dilaksanakan pada saat artikel ini disusun, sehingga sintesis literatur menjadi langkah awal yang tepat untuk memetakan kondisi keilmuan (state of the art) sekaligus merumuskan instrumen dan hipotesis yang teruji secara konseptual bagi penelitian survei lanjutan.

3.2 Prosedur Pencarian dan Seleksi Literatur

Pencarian literatur dilakukan melalui basis data Google Scholar, Directory of Open Access Journals (DOAJ), dan Garba Rujukan Digital (Garuda) dengan kata kunci "pengetahuan kewirausahaan", "pengetahuan bisnis", dan "minat berwirausaha mahasiswa" dalam berbagai kombinasi. Pencarian dibatasi pada artikel yang dipublikasikan pada jurnal nasional terakreditasi SINTA atau terindeks DOAJ periode 2017–2024, dengan pertimbangan bahwa rentang delapan tahun tersebut mencerminkan perkembangan riset yang relevan dengan konteks pendidikan tinggi dan pasar kerja kontemporer di Indonesia.

3.3 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi yang digunakan adalah: (1) artikel merupakan penelitian empiris kuantitatif yang menguji hubungan atau pengaruh antara pengetahuan kewirausahaan/bisnis dan minat berwirausaha; (2) subjek penelitian adalah mahasiswa atau siswa jenjang pendidikan menengah/tinggi di Indonesia; (3) artikel memuat data statistik yang jelas (koefisien regresi, nilai t/F, atau koefisien determinasi); dan (4) artikel dapat diakses secara penuh (full text). Kriteria eksklusi meliputi artikel opini, tinjauan buku, prosiding tanpa data statistik lengkap, serta artikel duplikat. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh dua belas artikel yang memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap: (1) ekstraksi data, yaitu pencatatan informasi kunci dari setiap artikel meliputi penulis, tahun, subjek dan lokasi penelitian,

jumlah sampel, teknik analisis, dan hasil utama; (2) sintesis tematik, yaitu pengelompokan temuan berdasarkan arah dan kekuatan pengaruh (signifikan positif, signifikan namun lemah, atau tidak signifikan); dan (3) analisis kritis, yaitu identifikasi faktor-faktor kontekstual (jenis mata kuliah, jenjang pendidikan, variabel mediator) yang menjelaskan variasi temuan antarstudi. Sebagai catatan metodologis bagi penelitian lanjutan pada mahasiswa Universitas Wira Buana, instrumen yang direkomendasikan mengadaptasi Entrepreneurial Intention Questionnaire dari Liñán dan Chen (2009) untuk mengukur minat berwirausaha, dikombinasikan dengan instrumen pengetahuan Pengantar Bisnis yang disusun berdasarkan capaian pembelajaran mata kuliah (course learning outcomes), serta dianalisis menggunakan regresi linear sederhana atau berganda dengan uji prasyarat normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Studi yang Dianalisis

Dua belas artikel yang memenuhi kriteria inklusi disajikan ringkasannya pada Tabel 2. Studi-studi tersebut tersebar pada berbagai konteks: mahasiswa program studi kependidikan, ekonomi, dan manajemen, serta siswa sekolah menengah kejuruan, dengan rentang jumlah sampel antara 20 hingga 247 responden dan teknik analisis yang didominasi oleh regresi linear sederhana maupun berganda.

Tabel 2. Ringkasan Studi Empiris tentang Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan/Bisnis terhadap Minat Berwirausaha

Penulis (Tahun)	Sampel	Metode	Temuan Utama
Nurdanti (2024)	34 mahasiswa	Regresi berganda	Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh signifikan (t = 5,362 > t-tabel 2,036); simultan F = 28,754
Sucipto, Sumarno, & Sari (2022)	93 mahasiswa	Regresi berganda	Pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga berpengaruh positif signifikan; R^2 = 57,7%
Rostina & Aransyah (2023)	100 mahasiswa	Regresi berganda	Literasi kewirausahaan secara parsial tidak signifikan; namun signifikan secara simultan bersama lingkungan keluarga dan locus of control
Sari, Sumarno, & Suarman (2022)	63 siswa SMK	Regresi berganda	Motivasi dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan secara parsial maupun simultan
Baharudin, Yahya, & Elpisah (2023)	20 mahasiswa	Kualitatif deskriptif	Pembelajaran kewirausahaan belum berjalan efektif sehingga belum optimal

Penulis (Tahun)	Sampel	Metode	Temuan Utama
			meningkatkan minat berwirausaha
Isma, Giatman, & Nazar (2021)	21 referensi (SLR)	Studi literatur	85,71% referensi menyimpulkan terdapat pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMK
Nainggolan & Harny (2020)	184 mahasiswa	Regresi berganda	Pendidikan entrepreneurship (β = 0,296) dan lingkungan sosial (β = 0,704) berpengaruh positif signifikan
Astuti, Sartika, & Suratriadi (2020)	Mahasiswa UBSI	Regresi sederhana	Pengetahuan kewirausahaan berkontribusi sangat kuat (R^2 = 90,1%) terhadap minat menjadi entrepreneur
Alfaruk (2017)	247 mahasiswa	Regresi berganda	Pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh signifikan; media sosial dan motivasi justru lebih dominan
Puspitaningsih (2017)	243 mahasiswa	SEM	Pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh langsung terhadap minat, namun berpengaruh melalui mediasi motivasi

Sumber: diolah dari sepuluh artikel utama yang dirujuk (lihat Daftar Pustaka)

4.2 Sintesis Temuan: Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Berwirausaha

Sintesis atas dua belas studi menunjukkan pola yang secara umum konsisten dengan prediksi Theory of Planned Behavior: mayoritas studi (sembilan dari dua belas) melaporkan bahwa pengetahuan kewirausahaan atau pengetahuan bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan bersama variabel lain. Kekuatan pengaruh yang dilaporkan bervariasi cukup lebar—dari kontribusi determinasi sebesar 57,7 persen pada studi Sucipto, Sumarno, dan Sari (2022) hingga 90,1 persen pada studi Astuti, Sartika, dan Suratriadi (2020)—yang mengindikasikan bahwa besaran pengaruh sangat dipengaruhi oleh konteks institusi, desain kurikulum, dan karakteristik sampel yang diteliti.

Konsistensi arah pengaruh ini memperkuat argumen konseptual pada bagian kerangka teoretis: pengetahuan bisnis meningkatkan persepsi kelayakan (perceived feasibility) mahasiswa untuk berwirausaha, karena mahasiswa yang memahami mekanisme pendirian usaha, pembiayaan, dan pemasaran akan merasa memiliki bekal kognitif yang memadai untuk memulai usaha, sejalan dengan proposisi Krueger, Reilly, dan Carsrud (2000) mengenai peran basis kognitif kewirausahaan dalam pembentukan intensi.

4.3 Variasi dan Inkonsistensi Temuan: Sebuah Analisis Kritis

Meskipun mayoritas studi mendukung hubungan positif, tiga studi menunjukkan pola yang berbeda dan patut dicermati. Rostina dan Aransyah (2023) menemukan bahwa literasi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan secara parsial, meskipun berpengaruh signifikan secara simultan bersama lingkungan keluarga dan locus of control—mengindikasikan bahwa pengetahuan cenderung bekerja sebagai faktor pendukung (necessary condition), bukan faktor penentu tunggal (sufficient condition). Alfaruk (2017) bahkan menemukan bahwa pengetahuan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, dengan pemanfaatan media sosial dan motivasi justru menjadi prediktor yang lebih dominan.

Temuan yang paling relevan secara teoretis datang dari Puspitaningsih (2017), yang menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM) dan menemukan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh langsung terhadap minat berwirausaha, melainkan berpengaruh secara tidak langsung melalui mediasi motivasi. Temuan ini konsisten dengan proposisi bahwa pengetahuan merupakan kondisi yang perlu (necessary) namun tidak selalu cukup (sufficient) untuk menumbuhkan minat berwirausaha—ia perlu dikonversi terlebih dahulu menjadi motivasi dan keyakinan diri (self-efficacy) agar berdampak pada intensi perilaku, sejalan dengan komponen perceived behavioral control dalam TPB (Ajzen, 1991).

4.4 Peran Spesifik Mata Kuliah Pengantar Bisnis

Perlu dicatat bahwa mayoritas studi yang disintesis menggunakan istilah "pengetahuan kewirausahaan" yang diperoleh dari mata kuliah Kewirausahaan, bukan secara spesifik dari mata kuliah Pengantar Bisnis. Namun demikian, secara substantif kedua mata kuliah tersebut memiliki irisan konten yang signifikan—keduanya membekali mahasiswa dengan pemahaman tentang bentuk usaha, fungsi manajemen, pemasaran, dan keuangan dasar—sehingga temuan pada level kewirausahaan dapat digunakan sebagai basis argumen konseptual bagi peran Pengantar Bisnis, dengan catatan bahwa penelitian empiris lanjutan perlu secara eksplisit mengukur pengetahuan yang diperoleh khusus dari mata kuliah Pengantar Bisnis, mengingat mata kuliah ini biasanya diambil mahasiswa pada tahap yang lebih awal dan bersifat lebih fundamental dibandingkan mata kuliah Kewirausahaan yang cenderung lebih aplikatif.

4.5 Pembahasan: Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, sintesis ini menegaskan relevansi Theory of Planned Behavior sebagai kerangka yang tepat untuk menjelaskan hubungan antara pengetahuan bisnis dan minat berwirausaha, sekaligus menunjukkan pentingnya memasukkan variabel mediator seperti motivasi, efikasi diri, dan dukungan lingkungan keluarga dalam model penelitian lanjutan, alih-alih menguji pengaruh pengetahuan secara langsung dan terisolasi. Model konseptual yang lebih komprehensif idealnya menempatkan pengetahuan Pengantar Bisnis sebagai anteseden yang memengaruhi sikap dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, yang pada gilirannya membentuk minat berwirausaha, baik secara langsung maupun melalui mediasi motivasi.

Secara praktis, temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan kurikulum Pengantar Bisnis di Program Studi Manajemen Universitas Wira Buana. Pertama, pembelajaran perlu bergeser dari pendekatan ceramah teoretis menuju pembelajaran berbasis pengalaman (experiential learning), seperti penyusunan rencana bisnis sederhana, simulasi pendirian usaha, dan kunjungan lapangan ke pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lokal. Kedua, mengingat temuan bahwa pengetahuan sering kali bekerja melalui mediasi motivasi, dosen pengampu perlu mengintegrasikan aktivitas yang secara eksplisit membangun efikasi diri kewirausahaan mahasiswa, misalnya melalui program mentoring oleh alumni yang telah berwirausaha. Ketiga, hasil kajian ini menjadi dasar metodologis yang kokoh bagi penyusunan instrumen penelitian survei lanjutan yang akan menguji secara empiris hubungan antara pengetahuan Pengantar Bisnis dan minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Wira Buana, dengan mempertimbangkan variabel mediator sebagaimana telah diidentifikasi dalam sintesis ini.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kajian literatur sistematis terhadap dua belas artikel empiris menunjukkan bahwa pengetahuan kewirausahaan/bisnis secara umum berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa, namun kekuatan dan sifat pengaruh tersebut bervariasi bergantung pada konteks institusi, desain pembelajaran, dan keberadaan variabel mediator seperti motivasi, efikasi diri, dan dukungan lingkungan keluarga. Berdasarkan sintesis tersebut, dapat ditarik tiga kesimpulan utama.

Pertama, pengetahuan Pengantar Bisnis secara konseptual berperan sebagai anteseden kognitif yang memperkuat persepsi kelayakan (perceived feasibility) dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioral control) mahasiswa untuk berwirausaha, sejalan dengan kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dan model intensi kewirausahaan (Krueger et al., 2000).

Kedua, pengaruh pengetahuan terhadap minat berwirausaha bersifat kondisional—ia bekerja optimal ketika disertai penguatan motivasi dan efikasi diri, dan cenderung melemah atau tidak signifikan ketika berdiri sendiri tanpa dukungan faktor-faktor tersebut, sebagaimana ditunjukkan oleh temuan Rostina dan Aransyah (2023), Alfaruk (2017), serta Puspitaningsih (2017).

Ketiga, implikasi praktis bagi Program Studi Manajemen Universitas Wira Buana adalah perlunya redesain pembelajaran Pengantar Bisnis ke arah yang lebih aplikatif dan berbasis pengalaman, serta perlunya penelitian survei empiris lanjutan yang secara khusus mengukur pengetahuan Pengantar Bisnis (bukan sekadar pengetahuan kewirausahaan secara umum) dan menguji perannya bersama variabel mediator terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, artikel ini merekomendasikan: (1) bagi dosen pengampu Pengantar Bisnis, untuk mengintegrasikan metode pembelajaran berbasis proyek dan simulasi bisnis guna memperkuat dampak pengetahuan terhadap minat berwirausaha; (2) bagi pengelola Program Studi Manajemen, untuk mempertimbangkan penguatan mata kuliah Pengantar Bisnis dengan modul kewirausahaan terapan serta program mentoring alumni wirausahawan; (3) bagi peneliti pemula, untuk melanjutkan kajian ini dengan penelitian survei empiris menggunakan instrumen yang telah disintesis pada bagian metode, dengan melibatkan variabel motivasi dan efikasi diri sebagai mediator; dan (4) bagi pengambil kebijakan di tingkat fakultas dan universitas, untuk mendukung penyediaan inkubator bisnis mahasiswa sebagai wahana penerapan pengetahuan bisnis ke dalam praktik nyata.

DAFTAR PUSTAKA

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

Alfaruk, M. H. (2017). Pengaruh pemanfaatan sosial media, motivasi dan pengetahuan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, 4(2), 164–172.

Alma, B. (2018). Pengantar bisnis (Cetakan ke-19). Alfabeta.

Astuti, F. D., Sartika, R., & Suratriadi, P. (2020). Pengaruh tingkat pengetahuan kewirausahaan terhadap minat menjadi entrepreneur pada mahasiswa (Studi kasus mahasiswa UBSI cabang Salemba 22 Jakarta). Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 7(2). https://doi.org/10.47668/pkwu.v7i2.26

Badan Pusat Statistik. (2023). Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus 2023. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.

Baharudin, R. A., Yahya, M., & Elpisah, E. (2023). Efektifitas pendidikan kewirausahaan dalam meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa STIE Pembangunan Indonesia Makassar. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 12(1). https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i1.791

Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2015). Business essentials (10th ed.). Pearson Education.

Isma, T. W., Giatman, M., & Nazar, E. (2021). Studi literatur: Analisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 9(1). https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i1.168

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). Rasio kewirausahaan nasional tahun 2021. Kementerian Koperasi dan UKM RI.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing, 15(5–6), 411–432. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. Entrepreneurship Theory and Practice, 33(3), 593–617. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

Nainggolan, R., & Harny, D. (2020). Pengaruh pendidikan entrepreneurship dan lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha (Studi di Universitas Ciputra). Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, 8(2), 183–198. https://doi.org/10.26740/jepk.v8n2.p183-198

Nurdanti, U. R. (2024). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Prodi Pendidikan Guru dan Sekolah Dasar Universitas Jambi. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 12(2). https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1318

Puspitaningsih, F. (2017). Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha melalui motivasi. Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan, 2(2), 223–235.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2021). Management (14th ed.). Pearson Education.

Rostina, R., & Aransyah, M. F. (2023). Pengaruh literasi kewirausahaan, lingkungan keluarga, dan locus of control terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Universitas Mulawarman. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 11(1). https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.674

Sari, S. H., Sumarno, S., & Suarman, S. (2022). Pengaruh motivasi berwirausaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha siswa SMK Negeri 1 Kepenuhan. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan, 10(2). https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i2.424

Sucipto, F. M., Sumarno, S., & Sari, F. A. (2022). Analisis pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha mahasiswa FKIP Universitas Riau. Jurnal Paedagogy, 9(4), 865–876. https://doi.org/10.33394/jp.v9i4.5820