

IMPLEMENTASI NILAI-NILAI PANCASILA PADA MINAT WIRAUSAHA: STUDI KASUS KNPI KOTA SEMARANG

Ahmad Zaenal Arifin¹ & Deden Dinar Iskandar²

Universitas Diponegoro^{1,2}

E-mail: kevin.filsafat@gmail.com¹

ABSTRACT

Pancasila is the foundational philosophy of the Indonesian nation. The implementation of Pancasila values in entrepreneurship will encourage new entrepreneurs to grow up aligned with Indonesian culture which embeds a populist economy characteristic. The existence of Pancasila entrepreneurship in the form of a populist economy can encourage the creation of new jobs, and therefore, it could be a solution to reduce unemployment. This study aims to see the extent to which the understanding of Pancasila's values can affect entrepreneurial interest among young people, represented by Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI). This research uses a quantitative method with Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) analysis. After distributing questionnaires to 91 KNPI administrators and conducting data using Smart PLS3, it is found that the Perceived Implementation of Pancasila influences Attitude, Attitude influences Entrepreneurial Intention, and Entrepreneurial Intention influences Entrepreneurial Action. Besides, the Access variable also influences Entrepreneurial Action.

Keywords: Pancasila, Pancasila entrepreneurship, Theory Planned Behavior

ABSTRAK

Pancasila merupakan dasar negara bagi bangsa Indonesia. Penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kewirausahaan akan mendorong wirausaha baru tumbuh sesuai dengan budaya yang berkembang di Indonesia, yakni sebagai ekonomi kerakyatan yang berciri khas Indonesia. Keberadaan kewirausahaan Pancasila dalam bentuk ekonomi kerakyatan dapat mendorong terciptanya lapangan pekerjaan baru sehingga dapat menjadi solusi dalam mengurangi pengangguran. Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat sejauh mana pemahaman akan nilai-nilai Pancasila dapat mempengaruhi minat wirausaha di kalangan pemuda, yang diwakili oleh Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI). Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif dengan analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Setelah melakukan penyebaran kuesioner kepada 91 pengurus KNPI dan melakukan olah data menggunakan software Smart PLS3 diperoleh temuan bahwa Perceived Implementation of Pancasila mempengaruhi Attitude, Attitude mempengaruhi Entrepreneurial Intention, dan Entrepreneurial Intention mempengaruhi Entrepreneurial Action. Di samping itu, variabel Access juga mempengaruhi Entrepreneurial Action.

Kata kunci: Pancasila, kewirausahaan Pancasila, Theory Planned Behavior

PENDAHULUAN

Perkembangan tingkat pengangguran di Indonesia mengalami pergerakan yang fluktuatif apabila dilihat pada data Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia tahun 1986-2018 yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistika (BPS). Hal ini berarti bahwa angka pengangguran di Indonesia mengalami kenaikan dan penurunan pada tahun tertentu. Angka pengangguran tertinggi terjadi di tahun 2005 sebesar 11.24% dan angka pengangguran terendah sebesar 2.62% pada tahun 1987 dan tahun 1991.

Badan Pusat Statistik (BPS) mempublikasikan bahwa terjadi kenaikan Tingkat Peangguran Terbuka (TPT) Pemuda sebesar 0.043% pada tahun 2016 yaitu 13,44% menjadi 14.02% di tahun 2017. Apabila ditarik garis lurus dari tahun 2011 hingga tahun 2017, angka TPT Pemuda memiliki *trend* yang positif. Hal tersebut berarti bahwa, pengangguran pemuda di Indonesia yaitu khususnya pemuda yang berusia 15-30 tahun secara umum terus mengalami peningkatan dalam kurun waktu tahun 2011 hingga tahun 2017.

Menurut Wibowo (2015), tingginya angka pengangguran di tahun 2015 merupakan akibat dari menurunnya perekonomian Indonesia sejak tahun 2014. Pada saat itu banyak perusahaan yang mulai melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) sehingga angka pengangguran di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 0.04%. Kondisi kenaikan pengangguran sebagai akibat dari PHK tersebut menandakan bahwa Indonesia dibangun oleh usaha-usaha besar yang rentan akan krisis. Perusahaan besar pada umumnya menggunakan modal yang bersumber dari pinjaman sehingga akan mudah terpengaruh oleh berbagai kebijakan pasar yang berakibat pada naik turunnya suku bunga bank serta kurs rupiah terhadap dollar AS (Wibowo, 2015).

Gambaran gejolak ekonomi di tahun 2014 dan tahun 2015 merupakan salah satu contoh akibat dari penerapan liberalisasi ekonomi. Mubyarto (2004) mengatakan bahwa pembangunan nasional harus dilaksanakan dalam bingkai budaya Indonesia, sehingga seharusnya tidak mengacu pada sistem pembangunan bangsa lain seperti sistem ekonomi liberal. Sistem ekonomi Indonesia merupakan ekonomi Pancasila, yaitu didasarkan pada nilai-nilai budaya dan ideologi bangsa Indonesia (Mubyarto, 2004). Sudah saaatnya Indonesia mampu menumbuhkan ekonomi yang kuat dengan memberdayakan ekonomi kerakyatan yakni ekonomi Pancasila yang sudah terbukti bertahan dari krisis ekonomi (Wibowo, 2015).

Penerapan sistem ekonomi Pancasila cukup sulit dilaksanakan karena sistem ekonomi liberal sudah mengakar di kalangan masyarakat Indonesia, sehingga pada akhirnya perilaku berekonomi masyarakat tidak sesuai dengan nilai-nilai Pancasila. Penghapusan kewajiban melaksanakan penataran P4 yaitu Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila di sekolah dan di masyarakat merupakan langkah kekeliruan kolektif yang berakibat pada ketidaksesuaian karakter dan perilaku masyarakat Indonesia dengan nilai-nilai Pancasila (Suroso, 2003). Menurut (Ajzen, 2005) perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari dapat dilihat melalui sikap terhadap suatu perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif mengenai suatu perilaku (*subjective norms*), dan kontrol

perilaku persepsi (*perceived behavioral control*). Pendekatan perilaku yang dikemukakan Ajzen (2005) dikenal dengan istilah *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Paparan di atas mengantarkan penelitian ini pada sebuah benang merah bahwa implementasi nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan berekonomi secara lebih spesifik dalam berwirausaha perlu dilakukan untuk menyelamatkan perekonomian nasional yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia, sehingga menyebabkan krisis. Proses dalam implementasi Pancasila pada kegiatan ekonomi masyarakat salah satunya dapat dilakukan dengan melaksanakan studi atau penelitian mengenai hal tersebut yang dikaitkan dengan aspek perilaku karena nilai-nilai Pancasila berkaitan dengan perilaku, karakter dan moral.

Penelitian serupa mengenai nilai-nilai Pancasila yang dikaitkan dengan perilaku ekonomi telah dilakukan oleh Puspasari (2012), Sutiany *et al* (2013) dan Wibowo (2015). Adapun penelitian serupa mengenai *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan minat wirausaha telah dilakukan di antaranya oleh Ferreira *et al* (2012), Koe *et al* (2012), Papzan *et al* (2013), Ambad & Damit (2015) dan Mat *et al* (2015).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian ini tidak hanya melihat pengaruh TPB terhadap minat wirausaha, namun juga melihat TPB sebagai variabel mediasi antara persepsi implementasi Pancasila terhadap minat wirausaha. Perbedaan lainnya terdapat dalam penggunaan variabel akses sebagai variabel yang mempengaruhi minat berwirausaha. Penggunaan variabel akses didasarkan atas salah satu kebutuhan dalam berwirausaha adalah memiliki akses atau kemampuan (Yuliawan & Ginting), yaitu akses modal, akses pasar, dan akses distribusi pasar. Penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan dengan menggunakan pendekatan yang berbeda dari penelitian dengan tema serupa.

Secara umum penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat sejauh mana pemahaman akan nilai-nilai Pancasila dapat mempengaruhi minat wirausaha di kalangan pemuda yang diwakili oleh KNPI. Kewirausahaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila tentunya berkenaan dengan semangat pembangunan dalam kesetaraan

ekonomi yang senantiasa berada dalam koridor jalan yang lurus dan berpedoman pada *Sang Illahi Robbi*. Adapun pemuda sebagai objek dari penelitian ini, dikarenakan pemuda adalah salah satu elemen yang memiliki potensi tinggi dalam menjalankan fungsi pembangunan, yaitu termasuk di dalamnya berwirausaha dengan semangat nilai-nilai Pancasila.

Adapun secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis pengaruh *perceived implementation of Pancasila* (persepsi implementasi Pancasila) terhadap *attitude* (perilaku); (2) Menganalisis pengaruh *perceived implementation of Pancasila* (persepsi implementasi Pancasila) terhadap *perceived behavioral control* (kontrol perilaku persepsi); (3) Menganalisis pengaruh *perceived implementation of Pancasila* (persepsi implementasi Pancasila) terhadap *social norm* (norma sosial); (4) Menganalisis pengaruh *attitude* (perilaku) terhadap *entrepreneurial intention* (minat wirausaha); (5) Menganalisis pengaruh *perceived behavioral control* (kontrol perilaku persepsi) terhadap *entrepreneurial intention* (minat wirausaha); (6) Menganalisis pengaruh *social norm* (norma sosial) terhadap *entrepreneurial intention* (minat wirausaha); (7) Menganalisis pengaruh *akses* terhadap *entrepreneurial intention* (minat wirausaha); (8) Menganalisis pengaruh *akses* terhadap *entrepreneurial action* (aksi/tindakan wirausaha); (9) Menganalisis pengaruh *entrepreneurial intention* (minat wirausaha) terhadap *entrepreneurial action* (aksi/tindakan untuk berwirausaha).

KERANGKA KONSEP

Pancasila

Pancasila yang memiliki lima sila pada dasarnya adalah suatu sistem filsafat. Sistem didefinisikan sebagai suatu unsur kesatuan dari beberapa komponen yang saling berkorelasi, saling bekerja sama untuk tercapainya suatu tujuan tertentu serta secara keseluruhan merupakan suatu kesatuan yang utuh (Kaelani, 2009: 66). Kaelani (2009:66) juga mengatakan bahwa *content* dari substansi Pancasila pada dasarnya merupakan suatu kesatuan. Adapun dasar filsafat negara Indonesia tidak lain ialah Pancasila itu

tersendiri; tersusun dari lima unsur sila yang masing-masingnya adalah suatu asas peradaban. Akan tetapi, sila-sila yang terdapat pada Pancasila tersebut secara bersama-sama merupakan suatu kesatuan dan keutuhan. Setiap sila merupakan komponen yang mutlak dari kesatuan Pancasila, maka dasar filsafat negara Pancasila merupakan suatu kesatuan yang bersifat majemuk tunggal, sehingga konsekuensinya, setiap sila tidak dapat berdiri sendiri dan terpisah dari sila yang lainnya.

Pancasila memiliki substansi susunan tersendiri, di mana substansi dari pada susunan Pancasila itu adalah *hierarkis* serta memiliki bentuk *pyramidal*. Pendefinisian matematika *pyramidal* ini digunakan sebagai suatu unsur untuk menjelaskan korelasi *hierarki* sila-sila dari Pancasila itu tersendiri, bersamaan dengan kandungan urut-urutannya yang cakupannya terbilang luas (kwantitas); pun juga dalam sifat-sifatnya (kualitas). Jika ditelisik berdasarkan intinya, urutan dari lima sila menggambarkan suatu rangkaian tingkat dalam luasnya dan isi sifatnya merupakan suatu pengkhususan tersendiri berdasarkan butiran sila-silanya. Apabila urutan lima sila dianggap memiliki makna dan maksud demikian, maka di antara lima sila itu terdapat korelasi yang saling mengikat antar satu dengan yang lainnya. Oleh karenanya, Pancasila adalah suatu kesatuan yang bulat. Pada dasarnya urutan-urutan tersebut dinilai dengan sesuatu yang tidak mutlak, maka Pancasila akan lebur terpecah menjadi tercerai-berai. Apabila setiap sila-sila tersebut dapat dimaknai dalam beberapa interpretasi dengan berbagai macam maksud, maka yang demikian sama halnya dengan tidak ada Pancasila (Kaelani, 2009: 68).

Kaelani (2009: 69-70) menjelaskan secara *ontology*; kesatuan akan esensi dalam substansi sila-sila Pancasila itu tersendiri adalah sebagai suatu sistem yang memiliki sifat *hierarkhis* dan memiliki bentuk *pyramidal*. Dasar dari eksistensi keberadaan Tuhan ialah ada karena dirinya sendiri, Tuhan sebagai *causa prima*. Setiap wujud yang membentuk termasuk daripadanya terbentuknya *insan* (manusia) ada karena diciptakan oleh *causa prima* yakni, Tuhan itu sendiri; dengan demikian, bolehlah dikatakan bahwasanya manusia ada sebagai akibat daripada adanya Tuhan

(Sila I). Adapun manusia merupakan tonggak utama dalam suatu negara, sebab negara tak lain adalah pranata humanisme; negara adalah suatu komitmen hidup untuk bersekutu dan bersama yang di dalamnya berisikan *insan-insan* atau sekelompok manusia (Sila 2). Negara adalah sebagai *impact* dari adanya manusia yang bersatu (Sila 3), sehingga terciptalah perhimpunan hidup bersama yang disebut rakyat. Rakyat merupakan totalitas sekumpulan individu dalam suatu Negara yang berhimpun dan bersatu (Sila 4). Keadilan secara hakiki memiliki visi untuk adil (tidak berat sebelah) dalam menjalankan hidup bersama serta menjunjung tinggi pemerataan bersama, sehingga dengan kata lain, keadilan sosial (Sila 5).

Pancasila merupakan dasar negara bagi bangsa Indonesia. Pancasila sebagai dasar pedoman negara memiliki *falsafah* tersendiri yang sudah mengakar dalam diri bangsa Indonesia. Pancasila memiliki unsur moral, sistem nilai, semangat pembangunan, serta sistem dalam ekonomi Pancasila. Filsafat moral ekonomi Pancasila dapat diartikan sebagai kesatuan ukuran, atau suatu norma yang mengatur pola dalam berpikir dan pola dalam bertindak dari pelaku-pelaku ekonomi dalam sistem ekonomi Pancasila (Agusalim *et al*, 2014). Implementasi pengembangan Ekonomi Pancasila dapat diwujudkan secara nyata melalui kewirausahaan Pancasila. Hal ini lebih sesuai dengan karakteristik bangsa Indonesia yang memiliki perkembangan nilai-nilai sosial budaya yang terjadi di lingkungan masyarakat Indonesia. Nilai-nilai tersebut sudah melekat di masyarakat dan termaktub dalam butir-butir nilai Pancasila itu tersendiri, sehingga kewirausahaan Pancasila merupakan jalan solusi yang tepat dan relevan untuk diterapkan (Wibowo, 2015).

Kewirausahaan

Kewirausahaan adalah proses sikap mental serta jiwa aktif, kreatif, inovatif, serta jiwa dan kemampuan untuk mencari sesuatu yang baru, berbeda, bernilai serta berguna untuk dirinya dan juga orang lain untuk menjadi kaya. Adapun orang yang melakukan disebut wirausaha atau wirausahawan (Meredith, 2000: 5 dalam Wibowo, 2015: 140).

Secara langsung baik internal maupun eksternal keberadaan seorang wirausaha berperan dalam perekonomian nasional. Berdasarkan aspek internal peran wirausahawan ialah mampu menurunkan tingkat ketergantungan hidupnya terhadap orang lain dalam mencari penghasilan dan bekerja, meningkatkan rasa percaya diri dan meningkatkan daya beli pelakunya. Adapun dari aspek eksternal, seorang wirausahawan memiliki peran sebagai penyedia lapangan pekerjaan untuk para pencari kerja (Wibowo, 2015). Kesempatan kerja yang tercipta dengan adanya seorang wirausahawan pada akhirnya akan mampu mengurangi tingkat pengangguran nasional. Tumbuh dan berkembangnya kewirausahaan Pancasila dalam wujud ekonomi kerakyatan dapat secara langsung bersentuhan dengan masyarakat kecil, meski usaha kecil jika banyak dan besar secara nasional dalam suatu negara sudah tentu akan bisa mengurangi jumlah pengangguran yang besar.

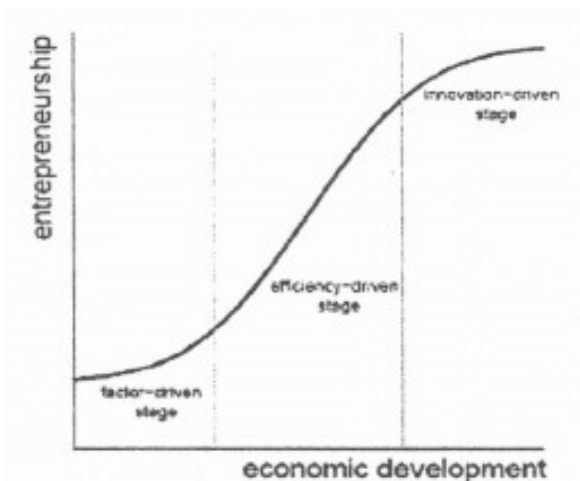
Keberadaan kewirausahaan dalam usaha ekonomi kerakyatan dan terserapnya pengangguran memiliki dampak terhadap kenaikan pendapatan per kapita serta daya beli masyarakat. Pada akhirnya secara pelan tapi pasti perekonomian akan bergerak dan tumbuh. Berkembangnya kewirausahaan meskipun usaha-usaha kecil dalam ekonomi kerakyatan akan mendorong tumbuhnya perekonomian secara nasional. Tumbuhnya perekonomian nasional, dan berkurangnya pengangguran secara tidak langsung tentunya akan menekan tumbuhnya tingkat kriminalitas yang biasanya dipicu oleh tingginya tingkat pengangguran (Wibowo, 2015: 140).

Berdasarkan hal tersebut di atas peran wirausaha dalam perekonomian negara sangat besar (Wibowo, 2015: 140):

1. Menekan jumlah pengangguran;
2. mampu dalam penciptaan lapangan kerja untuk diri sendiri serta orang lain;
3. meningkatkan pendapatan masyarakat;
4. menggerakkan perekonomian nasional;
5. mengkombinasikan segala potensi kekayaan alam, aspek tenaga dan *skill* yang siap kerja lagi mumpuni maupun juga modal;
6. meningkatkan produktivitas nasional;
7. mencari peluang yang ada didalam negeri untuk diolah sendiri.

Schumpeter (1924) yang tertuang dalam bukunya Darwanto (2012) menyatakan bahwa kewirausahaan memiliki andil yang besar dalam pembangunan ekonomi dengan adanya penciptaan inovasi, lapangan kerja, serta kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun wirausahawan dapat mendorong perkembangan berbagai sektor produktif. Semakin banyak suatu negara memiliki wirausahawan maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin meningkat.

Kewirausahaan memiliki peran vital dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Keberadaan unit-unit usaha kecil hingga usaha besar diawali dengan adanya jiwa kewirausahaan di kalangan masyarakat. Pembangunan usaha baru dengan kegiatan produktif merupakan *stimulus* bagi pertumbuhan *output* serta dapat memperluas transaksi baik barang ataupun jasa dalam suatu wilayah. Pada intinya kewirausahaan adalah motor penggerak roda perekonomian (Darwanto, 2012).



Sumber: Acs, 2010

Gambar 1. Kewirausahaan dan Tahapan Pembangunan Ekonomi

Gambar 1 menunjukkan korelasi antara pembangunan ekonomi dengan jumlah wirausahawan pada suatu negara. Melalui gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin banyak jumlah wirausahawan di suatu negara maka semakin tinggi pula pembangunan ekonominya. Proses pembangunan ekonomi terdiri dari 3 tahap yaitu *factor driven stage*, *efficiency driven stage* dan *innovation driven stage*. *Factor driven stage* adalah tahapan paling dasar dalam pembangunan

ekonomi, pada umumnya ditunjukkan dengan Produk Domestik Bruto (PDB) per kapita yang rendah. Adapun pada tahap *innovation driven stage* jumlah wirausahawan tinggi sebanding dengan pembangunan ekonomi yang berada pada tahap inovasi produksi.

HUBUNGAN PANCASILA DAN KEWIRAUSAHAAN

Menurut Antoni (2012), kewirausahaan dengan berpegang teguh pada ideologi Pancasila ialah kewirausahaan yang berorientasi pada; Ketuhanan Yang Maha Esa (mengusung moralitas tidak *materialisme* serta menerapkan segala etisnya berkesesuaian dengan ajaran agama); Kemanusiaan Yang Adil dan Beradab (senantiasa menjunjung tinggi keadilan, tidak *dzholim* dan tidak melakukan tindakan eksploitasi manusia); Persatuan (kekeluargaan, kebersamaan, nasionalisme serta patriotisme ekonomi); Kerakyatan serta keadilan sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia (persamaan, kemakmuran masyarakat dan pemerataan).

Kewirausahaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila tentunya berkenaan dan tidak bisa dilepaskan dengan semangat membangun tatanan ekonomi yang jauh lebih baik ke depan dengan tetap berpegang teguh pada keimanan terhadap Tuhan yang Maha Esa. Percaya kepada Tuhan dalam mengembangkan ekonomi merupakan *ruh* dari *spirit* kewirausahaan yang berbasis dengan keimanan. Hal tersebut berarti bahwa kekayaan yang diupayakan harus dilaksanakan dengan cara-cara yang Allah *ridhoi*. Selanjutnya, diikuti dengan keseriusan *ikhtiar* melalui penyerahan total hasil akhirnya pada Tuhan. Kemudian, yang tidak kalah pentingnya lagi adalah *spirit* kewirausahaan itu tersendiri dengan memuliakan sebanyak-banyaknya manusia melalui sedekah serta membentuk pribadi-pribadi *entrepreneur* baru (Antoni, 2012).

Kewirausahaan Pancasila yang ditumbuhkan oleh wirausaha-wirausaha Pancasila yang tumbuh dalam ekonomi kerakyatan yang berciri *khas* Indonesia, diharapkan akan bisa tumbuh dengan cepat karena sesuai dengan budaya, adat istiadat, serta karakter lokal bangsa Indonesia. Kecepatan pertumbuhan wirausaha tentunya akan bisa dan

mampu meningkatkan perekonomian Indonesia, selain itu juga pertumbuhan perekonomian Indonesia yang dibangun atas ekonomi kerakyatan terbukti dapat bertahan pada saat terjadi krisis ekonomi di tahun 1998. Berikut merupakan penjelasan mengenai kewirausahaan yang berlandaskan pada Pancasila (Wibowo, 2015):

Pertama; esensi Pancasila Sila Ke-1: Ketuhanan Yang Maha Esa. Kewirausahaan berdasarkan ketuhanan yang maha esa artinya bahwa sebagai seorang wirausaha harus memiliki keimanan atau kepercayaan dan ketaatan kepada *dzat* Pencipta; Tuhan Yang Maha Esa; karena semua usaha yang dilakukan tak bisa lepas karena *ridho*-Nya. Wirausaha harus mau bekerja keras dan jujur serta percaya bahwa usaha yang dikembangkan adalah berkat Allah SWT dan merupakan kesempatan yang diberikan Tuhan bagi wirausaha, supaya dapat melayani sesama manusia dengan penciptaan lapangan kerja bagi orang lain. Selain itu, kesempatan untuk berbakti pada nusa dan bangsa. Wirausaha dalam melakukan usaha harus benar-benar menghormati, membangun dan menjunjung tinggi tentang kerukunan agama dan kebebasan beragama, serta wirausaha juga wajib memberikan informasi yang benar tentang kehalalan produknya. Wirausaha tidak boleh bertindak diskriminatif atas perbedaan agama.

Kedua; esensi Pancasila Sila Ke-2: Kemanusiaan Yang Adil Dan Beradab. Kewirausahaan yang didasarkan pada kemanusiaan yang adil dan beradab didasarkan pada peradaban manusia yang menganjurkan dengan semakin tingginya peradaban manusia akan mendorong wirausaha untuk selalu mengembangkan inovasi dan kreativitas yang semakin baik dalam kehidupan manusia. Sebagai wirausaha juga dituntut untuk selalu memiliki kepribadian, perasaan, kehormatan, harga diri, dan keinginan untuk selalu meraih prestasi yang setinggi-tingginya.

Ketiga; esensi Pancasila Sila Ke-3: Persatuan Indonesia. Kewirausahaan yang didasarkan pada persatuan Indonesia, menunjukkan bahwa setiap warga negara/wirausaha berhak melakukan usaha diseluruh wilayah tanah air Indonesia tanpa diskriminasi atas suku, warna kulit, jenis kelamin, tempat lahir, agama, golongan atau aliran politik. Wirausaha harus sama-sama membangun

kebersamaan dalam usahanya, meningkatkan rasa cinta tanah air dan masyarakat, serta meningkatkan kepentingan negara serta rakyat di atas kepentingan pribadi serta kelompok. Wirausaha dalam melakukan usahanya harus menghindari usaha-usaha yang bisa menimbulkan perpecahan di masyarakat bangsa dan negara.

Keempat; esensi Pancasila Sila Ke-4: Kerakyatan Yang Dipimpin Oleh Hikmah Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan. Kewirausahaan yang didasarkan pada kerakyatan yang dipimpin oleh hikmah kebijaksanaan dalam permusyawaratan perwakilan berarti bahwa dalam kewirausahaan seorang wirausaha bebas memilih usahanya. Dalam melakukan usahanya perlu mendengar saran dan keluhan para konsumennya untuk pengembangan produknya menjadi lebih baik. Wirausaha harus membuka diri dan ramah untuk berdialog dan mengutamakan permusyawaratan dalam membuat keputusan usahanya bagi kepentingan bersama.

Kelima; esensi Pancasila Sila Ke-5: Keadilan Sosial Bagi Seluruh Rakyat Indonesia. Kewirausahaan yang didasarkan keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia berarti wirausaha bebas memilih jenis usaha yang dilakukannya dan harus diperlakukan secara adil dalam melakukan usaha dan memperlakukan adil juga pada semua konsumennya secara bersama-sama untuk meningkatkan hasil usahanya supaya dapat meningkatkan kesejahteraan wirausaha, pekerjanya, dan keluarganya. Wirausaha menerima imbalan sesuai dengan fungsi, kemampuan dan kontribusinya pada peningkatan usahanya.

Kewirausahaan Pancasila diharapkan mampu mendorong segenap komponen masyarakat dalam melakukan aktivitas ekonomi, sehingga mampu menumbuhkan ekonomi kerakyatan yang mandiri, sesuai dengan pengamalan Pancasila sebagai pegangan hidup bangsa itu tersendiri. Berdasarkan perkembangan kewirausahaan Pancasila dalam bentuk ekonomi kerakyatan yang mandiri, sejatinya dapat mendorong terciptanya lapangan pekerjaan baru yang diharapkan dapat menarik para tenaga kerja, sehingga dapat menjadi solusi dalam mengentaskan permasalahan pengangguran.

Secara langsung baik internal maupun eksternal keberadaan seorang wirausaha berperan dalam perekonomian nasional. Berdasarkan aspek internal peran wirausahawan ialah mampu menurunkan tingkat ketergantungan hidupnya terhadap orang lain dalam mencari penghasilan dan bekerja, meningkatkan rasa percaya diri dan meningkatkan daya beli pelakunya. Berdasarkan aspek eksternal, seorang wirausahawan memiliki peran sebagai penyedia lapangan pekerjaan untuk para pencari kerja (Wibowo, 2015). Kesempatan kerja yang tercipta dengan adanya seorang wirausahawan pada akhirnya akan mampu mengurangi tingkat pengangguran nasional (Kurniawan *et al*, 2016).

Tumbuh dan berkembangnya kewirausahaan Pancasila dalam wujud ekonomi kerakyatan dapat secara langsung bersentuhan dengan masyarakat kecil. Pernyataan tersebut bukanlah tanpa landasan apabila kita lihat perkembangan serta kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Sebagaimana Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah RI (2018) mempublikasikan bahwa di tahun 2017, 99.99% usaha di Indonesia merupakan UMKM, sedangkan 0.01%-nya merupakan usaha besar. Sebagian besar tenaga kerja di Indonesia yakni 97.02%-nya terserap oleh UMKM serta 60% Produk Domesti Bruto (PDB) di Indonesia merupakan hasil kontribusi dari UMKM. Kondisi tersebut sesuai dengan pernyataan Mubyarto (2004) bahwasanya UMKM telah terbukti menjadi tulang punggung (*backbone*) sistem perekonomian Pancasila.

Penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kewirausahaan akan mendorong wirausaha-wirausaha baru yang sehat dan bermartabat untuk tumbuh sesuai dengan budaya dan adat istiadat yang berkembang di Indonesia sebagai ekonomi kerakyatan yang berciri khas Indonesia. Wirausaha yang mengarah pada tumbuhnya usaha liberalisasi dihindari dalam kewirausahaan Pancasila. Kewirausahaan Pancasila yang dikembangkan oleh wirausaha-wirausaha Pancasila akan tumbuh dalam ekonomi kerakyatan dengan ciri khas Indonesia. Harapannya mampu tumbuh dengan cepat karena sesuai dengan budaya, adat istiadat dan karakter lokal bangsa Indonesia.

THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR

Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah teori lanjutan daripada *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1967. TRA digunakan untuk meramalkan atau mengindikasikan suatu niat individu tertentu yang terlibat akan suatu perilaku pada waktu tertentu serta di tempat tertentu. Teori tersebut memiliki maksud dalam menjelaskan semua perilaku dimana seseorang memiliki kemampuan untuk melakukan pengendalian diri. Komponen kunci untuk model ini adalah niat perilaku (*Behavioral Intention*) dipengaruhi oleh sikap tentang kemungkinan berperilaku (*Attitude Towards Behavior*) akan memiliki hasil yang diharapkan dan juga dipengaruhi oleh norma subjektif (*Subjective Norm*) yaitu *azzam* atau suatu keyakinan tertu atau *feeling* yang tiba tiba saja terbesit akan apa yang orang lain ingin kita lakukan, kemudian niat perilaku tersebut menghasilkan sebuah perilaku. Pemahaman mengenai *Theory Reasoned Action* (TRA).

Theory Reasoned Action sebagaimana dijelaskan di atas, diperluas dan dimodifikasi oleh Ajzen dan Fishbein, pada tahun 1988 hingga tercetuslah Teori Perilaku Terencana (*Theory of planned behavior*) yang dipoles dengan racikan konstruk baru yang tidak terdapat di TRA, yaitu *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku persepsi. Adapun inti dari teori ini, setidaknya, mencakup 3 aspek penting, yakni adanya suatu keyakinan tertentu akan prediksi suatu kemungkinan hasil maupun juga evaluasi akan perilaku tersebut (*behavioral beliefs*), keyakinan akan aturan yang diharapkan pun juga suatu dorongan yang tak lain, untuk memenuhi *normative beliefs* atau harapan tersebut, serta keyakinan akan adanya faktor yang mampu dalam mendukung maupun juga yang dapat menghalau perilaku dan kesadaran akan kekuatan faktor tersebut (*control beliefs*).

Berdasarkan ketiga keyakinan di atas yaitu *behavior beliefs*, *normative beliefs* dan *control beliefs* dapat menentukan seseorang terhadap tiga aspek (Ajzen, 2005) yaitu sikap terhadap suatu perilaku (*attitude toward the behavior*); norma subjektif mengenai suatu perilaku (*subjective norms*) dan kontrol perilaku persepsi (*perceived*

behavioral control). *Attitude* merupakan gambaran evaluasi, perasaan serta kecenderungan yang konsisten atas suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu objek atau ide (Kotler & Armstrong, 2001). *Subjective norm* merupakan persepsi tekanan sosial individu dalam memenuhi harapan orang lain untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005). *Perceived behavioral control* merupakan persepsi seseorang atas kemampuan diri sendiri yang dimilikinya untuk melakukan suatu tindakan (Ajzen, 2005).

Perceived behavioral control merupakan salah satu aspek pendorong yang *termaktub* dalam suatu *intense*. Intensi ini akan terdeskripsikan seberapa keras seseorang atau individu itu mampu berupaya dan seberapa besar usahanya yang terealisasi menjadi suatu tindakan. Dapat dikatakan bahwa di dalam intensi itu setidaknya terkandung tiga faktor determinan, antara lain sikap tertentu terhadap objek (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), serta *perceived behavioral control*. Kemudian secara universal, bilamana seseorang memiliki suatu sikap positif terhadap suatu objek tertentu, mendapatkan suatu dukungan lingkungan tertentu untuk melakukan suatu tindakan tertentu, dan dia merasa bahwa tidak ada hambatan apapun untuk dirinya dalam melaksanakannya, maka, intensinya akan kuat. Dengan demikian, kemungkinan orang tersebut untuk berperilaku sangat tinggi.

Theory of Planned Behavior (TPB) pada dasarnya menerangkan mengenai perilaku yang diakibatkan oleh seseorang yang muncul karena adanya suatu niat untuk berperilaku. Terdapat tiga faktor yang dapat menentukan munculnya niat untuk berperilaku (Mustikasari, 2007), yaitu adanya keyakinan seseorang mengenai *output* dari suatu perilaku serta evaluasi atas hasil tersebut (*behavior beliefs*), keyakinan mengenai harapan normatif orang lain serta motivasi dalam memenuhi harapan tersebut (*normative beliefs*), serta keyakinan mengenai keberadaan beberapa hal yang dapat mendukung ataupun menghalangi perilaku yang akan ditampilkan dan persepsinya mengenai seberapa kuat hal-hal yang mendukung dan menghalangi perilakunya tersebut (*control beliefs*).

METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung di lapangan yaitu dengan melakukan wawancara serta pengisian *draft* kuesioner yang telah disusun oleh peneliti. Pengambilan sampel dilakukan di satu wilayah, yaitu Kota Semarang dengan sejumlah responden tertentu, sehingga jenis data yang digunakan adalah data primer bersifat *cross section*.

Penelitian ini menggunakan 91 sampel pengurus KNPI Kota Semarang. Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) merupakan wadah atau tempat berkumpulnya segenap para pemuda Indonesia yang memiliki visi dan misi yang sama. KNPI berguna untuk menghasilkan atau mengembangkan segala macam potensi maupun kemampuan para pemuda Indonesia. Hal ini sejalan dengan Undang-undang No. 8 Tahun 1985, yang telah menetapkan KNPI sebagai satu-satunya wadah resmi tempat terhimpunnya segenap para generasi muda Indonesia. KNPI diharapkan mampu dalam meneruskan tongkat estafet perjuangan para pendahulu dalam rangka pembangunan ekonomi yang jauh lebih baik (Indrajaya, 2012).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Umar (2011), *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel yang berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap memiliki keterkaitan dengan karakteristik populasi yang diketahui sebelumnya. Karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, terdaftar sebagai pengurus aktif di KNPI Kota Semarang serta hadir dalam acara Musyawarah Daerah (Musyda) KNPI Kota Semarang. Alat analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Sampel

Sampel atau responden dalam penelitian ini merupakan pengurus Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) Kota Semarang. Berdasarkan penelitian lapangan yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner maka diperoleh 91 responden. Peneliti pada awalnya menyebarkan

kuesioner sebanyak 150 kuesioner, namun tidak semua kuesioner berhasil terkumpulkan kembali. Terdapat 92 kuesioner yang berhasil peneliti kumpulkan sedangkan sisanya sebanyak 58 kuesioner tidak terisi karena tidak semua responden terbuka untuk mengisi angket penelitian. Dari 92 kuesioner yang terkumpul, terdapat satu kuesioner yang tidak layak diambil datanya karena ketidaklengkapan responden dalam mengisi semua pertanyaan yang tertera dalam angket penelitian. Oleh karenanya, dalam penelitian ini terdapat 91 responden yang digunakan.

Apabila ditinjau dari sisi umur, pada umumnya responden dalam penelitian ini berumur 21-25 tahun, yaitu sebesar 35.2% atau sebanyak 32 orang, sedangkan yang lainnya yaitu 28.6% nya merupakan responden yang berumur 36-50 tahun atau setara dengan 26 orang. Sebanyak 16.5% responden berumur 26-30 tahun atau setara dengan 15 orang. Responden yang berumur 16-20 tahun dan 31-35 tahun, masing-masing sebesar 9.9% atau setara dengan 9 orang.

Tabel 1. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah Responden (Orang)	Persentase Responden (Persen)
16-20 thn	9	9.9
21-25 thn	32	35.2
26-30 thn	15	16.5
31-35 thn	9	9.9
36-50 thn	26	28.6
Total	91	100

Sumber: Data primer

Adapun berdasarkan jenis kelaminnya, responden dalam penelitian ini mayoritas terdiri dari 80% atau setara dengan 73 orang laki-laki, sedangkan sisanya yaitu 20% atau setara dengan 18 orang merupakan responden perempuan. Minimnya responden perempuan tidak terlepas dari jumlah pengurus perempuan KNPI Kota Semarang yang jauh lebih sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah pengurus laki-laki KNPI Kota Semarang.

Berdasarkan kepercayaan agama yang dianut, sebanyak 83 orang atau setara dengan 91.2% responden dalam penelitian ini beragama

Islam, sedangkan sisanya sebanyak 5 orang atau 5.5% beragama Kristen, sebanyak 1 orang atau 1.1% beragama Hindu, dan sebanyak 2 orang atau 2.2% beragama Budha. Hal tersebut menandakan bahwa KNPI Kota Semarang mampu merangkul semua agama dan tidak hanya diperuntukan untuk 1 agama saja.

Tabel 2. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah Responden (Orang)	Persentase Responden (Persen)
Islam	83	91.2
Kristen	5	5.5
Hindu	1	1.1
Budha	2	2.2
Total	91	100

Sumber: Data primer

Dari sisi status perkawinan, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki status belum menikah yakni sebanyak 57% atau setara dengan 52 orang, sedangkan responden penelitian yang sudah menikah yaitu sebanyak 37 orang atau 41%. Sisanya sebesar 2% atau 2 orang merupakan janda atau duda. Mayoritas responden dengan status belum menikah dalam penelitian ini dikarenakan pada umumnya penelitian ini didominasi oleh responden berusia muda yaitu antara 16-30 tahun. Selain itu, pada umumnya responden penelitian adalah laki-laki. Laki-laki yang masih berusia muda pada umumnya memiliki status belum menikah sehingga tidak heran apabila mayoritas responden dalam penelitian ini berstatus belum menikah.

Tabel 3. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Status Perkawinan

Status	Jumlah Responden (Orang)	Persentase Responden (Persen)
Menikah	37	40.7
Belum Menikah	52	57.1
Duda/Janda	2	2.2
Total	91	100

Sumber: Data primer

Adapun dari sisi pendidikan terakhir yang ditamatkan, mayoritas responden yakni 41.8% memiliki pendidikan terakhir SMA. Selain itu,

38.5% responden memiliki pendidikan terakhir S1. Serta sisanya sebanyak 9.9% responden memiliki pendidikan terakhir Akademi/D3; 7.7% responden memiliki pendidikan terakhir S2/S3; dan 2.2% responden memiliki pendidikan terakhir SMP.

Tabel 4. Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi

Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase Responden (Persen)
SMP	2	2.2
SMA	38	41.8
Akademi/D3	9	9.9
S1	35	38.5
S2/S3	7	7.7
Total	91	100

Sumber: Data primer

HASIL OLAH DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini sebelumnya telah melewati proses evaluasi model pengukuran yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Setelah lolos evaluasi model pengukuran tersebut maka diperoleh hasil *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* sebagaimana Tabel 5.

Pengaruh *Perceived Implementation of Pancasila* terhadap *Attitude*

Variabel *perceived implementation of Pancasila* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *attitude*. Hal ini berdasarkan pada

p-value sebesar 0.000 serta koefisien jalur sebesar 0.537. *Perceived implementation of Pancasila* merupakan penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan *attitude* merupakan sikap individu dalam berwirausaha. Hal tersebut berarti bahwa sikap seseorang dalam berwirausaha dipengaruhi oleh penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagaimana Ajzen (2005) berpendapat bahwa suatu sikap atau *attitude* amat erat kaitannya dengan iman dan nilai-nilai keyakinan yang dianut oleh suatu pribadi itu tersendiri yang mana perihal ini berkesinambungan dengan segala konsekuensi sebagai dampak dari pengambilan tindakan dalam bersikap atau secara singkat, fenomena ini disebut dengan *behavioral beliefs* (keyakinan-keyakinan dalam berperilaku). Kaitannya dengan nilai-nilai Pancasila adalah seseorang yang meyakini akan nilai-nilai Pancasila tentu tidak akan terlepas dari *attitude* individu tersebut dalam hal ini adalah mengenai kewirausahaan.

Pengaruh *Perceived Implementation of Pancasila* terhadap *Social Norm*

Variabel *perceived implementation of Pancasila* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *social norm*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.000 serta koefisien jalur sebesar 0.504. *Perceived implementation of Pancasila* merupakan penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan *social norm* merupakan norma sosial yang mendasari seseorang dalam berwirausaha. Hal

Tabel 5. Hasil Olah Data SEM-PLS

Variabel	Original Sample	P Values	Keterangan
Acces -> Entrepreneurial Action	0.481	0.000	Signifikan
Acces -> Entrepreneurial Intention	0.346	0.052	Tidak Signifikan
Attitude -> Entrepreneurial Intention	0.400	0.037	Signifikan
Entrepreneurial Intention -> Entrepreneurial Action	0.385	0.000	Signifikan
Perceived implementation of Pancasila -> Attitude	0.537	0.000	Signifikan
Perceived implementation of Pancasila -> Perceived Behavioral Control	0.483	0.000	Signifikan
Perceived implementation of Pancasila -> Social Norm	0.504	0.000	Signifikan
Perceived Behavioral Control -> Entrepreneurial Intention	0.143	0.527	Tidak Signifikan
Social Norm -> Entrepreneurial Intention	0.162	0.338	Tidak Signifikan

Sumber: Data primer diolah (2019)

tersebut berarti bahwa norma sosial seseorang dalam berwirausaha dipengaruhi oleh penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut Fishbein & Ajzen (1975), bagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif juga amat rentan dipengaruhi oleh sesuatu yang disebut dengan keyakinan. Meski demikian ada perbedaan. Adapun yang menjadi pembedanya adalah bilamana sikap terhadap perilaku merupakan suatu fungsi dari keyakinan individu terhadap perilaku yang akan dilakukan (*behavioral belief*). Oleh karena itu, norma subjektif adalah suatu fungsi dari keyakinan individu tertentu yang diperoleh atas asas pandangan orang-orang lain terhadap objek sikap yang berhubungan dengan individu (*normative belief*). Keyakinan sendiri dalam hal ini adalah keyakinan akan penerapan nilai-nilai Pancasila.

Pengaruh *Perceived Implementation of Pancasila* terhadap *Perceived Behavioral Control*

Variabel *perceived implementation of Pancasila* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *perceived behavioral control*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.000 serta koefisien jalur sebesar 0.483. *Perceived implementation of Pancasila* merupakan penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, *perceived behavioral control* merupakan persepsi seseorang terhadap diri sendiri yang dimilikinya dalam berwirausaha. Hal tersebut berarti bahwa, penerapan nilai-nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari mampu memengaruhi persepsi seseorang terhadap diri sendiri dalam berwirausaha.

Menurut Ajzen (1990), *perceived behavioral control* berkaitan dengan analogi *locus of control* atau pusat kendali yang pernah dituturkan oleh Rotter (1975). Pusat kendali amat erat kaitannya dengan suatu keyakinan individu yang cukup stabil dalam segala aspek situasi. Dengannya, persepsi kontrol perilaku ini bisa berubah bergantung dengan situasi tertentu dan jenis perilaku yang akan dilakukan kemudian. Selanjutnya, pusat kendali ini amat berkaitan dengan keyakinan individu akan keberhasilannya dalam melakukan segala sesuatu (Rotter, 1975). Dimana dalam hal

ini keyakinan tersebut adalah keyakinan akan penerapan nilai-nilai Pancasila.

Pengaruh *Attitude* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Variabel *attitude* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.000 serta koefisien jalur sebesar 0.346. *Attitude* merupakan sikap seseorang terhadap aktivitas berwirausaha. Sementara itu, *entrepreneurial intention* merupakan minat wirausaha seseorang. Hal tersebut berarti bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi minat wirausaha seseorang adalah sikap seseorang tersebut dalam memandang kegiatan berwirausaha.

Adanya pengaruh positif *attitude* terhadap minat berwirausaha dikarenakan pandangan seseorang tentunya mempengaruhi minat seseorang terhadap sesuatu termasuk berwirausaha. Semakin positif pandangan seseorang akan berwirausaha maka *attitude* orang tersebut akan semakin positif juga sehingga mendorong minat wirausaha orang tersebut. Sebaliknya, semakin negatif pandangan seseorang terhadap wirausaha akan diikuti dengan semakin negatif sikap orang tersebut sehingga minat wirausahanya menurun.

Pengaruh *Social Norm* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Variabel *social norm* tidak terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.338 serta koefisien jalur sebesar 0.162. *Social norm* merupakan pengaruh lingkungan sosial seseorang dalam berperilaku, sedangkan *entrepreneurial intention* merupakan minat wirausaha seseorang. Hal tersebut berarti bahwa kondisi lingkungan seseorang bukan merupakan faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat wirausaha.

Temuan dalam penelitian ini ialah tidak adanya pengaruh yang signifikan variabel *social norm* terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut dikarenakan individu memiliki keyakinan yang dominan kepada selain lingkungan sosialnya. Meskipun lingkungan sosial mendukung

seseorang untuk berwirausaha, hal tersebut tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha orang tersebut. Dorongan dari keluarga, teman dan orang-orang di sekitarnya tidak akan berkaitan dengan keputusan individu dalam berwirausaha.

Pengaruh *Perceived Behavioral Control* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Variabel *perceived behavioral control* tidak terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.527 serta koefisien jalur sebesar 0.143. *Perceived behavioral control* merupakan persepsi seseorang terhadap diri sendiri yang dimilikinya dalam berwirausaha. Sedangkan *entrepreneurial intention* merupakan minat wirausaha seseorang. Hal tersebut berarti bahwa persepsi seseorang terhadap diri sendiri dalam berwirausaha tidak dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi minat wirausaha orang tersebut.

Temuan dalam penelitian ini bahwa persepsi seseorang terhadap diri sendiri dalam berwirausaha tidak dapat mempengaruhi minatnya dalam berwirausaha. Meskipun individu memiliki persepsi yang baik mengenai kemampuan berwirausaha dalam dirinya tidak akan mempengaruhi minatnya dalam berwirausaha, *perceived behavioral control* tidak dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi minat wirausaha seseorang.

Pengaruh *Acces* terhadap *Entrepreneurial Intention*

Variabel *acces* tidak terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.052 serta koefisien jalur sebesar 0.346. Akses merupakan kemampuan seseorang dalam mengakses modal, mengakses pasar dan mengakses distribusi pasar, sedangkan *entrepreneurial intention* merupakan minat wirausaha seseorang. Hal tersebut berarti bahwa meskipun seseorang memiliki akses yang kuat akan modal, pasar dan distribusi pasar tidak memiliki pengaruh terhadap minat seseorang tersebut dalam berwirausaha.

Meskipun individu memiliki akses terhadap pasar, modal, dan distribusi pasar tidak akan

dapat dijadikan faktor yang mempengaruhi individu tersebut dalam meningkatkan minatnya berwirausaha. Oleh karena itu, minat seseorang dalam berwirausaha tidak dapat diukur dari sejauhmana akses orang tersebut menguasai akses yang dimilikinya baik akses pasar, akses modal maupun akses distribusi pasar.

Pengaruh *Acces* terhadap *Entrepreneurial Action*

Variabel *acces* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial action*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar 0.000 dan koefisien jalur sebesar 0.481. Akses merupakan kemampuan seseorang dalam mengakses modal, mengakses pasar dan mengakses distribusi pasar. *Entrepreneurial action* merupakan aksi seseorang dalam berwirausaha. Hal tersebut berarti bahwa adanya kemampuan seseorang dalam mengakses modal, pasar serta distribusi pasar memiliki pengaruh terhadap aksi seseorang tersebut dalam berwirausaha.

Dalam hal ini kemampuan seseorang terhadap akses modal, akses pasar, dan akses distribusi pasar mempengaruhi aksi orang tersebut dalam berwirausaha. Hal tersebut menandakan bahwa orang yang memiliki akses akan langsung beraksi melakukan wirausaha bukan hanya sekedar memiliki minat saja. Orang yang memiliki akses akan langsung terjun ke pasar untuk berwirausaha menggunakan segala akses yang dimilikinya untuk mendukung kegiatan berwirausaha.

Pengaruh *Entrepreneurial Intention* terhadap *Entrepreneurial Action*

Variabel *entrepreneurial intention* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial action*. Hal ini berdasarkan pada p-value sebesar value sebesar 0.000 dan koefisien jalur sebesar 0.385. *Entrepreneurial intention* merupakan minat wirausaha seseorang, sedangkan *entrepreneurial action* merupakan aksi seseorang dalam berwirausaha. Hal tersebut berarti bahwa ada pengaruh yang positif apabila seseorang telah memiliki minat wirausaha maka akan diikuti dengan aksi seseorang tersebut dalam berwirausaha.

Individu yang memiliki minat wirausaha sudah pasti akan diikuti dengan kegiatan aksi secara nyata dalam berwirausaha. Minat yang kuat dalam berwirausaha akan menghasilkan aksi yang lebih positif. Berwirausaha tanpa disertai dengan minat yang kuat tidak akan mencapai proses wirausaha yang berkelanjutan.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, sesuai dengan tujuan penelitian maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagaimana berikut: (1) *Perceived implementation of Pancasila* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude*; (2) *Perceived implementation of Pancasila* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *social norm*; (3) *Perceived implementation of Pancasila* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived behavioral control*; (4) *Attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial intention*; (5) *Social norm* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *entrepreneurial intention*; (6) *Perceived behavioral control* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *entrepreneurial intention*; (7) *Acces* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *entrepreneurial intention*; (8) *Acces* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial action*; (9) *Entrepreneurial intention* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial action*.

Hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan penelitian sebelumnya. Sebagaimana hasil penelitian Koe *et al* (2012), Ferreira *et al* (2012), Papzan *et al* (2013) dan Ambad & Damit (2015) dan Mat *et al* (2015). Penelitian-penelitian tersebut menyimpulkan bahwa indikator atau variabel dari *Theory Planned Behavior* (TPB) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Rekomendasi yang dapat penulis ajukan dari hasil penelitian yang telah dilakukan adalah perlu dilaksanakannya sosialisasi mengenai Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila (P4) khususnya dalam kegiatan berekonomi di Indonesia.

PUSTAKA ACUAN

- Acs, Zoltan J. et al. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institution. *Small Bus Econ*, 31, 219–234
- Agusalim, Lestari, Muhammad Karim & Asep Saefuddin. (2014). Rekonstruksi Ekonomi Pancasila sebagai Perwujudan Keberlanjutan Pembangunan Nasional. *Journal of Social Welfare*. Vol. 1 No. 1, Januari 2014, p 39-52 ISSN: 2354-9874.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus Of Control, And The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 665-683. Doi: 10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. Second edition. London (GB): Open University Pr/McGraw-Hill Education.
- Ajzen, I. (2017). *Theory of Planned Behavior Factor* diakses dari <http://people.umass.edu/aizen/tpb.background.html> pada tanggal 3 November 2019.
- Ambad, Sylvia Nabila Azwa, Damit, Dayang Haryani Diana Ag. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Malaysia. *Procedia Economics and Finance* 37, 108 – 114.
- Antoni, Condra. (2012). *Filsafat Pancasila Sebagai Basis Pergerakan Mahasiswa, Kehidupan Sosial, dan Spirit Kewirausahaan*. Politeknik Negeri Batam
- Asnawi & Masyhuri. (2011). *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215. Doi: 10.1037/0033-295X.84. 2.191.
- Boulton, C & Turner P. (2005). *Mastering Business in Asia: Entrepreneurship*. Singapore: John Wiley and Sons.
- BPS. (2018). *Kota Semarang dalam Angka*. Semarang: Badan Pusat Statistika.
- Darwanto. (2012). Peran Entrepreneurship dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Diseminasi Riset Terapan Bidang Manajemen & Bisnis Tingkat Nasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang*.
- Ehrlich, Gaven A. & Richard H. Gramzow. (2015). The Politics of Affirmation Theory: When Group-Affirmation Leads to Greater Ingroup Bias. *Personality and Social Psychology Bulletin*.

- Ferreira, Jaoa J. Raposo, Mario L. Rodrigues, Ricardo Gouveia. Dinis, Anabela. Paco, Arminda do. (2012). A Model of Entrepreneurial Intention: An Application of The Psychological And Behavioral Approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 19 Issue: 3, pp.424-440.
- Fishbein M, Ajzen I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Menlo Park California: Addison Wesley Publishing Company Inc
- Fryer, Roland G & Glenn C. (2007). *Louvy. Valuing Identity: The Simple Economics of Affirmative Action Police*. Harvard University.
- Ghozali, Imam. (2015). *Partial Least Squares; Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Indrajaya, Kusniadi. (2012). Peran Komite Nasional Pemuda Indonesia (KNPI) Dalam Memberdayakan Para Pemuda Putus Sekolah Melalui Pelatihan Kecakapan Hidup Berbasis Kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Luar Sekolah STKIP Siliwangi Bandung*, Vol 1, No.1, Februari 2012.
- Joesroen, Tati Suhartati & Fathorrozi, M. (2003). *Teori Ekonomi Mikro Dilengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Jogiyanto. (2008.) *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta (ID): Andi.
- Kaelani. (2009). *Filsafat Pancasila Pandangan Hidup Bangsa Indonesia*. Yogyakarta: Paradigma.
- Koe, Wei-Loon. Sa'ari, Juan Rizal. Majid, Izaidin Abdul. Ismail, Kamariah. (2012). Determinants of Entrepreneurial Intention among Millennial Generation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 40, 197 – 208.
- Kotler, Philip & Gery Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, Agus, Muhammad Khafid & Amin Pujiati. (2016). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Motivasi dan Kepribadian terhadap Minat Wirausaha Melalui Self Efficacy. *Journal of Economic Education* 5 (1), 100-109.
- Mat, Salwah Che. Maat, Siti Mistima. Mohd, Norhatta. (2015). Identifying Factors that Affecting the Entrepreneurial Intention among Engineering Technology Students. *2nd Global Conference on Business and Social Science (GCBSS)*, 17-18 September 2015, Bali, Indonesia.
- Mellor, R., Coulton, G., Chick, A. Bifulco, A., Mellor, N. & Fisher, A. (2009). *Entrepreneurship for Everyone*. London: SAGE Publication.
- Mubyarto. (2004). Menuju Ekonomi Pancasila. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 19, No. 1, 16-26.
- Murugesan, R & Dominic, P. D. D. (2014). Socio, Economic and Psychological Determinants of Entrepreneurial Intentions: A Structural Equation Model. *Global Business and Economics Review*, Vol. 16, No. 4.
- Mustikasari, Elia. (2007). Kajian Empiris tentang Kepatuhan Wajib Pajak Badan di Perusahaan Industri Pengolahan di Surabaya. *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makasar.
- Pajares, F. (1996). Self-Efficacy Beliefs in Academic Settings. *Review of Educational Research*, 66, 543-578. Doi: 10.3102/00346543066004543.
- Papzan, Abdolhamid. Afsharzade, Nashmil. Moradi, Khadijeh. (2013). Entrepreneurial Intention Determinants: an Empirical Model and a Case of Iranian Students in Malaysia. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*.
- Puspasari, Emma Yunika. (2012). *Internalisasi Moralitas Ekonomi Pancasila dalam Perilaku Entrepreneur Siswa Wirausaha SMKN 3 Kota Malang*. (Tesis). Univeristas Malang.
- Rotter, J. B. (1975). Some Problems And Misconceptions Related To The Construct of Internal Versus External Control of Reinforcement. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 43, 56–67. Doi: 10.1037/h0076301.
- Rotter, J.B. (1990). Internal Vs. External Control of Reinforcement: a Case History of a Variable. *American Psychologist*, 45(4), 489–493. Doi: 10.1037/0003- 066X.45.4.489.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sholihin, Mahfud. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan Warp PLS 3.0*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. (2009). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suki, Norazah Mohd. Suki, Norbayah Mohd. Mokhtar, Ainnur Hafizah Anuar M. Ahmad, Rosliza. (2016). Assessing Normative and Informational Influences on Students' Opinion in Engaging Electronic Word of Mouth via

- Social Networking Sites. *Procedia Economics and Finance* 37, 190 – 195.
- Sukirno, Sadono. (2005). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Susilowati, Sri Hery. (2016). Fenomena Penuaan Petani Dan Berkurangnya Tenaga Kerja Muda Serta Implikasinya Bagi Kebijakan Pembangunan Pertanian. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, Vol. 34 No. 1, 35-55.
- Sutiany, Heny, Mashudi, Witarso. (2013). *Internalisasi Moralitas Ekonomi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan*. FKIP Untan.
- Swastha, Basu & Ibnu Sukotjo. (1995). *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Wibowo, Wahyu. (2015). Kewirausahaan Pancasila: Suatu Tinjauan Kebijakan Ekonomi Pemerintah, Ekonomi Kerakyatan Yang Mandiri, dan Orientasi Pendidikan Kewirausahaan Pancasila. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Manajemen*, Volume 1, Nomor 2.
- Umar, Husein. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo
- Yamin, Sofyan dan Kurniawan, Heri. (2009). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: Salemba Infotek.
- Yuliawan, Eko dan Mbayak Ginting. (2012). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada STMIK Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol.2 No. 02, 105-111