

PENDAHULUAN

Di masa sekarang kewirausahaan memiliki peran penting untuk menunjang pertumbuhan ekonomi di Indonesia, banyak terjadi isu mengenai perkembangan kewirausahaan dalam lembaga ekonomi baik daerah, nasional, bahkan internasional beberapa tahun ini. Kementerian Usaha Kecil Menengah (UKM) dan koperasi melansir dari data yang diolah Badan Pusat Statistik (BPS) 2019 menyimpulkan terdapat peningkatan mengenai jumlah pengusaha yang sebelumnya berjumlah sekitar 1,6 % menjadi 3,1 % dari seluruh jumlah penduduk Indonesia. Akan tetapi pada tahun 2020, jumlah wirausahawan di Indonesia berada di angka 3 % dari seluruh jumlah penduduk Indonesia, dan presentase ini tidak bertambah (Murdaningsih, 2020). Dikutip dari data Kependudukan tahun 2020 jumlah penduduk tercatat sebesar 268 juta jiwa lebih namun Indonesia hanya memiliki jumlah wirausaha nasional sekitar 8,308 juta jiwa saja.

Mahasiswa sebagai penyandang status *Agent of Change*, diharapkan mampu menjadi motor perubahan dalam menghadapi berbagai masalah (Rahman, 2019). Memberdayakan kelompok terdidik dengan program kewirausahaan di lingkungan Perguruan Tinggi merupakan salah satu alternatif yang diharapkan mampu berkontribusi mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja sehingga beban negara berkurang (Primandaru, 2017). Mahasiswa sebagai generasi muda yang kreatif dan berani mengambil resiko memiliki peran sentral untuk menjadi wirausahawan muda yang sukses (Ghozali & Sahrah, 2017). Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswi A pemilik konter HP “A3 seluler” dan mahasiswa L pemilik onlineshop “wearokta” pada bulan October 2020, yang dapat di ambil kesimpulan bahwa mereka memiliki kecemasan akan masa depan yang belum tentu memiliki pekerjaan tetap ketika lulus di era pandemi. Mahasiswa yang menjalankan dan juga menekuni usaha ingin berlatih mandiri dengan tidak membebani ekonomi orang tua dan mengembangkan ilmu dalam berbisnis yang sudah mereka pelajari di bangku perkuliahan. Mahasiswa yang sudah memulai usaha, saat ini di dorong menggunakan media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mengingat

saat pandemi ini pembelajaran dilakukan dengan cara daring (Budi, 2020). Mahasiswa diajak memanfaatkan teknologi *market place* dengan melakukan digitalisasi karena pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta jiwa dengan rata-rata pemakaian 8 jam per hari (Oebaidillah, 2020).

Situasi Pandemi Covid-19 ini juga sangat berdampak terhadap kewirausahaan. Menurut survey yang dilakukan pada 756 responden, 21 persen pengusaha muda terpaksa gulung tikar karena adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) (Karunia, 2020). Banyak usaha yang mengalami gulung tikar karena tergerus perkembangan jaman, apalagi ketika di tengah jalan konsep yang di bangunnya melemah dan tidak mampu bertahan dalam persaingan yang tinggi dan ketat (Maulina, 2020). Perusahaan melakukan pengalihan focus bisnis untuk dijadikan solusi jangka pendek (strategi bertahan hidup) seperti *Event Organizer (EO)* Penyelenggara Festival Musik yang mengubah usahanya dengan mengorganisir upacara di rumah duka secara temporer. Kemudian perusahaan otomotif yang akhirnya memproduksi *ventilator* (Aninda, 2020). Di sisi lain, sebenarnya juga banyak peluang yang dapat dimanfaatkan saat masa Pandemi ini, seperti bisnis online, bisnis pembuatan masker, hand sanitizer, makanan beku, hingga ramuan herbal (Cahyadi, 2020). Usaha yang dapat bertahan adalah yang berhasil memanfaatkan teknologi sebagai adaptasi di tengah pandemi Covid-19 ini (Diveranta, 2020). Kebiasaan hidup pun mulai berubah termasuk cara berbisnis kalangan wirausaha di era yang disebut *new normal* dengan melihat geliat pasar, membuat perencanaan matang, memperluas jaringan, kreatif, serta konsisten (Fatkhulamien, 2020).

Mengacu pada survey pelaku usaha yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik 84,20 % Usaha Mikro kecil mengalami penurunan pendapatan (Badan Pusat Statistik, 2020). Dikutip dari liputan 6, pandemi yang berlangsung sejak awal 2020 tidak mengurangi semangat mahasiswa untuk mengembangkan potensi di bidang kewirausahaan. Mahasiswa terus mencari cara untuk bergerak maju dan tidak stagnan dalam berwirausaha. Gendro Salim (praktisi bisnis dari Ucoach Djvasrana Grahasada) menyatakan, pada masa pandemi ini dimanfaatkan mahasiswa untuk dijadikan sebagai peluang dalam mendirikan usaha (Liputan6,

2020). Didukung adanya pandemi ini pembelajaran juga dilakukan secara daring, sehingga membuat mahasiswa memiliki waktu luang yang dapat dimanfaatkan untuk berwirausaha (Putri & Christiana, 2020). Mahasiswa memanfaatkan dunia maya untuk berwirausaha guna mengisi waktu luang dan membantu perekonomian. Waktu luang yang didapatkan mahasiswa dari proses pembelajaran daring menimbulkan motivasi sendiri bagi mahasiswa untuk memunculkan kegiatan yang bermanfaat seperti halnya berwirausaha. Berwirausaha bagi mahasiswa juga dapat membantu perekonomian, dari wawancara kepada beberapa mahasiswa menyebutkan selama masa pandemi mereka tidak mendapatkan uang saku seperti saat kuliah dilakukan secara luring, hal inilah yang kemudian memotivasi mahasiswa untuk berwirausaha.

Melihat secara langsung di lingkungan sekitar, saat bulan ramadhan terjadi penurunan pedagang yang berjualan di sekitar kampus, akan tetapi sudah ada peningkatan dibandingkan dengan ramadhan tahun lalu. Ramadhan tahun lalu di lingkungan kampus sama sekali tidak terdapat pedagang yang membuka lapaknya karena situasi pandemi padahal tahun sebelumnya area sekitar kampus dipenuhi pedagang yang notabennya adalah mahasiswa dengan penghasilan cukup besar yang didapatkan dari berjualan. Tahun ini sudah terdapat lagi pedagang yang beberapa diantaranya mahasiswa mulai membuka lapak usahanya saat ramadhan di lingkungan kampus, hal ini menunjukkan intensi berwirausaha mahasiswa yang mulai muncul dalam diri mahasiswa sehingga mendorong mereka untuk mendirikan usaha seperti halnya berjualan takjil di lingkungan kampus.

Paparan fenomena diatas menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki intensi dalam memulai usaha. Pendekatan dasar yang masuk akal dan sekaligus menjadi *predictor* terbaik bagi perilaku berwirausaha seseorang adalah intensi (Cho et al., 2006; Fishbein & Ajzen, 1975; Indarti & Rostiani, 2008). Krueger dan Casrud (dalam Kautonen & Luoto, 2008) juga mengungkapkan hal yang sama bahwa intensilah yang menjadi pengaruh bagi perilaku berwirausaha. Intensi dalam kajian Wibowo (2017) adalah posisi dari seseorang di dalam dimensi probabilitas subjektif dimana didalamnya terlibat sebuah pola beberapa tindakan yang berhubungan dengan diri. Perilaku wirausaha tumbuh karena sebelumnya

didahului oleh intensi berwirausaha seseorang. Fishbein dan Ajzen (1975) mengungkapkan pengertian intensi berwirausaha sebagai sebuah keyakinan dari individu dengan menunjukkan sebuah perasaan positif agar bisa menghadapi berbagai tantangan dan rintangan dalam niat untuk membuka usaha. Intensi berwirausaha menurut Nursito dan Nugroho (2013) merupakan sebuah faktor subjektif dari seseorang berbentuk sebuah keinginan yang kuat untuk menjadi wirausahawan. Sedangkan intensi berwirausaha menurut Karyaningsih dan Wibowo (2017) merupakan sebuah keinginan yang kuat terhadap diri sendiri untuk kemudian memunculkan perilaku menjadi wirausaha. Dari pemaparan teori di atas dapat diambil kesimpulan bahwa intensi berwirausaha merupakan sebuah keinginan dan keyakinan dalam diri seseorang untuk melakukan sebuah tindakan berkaitan dengan wirausaha yang kemudian diwujudkan sebagai perilaku dalam menghadapi rintangan saat memulai usaha. Intensi dapat menunjang keberhasilan sebuah usaha, dapat juga diartikan sebagai keaktifan seseorang di dalam berwirausaha.

Fishbein dan Ajzen (1975) menyatakan bahwa perilaku individu dilandasi akan 3 hal, diantaranya *Normative beliefs* (mencangkup harapan akan tingkah laku yang dapat mendorong dalam pencapaian tujuan seseorang, *Normative Beliefs* akan memunculkan penerimaan tuntutan sosial), *Control beliefs* (berfokus pada hal yang bisa menahan dan memudahkan perilaku serta keyakinan seseorang mengenai keahlian tertentu yang dimilikinya, sehingga dapat membangkitkan control terhadap perilaku), dan terakhir yaitu *Behavior beliefs* (itikad seseorang mengenai hasil yang diinginkan dari perilaku dan juga penilaian terhadap hasil perilakunya, *Behavior Beliefs* akan memunculkan sikap seseorang terhadap sebuah perilaku). Dapat diambil kesimpulan bahwa aspek-aspek intensi berwirausaha seseorang adalah *behavior beliefs* merupakan keyakinan seseorang serta penilaian seseorang pada hasil perilakunya, *normative beliefs* merupakan harapan terhadap tingkah laku sehingga mendorong seseorang untuk segera mencapai tujuannya, dan *control beliefs* merupakan keyakinan individu menahan terampilnya perilaku sehingga yakin terhadap keahlian yang dimilikinya untuk menangani hal-hal tertentu.

Indarti dan Rostiani (2008); Ramadhan et al., (2019); dan Ruswati, (2018) mengungkapkan terdapat tiga hal yang menjadi faktor penentu intensi kewirausahaan yaitu kepribadian (seperti kreativitas, motivasi, *hardiness*, *risk taking*, *Self Efficacy* serta beberapa indikator kecerdasan), lingkungan (mencakup akses modal, dukungan sosial dan keluarga), dan demografis (mencakup latar belakang pendidikan, usia, jenis kelamin). Didukung temuan Simanjuntak et al., (2016) bahwa konsep diri, dasar modal, dan juga kepribadian dari individu juga mempengaruhi intensi berwirausaha. Riset lainnya mengungkapkan bahwa kesiapan instrumen juga berdampak positif terhadap niat berwirausaha. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha antara lain kepribadian, lingkungan dan demografis.

Kepribadian memiliki andil dalam mempengaruhi sebuah intensi berwirausaha seseorang, kepribadian ini berfokus pada *hardiness*. *Hardiness* adalah kumpulan dari ciri kepribadian yang mendukung individu menjadi stabil, kuat, tahan serta optimis dalam menghadapi stres sehingga efek negatif stress dapat dikurangi (Kobasa et al., 1982; Maddi, 2012; Maramis & Cong, 2020). Dengan kepribadian ini seseorang mampu mengendalikan kejadian tidak menyenangkan serta dapat memberikan arti yang positif pada kejadian tersebut. *Hardiness* juga didefinisikan sebagai ciri kepribadian yang berfungsi melakukan perlawanan disaat seseorang mengalami suatu masalah sehingga menyelesaikan masalah dengan cara yang dianggapnya tepat (Aprilia & Yulianti, 2017). Nurtjahjanti dan Ratnaningsih (2011) mengungkapkan *hardiness* berfungsi sebagai perlawanan stres dan berpengaruh positif pada status. Dari paparan tersebut disimpulkan *hardiness* adalah suatu bentuk kepribadian dari seseorang yang dapat mengubah ancaman (*stressor negative*) menjadi peluang (*stressor positive*) serta stres dijadikan sebagai motivasi guna mencapai kesuksesan sehingga individu menjadi kuat, stabil, tahan serta optimis. Seseorang *hardiness* mampu mengontrol kejadian yang tidak menyenangkan serta dapat mengartikan kejadian menjadi positif.

Aspek dari kepribadian *hardiness* yaitu kontrol (kaitannya dengan kemandirian dan pengaruh terhadap masa depan), komitmen (pemaknaan mengenai tujuan diri),

dan tantangan (yakin akan perubahan menjadi bagian dalam kehidupan, dilakukan dengan semangat sebagai peluang untuk pengembangan diri) (Kobasa dalam Mund, 2016). Disimpulkan *hardiness* dipengaruhi oleh aspek *control*, *commitment*, dan *challenge*.

Faktor *hardiness* menurut Kreitner dan Kinicki (2005) yaitu Kemampuan seseorang membuat *pleaning* yang masuk akal, mempunyai rasa percaya diri, serta mengembangkan keterampilan komunikasi dan kapasitas dalam mengelola perasaan. Dari penjabaran tersebut disimpulkan faktor pengaruh *hardiness* adalah rasa percaya diri, citra diri yang positif, keterampilan dalam berkomunikasi, dan kemampuan membuat *pleaning* secara realistis.

Dalam intensi berwirausaha terdapat faktor lain yang berpengaruh yaitu faktor lingkungan berupa dukungan sosial dari orang sekitar baik dari keluarga maupun teman sebaya. Dukungan sosial menurut Dalton, Elias, dan Wardersman dalam Chaerani dan Rahayu (2019), merupakan sebuah gabungan perilaku berdasarkan proses sosial, kognitif, emosi yang terjadi dalam hubungan pribadi, dimana seseorang merasakan mendapat sebuah bantuan dalam penyesuaian masalah. Nurhidayati dan Utari (2018) mendefinisikan dukungan sosial sebagai bantuan dari seseorang yang dekat dengan individu yang menerima bantuan baik berupa informasi, tingkah laku, maupun hal lain sehingga membuat seseorang yang menerimanya merasakan diperhatikan dan disayangi. Individu yang memperoleh dukungan sosial dari orang lain merasa lega kerana dia merasa diperhatikan, merasa mendapatkan sebuah saran ataupun kesan yang sifatnya mendukung keinginannya (Primandaru, 2017). Kail (dalam Primandaru, 2017) memberikan definisi dukungan sosial sebagai sebuah informasi dapat bersidat emosi dari seseorang yang sebagai pendamping, diberikan individu kepada individu lain yang ada di sekitarnya untuk menyelesaikan masalah yang terjadi pada kehidupan individu tersebut. Dukungan sosial menurut Maulida dan Dhanial (2012) memiliki peran yaitu mempertahankan kondisi psikologis individu yang mengalami tekanan dalam usahanya. Sehingga ketentraman psikologis individu dapat meningkat karena terdapat perhatian dan pengertian melalui dukungan sosial. Sehingga dapat diambil kesimpulan dukungan sosial merupakan respon berupa perhatian,

penghargaan, penerimaan, dan sebuah bantuan (pertolongan) yang berasal orang tua, saudara, sahabat, teman yang mengisyaratkan bahwa seseorang tersebut dihargai, dihormati, diberi perhatian dan diikutsertakan pada sistem komunikasi dengan tujuan membantu seseorang dalam mengatasi permasalahannya.

Dukungan sosial dibagi menjadi 5 Aspek yaitu dukungan emosional (berisi mengenai kepedulian, afeksi diri, empati seseorang yang berada di sekitarnya), dukungan penghargaan (*reward* atas kelebihan yang dimiliki seseorang dari orang lainnya, diputuskan oleh persetujuan dari ide seseorang, berbentuk penghargaan yang diberikan kepada orang lain), dukungan instrumental (biasanya bersifat spontan, misal memberikan bantuan baik berupa uang atau jasa kepada seseorang yang sedang membutuhkan), dukungan informatif (memberikan nasihat, arahan atau usulan kepada individu untuk memperbaiki diri), dan dukungan jejaring sosial (berasal dari kelompok yang sepemikiran, seminat yang secara bersama membuat seseorang merasa memiliki teman) (Smeet, 1994; Sarafino & Smith 2011). Dari pernyataan tersebut di ambil kesimpulan bahwa aspek yang mempengaruhi dukungan sosial berupa dukungan emosional, dukungan instrumental, dukungan informasi, dukungan penghargaan, dan dukungan jejaring sosial.

Djuwitawati dan Djalali (2015) menyebutkan faktor yang mempengaruhi *sosial support* antara lain : media massa, pengalaman seseorang, peran penting dari orang lain, peran keluarga dalam perkembangan, badan pendidikan dan religiusitas, efek yang ditimbulkan dari faktor emosi, pengaruh dan pembentukan sikap, terakhir adalah efek kebudayaan setempat. Dari paparan diatas disimpulkan faktor yang mempengaruhi dukungan sosial yaitu media massa, pengalaman seseorang, peran penting dari orang lain, peran keluarga dalam perkembangan, badan pendidikan dan religiusitas, efek yang ditimbulkan dari faktor emosi, pengaruh dan pembentukan sikap, terakhir adalah efek kebudayaan setempat.

Keterkaitan antara *hardiness* dengan intensi berwirausaha, *hardiness* diartikan sebagai sebuah tolak ukur mengenai kepribadian guna menilai tingkat ketahanan seseorang terhadap bantingan. Amiruddin dan Ambarini (2014) mengungkapkan bahwa individu dengan kepribadian *hardiness* mampu menghadapi stres dengan

baik karena orang *hardiness* lebih efektif dalam menghadapi kondisi pemicu stres, mempunyai suatu penilaian yang positif terkait kondisi tersebut, memandang kondisi pemicu stres tidak membahayakan, mampu mengontrol situasi, dapat menarik pelajaran dari situasi yang cenderung memicu stres tersebut. Kusuma (2018) melakukan penelitian dan menemukan adanya hubungan yang signifikan antara kepribadian *hardiness* dengan optimisme masa depan. *Theory of Planned Behaviour* mengatakan bahwasannya pandangan individu mengenai hasil yang di dapatkan di masa yang akan datang dipengaruhi oleh sikap dan perilaku. Berorientasi pada hasil dan tugas, rasa percaya akan diri sendiri, berani mengambil resiko, berorientasi ke depan merupakan beberapa kepribadian seorang wirausaha, oleh karena itu kepribadian berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Orang yang tidak mempunyai keberanian dalam mengambil resiko maka tidak akan berani mengambil tantangan untuk mengambil keputusan menjadi seorang wirausaha. Oleh karenanya kepribadian seseorang terutama kepribadian *hardiness* ini sangat diperlukan didalam menumbuhkan intensi berwirausaha seseorang. Penelitian Kurniawan et al., (2016), Syaifudin dan Sagoro (2017), Chalik dan Rahayu (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif kepribadian pada intensi berwirausaha sedangkan penelitian Ramadhan et al., (2019) mengungkap adanya korelasi sangat signifikan antara *hardiness* dengan intensi berwirausaha seseorang sebesar 0,843. *Hardiness* mendorong individu untuk mengarahkan pola pikir, perasaan serta tindakan menjadi positif dalam menghadapi sesuatu sehingga individu dengan *hardiness* tinggi semakin menumbuhkan minat dalam menghadapi tantangan dengan penuh control dan komitmen. Namun hal itu berbeda dengan penelitian Widhiastuti dan Dewi (2020) yang dilakukan di masa pandemi bahwa kepribadian berpengaruh negatif terhadap minat/intensi berwirausaha, semakin baik kepribadian seseorang maka semakin kecil intensi berwirausaha seseorang. Hasil penelitian Ajiningsih (2020) membuktikan bahwa *hardiness* yang ditunjukkan oleh karyawan PHK memiliki kesiapan dalam komitmen, kontrol perilaku, dan menghadapi tantangan untuk memberi nafkah keluarga. Hal tersebut menjadikan mereka mampu menggali

potensi pribadi yang dapat dikembangkan dan menjadi lahan usaha untuk mencari nafkah dengan cara berwirausaha.

Faktor lain yang mempengaruhi intensi berwirausaha adalah dukungan sosial. Sesuai hasil penelitian Handaru et al., (2015) bahwa dukungan ekonomi, keluarga berpengaruh dengan intensi berwirausaha. Seseorang yang memiliki kemampuan dan pengetahuan terhadap kewirausahaan yang cukup dan didukung adanya dukungan sosial baik dari lingkungan maupun keluarga maka akan besar kemungkinan orang ini memiliki intensi berwirausaha yang kuat serta dapat memberikan semangat untuk melakukan wirausaha. Dukungan sosial disini juga pernah digunakan sebagai variabel penelitian dan terbukti memiliki andil dalam mempengaruhi intensi berwirausaha. Dari penelitian yang telah ada beberapa mengungkap adanya hubungan yang signifikan antara dukungan sosial dengan intensi berwirausaha sebagaimana hasil riset (Desri et al., 2017; Fatmawati, 2020; Hardhadhedhali & Suparmi, 2019; Nurhidayati & Utari, 2018; Primandaru, 2017) bahwa dukungan sosial berhubungan positif dengan intensi berwirausaha. Pada masa pandemi ini dukungan sosial juga sangat berpengaruh untuk mengurangi stres khususnya pada seseorang yang sedang mendirikan usaha seperti penelitian Jembarwati (2020) dan Santoso (2020) mengungkap bahwa dukungan sosial berpengaruh positif untuk mengatasi stres dan membantu mencegah dari ancaman kesehatan mental lainnya. Menurut penelitian yang sudah dilakukan oleh Fatmawati (2020) mengungkapkan bahwa dukungan sosial menyumbang 8,6% terhadap intensi berwirausaha, membuktikan bahwa semakin tinggi dukungan sosial maka semakin menumbuhkan intensi berwirausaha seseorang. Penelitian terbatas pada dukungan sosial secara umum dan disandingkan dengan variabel lain yang sudah banyak diteliti misalnya *Adversity Quotient*, kreativitas, *Self Efficacy* dan belum ada yang menyandingkan hubungan dukungan sosial dan faktor kepribadian seseorang yaitu *hardiness*, padahal penelitian lainnya mengungkap adanya hubungan kepribadian *hardiness* dengan intensi berwirausaha seperti penelitian Ramadhan et al., (2019). Sedangkan dalam penelitian Widhiastuti dan Dewi (2020) yang dilakukan pada saat pandemi juga

menunjukkan bahwa dukungan sosial dari lingkungan berpengaruh positif dengan intensi berwirausaha.

Dari uraian di atas, variabel *hardiness* dan variabel dukungan sosial memiliki hubungan dengan intensi berwirausaha. Wirausahawan muda dari kalangan mahasiswa yang mampu menciptakan lapangan kerja merupakan salah satu solusi yang relevan untuk mengurangi angka pengangguran. Maka dapat di asumsikan bahwa, apabila mahasiswa memiliki *hardiness* dan dukungan sosial yang rendah akan berpotensi memiliki intensi berwirausaha yang rendah pula. Begitupun sebaliknya, apabila seorang mahasiswa memiliki *hardiness* dan dukungan sosial tinggi maka dia berpotensi mempunyai intensi berwirausaha tinggi pula.

Berdasarkan pada penjelasan yang telah dipaparkan maka muncul pertanyaan “apakah terdapat hubungan *hardiness* dan dukungan sosial dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta?”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1). Hubungan antara *hardiness* dan dukungan sosial dengan intensi berwirausaha pada Mahasiswa.; 2). Hubungan *hardiness* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa.; 3). Hubungan dukungan sosial dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa.; 4). Sumbangan efektif *hardiness* terhadap intensi berwirausaha.; dan 5). Sumbangan efektif dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi : 1.) Mahasiswa, diharapkan akan lebih memahami bahwa *hardiness* dan dukungan sosial merupakan faktor penting untuk seseorang dalam berwirausaha. 2.) Instansi terkait, Memberi kontribusi secara teori dengan kajian mengenai intensi berwirausaha, *hardiness*, dan dukungan sosial. 3.) Peneliti selanjutnya, hasil dari riset ini nanti juga bisa untuk dijadikan referensi untuk penelitian lain.

Peneliti mengajukan hipotesis mayor yaitu ada hubungan antara *hardiness* dan dukungan sosial dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa dan hipotesis minor yaitu 1.) Ada hubungan positif *hardiness* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa. Semakin tinggi *hardiness* maka semakin tinggi tingkat intensi berwirausaha pada mahasiswa. 2.) Ada hubungan positif antara dukungan sosial

dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa. Semakin tinggi dukungan sosial maka semakin tinggi intensi berwirausaha pada mahasiswa.