

Understanding the role of women's empowerment and internal factors affecting entrepreneurial intention in Generation Z = Memahami peran pemberdayaan perempuan dan faktor internal yang mempengaruhi niat berwirausaha pada Generasi Z

Nur Hasanah Jasmine, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526800&lokasi=lokal>

Abstrak

Banyak penelitian dalam literatur kewirausahaan tertarik pada pertanyaan tentang mengapa seseorang memiliki atau tidak memiliki niat untuk membuat usaha mereka sendiri, terutama pada generasi muda seperti Gen Z dengan seperangkat nilai dan kreativitas baru. Dengan jumlah bisnis yang terus meningkat dari tahun ke tahun, seiring dengan jumlah wanita di industri bisnis yang semakin meningkat. Meningkatnya jumlah perempuan pengusaha dapat disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya adalah munculnya pemberdayaan perempuan di kalangan generasi baru. Teori perilaku terencana juga telah dipelajari dalam banyak studi bisnis sosial mengenai niat kewirausahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara pemberdayaan dan niat berwirausaha di kalangan perempuan Generasi Z. Ini juga berfokus pada pemeriksaan peran efikasi diri, norma subjektif, dan sikap terhadap pengambilan risiko dalam membentuk niat kewirausahaan. Untuk mendukung penelitian ini, kuesioner disebar kepada 202 perempuan yang lahir antara tahun 1997-2004 di Indonesia. Kuesioner yang disebar memiliki jenis pertanyaan tertutup, pertanyaan skala Likert. Software SEM-PLS digunakan untuk menganalisis penelitian ini.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa subjective norm dan attitude toward risk-taking yang dimiliki perempuan di Indonesia memiliki dampak yang signifikan terhadap entrepreneurial intention. Namun, empowerment dan self-efficacy telah ditemukan memiliki pengaruh negatif dalam niat kewirausahaan dimana penelitian ini menemukan bahwa memiliki empowerment dan self-efficacy tidak selalu mengarah terhadap kegiatan berusaha. Analisis data menunjukkan bahwa subjective norm memiliki pengaruh terbesar terhadap entrepreneurial intention. Artinya, wanita di kalangan Gen Z menunjukkan kecenderungan tertinggi untuk memulai usaha mereka sendiri ketika mereka mendapat dukungan dari orang-orang di sekitar mereka atau yang pendapatnya mereka hargai yang juga menyarankan mereka untuk mempunyai bisnis sendiri.

.....Many researches in entrepreneurial literature have been interested in the question regarding why an individual has or has not the intention to generate their own venture, especially in the young generation such as Gen Z with their own new set of values and creativity. With the number of businesses continuously increasing over the years, along with the number of women in the business industry has increased. The rising number of women entrepreneurs can be caused by many factors, one of them being the rise of women empowerment among the new generations. The theory of planned behavior has also been studied in many social business studies regarding entrepreneurial intentions.

The purpose of this study is to investigate the relationship between empowerment and entrepreneurial intention among Generation Z females. It also focuses on examining the role of self-efficacy, subjective norm, and attitude toward risk-taking on shaping entrepreneurial intention. To support this study, a questionnaire is distributed to 202 females that are born between the years 1997-2004 in Indonesia. The questionnaire that is spread is a close-ended type of question, the Likert scale questions. SEM-PLS Software

is used to analyze this study.

The results revealed that the subjective norm and attitude toward risk-taking of young women in Indonesia have a significant influence on their intention to pursue entrepreneurial endeavors. However, empowerment and self-efficacy has been found to have a negative influence in entrepreneurial intention as this research found that having empowerment and self-efficacy does not specify towards the act of entrepreneurship. The data analysis shows that subjective norm have the biggest impact on entrepreneurial intention. That is to say, female Gen Z showed the highest propensity to launch their own enterprise when they have the support from the people around them or whose opinions they value that also have a preference for them to have their own business.