

SKRIPSI
PENGARUH STEREOTIP GENDER DAN DUKUNGAN
SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA
WANITA GENERASI Z DENGAN EFIKASI DIRI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



DIAJUKAN OLEH :
NAMA : TARA CLARISSA DJAJA
NIM : 115210034

DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SKRIPSI
PENGARUH STEREOTIP GENDER DAN DUKUNGAN
SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA
WANITA GENERASI Z DENGAN EFIKASI DIRI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI



DIAJUKAN OLEH :
NAMA : TARA CLARISSA DJAJA
NIM : 115210034

DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK
MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN

FR.FE-4.7-RO



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Tara Clarissa Djaja
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210034
Program Studi : Manajemen Bisnis



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 25 November 2024



Tara Clarissa Djaja
Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : TARA CLARISSA DJAJA
NIM : 115210034
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH STEREOTIP GENDER DAN
DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI
BERWIRAUSAHA WANITA GENERASI Z
DENGAN EFIKASI DIRI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 21 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

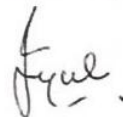
NAMA : TARA CLARISSA DJAJA
NIM : 115210034
PROGRAM / JURUSAN : SI / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH STEREOTIP GENDER DAN
DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI
BERWIRAUSAHA WANITA GENERASI Z
DENGAN EFIKASI DIRI SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 11 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Drs. Edalmen, M.M.
2. Anggota Penguji : Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.
Drs. M.Tony Nawawi, M.M.

Jakarta, 7 Januari 2025

Pembimbing,



(Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) TARA CLARISSA DJAJA (115210034)
 - (B) *THE INFLUENCE OF GENDER STEREOTYPE AND SOCIAL SUPPORT ON ENTREPRENEURIAL INTENTION OF GENERATION Z WOMEN MEDIATED BY SELF EFFICACY*
 - (C) XVII + 85 Pages, 30 Tables, 7 Pictures, 16 Attatchments
 - (D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*
 - (E) *Abstract: The purpose of this study was to examine the effect of gender stereotype and social support on entrepreneurial intention and then self efficacy as a mediation between gender stereotype and social support to entrepreneurial intention. The sample of the research is 169 generation Z women in SMK and University in Jakarta. Non probability sampling technique with the purposive sampling method is used by spreading online questionnaires and analyzed using PLS-SEM. The result of this study is social support can affect entrepreneurial intention with or without self efficacy as a mediating role. Gender Stereotype cannot affect entreprenurial intention directly but can have an affect if self efficacy mediates.*
- Keyword: Gender Stereotype, Social Support, Entrepreneurial Intention, Generation Z Women, Self Efficacy*
- (F) *References 82 (1983 – 2024)*
 - (G) Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JAKARTA

- (A) TARA CLARISSA DJAJA (115210034)
- (B) PENGARUH STEREOTIP GENDER DAN DUKUNGAN SOSIAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA WANITA GENERASI Z DENGAN EFIKASI DIRI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
- (C) XVII + 85 Halaman, 30 Tabel, 7 Gambar, 17 Lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh stereotip gender dan dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha serta menguji efikasi diri sebagai mediasi antara stereotip gender dan dukungan sosial. Sampel dari penelitian ini adalah 169 wanita generasi Z yang berada di SMK dan Universitas yang berdomisili di Jakarta. Teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* yang kemudian dianalisis menggunakan PLS-SEM. Hasil dari penelitian ini adalah dukungan sosial dapat memengaruhi intensi berwirausaha secara langsung maupun dengan mediasi efikasi diri. Stereotip gender tidak dapat memengaruhi intensi berwirausaha secara langsung tetapi dapat memiliki pengaruh ketika melalui mediasi efikasi diri.

Kata Kunci: Stereotip Gender, Dukungan Sosial, Intensi Berwirausaha, Wanita Generasi Z, Efikasi Diri
- (F) Referensi 82 (1982 – 2024)
- (G) Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

HALAMAN MOTTO

everything will be okay in the end.

if it's not okay,

it's not the end.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri,

Papa dan adik tercinta,

Teman-teman yang saya kasihi,

dan seluruh pengajar dan pembimbing.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Stereotip Gender dan Dukungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Wanita Generasi Z dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Mediasi" sebagai tugas akhir dan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaikannya. Sehingga, pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi, dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yaitu kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Lydiawati Soelaiman S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, pikiran, arahan, saran, serta bekal ilmu dalam penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumagara.
4. Seluruh dosen dan staf yang telah mendidikan dan memberikan banyak ilmu kepada penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumagara.
5. Ayah saya tercinta, Ben Kun, adik tersayang Bernard Christopher Djaja, Imah saya, Luella Vidya, dan sepupu saya Ananda Pipphali Vidya yang telah memberikan dukungan dalam segala hal selama perkuliahan, hingga penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat diukur dengan apapun.
6. Maulida Mulyana, Michelle Avarielle, Christabella Gracia, Seraphine Noviani, Gracia Andinny, Catherine Elizabeth, Odilia Amanda, James

Alexander, Shawn Lemuel, Calvin selaku sahabat yang selalu ada dalam keadaan suka maupun duka, memberikan dukungan, inspirasi dan motivasi dalam penyusunan skripsi.

7. Valentina, Jocelinn Avelina, Jennifer, Hellen Halim Putri, Cindy Lawrence Angkasa, dan Viandelya Lovely, selaku teman baik di kampus yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan, serta masukan-masukan kepada saya sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu yang sudah ditentukan.
8. Kepada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
9. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri karena telah berusaha keras dan berjuang sampai sejauh ini, telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penulisan skripsi ini serta menyelesaikannya dengan sebaik dan semaksimal mungkin.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Maka dari itu kritik dan saran yang dari pembaca sangat dibutuhkan guna menyemprunakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 25 November 2024

Penulis,



Tara Clarissa Djaja

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat	6
1. Tujuan	6
2. Manfaat	7
BAB II.....	8
LANDASAN TEORI.....	8
A. Gambaran Umum Teori	8
B. Definisi Konseptual Variabel.....	11
1. Stereotip Gender.....	11
2. Dukungan Sosial	12
3. Efikasi Diri	12
4. Intensi Berwirausaha	13

C. Kaitan antar Variabel-variabel.....	14
1. Kaitan antara Stereotip Gender dengan Intensi Berwirausaha.....	14
2. Kaitan antara Dukungan Sosial dengan Intensi Berwirausaha	15
3. Kaitan Stereotip Gender dengan Efikasi diri	16
4. Kaitan Dukungan Sosial dengan Efikasi Diri	17
5. Kaitan efikasi diri dengan Intensi berwirausaha	17
D. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	18
1. Kerangka Pemikiran.....	18
2. Hipotesis.....	19
BAB III	21
METODE PENELITIAN	21
A. Desain Penelitian	21
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	21
1. Populasi	21
2. Teknik Pemilihan Sampel	22
3. Ukuran Sampel.....	22
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	23
1. Stereotip Gender.....	24
2. Dukungan Sosial	24
3. Efikasi Diri	25
4. Intensi Berwirausaha.....	25
D. Analisis Validitas dan Realibilitas	26
1. Analisis Outer Model	26
E. Analisis Data.....	32
1. Koefisien Determinasi (R^2)	32
2. <i>Effect size</i> (f^2)	32
3. <i>Path Coefficient</i>	32
4. Signifikansi (<i>p-value</i>).....	33
5. <i>Goodness of Fit Test</i> (GoF).....	33
6. Uji Mediasi.....	33
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	34

A. Deskripsi Subyek Penelitian	34
B. Deskripsi Objek Penelitian	37
C. Hasil Analisis Data	41
1. Hasil Inner Model	41
D. Pembahasan	48
BAB V	52
PENUTUP	52
A. Kesimpulan	52
B. Keterbatasan dan Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN.....	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Skala Likert.....	23
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Stereotip Gender.....	24
Tabel 3.3. Operasionalisasi Variabel Dukungan Sosial.....	24
Tabel 3.4. Operasionalisasi Variabel Efikasi Diri	25
Tabel 3.5. Operasionalisasi Variabel Intensi Berwirausaha	25
Tabel 3.6. Hasil <i>Loading Factor</i> Pertama.....	27
Tabel 3.7. Hasil <i>Loading Factor</i> Kedua	28
Tabel 3.8. <i>Average Variance Extracted</i>	28
Tabel 3.9. <i>Fornell Larcker Criterion</i>	29
Tabel 3.10. <i>Cross Loading</i>	30
Tabel 3.11. Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	31
Tabel 4.1. Karakteristik Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2. Karakteristik Subjek Penelitian Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.3. Karakteristik Subjek Penelitian Berdasarkan Pendidikan yang Ditempuh Saat Ini.....	35
Tabel 4.4. Karakteristik Subjek Penelitian Berdasarkan Domisili Instansi Pendidikan saat Ini	36
Tabel 4.5. Karakteristik Subjek Penelitian Berdasarkan Latar Belakang Keluarga dalam Berwirausaha	37
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Stereotip Gender	38
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Dukungan Sosial	39
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Efikasi Diri	39
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Atas Pernyataan Intensi Berwirausaha.....	40
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	41
Tabel 4.11. Hasil Uji <i>Effect Size</i>	42
Tabel 4.12. Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	43
Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis Pertama.....	44
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis Kedua	45
Tabel 4.15. Hasil Uji Hipotesis Ketiga	45

Tabel 4.16. Hasil Uji Hipotesis Keempat	46
Tabel 4.17. Hasil Uji Hipotesis Kelima	46
Tabel 4.18. Hasil Uji Hipotesis Keenam	47
Tabel 4.19. Hasil Uji Hipotesis Ketujuh.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Teori Perilaku	9
Gambar 2.2. Keterkaitan antara Stereotip Gender dengan Intensi Berwirausaha .	15
Gambar 2.3. Keterkaitan antara Dukungan Sosial dengan Intensi Berwirausaha .	16
Gambar 2.4. Keterkaitan Sterotip Gender dengan Efikasi Diri	16
Gambar 2.5. Keterkaitan Dukungan Sosial dengan Efikasi Diri	17
Gambar 2.6. Keterkaitan efikasi diri dengan Intensi berwirausaha	18
Gambar 2.7. Model Penelitian	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	66
Lampiran 2. Tanggapan Responden	70
Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	79
Lampiran 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan yang Ditempuh Saat Ini	79
Lampiran 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Instansi Pendidikan saat Ini.....	80
Lampiran 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Keluarga dalam Berwirausaha.....	80
Lampiran 8. Hasil Uji <i>Factor Loading</i> Pertama	81
Lampiran 9. Hasil Uji <i>Factor Loading</i> Kedua.....	81
Lampiran 10. Hasil Uji Analisis <i>Construct Reliability and Validity</i>	81
Lampiran 11. Hasil Uji <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	82
Lampiran 12. Hasil Uji <i>Cross Loadings</i>	82
Lampiran 13. Hasil Analisis <i>R-square</i>	82
Lampiran 14. Hasil Analisis <i>Effect Size</i>	82
Lampiran 15. Hasil Analisis <i>Path Coefficient</i>	83
Lampiran 16. Hasil Analisis <i>Special Indirect Effect</i>	83
Lampiran 17. Hasil Uji <i>Bootstraping</i>	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wirausaha diakui sebagai salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial di seluruh dunia (Hasan *et al.*, 2024; Sharma *et al.*, 2023). Melalui wirausaha, banyak negara berhasil menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mempercepat inovasi. Bank Dunia melaporkan bahwa wirausaha menjadi salah satu kontributor yang sangat penting karena mewakili 90% dunia usaha dan bahkan lebih dari 50% sebagai pencipta lapangan kerja (World Bank, 2019).

Berdasarkan data dari Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM), Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki tingkat kewirausahaan yang cukup rendah yaitu hanya 3,47% dari total populasi. Angka ini termasuk sangat rendah jika dibandingkan dengan negara di Asia Tenggara lain seperti Singapura yang sudah mencapai rasio wirausaha sebesar 8,6% dan Thailand diatas 4%. Sedangkan, agar Indonesia bisa menjadi maju dan mencapai Indonesia emas 2045, dibutuhkan rasio wirausaha minimal 4% dari populasi penduduk (Dadag, 2023). Kewirausahaan diharapkan dapat menjadi garda terdepan dalam pencapaian pilar Indonesia (Sugiarto, 2021). Oleh karena itu, dukungan terhadap kewirausahaan menjadi lebih gencar, terutama dengan adanya berbagai kebijakan dan program pemerintah yang dibentuk untuk memfasilitasi pertumbuhan wirausaha seperti program kredit usaha rakyat (KUR), kartu prakerja, *digital talent scholarship*, dan masih banyak lagi (Kominfo, 2022).

Wanita merupakan salah satu kelompok yang memiliki potensi besar dalam dunia wirausaha (Anggadwita *et al.*, 2021). Di banyak negara, termasuk Indonesia, wanita semakin terlibat dalam kegiatan ekonomi dan bisnis dengan membentuk usaha kecil hingga menengah. Kegiatan ini berkontribusi signifikan terhadap ekonomi nasional dengan cara menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penghasilan, dan lainnya (Gulvira *et al.*, 2024). Alasan wanita

melakukan wirausaha didorong oleh beberapa faktor seperti ingin menghidupi keluarga, mencari pemasukan tambahan, meningkatkan kemampuan kinerjanya, dan alasan personal lainnya (Sari & Nurani, 2022). Selain alasan tersebut, banyak wanita yang berperan aktif untuk berprestasi dalam wirausaha karena mereka ingin mendapat pengakuan emansipasi wanita, peningkatan harga diri, kualitas hidup, serta mendapat kepuasan tersendiri (Setiawan & Soelaiman, 2022). Wanita yang terlibat dalam wirausaha tidak hanya berkontribusi terhadap perekonomian keluarga, tetapi juga berperan dalam pemberdayaan sosial dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, meskipun kontribusi perempuan dalam wirausaha terus meningkat, mereka masih dihadapkan pada berbagai tantangan, salah satunya adalah stereotip gender (Anggadwita *et al.*, 2021; Sefer, 2020).

Stereotip gender adalah persepsi sosial yang mengaitkan peran tertentu pada perempuan dan laki-laki berdasarkan norma tradisional (Sefer, 2020). Masalah kesetaraan gender di Indonesia telah didukung oleh World Bank dimana mereka mengelola sebuah program yang disebut dengan Program Kesetaraan Gender Indonesia (Indonesia Gender Equality Program) yang merupakan sebuah program analitis dan konsultatif yang bertujuan mendukung pemerintah Indonesia melalui serangkaian solusi (World Bank, 2024). Tidak berhenti sampai disitu, pemerintah Indonesia juga telah melakukan berbagai cara untuk mengatasi masalah ketidaksetaraan gender yang disebabkan oleh stereotip gender salah satunya seperti Strategi Pengarusutamaan Gender (PUG) (Azizah, 2022). Dalam konteks wirausaha, stereotip ini seringkali membatasi wanita untuk berwirausaha terutama di negara berkembang (Iswanto *et al.*, 2017; Octavia *et al.*, 2023). Persepsi sosial menganggap laki-laki lebih mampu dalam memimpin usaha, sementara perempuan lebih cocok dalam peran domestik. Stereotip ini tidak hanya memengaruhi bagaimana masyarakat memandang wanita yang berwirausaha, tetapi juga memengaruhi bagaimana wanita memandang diri mereka sendiri. Akibatnya, banyak wanita yang merasa terhambat untuk memulai usaha karena merasa tidak sesuai dengan peran yang diharapkan oleh masyarakat, bahkan bisa menyebabkan kegagalan (Laguía *et*

al., 2022; Liñán *et al.*, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Iswanto *et al.*, (2017) membuktikan bahwa wanita lebih susah mendapatkan modal usaha daripada laki-laki. Selain itu, penelitian tersebut membuktikan bahwa wanita merasa tidak percaya diri untuk menjadi wirausaha. Penelitian lain juga membuktikan bahwa masih ada wanita yang belum berani berwirausaha karena pandangan stereotip gender dimana wanita lebih baik melakukan pekerjaan rumah (Handayani *et al.*, 2022). Berikutnya, studi lain yang dilakukan oleh Ika (2018) membuktikan bahwa dalam konteks mengambil resiko, wanita lebih condong ke zona nyaman sehingga hal ini menyebabkan tantangan dalam berwirausaha. Tidak berani mengambil resiko, kurangnya kesiapan mental, sulitnya mengambil keputusan di situasi genting, dan kurang mampu membangun jaringan dan relasi merupakan berbagai macam tantangan yang dihadapi oleh pengusaha wanita saat ini. Namun di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Adom & Anambane (2020) dan Hamdani *et al.* (2023) menunjukkan bahwa bagi sebagian wanita, stereotip gender ini justru menjadi pendorong mereka dalam melakukan kegiatan wirausaha. Banyak wanita yang berusaha membuktikan bahwa mereka mampu mengatasi hambatan sosial dan mencapai kesuksesan di bidang wirausaha. Maka dari itu, kemampuan untuk melawan stereotip gender sangat dipengaruhi oleh dorongan dalam diri masing-masing dan tingkat efikasi diri terhadap kemampuan mereka.

Efikasi diri memainkan peran penting dalam menentukan intensi seseorang untuk memulai usaha. Orang-orang dengan efikasi diri yang tinggi cenderung lebih baik dalam menghadapi masalah dan mencapai tujuan (Naman Sharma *et al.*, 2023). Efikasi diri merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam mengukur intensi berwirausaha karena dapat mendorong kepercayaan diri seorang individu dalam melakukan kegiatan kewirausahaan (Soelaiman *et al.*, 2024). Efikasi diri yang tinggi akan berdampak baik terhadap perilaku berwirausaha karena akan mampu menyelesaikan dan mempertahankan usahanya dengan penuh keyakinan (Wani & Kusumiati, 2023). Wanita yang memiliki efikasi diri tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menghadapi tantangan

wirausaha, termasuk stereotip gender yang mungkin menghambat (Handayani *et al.*, 2022).

Selain efikasi diri, dukungan sosial juga merupakan faktor penting yang memengaruhi intensi berwirausaha wanita. Dukungan sosial dari keluarga, teman, atau lingkungan sekitar dapat memberikan dorongan emosional dan psikologis yang membantu mereka menghadapi tantangan wirausaha (Prabawanti *et al.*, 2023). Selain itu, dukungan sosial dapat meningkatkan efikasi diri dengan memberikan kenyamanan, apresiasi, perhatian, dan pengakuan. Namun, jika seseorang tidak menerima dukungan sosial, hal ini dapat melemahkan keyakinan terhadap kemampuannya (Hamdani *et al.*, 2023). Dukungan sosial ini tidak hanya berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri, tetapi juga memberikan akses ke sumber daya dan informasi yang penting bagi keberhasilan usaha (Prabawanti *et al.*, 2023).

Penelitian yang dilakukan mengenai intensi berwirausaha wanita sudah cukup sering dilakukan. Namun, sangat sedikit yang membahas tentang intensi berwirausaha wanita di Generasi Z. Generasi Z saat ini memiliki perspektif wirausaha yang berbeda dengan generasi-generasi lain (Sharma & Gokhale, 2022). Namun demikian, stereotip gender di masyarakat Indonesia masih kuat. Generasi Z lebih sadar akan isu kesetaraan gender dan memperjuangkan kesetaraan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia berwirausaha (Octavia *et al.*, 2023). Sebagian besar generasi Z lebih memilih berkarir dalam bidang wirausaha (Gabrielova & Buchko, 2021). Kemampuan mereka untuk percaya pada diri sendiri, terlepas dari stereotip sosial, akan sangat menentukan keberhasilan mereka dalam dunia wirausaha (Chillakuri, 2020). Efikasi diri sangat diperlukan oleh generasi ini dikarenakan mereka tumbuh dalam era digital yang penuh dengan peluang tetapi juga kompetisi yang ketat (Octavia *et al.*, 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana stereotip gender dan dukungan sosial memengaruhi intensi berwirausaha pada wanita Generasi Z di Indonesia khususnya di Jakarta, dengan efikasi diri sebagai variabel mediasi. Dengan demikian penelitian ini akan berjudul "Pengaruh Stereotip Gender dan

Dukungan Sosial terhadap Intensi Berwirausaha Wanita Generasi Z dengan Efikasi Diri sebagai Variabel Mediasi."

B. Identifikasi Masalah

Masalah utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah rendahnya tingkat kewirausahaan di Indonesia, terutama di kalangan wanita, yang dipengaruhi oleh stereotip gender, kurangnya efikasi diri, dan minimnya dukungan sosial. Meskipun wanita memiliki potensi besar untuk berkontribusi dalam bidang wirausaha, stereotip gender yang membatasi peran perempuan di masyarakat seringkali menghambat mereka untuk memulai dan menjalankan usaha. Selain itu, rendahnya efikasi diri dan dukungan sosial dapat memperburuk situasi, terutama bagi generasi Z yang mulai memasuki dunia wirausaha dengan tantangan dan peluang yang unik. Hal ini menjadi perhatian karena kewirausahaan wanita, khususnya dari generasi Z, memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya difokuskan kepada subjek penelitian yaitu siswa Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012) yang diwakilkan oleh siswi wanita SMK dan mahasiswi perguruan tinggi di area Jakarta.
2. Penelitian hanya difokuskan kepada variabel stereotip gender, dukungan sosial, intensi berwirausaha dan efikasi diri.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah stereotip gender berpengaruh terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z?
2. Apakah stereotip gender berpengaruh terhadap efikasi diri wanita Generasi Z?
3. Apakah dukungan sosial berpengaruh terhadap efikasi diri wanita Generasi Z?
4. Apakah dukungan sosial berpengaruh terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z?
5. Apakah efikasi diri berpengaruh terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z?
6. Apakah efikasi diri mampu memediasi pengaruh stereotip gender terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z?
7. Apakah efikasi diri mampu memediasi pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z?

E. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Mengetahui pengaruh stereotip gender terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z.
- b. Mengetahui pengaruh stereotip gender terhadap efikasi diri wanita Generasi Z.
- c. Mengetahui pengaruh dukungan sosial terhadap efikasi diri wanita Generasi Z.
- d. Mengetahui pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z.
- e. Mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z.
- f. Mengetahui bagaimana efikasi diri mampu memediasi pengaruh stereotip gender terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z.

- g. Mengetahui bagaimana efikasi diri mampu memediasi pengaruh dukungan sosial terhadap intensi berwirausaha wanita Generasi Z.

2. Manfaat

Mengingat pentingnya wirausaha bagi perkembangan ekonomi dan pemberdayaan sosial, memahami faktor-faktor yang memengaruhi intensi wirausaha pada wanita Generasi Z akan memberikan wawasan yang berguna bagi pemerintah, institusi pendidikan, dan komunitas bisnis dalam merancang program yang lebih inklusif dan mendukung pengembangan kewirausahaan di kalangan perempuan muda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh stereotip gender dan pentingnya dukungan sosial dalam membentuk intensi berwirausaha. Dengan mengkaji efikasi diri sebagai variabel mediasi, penelitian ini dapat membantu mereka meningkatkan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan berwirausaha. Selain itu, penelitian ini mendorong mereka untuk memanfaatkan dukungan sosial dari keluarga, teman, dan komunitas guna mendukung mereka dalam melawan hambatan stereotip yang dapat menghalangi potensi kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adachi, T. (2014). Occupational Gender Stereotypes among University Students: Their Relationships with Self-Efficacy and Gender Role Attitudes. *Japanese Association of Industrial/Organizational Psychology Journal*, 27(2), 87–100.
- Adom, K., & Anambane, G. (2020). Understanding the role of culture and gender stereotypes in women entrepreneurship through the lens of the stereotype threat theory. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(1), 100–124. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2018-0070>
- Agyemang, T., Adjei, A., & Agyemang (EdD), S. (2020). Influence of Career Self Efficacy, Gender Stereotyping and Career Self-Concept on Sex-Typed Career Choice of Senior High School Students. *International Journal of Scientific Research and Management*, 8(05), 1351–1382. <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v8i05.el03>
- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology and Health*. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Anggadwita, G., & Dhewanto, W. (2016). The influence of personal attitude and social perception on women entrepreneurial intentions in micro and small enterprises in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 27(2–3), 131–148. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.073974>
- Anggadwita, G., Ramadhanti, N., & Astri, G. (2021). The Effect of Social Perception And Entrepreneurship Orientation. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 269–280.
- Anglin, A. H., Kincaid, P. A., Short, J. C., & Allen, D. G. (2022). Role Theory Perspectives: Past, Present, and Future Applications of Role Theories in Management Research. *Journal of Management*, 48(6), 1469–1502. <https://doi.org/10.1177/01492063221081442>
- Aumeboonsuke, V. (2017). Parents or peers, wealth or warmth? The impact of

- social support, wealth, and a positive outlook on self-efficacy and happiness. *International Journal of Social Economics*, 44(6), 732–750. <https://doi.org/10.1108/IJSE-01-2015-0002>
- Azizah, R. E. (2022, December 16). Pemberdayaan Perempuan untuk Kesenjangan. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/15732/Pemberdayaan-Perempuan-untuk-Kesenjangan.html>
- Bachmann, N., Rose, R., Maul, V., & Hölzle, K. (2024). What makes for future entrepreneurs? The role of digital competencies for entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 174(January), 114481. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114481>
- Bagozzi, R. P. . (2008). The Self-Regulation of Attitudes , Intentions , and Behavior. *Social Psychology*, 55(2), 178–204.
- Bandura, A. (1994). Bandura Self-efficacy defined. *Encyclopedia of Human Behavior*. Retrieved from <http://www.uky.edu/~eushe2/Bandura/BanEncy.html>
- Bandura, A. (1997). Albert Bandura and the Exercise of Self-Efficacy. *Journal of Cognitive Therapy*, 13(2).
- Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited. *Journal of Management*, 38(1), 9–44. <https://doi.org/10.1177/0149206311410606>
- Basuki. (2021). *Pengantar Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Media sains Indonesia.
- Benight, C. C., & Bandura, A. (2004). Social cognitive theory of posttraumatic recovery: the role of perceived self-efficacy. *Behaviour Research and Therapy*, 42(10), 1129–1148. <https://doi.org/10.1016/J.BRAT.2003.08.008>
- Bentler, P. M., & Chou, C. P. (1987). Practical Issues in Structural Modeling.

- Sociological Methods & Research*, 16(1), 78–117.
<https://doi.org/10.1177/0049124187016001004>
- Bird, B. (2015). Entrepreneurial Intentions Research: A Review and Outlook. *International Review of Entrepreneurship*, Article #1512, 13(3), 143–168.
- Bradley, R. L., Browne, B. L., & Kelley, H. M. (2017). EXAMINING THE INFLUENCE OF SELF-EFFICACY AND SELF-REGULATION IN ONLINE LEARNING Measuring Self-Efficacy and Self-Regulation in Online Courses. *College Student Journal*, 51(4), 518–530.
- Buse, K., Mays, N., & Walt, G. (2012). The health policy framework: Context, process and actors. *Making Health Policy*, 2–206.
- Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*, 33(7), 1277–1296. <https://doi.org/10.1108/JOCM-02-2020-0058>
- Dadag. (2023, March 10). Rasio Kewirausahaan Jadi Prasyarat Indonesia Menuju Negara Maju Tahun 2045. *PasarDana*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4617800/rata-rata-rasio-wirausaha-di-negara-maju-12-persen-indonesia-baru-374-persen>
- del Mar Fuentes-Fuentes, M., Bojica, A. M., Ruiz-Arroyo, M., & Welter, F. (2017). Innovativeness and business relationships in women-owned firms: The role of gender stereotypes. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 34(1), 63–76. <https://doi.org/10.1002/cjas.1329>
- Dewantara, N., Rai, N. G. M., & Noer, L. R. (2024). Do Gender Stereotypes Influence Entrepreneurship Intention? Evidence from Indonesia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(5), 1400–1412. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21607>
- Eagly, A. H. (1997). Sex differences in social behavior: comparing social role theory and evolutionary psychology. *The American Psychologist*, 52(12). <https://doi.org/10.1037/0003-066X.52.12.1380.b>

- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Raposo, M. L. (2018). Measuring and Understanding the Psychological Effects of Entrepreneurial Intentions: Multigroup Analysis. *Contributions to Management Science*, 17–31. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62455-6_2
- Firdausia, S., Yusuf, M., & Anggarani, F. K. (2020). Gender Stereotypes and Self-Efficacy as Determinants of the Glass Ceiling Effect: A Study of Female Civil Servants in Central Java. *Jurnal Psikologi*, 47(1), 56. <https://doi.org/10.22146/jpsi.43729>
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here comes Generation Z: Millennials as managers. *Business Horizons*, 64(4), 489–499. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.02.013>
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (pls)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, & Latan, H. (2017). *Partial Least Square: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0, Edisi ke-3*. Semarang: Badan Penerbit - Undip.
- Gouldner, A. W. (1957). Alvin W. Gouldner Cosmopolitans and Locals: Toward an Analysis of Latent Social Roles-I. *Administrative Science Quarterly*, 2(3), 281–306.
- Gregori, P., Holzmann, P., Krajger, I., Schwarz, E. J., & Harms, R. (2024). Entrepreneurship and environmental sustainability: the effects of passion and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2023-0488>
- Gulvira, A., Ainash, M., Sagynysh, M., Meiramgul, A., & Aliya, K. (2024). The Impact of Female Entrepreneurship on Economic Growth in Developing and Developed Economies. *ECONOMICS - Innovative and Economics Research*

- Journal*, 12(2), 145–162. <https://doi.org/10.2478/eoik-2024-0016>
- Gupta, T. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Becoming an Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory ...*, (617), 387–406. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x/full>
- Hair, Joe F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, Joseph F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hamdani, N. A., Ramadani, V., Anggadwita, G., Maulida, G. S., Zuferi, R., & Maalaoui, A. (2023). Gender stereotype perception, perceived social support and self-efficacy in increasing women's entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 29(6), 1290–1313. <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2023-0157>
- Handayani, W., Mentari, C. D. D., & Rosyanti, M. (2022). Membangun Self-Efficacy Perempuan Sukses Berwirausaha pada Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Inovasi Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)*, 2(1), 1–10.
- Hasan, M., Isma, A., Suarlin, Nurmahdi, A., Elpisah, Alwaloedin, M., ... Rola Pola Andto, Muhammad Azis, Ihsan Said Ahmad, Nutjannah, Zakiyah, L. lak N. E. H. (2024). Pendidikan Kewirausahaan Dalam Perspektif Pembangunan Ekonomi : Menggagas Peran Kewirausahaan Tahta Media Group. *Pendidikan Kewirausahaan Dalam Perspektif Pembangunan Ekonomi" Menggagas Peran Kewirausahaan Sebagai Pilar Bangsa*, 384–396.
- Ika, A. (2018, January 18). 7 Tantangan yang Harus Dikalahkan oleh Wirausaha Wanita. Retrieved from

- <https://ekonomi.kompas.com/Read/201%0A8/01/18/090000126/7-Tantangan-YangHarus-Dikalahkan-Oleh-WirausahaWanita-?Page=all>
- Ilevbare, F. M., Ilevbare, O. E., Adelowo, C. M., & Oshorenua, F. P. (2022). Social support and risk-taking propensity as predictors of entrepreneurial intention among undergraduates in Nigeria. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(2), 90–107. <https://doi.org/10.1108/apjie-02-2022-0010>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS: Untuk Akuntansi & Manajemen* (Ed. 1, Cet). Yogyakarta: BPFE.
- Ip, C., & Liang, C. (2024). Enhancing social entrepreneurial intentions through outcome expectations , perceived social support and social entrepreneurial self- efficacy : the moderating effects of sustainability orientation (Mejora de las intenciones empresariales. *International Journal of Social Psychology*, 38(2), 379–411. <https://doi.org/10.1080/02134748.2023.2178118>
- Ismiati. (2018). Pengaruh Stereotype Gender Terhadap Konsep Diri Perempuan. *TAKAMMUL: Jurnal Studi Gender Dan Islam Serta Perlindungan Anak*, 7(1), 33–45.
- Iswanto, Y., Hadziq, M. F., Mardoni, Y., Nenah Sunarsih, Helmiatin, Kusuma, A. B., Wahyu, T. P., Ayuni, D., Mulyana, A., Lestari, E. P., Basir, M. A., Ginting, G., Ismulaynti, S., Meilani, A., & Hadiwidjaja, R. D., Hartati, N., Susila, A. R., & Hamdani, M. (2017). Kewirausahaan dalam Multi Prespektif. *Universitas Terbuka*, 21–31.
- Khurshid, J., & Khan, M. I. (2017). Impact of Self-Efficacy on Women Entrepreneurial Intention: Mediating Role of Perceived Behavior Control and Moderating Role of Openness to Experience. *Journal of Managerial Sciences*, 9(3), 275–292.
- Koenig, A. M. (2018). Comparing prescriptive and descriptive gender stereotypes about children, adults, and the elderly. *Frontiers in Psychology*, 9(JUN). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01086>

- Kominfo. (2022, July 2). Kembangkan Wirausaha Muda, Pemerintah Siapkan Program dan Ekosistem Digital. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id/berita/berita-pemerintahan/detail/kembangkan-wirausaha-muda-pemerintah-siapkan-program-dan-ekosistem-digital>
- 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](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Laguía, A., Wach, D., Garcia-Ael, C., & Moriano, J. A. (2022). “Think entrepreneur – think male”: the effect of reduced gender stereotype threat on women’s entrepreneurial intention and opportunity motivation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 28(4), 1001–1025. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-04-2021-0312>
- Lei, X., Wu, H., Deng, Z., & Ye, Q. (2023). Self-disclosure, social support and postpartum depressive mood in online social networks: a social penetration theory perspective. *Information Technology and People*, 36(1), 433–453. <https://doi.org/10.1108/ITP-12-2020-0825>
- Liñán, F., Jaén, I., & Martín, D. (2022). Does entrepreneurship fit her? Women entrepreneurs, gender-role orientation, and entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 58(2), 1051–1071. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00433-w>
- Malhotra, N. K. (2007). *Marketing Research: An Applied Orientation (5th Edition)*. United Kingdom: Pearson/Prentice Hall.
- Mueller, S. L., & Dato-On, M. C. (2008). Gender-role orientation as a determinant of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 13(1), 3–20. <https://doi.org/10.1142/S108494670800082X>
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587–603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>

- Octavia, A., Zulfanetti, Z., & Sriayudha, Y. (2023). Culture and Entrepreneurial Orientation in Generation Z with Gender as a Mediating Variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 11(2), 115–120. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i2.11194>
- Otter, T., Pachali, M. J., Mayer, S., & Landwehr, J. (2018). Causal Inference Using Mediation Analysis or Instrumental Variables - Full Mediation in the Absence of Conditional Independence. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3135313>
- Pham, M., Lam, B. Q., & Le, V. P. T. (2023). The e-entrepreneurial intention of students: The role of self-efficacy and education. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(1), 127–143. <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110107>
- Prabawanti, B. E., & Rusli, M. S. (2022). The Role of Social Support for Women Entrepreneurs in Reducing Conflict to Increase Business Performance. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(2), 263–273. <https://doi.org/10.17358/ijbe.8.2.263>
- Prabawanti, B. E., Tarigan, T. M., & Handayani, P. (2023). Dukngan Sosial Untuk Keberlanjutan Bisnis Kewirausahaan Perempuan. *Share : Social Work Journal*, 13(1), 23. <https://doi.org/10.24198/share.v13i1.42617>
- Saguni, F. (2014). PEMBERIAN STEREOTYPE GENDER. *Musawa*, 6(2), 195–224.
- Saoula, O., Shamim, A., Ahmad, M. J., & Abid, M. F. (2023). Do entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial motivation, and family support enhance entrepreneurial intention? The mediating role of entrepreneurial education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 20–45. <https://doi.org/10.1108/apjie-06-2022-0055>
- Sari, W. D., & Nurani, R. (2022). Positioning Women Entrepreneurs in Small And Medium Enterprises In Indonesia-Food & Beverage Sector Menempatkan

- Peran Wirausaha Wanita Dalam Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia- Sektor Makanan & Minuman. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(2), 388–406. Retrieved from <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Sefer, B. K. (2020). A gender- and class-sensitive explanatory model for rural women entrepreneurship in Turkey. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 12(2), 191–210. <https://doi.org/10.1108/IJGE-07-2019-0113>
- Setiawan, J., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Wirausaha Wanita. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.24912/jmie.v6i1.15974>
- Seyoum, B., Chinta, R., & Mujtaba, B. G. (2021). Social support as a driver of social entrepreneurial intentions: the moderating roles of entrepreneurial education and proximity to the US small business administration. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(3), 337–359. <https://doi.org/10.1108/JSBED-08-2020-0306>
- Sharma, Naman, Sinha, E., & Shalender, K. (2023). Espoused model of women entrepreneurship: antecedents to women entrepreneurial intention and moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Enterprising Communities*. <https://doi.org/10.1108/JEC-01-2023-0011>
- Sharma, Neetika, & Gokhale, R. (2022). She is the game changer: An analytical study of Generation Z women's intention and attitude towards entrepreneurship in India'. *Internafional Conference on 'Empowering ...*, (March).
- Soelaiman, L., Keni Keni, & Puspitowati, I. (2024). Empowering Entrepreneurial Intentions: Educational Support And Self-Efficacy In MBKM Context. *Jurnal Manajemen*, 28(1), 23–44. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i1.1760>
- Sugiarto, E. C. (2021). Kewirausahaan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi.

- Retrieved from
https://www.setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi
- Sugiyono. (2005). *Memahami penelitian kualitatif / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* (Edisi ke-2). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (Cet. 1). Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (1983). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali.
- Sweida, G. L., & Reichard, R. J. (2013). Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(2), 296–313.
<https://doi.org/10.1108/14626001311326743>
- Wani, M. H. A., & Kusumiati, R. (2023). Perilaku Kewirausahaan Ditinjau Dari Self-Efficacy Pada Wanita Wirausaha Umkm Di Salatiga. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(11), 4099–4108.
<https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i11.6109>
- WorldBank. (2019, October 16). Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance. Retrieved from <https://www.worldbank.org/en/topic/smefinance>
- WorldBank. (2024, August 21). Program Kesetaraan Gender di Indonesia. *World Bank Group*. Retrieved from <https://www.worldbank.org/in/country/indonesia/brief/gender-equality-for-growth-research-and-analytical-program-in-indonesia#1>
- Yusbardini, & Andani, K. (2020). *Pengaruh perilaku bias investor pada*

pengambilan keputusan investasi di Bursa Efek Indonesia. Jakarta.

Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>