

ANALISIS PENGARUH CITRAWIRAUSAHA DAN SIKAP TERHADAP WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA

Kukuh Mulyanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin Semarang

ABSTRACT

This study aims to investigate factors that influence entrepreneurial intentions of college students. The analysis model includes entrepreneur image, and attitude. The research involves a sample of 96 students from 2 faculties at STIE Totalwin Semarang by using anconvenience sampling technique. The results show a significant effect of the attitude, and entrepreneur image on the entrepreneurial intention of students. Likewise, this research also indicates the role of the contextual factors, such as academic support and social support in determining the entrepreneurial intentions of students.

Keywords: *entrepreneurial intention, entrepreneur image, attitude*

PENDAHULUAN

Latar belakang

Indonesia saat ini sedang menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja bagi para lulusan perguruan tinggi dengan semakin meningkatnya jumlah pengangguran intelektual. Oleh karena itu menumbuhkan jiwa kewirausahaan mahasiswa dipercaya merupakan alternatif jalan keluar untuk mengurangi tingkat pengangguran, karena para sarjana diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri. Oleh karena itu para sarjana lulusan perguruan tinggi diarahkan dan didukung untuk bukan berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan (*job creator*)

Salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan

(Zimmerer 2002). Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan penge-tahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Yohnson 2003, Wu dan Wu, 2008). Pertanyaan yang mengemuka kemudian adalah menumbuhkan motivasi berwirausaha di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk memilih karir berwirausaha setelah mereka lulus sarjana.

Beberapa penulis terdahulu telah mencoba menjelaskan mengapa beberapa orang menjadi

wirausahamentara sebagian yang lain tidak. Kewirausahaan pada dasarnya merupakan perilaku yang terencana terkait dengan minat yang dimiliki oleh seseorang. Pandangan umum tentang studi keperilakuan menyatakan bahwa perilaku atau keputusan tindakan dipengaruhi oleh minat, sedangkan minat itu sendiri dipengaruhi oleh sikap. Oleh karena itu minat berwirausaha merupakan prediktor terbaik untuk perilaku berwirausaha (Krueger dan Carsrud, 1993).

Beberapa peneliti terdahulu sering menggunakan teori perilaku terencana (TPB) dari Ajzen (1991) untuk menjelaskan mengapa orang memiliki minat terhadap profesi wirausaha dan mengambil keputusan sebagai wirausaha sebagai profesi mereka. Menurut TPB, niat diprediksi oleh tiga hal: sikap terhadap perilaku, norma subjektif mengenai perilaku dan kontrol perilaku yang dirasakan atas perilaku tersebut (Dabic et al 2012).

Hingga saat ini masih jarang diteliti minat berwirausaha mahasiswa yang dikaitkan dengan citra wirausaha di mata mahasiswa serta sikap mereka terhadap kewirausahaan itu sendiri setelah mereka mendapatkan mata kuliah kewirausahaan di bangku kuliah. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti hubungan citra wirausaha dan sikap terhadap kewirausahaan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

TELAAH PUSTAKA

Minat Berwirausaha

Suatu minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya,

dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas. Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu subyek tertentu akan cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subyek tertentu (Slameto 2003).

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya (Djaali 2007).

Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat merupakan kesadaran seseorang yang dapat menimbulkan adanya keinginan. Keinginan yang timbul dalam diri individu tersebut dinyatakan dengan suka atau tidak suka, senang atau tidak senang terhadap sesuatu atau keinginan yang akan memuaskan kebutuhan.

Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya (Slameto 2003). Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan/kesesuaian (Mansyur 2013).

Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa minat merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa seseorang akan melakukan sesuatu apabila mempunyai keinginan dari dalam dirinya sendiri. Dalam buku (Jogiyanto, 2007) Hurlock (1993) menjelaskan bahwa minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang ingin mereka lakukan ketika bebas untuk memilih. Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu akan bermanfaat, maka dia akan berminat dan kemudian hal tersebut akan mendatangkan kepuasan. Ketika kepuasan menurun, maka minatnya juga akan menurun. Sehingga minat tidak bersifat permanen, tetapi minat bersifat sementara atau dapat berubah-ubah. Minat juga merupakan perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.

Minat berwirausaha merupakan suatu ketertarikan pada diri seseorang terhadap kegiatan wirausaha dan keinginan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Kegiatan tersebut meliputi pengambilan resiko untuk menjalankan usaha dengan cara memanfaatkan peluang-peluang/kesempatan bisnis yang ada untuk menciptakan usahabaru dengan pendekatan inovatif atau untuk meningkatkan hasil karya (meningkatkan penghasilan). Ketertarikan dan keinginan ini sebaiknya juga diiringi dengan kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari

pengalaman dan kegagalan yang pernah dialami (Mansyur 2013).

Citra wirausaha

Dalam literatur pemasaran sering disebutkan bahwa citra (*image*) dapat diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan produknya (Kotler, 2002). Citra merupakan persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang (*Enduring Perception*) (Simamora, 2003). Citra sering digunakan sebagai ukuran persepsi di berbagai bidang studi, khususnya di bidang pemasaran untuk merujuk pada citra merek.

Menurut Vahie dan Paswan (2006), citra adalah jumlah asosiasi yang tertanam dalam pikiran individu berkenaan dengan konsep tertentu, dan asosiasi inilah yang mengarah pada persepsi individu terhadap konsep yang bersangkutan. Asosiasi ini dirumuskan melalui penalaran kognitif dan didasarkan pada apa yang diketahui individu tentang atribut fungsional konsep tersebut, dan juga bagaimana perasaan individu berdasarkan atribut psikologis konsep tersebut (Pritchard dan Frank 2010).

Citra adalah asosiasi yang berkaitan dengan atribut dari suatu obyek. Semakin baik citra suatu obyek maka obyek tersebut akan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Dalam pemasaran sering ditunjukkan bahwa citra merupakan kesan atau keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, oleh karenanya semakin baik citra dari suatu produk maka konsumen akan tertarik dan memiliki minat untuk membeli produk tersebut.

Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_1 : *citra wirausaha memiliki pengaruh terhadap minat menjadi wirausaha*

Sikap terhadap kewirausahaan

Davis *et al.* (1989) mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai perasaan positif atau negative dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Sikap terhadap perilaku juga didefinisikan oleh Mathieson (1991) sebagai evaluasi pemakai tentang ketertarikannya menggunakan system.

Sikap terhadap perilaku pada dasarnya merupakan seberapa positif perasaan seseorang terhadap tingkah laku tersebut, dan bergantung pada harapan dan keyakinan tentang dampak pribadi hasil akibat perilaku tersebut. Semakin positif sikap individu terhadap tingkah laku, semakin besar kemungkinan perilaku akan dilakukan (Kakkonen 2010). Menurut Urban, *et al* (2010), sikap seseorang ditentukan oleh kepercayaan atau persepsi seseorang tentang perilaku tertentu, dan Zaitadol (2009: 340) mendefinisikan sikap mendefinisikan sikap terhadap kewirausahaan sebagai persepsi seseorang untuk menjadi wirausahawan. Beberapa penelitian (Gray, Farrington dan Sharp 2010) telah menunjukkan bahwa sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh paling kuat terhadap minat terhadap kewirausahaan.

Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:
 H_2 : *sikap terhadap kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat menjadi wirausaha*

METODE PENELITIAN

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah

mahasiswa S1 Jurusan Akuntansi dan Manajemen STIE Totalwin Semarang yang sudah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan 1 (pengantar kewirausahaan). Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 390 orang.

Pengambilan sampel dari populasi pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *convenience sampling*, dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% dari daftar pengambilan sampel yang dianggap representatif. *Convenience sampling* merupakan salah satu tipe dari *non probability sampling* yang mengutamakan aspek kemudahan dalam pengambilan sampel, sehingga peneliti dapat meneliti mahasiswa manapun yang ditemui di lingkungan STIE Totalwin Semarang yang telah mendapatkan mata kuliah pengantar kewirausahaan. Jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin dan menghasilkan jumlah sampel sebanyak 96 mahasiswa.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Artha (2011) menyebutkan bahwa *survey* adalah mengajukan pertanyaan pada orang-orang dan merekam jawabannya untuk dianalisis. Dalam penelitian ini *survey* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden yang menjadi sample penelitian.

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah dengan menggunakan skala likert sebanyak tujuh poin. Jawaban diberi skor 1 sampai 7 dimulai dari skala 1 yang menyatakan Sangat Tidak Setuju (STS) hingga skala 7 yang menyatakan Sangat Setuju (SS).

HASIL

Untuk melihat pengaruh variabel independen (sikap terhadap kewirausahaan dan citra wirausaha) terhadap variabel dependen (minat berwirausaha) dilakukan pengujian statistik secara parsial melalui melakukan Uji t. Dengan

dilakukannya uji t ini maka akan diketahui apakah variabel citra wirausaha, dan sikap terhadap kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.821	2.136		1.789	.077
1 CITRA WIRAUSAHA	.388	.085	.365	4.583	.000
SIKAP KEWIRAUSAHAAN	.453	.082	.440	5.531	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

Berdasarkan tabel 1. di atas dapat diketahui bahwa nilai t hitung lebih dari nilai t tabel yaitu lebih besar dari 1.66, maka H_0 diterima. Selain besarnya t hitung, berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi citra wirausaha adalah 0,000, nilai signifikansi sikap kewirausahaan adalah 0,000. Nilai signifikansi

kedua variabel bebas tersebut < 0,05, artinya secara individual masing-masing variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Untuk melihat kelayakan model penelitian dilakukan Uji F. Hasil uji kelayakan model dapat dilihat dalam tabel 2 berikut

Tabel 2. Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	732.692	2	366.346	33.060	.000 ^b
Residual	1108.124	100	11.081		
Total	1840.816	102			

a. Dependent Variable: MINAT BERWIRAUSAHA

b. Predictors: (Constant), SIKAP KEWIRAUSAHAAN, CITRA WIRAUSAHA

Dari hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 33.060 dengan angka probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas jauh lebih

kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat.

Tabel 3. Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.631 ^a	.398	.386	3.32885

a. Predictors: (Constant), SIKAP KEWIRAUSAHAAN, CITRA WIRAUSAHA

Nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah 0,386. Hal ini berarti sebesar 38,6 persen variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen (yaitu, variabel citra wirausaha, dan sikap terhadap kewirausahaan) sedangkan 61,4 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Hipotesis 1 penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa citra wirausaha di mata mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat mereka dalam berwirausaha.

Hipotesis 2 penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Ini berarti bahwa sikap mahasiswa terhadap kewirausahaan serta citra wirausaha di mata mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini masih menyisakan ruang bagi peneliti lain untuk mengeksplorasi faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hal ini mengingat koefisien determinasi

kecil, sehingga perlu adanya penambahan variabel yang memungkinkan memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991), "The theory of planned behaviour", *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-211
- Dabic, M., Daim, T., Bayraktoroğlu, E., Novak, I. & Basic, M., 2012, 'Exploring gender differences in attitudes of university students towards entrepreneurship: An international survey', *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 4(3), 316-336
- Davis, F.D. 1989. Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, volume 13 nomor 3, pp. 319-340
- Djaali. 2007. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara
- Jogiyanto, H.M. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuaan*. Edisi Revisi. Yogyakarta : ANDI
- Kakkonen, L.M., 2010, 'International business student's attitude of entrepreneurship', *Advances in Business-Related Scientific Research Journal* 1(1), 67-77
- Krueger NF, Carsrud AL (1993) Entrepreneurial intentions: Applying theory of planned

- behaviour. *Entrepreneurship and Regional Development* 5: 315–330
- Simamora, Bilson. 2003. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Edisi Pertama. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. Pandia, Priyanto, Elly Santi Ompusung, Achmad Abror. 2005. *Lembaga Keuangan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Urban, B., Botha, J.B.H. & Urban, C.O.B., 2010, The entrepreneurial mindset, Heinemann, Kempton Park, South Africa
- Zimmerer, W.T. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Third Edition. New York: Prentice-Hall

