

## FAKTOR DETERMINAN YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN SEE

Sugiharti Sugiharti  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin Semarang

### *Abstract*

*The purpose of this study was to analyze the magnitude of the influence of perceived feasibility, perceived desirability, and propensity to act to entrepreneurial intention. The data in this study were obtained from student at STIE Totalwin Semarang. Results and the theoretical implications of this research is that this study supports previous research that says that the perceived feasibility, perceived desirability, and propensity to act affect to entrepreneurial intention.*

*Keywords: perceived feasibility, perceived desirability, and propensity to act to entrepreneurial intention*

### PENDAHULUAN

Dalam beberapa dasa warsa terakhir kewirausahaan menjadi fenomenadi hampir semua negara di seluruh dunia. Karena kontribusinya yang positif terhadap perekonomian negara, para politisi di banyak negara umumnya mendorong aktivitas kewirausahaan.

Para ekonom terdahulu (seperti: Cole, 1965; Weber, 1930; Cantillon 1755; Schumpeter, 1934) memandang bahwa kewirausahaan berperan dalam ekspansi ekonomi, investasi modal dan penciptaan pasar baru. Penelitian terbaru (Carree dan Thurik, 2003) juga menunjukkan bahwa usaha baru dan kecil memberikan kontribusi yang signifikan untuk penciptaan lapangan kerja, inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan perguruan tinggi sebenarnya memiliki peran yang sangat penting

dalam mendorong pertumbuhan entrepreneurship suatu negara (Suharti dan Sirine, 2011). Sebab perguruan tinggi dapat diharapkan memberikan motivasi kepada mahasiswa sehingga mereka berani untuk berwirausaha. Namun demikian data dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (2010) menyebutkan bahwa sebagian besar lulusan perguruan tinggi cenderung memilih sebagai pencari kerja daripada pencipta lapangan pekerjaan. Dengan demikian persoalan yang dihadapi perguruan tinggi adalah bagaimana cara menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa sehingga pilihan karir yang mereka pilih setelah lulus adalah sebagai wirausahawan.

Sejumlah penelitian terdahulu (Shapiro (1975), Bird (1988), Krueger et al. (2000) dan Kolvereid (1996)) mengakui pentingnya peran minat berwirausaha. Dalam hasil studi masing-masing peneliti tersebut ditunjukkan bahwa

keputusan untuk memulai bisnis dapat dipicu oleh situasi tertentu, tetapi bisa juga merupakan akibat dari akumulasi peristiwa yang berlangsung lama. Semua studi tersebut berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha.

Hingga sekarang masih jarang penelitian yang memfokuskan pada penerapan model Shapero keputusan berwirausaha. Penelitian ini menyajikan kesempatan unik untuk menyelidiki penerapan model Shapero dalam menjelaskan niat kewirausahaan di kalangan mahasiswa di perguruan swasta.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Minat Berwirausaha

Minat dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan suatu tindakan atau serangkaian tindakan. Ini adalah hasil dari pemikiran sadar yang mengarahkan perilaku (Parker, 2004). Niat (1998) mendefinisikan maksud adalah keadaan pikiran mengarahkan perhatian dan tindakan seseorang terhadap wirausaha sebagai lawan kerja organisasi

Richard Cantillon adalah orang pertama yang mengajukan konsep yang jelas tentang entrepreneur (1755). Menurut Cantillon "entrepreneur" sebagai orang yang mengambil peran risiko dalam mengejar peluang. Tokoh Behavioris' seperti Max Weber (1930) dan David C. McClelland (1961): mencoba untuk memahami entrepreneur sebagai pribadi. Mereka terutama terkonsentrasi pada kreativitas dan karakteristik intuitif pengusaha (Krueger et al., 2000). entrepreneur tidak ditandai dengan setiap tindakan yang mereka

ambil, tetapi dengan satu set tertentu dari tindakan yang bertujuan untuk penciptaan kekayaan baru dengan usaha mereka.

Dengan mendasarkan pada dua definisi di atas maka dapat dikatakan bahwa minat berwirausaha adalah kecenderungan seseorang untuk memulai bisnis baru. Seperti yang dinyatakan oleh Krueger (1993) mendefinisikan minat berwirausaha sebagai komitmen untuk memulai bisnis baru.

### Minat Berwirausaha Pengaruh *Perceived feasibility* terhadap Minat Berwirausaha

Shapero dan Sokol (1982) mengartikan *perceived feasibility* sebagai pemikiran seseorang mengenai kemampuan mereka dalam memulai bisnis dan mencapai kesuksesan.

Hasil penelitian Wang et al (2011) menunjukkan bahwa *perceived feasibility* memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Ini berarti bahwa semakin tinggi *perceived feasibility* maka semakin kuat pula minat untuk memulai usaha.

Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:  
*H<sub>1</sub>: Perceived feasibility memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha*

### Pengaruh *Perceived Desirability* terhadap Minat Berwirausaha

Shapero dan Sokol (1982) mengartikan *perceived desirability* sebagai ketertarikan seseorang terhadap ide memulai bisnis. Hasil penelitian Wang et al (2011) menunjukkan bahwa *perceived desirability* memiliki pengaruh positif

terhadap terhadap minat berwirausaha. Menurut Wang et.al (2011) ini adalah hal yang wajar mengingat bahwa jika orang yang menganggap wirausaha sebagai sesuatu yang sangat diinginkan maka tentunya ia akan memiliki kecenderungan kuat untuk secara aktif memperoleh pengetahuan dan keterampilan mengenai kewirausahaan. Atau dengan kata lain semakin tinggi *perceived desirability* maka semakin kuat pula minat untuk memulai usaha.

Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

*H<sub>2</sub>: Perceived desirability memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha*

#### **Pengaruh *Propensity to Act* terhadap Minat Berwirausaha**

Shapero dan Sokol (1982) mengartikan *propensity to act* sebagai

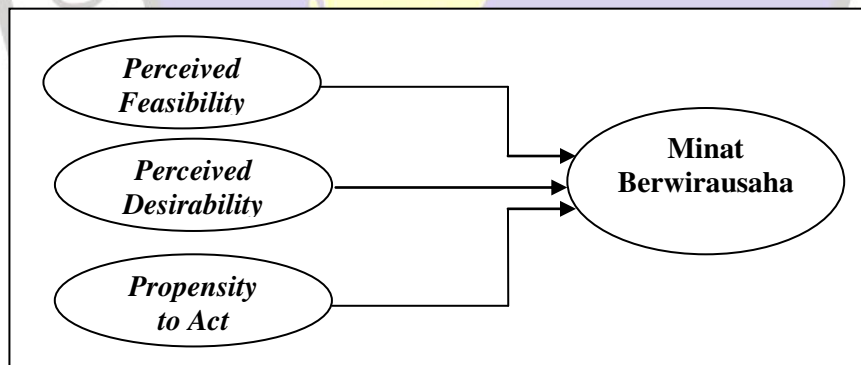
karakteristik kepribadian yang ditandai dengan watak untuk bertindak atas keputusan seseorang.

Menurut hasil penelitian Wang et al (2011) *propensity to act* memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Atau dengan kata lain semakin tinggi *propensity to act* maka semakin kuat pula minat untuk memulai usaha. Sementara itu Summers (2000) menyatakan bahwa kecenderungan untuk bertindak (*propensity to act*) adalah ciri psikologis seseorang yang membuat mereka ingin mencoba menjadi seorang entrepreneur karena didorong oleh pemicu tertentu.

Oleh karena itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

*H<sub>3</sub>: propensity to act memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha*

#### **Kerangka Berpikir**



Sumber: dikembangkan untuk penelitian ini

#### **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini target populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Totalwin Semarang yang sudah menempuh mata kuliah Kewirausahaan 1, 2, dan 3 yang berjumlah 132 orang. Dengan demikian teknik sampling yang

digunakan dalam penelitian ini adalah sensus, yaitu menggunakan seluruh populasi sebagai sampel penelitian.

Data dari 4 variabel penelitian diperoleh dengan menggunakan angket penelitian. Pengukuran dari variabel *perceived feasibility*, *perceived*

*desirability*, *propensity* dan minat berwirausaha merupakan modifikasi indikator dari penelitian Saphiro-Sokkol Model. Semua pernyataan tersebut disediakan dalam kuesioner tertutup dengan menggunakan skala lickert 10. Data yang diperoleh selanjutnya dilakukan pengujian

validitas dan reliabilitas dengan Program SPSS.

### HASIL PENELITIAN

Hasil pengolahan berdasarkan metode analisis regresi linier berganda terangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koeffisien regresi	t	(sig)
<i>perceived feasibility</i> ( $X_1$ )	.328	3.395	.001
<i>perceived desirability</i> ( $X_2$ )	.371	4.033	.000
<i>propensity to act</i> ( $X_3$ )	.240	2.595	.012
Konstanta			
Koeffisien determinasi = 0,456			
F = 22.365 (sig = 0,000)			
Multiple correlation (R) :			
$\alpha = 5\%$			

Hasil analisis pada Tabel 1 dapat dijabarkan sebagai berikut. Pertama, berdasarkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,648 menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel yang terdiri dari *perceived feasibility*, *perceived desirability*, *propensity to act* cukup besar dalam menjelaskan minat berwirausaha mahasiswa STIE Totalwin Semarang, yaitu sebesar 45,6%. Sedangkan sisanya sebesar 54,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Berikutnya, Tabel 1 menyatakan besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas adalah positif, yang berarti apabila terjadi peningkatan atas salah satu variabel bebas, dengan asumsi bahwa pada saat yang sama kondisi dari variabel-variabel tidak mengalami perubahan atau stagnan, maka akan terjadi

peningkatan pula atas minat berwirausaha. Atau sebaliknya, apabila terjadi penurunan atas salah satu variabel bebas, dengan asumsi bahwa pada saat yang sama kondisi dari variabel-variabel tidak mengalami perubahan atau stagnan, maka akan terjadi penurunan pula atas minat berwirausaha.

Berdasarkan nilai koefisien regresi tersebut dapat diidentifikasi bahwa variabel bebas yang dominan mempengaruhi minat berwirausaha adalah variabel *perceived desirability*, kemudian diikuti oleh variabel *perceived feasibility*, dan terakhir atau yang paling kecil pengaruhnya atas minat berwirausaha adalah variabel *propensity to act*.

### PEMBAHASAN

*Perceived feasibility* berpengaruh terhadap daya saing, hal ini dibuktikan dengan nilai p value  $0,001 < 0,05$ , koefisien regresi yang bernilai positif dapat diartikan bahwa apabila *perceived feasibility*

semakin baik, maka minat berwirausaha akan semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Saphiro dan Sokkol (1982) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *perceived feasibility* terhadap Shapiro dan Sokkol (1982), kemudian menyatakan bahwa *perceived feasibility* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

*Perceived desirability* berpengaruh terhadap minat berwirausaha, hal ini dibuktikan dengan nilai  $p$  value  $0,000 < 0,05$ , koefisien regresi yang bernilai positif dapat diartikan bahwa apabila *perceived desirability* semakin tinggi, maka minat berwirausaha akan semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Saphiro dan Sokkol (1982), *perceived desirability* juga dapat mempengaruhi minat berwirausaha.

*Propensity to act* berpengaruh terhadap minat berwirausaha, hal ini dibuktikan dengan nilai  $p$  value  $0,012 < 0,05$ , koefisien regresi yang bernilai positif dapat diartikan bahwa apabila *propensity to act* yang diterima semakin tinggi, maka minat berwirausaha akan semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian hasil penelitian dari Saphiro dan Sokkol (1982) menunjukkan bahwa *propensity to act* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha..

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. *Perceived feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, ini dilihat dari hasil  $t$  hitung  $> t$  tabel atau signifikansi  $< 0,05$ , artinya semakin tinggi *perceived feasibility* bidang wirausaha, maka minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat.
2. *Perceived desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, ini dilihat dari hasil  $t$  hitung  $> t$  tabel atau signifikansi  $< 0,05$ , artinya semakin tinggi *perceived desirability* bidang wirausaha, maka minat berwirausaha mahasiswa akan semakin meningkat.
3. *Propensity to act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, ini dilihat dari hasil  $t$  hitung  $> t$  tabel atau signifikansi  $< 0,05$ , artinya semakin .
4. Nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,468 yang menunjukkan bahwa antara *perceived feasibility* ( $X_1$ ), *perceived desirability* ( $X_2$ ), dan *propensity to act* ( $X_3$ ) mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa sebesar 46,80%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti,

## DAFTAR PUSTAKA

- Shapero, A.; Sokol, L. (1982). The social dimension of entrepreneurship. In: Kent, C.A., Sexton, D.L., & Vesper, K.H. (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ.: Prentice-Hall.

- Summers, D. F. (2000). *The formation of entrepreneurial intentions*. New York: Garland Publishing.
- Veciana, J. M., Aponte M.; Urbano, D. (2005). University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165–182.
- Wang, Wenjun, Wei Lu; John Kent Millington, 2011, *Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in China and USA*, *Journal of Global Entrepreneurship Research*, Vol.1, No.1, pp.35-44

