

STUDI ANTESEDEN INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Woro Endah Sulistyaningrum

Universitas Gadjah Mada

Majang Palupi

Universitas Islam Indonesia

majang_palupi@uii.ac.id

ABSTRACT

In this research, theory of planned behavior in order to understand the entrepreneurial intention students by looking at the effects of attitude toward entrepreneurial behavior, subjective norms and self efficacy. Respondents of this research were 400 students of state university in Indonesia. Data is analyzed by multiple regression analysis. The result showed that attitude variable, subjective norm and self efficacy are affecting entrepreneurial intention. Analysis result showed that subjective norm were the most significant effect toward entrepreneurial intention.

Keywords: *Attitude, Subjective Norms, Self Efficacy, Entrepreneurial Intention.*

LATAR BELAKANG MASALAH

Pada umumnya perguruan tinggi di Indonesia belum menjadikan kewirausahaan sebagai kompetensi penting dalam membekali lulusannya. Kebanyakan dari mereka berorientasi menjadi pekerja di kantor, padahal persaingan dalam memasuki dunia kerja di kantor relatif terbatas. Permasalahan yang muncul adalah semakin banyak lulusan perguruan tinggi tidak terserap ke dalam pasar kerja.

Pendidikan kewirausahaan relatif berbeda-beda di setiap negara. Budaya di dalam suatu negara merupakan sistem yang mendasari nilai-nilai yang berkembang di dalam masyarakat dan membentuk kepribadian serta memotivasi individu dalam masyarakat dalam berperilaku tertentu termasuk kewirausahaan (Mueller & Thomas, 2000). Dengan demikian, nilai budaya di dalam masyarakat mempengaruhi perilaku berwirausaha.

Hal tersebut sejalan dengan pandangan Lee dan Peterson (2000) bahwa pengusaha tidak tumbuh dengan sendirinya, namun dipengaruhi lingkungan dan budayanya. Studi empiris yang dilakukan Tjahjono dan Ardi (2008) menjelaskan adanya peran lingkungan masyarakat dalam membentuk perilaku berwirausaha.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris intensi berwirausaha mahasiswa berdasarkan *theory of planned behavior* (TPB) yang mengintegrasikan secara lebih komprehensif aspek individu dan lingkungan masyarakat serta pertimbangan peluang dan kesempatan memulai berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Wirausaha

Inovasi adalah kata kunci dalam menjelaskan sosok wirausaha sebagai lawan dari keseimbangan pasar (Schumpeter, 1939). Wirausaha adalah orang yang kreatif dan inovatif atas gagasannya dan merealisasikan gagasannya untuk kesejahteraan diri dan lingkungannya. Berbasis pada teori kognitif sosial yang dikembangkan dalam penelitian ini, terdapat tiga aspek penting

yang dipertimbangkan untuk memutuskan menjadi wirausaha. Pertama adalah aspek sikap, kedua aspek norma subjektif dan ketiga aspek *self efficacy*.

Intensi Berwirausaha Sebagai Pendekatan Kognitif Individu

Kajian intensi menunjukkan bahwa hal tersebut belum dilakukan namun dapat memprediksi perilaku. Dalam pandangan Armitage dan Conner (2001) intensi berperilaku merupakan pendahulu langsung dari sebuah tindakan. Hal tersebut sejalan dengan pandangan yang dikemukakan Fishbein dan Ajzen (1975) bahwa intensi dilakukan sebelum berperilaku dan berperan sebagai prediktor terbaik dalam menjelaskan perilaku, termasuk perilaku berwirausaha.

Pendekatan kognitif dalam penelitian berwirausaha menunjukkan bahwa penelitian ini menggunakan aspek-aspek kognitif yang berasal dari keyakinan mereka terhadap sesuatu hal yang juga digunakan untuk menggambarkan cara-cara tertentu dalam memperoleh, memproses dan menggunakan informasi berkaitan dengan perilaku berwirausaha.

***Theory of Planned Behavior* Sebagai Landasan Model**

Terdapat tiga anteseden penting yang menjelaskan intensi berwirausaha Pertama adalah sikap terhadap perilaku berwirausaha. Menurut Fishbein dan Ajzein (1975) siapa dipelajari untuk menanggapi sesuatu yang menguntungkan ataupun tidak menguntungkan dengan cara konsisten. Dalam konteks berwirausaha, sikap mahasiswa relatif konsisten pada pilihan berwirausaha sebagai karir mereka. Hubungan antara sikap mahasiswa berwirausaha terhadap intensi berwirausaha dalam bentuk sederhana adalah bahwa sikap berwirausaha menjelaskan intensi berwirausaha (Tjahjono et al., 2013; Tjahjono & Palupi, 2014). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: Sikap mahasiswa berwirausaha berpengaruh positif pada intensi berwirausaha

Anteseden kedua adalah norma subjektif perilaku berwirausaha. Norma subjektif perilaku berwirausaha adalah faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk menjadi wirausaha atau tidak menjadi wirausaha (Dharmmesta, 2003). Keputusan berwirausaha di kalangan mahasiswa sering melibatkan pihak lain untuk mendukung keputusan berwirausaha (Tjahjono & Ardi, 2008). Hubungan antara norma subjektif mahasiswa berwirausaha dengan intensi berwirausaha dalam bentuk sederhana adalah bahwa norma subjektif berwirausaha

menjelaskan intensi berwirausaha (Tjahjono et al., 2013; Tjahjono & Palupi, 2014). Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Norma subjektif mahasiswa berwirausaha berpengaruh positif pada intensi berwirausaha

Anteseden ketiga adalah *self efficacy* berwirausaha, yaitu seberapa yakin mahasiswa dapat merealisasikan gagasan wirausaha dengan mempertimbangkan peluang dan hambatan. Persepsi keyakinan berkenaan dengan persepsi resiko berwirausaha sehingga dapat berdampak pada intensi berwirausaha mahasiswa (Tjahjono & Palupi, 2004). Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: *Self efficacy* mahasiswa berwirausaha berpengaruh positif pada intensi berwirausaha

METODE PENELITIAN

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian (Azwar, 2010) yang berjumlah sekitar 500 mahasiswa. Namun data yang dapat digunakan sebesar 400 data responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh dari subjek penelitian dengan menggunakan suatu alat ukur (kuesioner)..

Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Sikap berwirausahaan mahasiswa terdiri atas 9 item pertanyaan yang berkaitan dengan sikap tentang: (1) kepuasan berwirausaha (2) bebas mengatur waktu kerja (3) bebas menentukan target capaian (4) merasa menjadi diri sendiri (5) mendapat penghasilan yang aman dan stabil (6) memperoleh keuntungan yang besar (7) bermanfaat bagi orang lain (8) banyak orang yang respek (9) mendapat pembelajaran yang berkelanjutan.

Norma subjektif berwirausaha bagi mahasiswa terdiri atas 5 pertanyaan yang berkaitan dengan faktor sosial yang meliputi: (1) orang tua (2) sanak saudara (3) pasangan (4) dosen dan (5) sahabat.

Self efficacy berwirausaha mahasiswa terdiri atas 10 item pertanyaan yang berkaitan dengan peluang dan hambatan: (1) produk yang dibutuhkan (2) pemasok dengan standar kualitas dan layanan yang baik (3) komitmen pemasok (4) lokasi tempat yang sesuai (5) promosi (6) pembeli (7) orang kepercayaan (8) modal (9) potensi pasar (10) hubungan jaringan pelanggan

HASIL PENELITIAN

Data yang dapat digunakan dalam penelitian ini berjumlah 400 responden dari *web survey* mahasiswa. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengukur kualitas instrument (Azwar, 2011). Validitas berkaitan dengan kemampuan alat ukur dalam mengukur konstruk. Sedangkan reliabilitas dalam penelitian ini berkaitan dengan konsistensi antar item dalam setiap konstruk yang diukur.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas ditujukan untuk menguji apakah alat ukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan uji reliabilitas ditujukan untuk mengukur konsistensi alat ukur (Tjahjono, 2015). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi product moment dengan melihat korelasi antar item dengan total. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Jogianto, 2004). Berdasarkan hasil pengujian dapat dilihat bahwa semua indikator memiliki *loading factor* < 0,50 sehingga hasil perhitungan tersebut telah memenuhi validitas atau dinyatakan valid.

Dalam penelitian ini, reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengidentifikasi sebuah variabel bentukan yang umum. Uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha*.

Deskripsi Responden

Deskripsi responden dari sisi gender berimbang antara laki-laki dan perempuan. Responden laki-laki berjumlah 219 orang dan perempuan 181 orang. Dengan demikian kelompok laki-laki 54,75% dan perempuan 45,25%. Mereka pada umumnya berusia dalam kisaran 20 s.d 22 mahasiswa dan berada pada semester 6.

Data deskriptif menunjukkan bahwa sikap berwirausaha mahasiswa 6% sangat tinggi, 25,75% tinggi, 36,75% sedang, 23,75% rendah dan 7,75% sangat rendah. Sedangkan untuk norma subjektif 11% sangat tinggi, 24,75% tinggi, 33,25% sedang, 26,5% rendah dan 4,5%

sangat rendah. Untuk *self efficacy* 8% sangat tinggi, 32% tinggi, 28,5% sedang, 23% rendah dan 8,5% sangat rendah.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan regresi linier berganda

Model penelitian memiliki determinasi yang memadai dengan R square sebesar 42,8%. Ini berarti variasi variabel-variabel dalam model penelitian dapat menggambarkan variabel yang dapat dijelaskan secara memadai. Dalam tabel 1 dijelaskan bahwa sikap berwirausaha, norma subjektif berwirausaha dan *self efficacy* berwirausaha memiliki pengaruh positif signifikan pada intensi berwirausaha dengan alpha 5%. Ketiga variabel tersebut berada pada signifikansi 0,000 dibawah toleransi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berwirausaha mahasiswa Yogyakarta berpengaruh positif pada intensi berwirausaha. Semakin tinggi sikap positif berwirausaha maka semakin meningkatkan intensi berwirausaha. Demikian pula sebaliknya, semakin rendah sikap berwirausaha maka semakin rendah intensi berwirausaha, Dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini didukung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa norma subjektif mahasiswa berwirausaha berpengaruh positif pada intensi mahasiswa berwirausaha. Semakin tinggi norma subjektif maka semakin tinggi intensi mahasiswa berwirausaha. Semakin rendah norma subjektif mahasiswa maka semakin rendah intensi mahasiswa berwirausaha. Dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini didukung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *self efficacy* mahasiswa berwirausaha berpengaruh positif pada intensi berwirausaha. Semakin tinggi *self efficacy* maka semakin tinggi intensi mahasiswa berwirausaha dan sebaliknya semakin rendah *self efficacy* maka semakin rendah intensi berwirausaha. Hasil menunjukkan dukungan pada hipotesis 3.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap berwirausaha berwirausaha lebih dominan dibandingkan norma subjektif dan *self efficacy* dalam menjelaskan intensi berwirausaha. Dalam tabel 1 dijelaskan koefisien beta sikap berwirausaha lebih tinggi dibandingkan dua anteseden lainnya menunjukkan bahwa sikap berwirausaha lebih dominan dalam menjelaskan intensi berwirausaha.

Tabel 1.

Hasil Regresi Linier Berganda

Nama Variabel	Beta	Sig
Sikap berwirausaha	0,299	0,000
Norma subjektif berwirausaha	0,240	0,000
<i>Self efficacy</i> berwirausaha	0,225	0,000

Sumber: data diolah

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan model konseptual berwirausaha yang sejalan dengan TPB (dalam Dharmmesta, 2003; dalam Tjahjono & Ardi (2008) dan Tjahjono & Palupi (2014).. Dalam TPB ada tiga anteseden yang menjelaskan intensi berperilaku, yaitu sikap, norma subjektif dan persepsi resiko. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap berwirausaha, norma subjektif berwirausaha dan *self efficacy* berwirausaha berpengaruh positif signifikan pada intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini menambahkan bahwa sikap individu berperan lebih dominan dalam menjelaskan intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa tersebut. Dengan demikian keyakinan berkaitan dengan wirausaha dan evaluasi pentingnya berwirausaha berperan penting bagi mahasiswa tersebut dalam memutuskan berwirausaha.

Aspek kepribadian mahasiswa dalam penelitian ke depan penting dipertimbangkan dalam model mengingat sikap dan perilaku mereka potensial berbeda satu dengan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Armitage, C.J. & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: a meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40:471-499.
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2011). *Reliabilitas dan Validitas* (edisi 3). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dharmmesta, B.S. (2003). Sikap dan perilaku konsumen dalam pemasaran sebuah tinjauan sosial kognitif. *Jurnal Kajian Bisnis*, 29:1-25.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Believe, Attitude, Intention and Behavior Introduction to Theory and Research*. Ontario: Addison-Wesley Pub Co.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jogiyanto, H.M. (2004). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada.
- Lee, S.M. & Peterson, S.J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4):401-416.
- Mueller, S.L. & Thomas, A.S. (2000). Culture entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16:51-75.
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles* (Vol. 1, pp. 161-74). New York: McGraw- Hill.
- Tjahjono, H.K. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. VSM MM UMY.
- Tjahjono, H.K. & Ardi, H. (2008). Kajian niat mahasiswa manajemen universitas muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi wirausaha. *Utilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1): 46-53.
- Tjahjono, H.K., Maryati, T. & Fauziah. (2013). Intensi mahasiswa yogyakarta berwirausaha berbasis teknologi informasi (ti). *Jurnal Siasat Bisnis*. 17(1): 17-27.
- Tjahjono, H.K & Palupi, M. (2014). Model konseptual intensi berwirausaha berbasis teknologi informasi (ti). *Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 5(1):1-8.