



Majalah EKONOMI

Telaah Manajemen, Akuntansi dan Bisnis

Vol. XXII No. 1 Juli 2017

ISSN : 1411-9501

PENCATATAN AKUNTANSI PADA USAHA PETERNAKAN AYAM PETELUR
(Studi Kasus Usaha Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Sugio Lamongan)
Andrianto - Rieska Maharani - Fitri Nuraini

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL MAHASISWA DALAM
MENGAMBIL KEPUTUSAN BERWIRSAHA DI INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**
Rudi Santoso

**PREDIKSI FINANCIAL DISTRESS BERDASARKAN ANALISIS Z-SCORE
PADA PERUSAHAAN TEKSTIL DAN GARMENT**
Yuli Kumia Firdausia - Erlyana Andikasari

**MODEL PENGEMBANGAN DAN PEMETAAN POTENSI JAWA TIMUR
MELALUI PERANAN KEY SECTOR KOTA/KABUPATEN**
Anita Roosmawarni

ASPEK PSIKOLOGIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN
Fachrudhy Asj'ari

STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BAPPEDA KABUPATEN MOJOKERTO
Hartono - Yahya

**ANALISIS EFEKTIFITAS PENGELOLAAN PIUTANG PEMBIAYAAN KONSUMEN
PADA PERUSAHAAN PEMBIAYAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA**
Mulyaningtyas

**ANALISIS GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP REAKSI PASAR
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN LOGAM DAN MINERAL LAINNYA
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**
Nurdina - Martha Suhardiyah

**PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO, EARNING PER SHARE, DAN
SENSITIVITY TO MARKET RISK TERHADAP RETURN SAHAM**
Yusuf Iskandar

PERAN UANG DALAM SISTEM MONETER ISLAM
Aji Prasetyo

**PENGARUH BRAND TRUST DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KECAMATAN KARANGPILANG, KOTA SURABAYA**
Ferdian Adi Pratama - I Made Bagus Dwiarta

**MODEL KETERKAITAN BRAND CHARACTERISTIC, COMPANY CHARACTERISTIC,
CONSUMER CHARACTERISTIC (TRUST IN BRAND) TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI REINFORCES COMMITMENT**
(Studi Kasus Pada Perusahaan Semen PT. Holcim Indonesia di Jawa Timur Perwakilan Cabang Jawa Timur)
Chandra Kartika - Hendrik Rizqian

Diterbitkan oleh :
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
Jl. Dukuh Menanggal XII No. 04 Surabaya Telp/Fax. : 031-8281183

DAFTAR ISI

PENCATATAN AKUNTANSI PADA USAHA PETERNAKAN AYAM PETELUR (Studi Kasus Usaha Peternakan Ayam Petelur di Kecamatan Sugio Lamongan)	1 - 7
Andrianto - Rieska Maharani - Fitri Nuraini	
PENGARUH FAKTOR INTERNAL MAHASISWA DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA	8 - 18
Rudi Santoso	
PREDIKSI <i>FINANCIAL DISTRESS</i> BERDASARKAN ANALISIS <i>Z-SCORE</i> PADA PERUSAHAAN TEKSTIL DAN GARMENT	19 - 32
Yuli Kurnia Firdausia - Erlyana Andikasari	
MODEL PENGEMBANGAN DAN PEMETAAN POTENSI JAWA TIMUR MELALUI PERANAN <i>KEY SECTOR</i> KOTA/KABUPATEN	33 - 43
Anita Roosmawarni	
ASPEK PSIKOLOGIS DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KEUANGAN	44 - 53
Fachrudy Asj'ari	
STRATEGI PENINGKATAN KINERJA BAPPEDA KABUPATEN MOJOKERTO	54 - 63
Hartono - Yahya	
ANALISIS EFEKTIFITAS PENGELOLAAN PIUTANG PEMBIAYAAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PEMBIAYAAN YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA	64 - 75
Mulyaningtyas	
ANALISIS <i>GOOD CORPORATE GOVERNANCE</i> TERHADAP REAKSI PASAR PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN LOGAM DAN MINERAL LAINNYA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA	76 - 88
Nurdina – Martha Suhardiyah	
PENGARUH <i>CAPITAL ADEQUACY RATIO, EARNING PER SHARE, DAN SENSITIVITY TO MARKET RISK</i> TERHADAP <i>RETURN SAHAM</i>	89 - 103
Yusuf Iskandar	
PERAN UANG DALAM SISTEM MONETER ISLAM	104 - 110
Aji Prasetyo	
PENGARUH <i>BRAND TRUST</i> DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK SEPEDA MOTOR HONDA BEAT DI KECAMATAN KARANGPILANG, KOTA SURABAYA	111 - 124
Ferdian Adi Pratama - I Made Bagus Dwiarta	
MODEL KETERKAITAN <i>BRAND CHARACTERISTIC, COMPANY CHARACTERISTIC, CONSUMER CHARACTERISTIC (TRUST IN BRAND)</i> TERHADAP <i>BRAND LOYALTY</i> MELALUI <i>REINFORCES COMMITMENT</i> (Studi Kasus Pada Perusahaan Semen PT. Holcim Indonesia di Jawa Timur Perwakilan Cabang Jawa Timur)	125 - 137
Chandra Kartika – Hendrik Rizqiawan	

PENGARUH FAKTOR INTERNAL MAHASISWA DALAM MENGAMBIL KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

Rudi Santoso

Email: rudis@stikom.edu

Program Studi Diploma 3 KPK Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Absract

One solution to reduce unemployment is by creating many job vacancies. Creating job opportunities must be started as early as possible at school. Therefore, the government instituted the structured model for education within entrepreneurship class. The purpose of this study was to determine the extent of students' internal factors, such as interest, self-empowerment, and motivation, influencing them on making decision to be an entrepreneur. This study took the sample from the students of Institute of Business and Informatics Stikom Surabaya who have run a business or who have planned to start their own business. The total of collected sample was forty-two respondents. This study employed cluster random sampling to choose the respondent. Conclusion: This study proved that the internal factors, such as interest, self-empowerment, and motivation contributes 50,8% for influencing students to decide to be an entrepreneur. F statistics test result showed $0,000 < 0,05$; thus, it can be implied that variable X (Interest, Self-empowerment, and Motivation) influenced Y (students' decision to be an entrepreneur.)

Keywords: *entrepreneur, entrepreneurship, business*

PENDAHULUAN

Posisi negara dengan jumlah penduduk yang besar membuat Indonesia menjadi pangsa pasar potensial bagi produk baik dari dalam maupun luar negeri. Negara-negara industri saat ini berlomba selain bukan hanya pada sisi produk, tetapi juga mencari pasar untuk menyerapnya. Fenomena ini tidak lepas dari tren negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Singapura dan bahkan Malaysia yang memasukkan entrepreneur menjadi salah satu mata pelajaran wajib. Dinas perindustrian mencatat lebih dari 12% dari jumlah penduduk negara tersebut menjadi entrepreneur. Selain itu, disebutkan juga bahwa 1 dari 12 penduduk Amerika Serikat terlibat langsung dalam kegiatan entrepreneur. Selain hal tersebut, krisis ekonomi yang pernah mendera negara ini 2 (dua) kali selama kurun waktu 1998 dan 2008 menjadikan pelajaran berharga. Krisis ekonomi tersebut sempat menggoyahkan sendi-sendi ekonomi dan kesejahteraan masyarakat luas (Putra,

2012). Dampak yang ditimbulkan adalah pengangguran karena sempitnya lahan kerja. Masyarakat pun beralih untuk menciptakan lapangan kerja sendiri tanpa bergantung dengan pihak lain. Krisis ekonomi dua kali ternyata membuat masyarakat kita pun sadar akan pentingnya berwirausaha.

Semangat berwirausaha yang datang secara swadaya dari masyarakat tersebut rupanya seperti gayung bersambut dengan pemerintah. Pemerintah pun seakan mendapat semangat baru dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dalam skala mikro dengan membentuk usaha usaha kecil menengah. Namun semua itu tidak bisa hanya sebatas sebuah retorika. Jiwa kewirausahaan harus dilembagakan sampai pada titik paling dasar yaitu dimulai saat usia sekolah. Hal ini juga berkaca kepada salah satu perguruan tinggi di USA, *Massachusetts Institute Technology (MIT)* yang mengubah arah pendidikan dari *High Learning Institute and Research*

University menjadi *Entrepreneurial University*. Hal ini tak lepas dari kenyataan bahwa dalam kurun waktu 1980-1996 MIT melahirkan pengangguran terdidik tak kurang dari satu juta. Alma dalam Putra (2012) mengungkapkan bahwa pendidikan tinggi di bangku kuliah seharusnya sudah bisa menjadi bekal menjadi seorang wirausahawan. Tetapi paradigma yang terjadi adalah lulusan Perguruan Tinggi hanya bisa menunggu lowongan pekerjaan. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang akhirnya menjadi pengangguran. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS, 2016) menunjukkan penyerapan tenaga kerja lulusan Pendidikan Tinggi hanya 8,2 juta atau 7,2% dari total keterserapan. Dimensi SDM di Indonesia masih terjebak dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan. Sementara itu program wajib belajar sembilan tahun belum sepenuhnya memberi *impact* yang optimal kepada masyarakat. Hal ini berimplikasi kepada penyerapan tenaga kerja yang masih didominasi tenaga berpendidikan rendah.

Mengingat begitu besarnya jumlah pengangguran terdidik tiap tahun, salah satu upaya pemerintah adalah melembagakan pengetahuan kewirausahaan melalui Pendidikan Tinggi menjadi salah satu mata kuliah. Upaya terstruktur pemberian motivasi ini diasumsikan akan memberi implikasi yang signifikan jika dibandingkan hanya sekadar pelatihan. Data BPS 2016 menunjukkan pertumbuhan industri kecil yang lahir dari mahasiswa sejumlah 455.960 atau memberi kontribusi 16% dari keseluruhan pertumbuhan industri kecil di Indonesia.

Dalam penelitian ini akan diungkapkan faktor-faktor internal apa sajakah yang dapat mempengaruhi mahasiswa dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Faktor internal dalam penelitian ini yang akan diteliti meliputi minat, pemberdayaan diri dan motivasi. Dalam penelitian ini rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah minat mahasiswa berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya?
2. Apakah pemberdayaan diri mahasiswa berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya?
3. Apakah motivasi mahasiswa berpengaruh terhadap pengambilan keputusan untuk berwirausaha di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya?

KERANGKA TEORITIS

(Nishanta, 2008) mengungkapkan bahwa perilaku kewirausahaan seseorang bisa dibentuk. Hal tersebut bisa dipenuhi dengan sejumlah atribut perilaku misalnya kebutuhan berprestasi, tingginya kreativitas dan inovasi. Setiap orang mempunyai perilaku fundamental (persepsi, individual, motivasi dan berkembang) yang akan mempengaruhinya dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, nilai dan sikap pribadi terhadap hal tertentu juga akan mempengaruhi pengambilan keputusan yang dibuatnya (Robbins, 2001).

(Hurlock, 1999) mengatakan salah satu sumber motivasi adalah minat itu sendiri. Minat akan mendorong seseorang untuk melakukan hal yang menguntungkannya, diimpikan dan kepuasan dirinya. Perilaku individu juga akan dipengaruhi oleh minat seseorang terhadap obyek dan kecenderungan untuk memperhatikan dan mencari Guilford dalam (Walgito, 1993). Pendapat kedua peneliti di atas mendasari asumsi bahwa minat adalah seseorang yang cenderung untuk melakukan sesuatu karena rasa suka. Rasa suka tersebut akan menimbulkan ketertarikan dan mengakibatkan seseorang untuk berperilaku tertentu.

Penelitian ini berfokus kepada kecenderungan seseorang yang sangat tinggi untuk melakukan sesuatu berupa aktifitas. Selain itu perilaku tersebut juga

didasari oleh bakat yang dimiliki. Keputusan berwirausaha juga tidak bisa dipisahkan dari pengalaman seseorang sehingga orang tersebut terdorong untuk berwirausaha.

Pada akhirnya, pengalaman memberikan perubahan relatif permanen terhadap perilaku seseorang. Pengalaman juga merupakan *output* akhir dari sebuah tekad untuk memberdayakan diri, meningkatkan kemampuan pribadi sampai dengan titik terjauh yang bisa dilakukan.

(Robbins, 2001) Menjelaskan bahwa pembelajaran melalui pengamatan merupakan awal dari seseorang membangun pengalaman. Dengan demikian, pemberdayaan diri akan terbentuk melalui pengamatan dan pengalaman langsung.

(Leidenfrost, 1992) berpendapat pemberdayaan adalah sebuah daya dalam beraktifitas mencapai tujuan. Daya untuk melakukan sesuatu ini bisa datang dari ketrampilan yang dimiliki, pengetahuan baru, dan bahkan pengalaman yang pernah diperoleh.

Pemberdayaan usia terdidik dalam hal ini mahasiswa pada dasarnya adalah menekankan untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam hubungan kesetaraan dalam struktur sosial yang lebih besar (ekonomi, politik, dan sosial).

(Alma, 2001) berpendapat bahwa motivasi merupakan kemauan untuk melakukan sesuatu. Seseorang dalam melakukan sesuatu sangat dipengaruhi oleh motif yang menjadi dasar kekuatannya. Perilaku bermotivasi adalah sebuah perilaku yang didasari oleh sebuah kebutuhan. Perilaku tersebut juga selalu diarahkan dengan kuat untuk mencapai suatu tujuan, sehingga segala sesuatu kebutuhan yang menjadi keinginannya terpenuhi dan terpuaskan.

(Maslow, 2011) menyatakan bahwa stratifikasi kebutuhan merupakan gambaran dari hirarki motivasi seseorang. Lebih lanjut (Maslow, 2011) mengungkapkan bahwa manusia selalu terdorong untuk memenuhi kebutuhannya. Pemenuhan kebutuhan ini tergantung dari

yang paling kuat sesuai keadaan, waktu, dan pengalaman seseorang.

Penelitian ini akan mengungkapkan bahwa keputusan mahasiswa untuk berwirausaha dipengaruhi oleh dorongan pada aktualisasi dirinya dalam hal ini pemberdayaan diri pribadi, mengembangkan potensi diri. Selain itu, hal ini adalah upaya mahasiswa untuk meuangkan kreatifitas dan bereksprei yang sesuai dengan karakter diri mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Alasan pemilihan di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah selain sebagai salah satu perguruan tinggi ternama di Surabaya, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya saat ini berfokus kepada pendidikan wirausaha yang di motori dari pembentukan fakultas baru yaitu fakultas ekonomi dan bisnis.

Variabel Penelitian ini terdiri dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat) yang antara lain adalah sebagai berikut:

Variabel Bebas : X_1 = Minat
 X_2 = pemberdayaan diri
 X_3 = motivasi

Variabel Terikat : Y = pengambilan keputusan berwirausaha

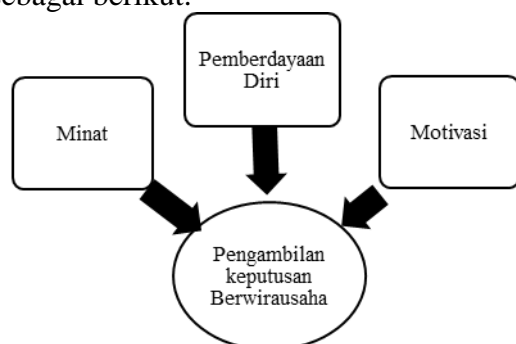
Definisi konsep:

- Minat yang dimaksudkan adalah perhatian seseorang terhadap suatu aktivitas yang didasari oleh bakat/talenta yang dimiliki.
- Pemberdayaan diri adalah usaha-usaha yang dilakukan seseorang dalam menggunakan potensi yang dimiliki.
- Motivasi adalah dorongan seseorang untuk mengaktualisasi diri dalam mencapai prestasi.
- Pengambilan keputusan berwirausaha yang dimaksudkan adalah pengambilan keputusan untuk bekerja sendiri/berwirausaha sebagai salah satu cara untuk memperoleh penghasilan.

Definisi operasional:

- Minat dalam penelitian ini adalah kecenderungan responden untuk melakukan satu kegiatan yang disukai sesuai dengan bakat/talenta yang dimiliki.
- Kemampuan memberdayakan diri dalam penelitian ini adalah bagaimana seorang wirausaha mampu menggunakan potensi dirinya dengan mengambil keputusan untuk berwirausaha dalam bidang yang sesuai dengan bakat/talenta yang dimiliki.
- Motivasi dalam penelitian ini adalah dorongan dalam melakukan suatu aktivitas yang dapat mendatangkan kepuasan bagi responden.
- Pengambilan keputusan berwirausahaan adalah keputusan yang diambil responden untuk berwirausaha.

Model analisa di atas bisa digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Model Struktural Perilaku Pengambilan Keputusan Berwirausaha

Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif di Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Usaha yang dimaksud adalah dalam bidang jasa, produksi, jual beli barang, konfeksi dan lain sebagainya yang berjumlah kurang lebih 42 mahasiswa.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan metode *survey* dimana peneliti menggali data dari persepsi responden yang dilakukan dengan wawancara bantu dengan *instrument questioner* dan dilengkapi dengan wawancara terhadap responden.

Pengujian Validitas Alat Ukur (*Construct Validity*) instrumen penelitian dilakukan dengan menggunakan indeks korelasi

Product Moment Pearson, yaitu dengan cara membandingkan angka r "Product Moment" dari skor setiap item dan skor total tiap variabel dengan nilai kritis r pada tingkat kepercayaan 5 % dan derajat kebebasan ($df = n-2$), yaitu sebesar 0,3. Jika nilai r dari Product Moment lebih besar dari 0,3 maka dinyatakan valid (Solimun, 2002).

Sedangkan Uji realibilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* dimana disyaratkan $\alpha > 0.6$ (Malhotra, 2010).

Berdasarkan jenis data, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas maka dalam penelitian menggunakan alat Analisis Regresi Berganda. Dalam proses perhitungan, data yang ada distandarisasi lebih dahulu karena skala pengukurannya berbeda.

Persamaan regresi berganda yang digunakan adalah :

$$Y_R = b_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3$$

dimana,

Y_R	= pengambilan keputusan berwirausaha
b_0	= konstanta
$b_1 - b_3$	= koefisien regresi parsial
X_1	= Minat
X_2	= Pemberdayaan Diri
X_3	= Motivasi

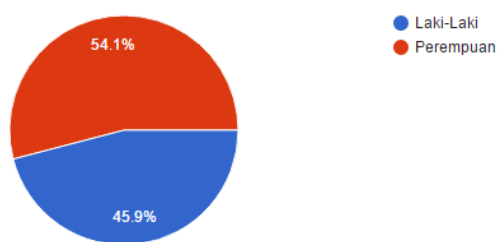
Adapun kriteria penerimaan maupun penolakan hipotesa yang diajukan berdasar taraf signifikansi α (0,05) adalah bila $\text{sig.} < \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh antar variabel, sebaliknya bila $\text{sig.} > \alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh antar variabel.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Data yang terkumpul sejumlah 42 (empat puluh dua) responden. Lokasi penelitian yang digunakan adalah Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Fokus yang ditekankan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Berikut ini adalah deskripsi singkat hasil data yang terkumpul.

Jenis Kelamin

Dari sisi *gender* atau jenis kelamin, data responden menunjukkan hampir berimbang. Dari 42 responden 54,1% adalah perempuan dan sisanya, 45,9%



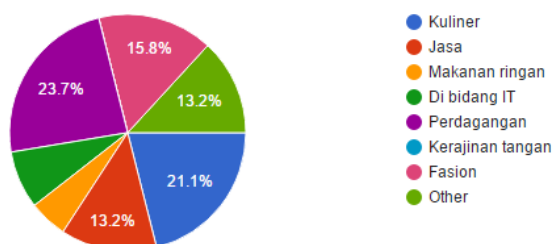
Gambar 2 Jenis Kelamin Responden

adalah laki-laki. Berikut ini adalah diagram jenis kelamin responden.

Jenis Usaha

Ragam usaha yang menjadi perhatian sejumlah 8 (delapan) jenis. Kedelapan jenis usaha tersebut adalah: kuliner, jasa, makanan ringan, IT, perdagangan, kerajinan tangan, *fashion*, dan lainnya.

Dari delapan jenis usaha tersebut jenis usaha perdagangan paling favorit dipilih yaitu sebanyak 23,7%. Hal ini menunjukkan semangat mahasiswa untuk



Gambar 3 Jenis Usaha

berdagang sangat tinggi. Sementara itu, 21,1% memilih bidang usaha kuliner.

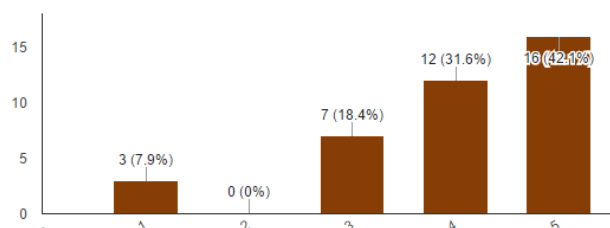
Hal ini wajar jika menilik kesempatan usaha bidang kuliner masih menjanjikan. Sementara itu sejumlah 15,8% memilih bidang *fashion*. Bidang jasa dan IT tidak

terlalu menarik perhatian mahasiswa yaitu hanya sejumlah masing-masing 13,2% dan 7,9% yang memilih. Sementara itu makanan ringan dan bidang lainnya masing-masing 5,3% dan 13,2%.

A. Minat Responden

A.1 Ketergantungan Dengan Orang Lain

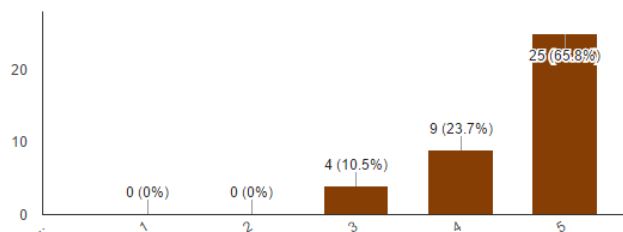
Salah satu dorongan terbesar untuk memulai bisnis atau berwirausaha adalah minat dari dalam diri mahasiswa. Dari keseluruhan responden, 42,1% mengungkapkan mempunyai minat menjadi wirausahawan untuk melepaskan diri dari ketergantungan dengan orang lain. Sisanya, 7,9% tidak (belum) mempunyai minat dalam berwirausaha. Berikut ini diagram yang menunjukkan minat responden.



Gambar 4 Lepas Ketergantungan

A.2. Ketertarikan dengan Wirausaha

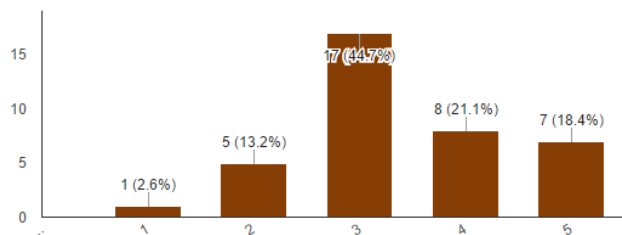
Selain minat karena tidak ingin tergantung dengan orang lain, tidak kalah penting lainnya adalah masalah ketertarikan. Karena ketertarikan ini menunjukkan minat yang datang dari dalam diri sendiri. Dari hasil data yang terkumpul, 65,8% atau separo lebih mereka tertarik untuk berwirausaha dibandingkan menjadi karyawan biasa. berikut ini diagram ketertarikan responden.



Gambar 5 Ketertarikan Responden

A.3 Waktu Luang

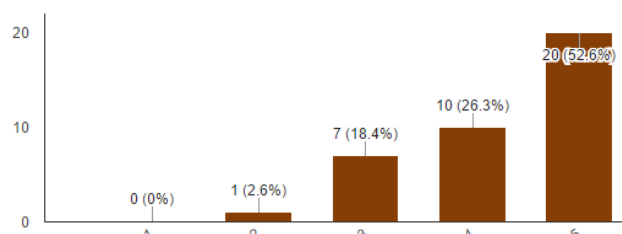
Selain ketertarikan dan ketergantungan, waktu luang juga menjadi pertimbangan mahasiswa untuk memulai wirausaha. Sejumlah 18,4% menyatakan mempunyai waktu luang lebih banyak. Namun sejumlah 44,7% menyatakan ragu-ragu apakah mempunyai waktu luang. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan waktu luang responden.



Gambar 6 Waktu Luang Responden

A.6 Kesukaan/Hobi

Berwirausaha tidak bisa dilepaskan dari kesukaan dan hobi. Kesukaan menggeluti bidang bisnis menjadi pendorong yang sangat penting dalam memulai wirausaha atau bisnis. Sejumlah 52,6% dan 26,3% responden sangat menyukai bisnis. Sisanya yaitu, 2,6% tidak menyukai. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan ketertarikan responden dalam bidang bisnis.



Gambar 7 Ketertarikan/Kesukaan

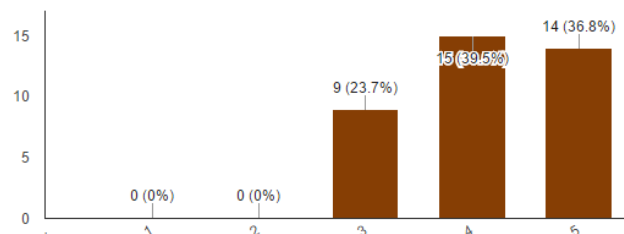
B. Pemberdayaan Diri

Pemberdayaan diri ini diukur dari usaha-usaha yang dilakukan seseorang dalam menggunakan potensi yang dimiliki. Berikut ini adalah nilai-nilai pemberdayaan diri yang digunakan sebagai pendorong wirausaha.

B.1 Bisnis Sesuai Bakat

Bakat di bidang tertentu menjadi salah satu kunci sukses dalam berbisnis. Sebanyak

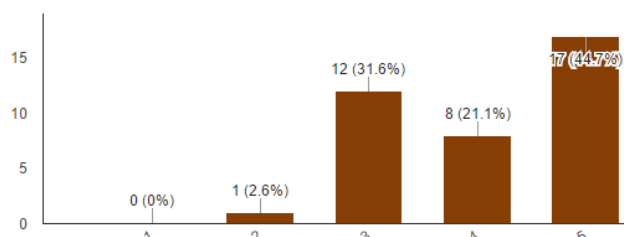
36,8% dan 39,5% responden menyatakan bahwa bisnis yang dijalankan saat ini sesuai dengan bakatnya. Sementara itu sisanya, 23,7% menyatakan ragu-ragu. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan kondisi tersebut.



Gambar 8 Sesuai Bakat

B.3 Obsesi Responden

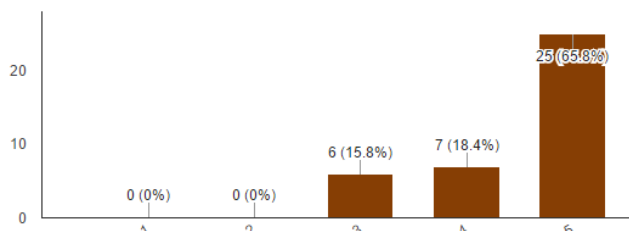
Pebisnis harus mempunyai obsesi tertentu. Selain kesuksesan, salah satu yang menjadi obsesi pebisnis adalah menjadi seorang leader di bidangnya. Sejumlah 44,7% dan 21,1% menyatakan sangat terobsesi untuk menjadi leader. Sisanya, 31,6% dan 2,6% tidak terlalu terobsesi. Berikut ini diagram yang menggambarkan kondisi tersebut.



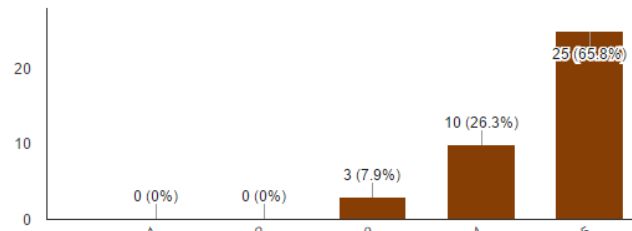
Gambar 9 Obsesi Responden

B.4 Membuka Lapangan Baru

Salah satu dorongan yang membuat wirausaha begitu menjamur adalah dalam rangka upaya untuk membuka lapangan kerja baru. Separuh lebih atau 65,8% responden menyatakan sangat ingin membuka lapangan kerja baru dengan membuka atau memulai bisnis. Diagram di bawah ini menunjukkan kondisi responden terhadap keinginan untuk membuka lapangan kerja baru.



Gambar 10 Membuka Lapangan Kerja



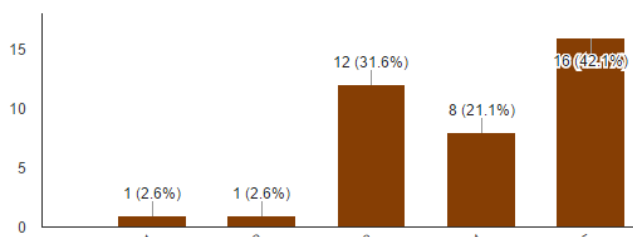
Gambar 12 Pantang Menyerah

C. Motivasi

Motivasi dalam hal ini diukur dengan menggali data yang berasal dari dorongan seseorang untuk mengaktualisasi diri dalam mencapai prestasi. Dorongan tersebut adalah dalam hal melakukan suatu aktivitas yang dapat mendatangkan kepuasan bagi responden. Berikut ini adalah beberapa hal yang menjadi motivasi dalam berwirausaha atau berbisnis.

C.1. Penghargaan Terhadap diri Responden

Reward bisa diraih ketika seseorang memperoleh sebuah *achievement* (prestasi) tertentu. Penghargaan ini adalah salah satu capaian aktualisasi diri responden yang bisa mendatangkan kepuasan. Sebanyak 42,1% dan 21,1% responden menyatakan sangat ingin mencapai penghargaan. Sisanya 31,6% dan 2,6% menyatakan cukup dan tidak ingin mencapainya. Berikut ini adalah diagram yang menggambarkan kondisi tersebut.



Gambar 11 Penghargaan Diri

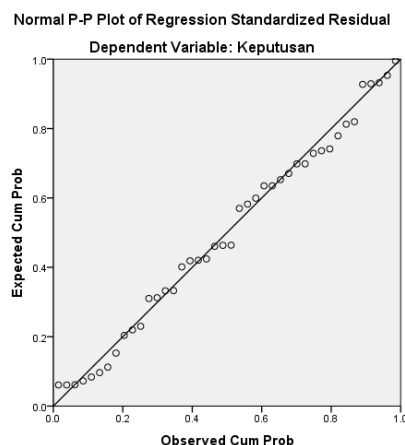
C.3 Pantang Menyerah

Sikap tangguh harus dimiliki oleh pebisnis. Salah satunya adalah pantang menyerah. Sejumlah 65,8% dan 26,3% responden menyatakan tidak pantang menyerah dalam berbisnis. Sementara itu 7,9% lainnya memilih ragu-ragu.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

D.1 Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan teknik uji Q-Q Plot dan Detrended Normal Q-Q Plot. Dalam pengujian ini yang akan diamati adalah titik penyebaran data dalam diagram atau grafik. Jika nilai-nilai pengamatan menyebar pada garis tersebut, berarti data pengamatan berdistribusi normal. Data penyebaran nilai pengamatan bisa dilihat pada grafik berikut ini:



Gambar 13 Grafik Q-Q Plot

Dari gambar grafik di atas bisa dilihat bahwa nilai-nilai pengamatan berada mendekati di sekitaran garis yang menunjukkan data terdistribusi normal.

D.2 Multikolinearitas

Pada penelitian ini untuk mengetahui data yang digunakan terbebas dari multikolinearitas, dilakukan *regresi auxiliary*. Pada tabel di bawah ini akan dipaparkan hasil uji multikolinearitas dengan melihat nilai VIF. Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,0 maka artinya tidak

terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih besar dari 10,0 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Berikut ini adalah table hasil pengamatan.

Table 1 UJI MULTIKOLINEARITAS

Variabel	Multikolinearitas	
	Tolerance	Vif
Minat	0,454	2,204
Pemberdayaan	0,373	2,682
Motivasi	0,627	1,594

Pada tabel di atas bisa diketahui bahwa tidak terjadi multikolinearitas karena nilai VIF masing-masing variable < 10,0.

D.3 Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah regresi yang terbebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini pengujian autokorelasi menggunakan teknik uji Durbin-Watson. Dalam pengujian penelitian ini digunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada korelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau di antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Berikut ini adalah table summary nilai Durbin-Watson,

Table 2 SUMMARY DURBIN-WATSON AUTOKORELASI

Change Statistics					Durbin - Watso n
R Square Chang e	F Chang e	df 1	df 2	Sig. F Chang e	
.508	13.083	3	38	.000	1.844

Pada tabel di atas bisa diketahui nilai d adalah 3. Sementara dU dengan jumlah empatpuluh dua (42) responden, tiga (3.8) variable pada table DW diperoleh 1,67. Sehingga diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$dU < d < 4-dU = 1,67 < 1,844 < 4 - (1,67)$$

Dengan melihat hasil nilai dari persamaan di atas maka bisa diartikan bahwa variabel dependent keputusan berwirausaha keempatpuluh dua mahasiswa pada periode pengambilan sampel 2016 menunjukkan terima H_0 karena tidak terdapat autokorelasi. Sehingga bisa disimpulkan bahwa model ini memenuhi asumsi klasik bebas dari masalah autokorelasi.

E. Analisis Regresi

Hasil analisis regresi pengaruh variable bebas X (Faktor Internal) terhadap Y (Keputusan Berwirausaha) secara simultan dengan menggunakan uji F sebagai berikut:

Table 3 KOEFISIEN REGRESI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.508	.469	.4454

Berdasarkan table di atas bisa diketahui bahwa koefisien determinasi R^2 sebesar 0.508 artinya bahwa faktor internal yang diwakili oleh minat, pemberdayaan, dan, motivasi mampu memberikan kontribusi pengambilan keputusan berwirausaha sebesar 50,8%, sisanya 49,2% adalah unsur lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

E.1 Uji F Statistik

Uji F adalah Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk menilai pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Uji F juga digunakan untuk menguji model regresi yang kita lakukan

baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Ada dua cara untuk melakukan uji F. Cara pertama dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Kedua, membandingkan nilai signifikansi atau nilai probabilitas dari hasil penghitungan SPSS.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} adalah:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variable X secara simultan berpengaruh terhadap variable Y
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka variable X secara simultan tidak berpengaruh terhadap variable Y.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji F diperoleh berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS adalah:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variable X secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Y
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variable X secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

Table 4 UJI F ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.787	3	2.596	13.083	.000 ^b
Residual	7.539	38	.198		
Total	15.327	41			

Berdasarkan table di atas diketahui nilai $F_{hitung} = 13,083 > F_{tabel} = 2,83$ untuk $k=3$ (variable) dan $n=42$ (responden) mengacu kepada rumus nilai table $k - (k-n)$. Sehingga dapat diartikan bahwa variable X (minat, pemberdayaan diri, dan motivasi) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam berwirausaha. Demikian juga hasil uji menggunakan uji F berdasarkan nilai signifikansi, di mana diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa variable X (minat, pemberdayaan diri, dan motivasi) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa dalam berwirausaha.

E.2 Uji T Statistik

Uji T parsial dalam analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variable bebas (X) secara parsial (sendiri) berpengaruh signifikan terhadap variable terikat (Y). Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini menggunakan nilai signifikansi dimana:

1. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat.
2. Jika nilai Sig. $> 0,05$ maka variable bebas tidak berpengaruh terhadap variable terikat.

Table 5 KOEFISIEN UJI T PARSIAL

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.899	.577		1.557	.128
Minat	.117	.161	.123	.728	.037
Pemberdayaan	.308	.182	.314	1.686	.04
Motivasi	.411	.155	.382	2.658	.011

Berdasarkan tabel di atas variable X_1 (Minat), X_2 (Pemberdayaan Diri), dan X_3 (Motivasi) mempunyai nilai Sig. $< 0,05$ sehingga bisa diartikan bahwa variable ini secara parsial (sendiri) berpengaruh terhadap variable *dependent* (terikat) Y (Keputusan Berwirausaha)

Berdasarkan hasil pengujian dari table di atas diperoleh sebagai berikut:

- H-1 Faktor minat mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya berpengaruh positif dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.
- H-2 Faktor pemberdayaan diri mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya berpengaruh positif dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

H-3 Faktor motivasi mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya berpengaruh positif dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Model yang dihasilkan dari hasil analisis tersebut di atas adalah:

$$Y = 0,117X_1 + 0,308X_2 + 0,411X_3$$

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Model yang dihasilkan dari analisis di atas menunjukkan kondisi saat ini di mana X_1 (Minat) berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Dalam kondisi ini bisa diartikan bahwa setiap keputusan berwirausaha berawal dari minat seseorang. Hal ini sejalan dengan apa yang pernah diteliti oleh (Gurbuz & Aykol, 2008) bahwa keputusan berwirausaha seseorang lebih banyak datang dari dalam diri sendiri diantaranya adalah minat dan motivasi.

Dalam penelitian ini terungkap bahwa keputusan berwirausaha lebih besar dari dorongan ingin memberdayakan diri lebih besar lagi. Pemberdayaan diri itu sendiri berkaitan dengan kekuatan untuk melakukan sesuatu dimana keputusan tersebut berasal dari pengetahuan baru, ketrampilan yang dimiliki, maupun pengalaman yang diperoleh. Hal ini bisa dilihat pada table nilai variable pemberdayaan diri (X_2). Nilai B 0,308 atau memberikan kontribusi 30,8%, nilai $T_{tabel} > T_{hitung}$, serta nilai Sig. $0,04 < 0,05$ yang berarti variable ini memberikan kontribusi lumayan kuat dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

Sementara itu faktor internal lainnya yaitu, motivasi, juga memberikan pengaruh terhadap keputusan berwirausaha. Dalam kasus ini ada korelasi antara dorongan pemberdayaan diri dengan motivasi. Ketika seseorang mempunyai dorongan untuk melakukan sesuatu berdasarkan pengetahuan yang baru, maka ia akan termotivasi untuk melakukannya. Dorongan-dorongan atau motivasi inilah yang harus terus digali dan ditingkatkan jika ingin membangun mental atau jiwa

berbisnis sejak dini kepada mahasiswa. Karena ketika faktor internal terutama ada dorongan yang berasal dari dalam diri sendiri akan jauh lebih kuat jika dibandingkan dengan dorongan dari luar dirinya. Hal ini bisa dilihat dari nilai B untuk variable X_3 adalah 0,411 yang artinya bahwa motivasi mahasiswa mempengaruhi sebesar 41% dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Solesvik & Marina, 2013). (Solesvik & Marina, 2013) mengungkapkan bahwa perbedaan niat kewirausahaan akan menghasilkan motivasi yang berbeda dalam pengambilan keputusan berwirausaha.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Keputusan mahasiswa dalam berwirausaha dipengaruhi oleh faktor internal atau dalam diri sendiri. Faktor internal yang diasumsikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan berwirausaha adalah pertama, minat, yang dijabarkan lebih luas sebagai ketertarikan diri dengan wirausaha, waktu luang, bakat, dukungan orang sekitar, dan kesukaan/hobi. Sementara itu faktor internal kedua, yaitu pemberdayaan diri, yang dijabarkan sebagai bisnis sesuai bakat, bisnis sesuai hobi, obsesi responden, membuka lapangan baru, dan pengalaman. Faktor internal ketiga adalah motivasi, yang dijabarkan sebagai penghargaan diri, tanggung jawab, pantang menyerah, membantu keuangan orang tua, dan menjadi figur. Faktor-faktor tersebut menjadi variable-variable dalam penelitian.

Dalam penelitian ini faktor internal memberikan kontribusi 50,8% terhadap keputusan berwirausaha. Faktor-faktor tersebut dijabarkan ke dalam tiga variabel, setelah diuji menggunakan uji F statistik menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan berwirausaha. Nilai $F_{hitung} = 13,083 > F_{tabel} = 2,83$ untuk $k=3$ (variable) dan $n=42$ (responden) mengacu kepada rumus nilai

table k – (k-n). Sehingga dapat diartikan bahwa faktor internal yang diwakili oleh minat, pemberdayaan diri, dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa dalam berwirausaha. Demikian juga hasil uji menggunakan uji F berdasarkan nilai signifikansi, di mana diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang dapat diartikan bahwa variable X (minat, pemberdayaan diri, dan motivasi) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa dalam berwirausaha.

Sementara itu dengan menggunakan uji T diperoleh bahwa variable X_1 , X_2 , dan X_3 mempunyai nilai Sig. $< 0,05$ sehingga bisa diartikan bahwa variable ini secara parsial (sendiri) berpengaruh terhadap variable dependent (terikat) Y

Penelitian ini bisa dikembangkan lagi lebih luas untuk menggali lebih jauh faktor yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini faktor internal yang diwakili minat, pemberdayaan diri, dan motivasi hanya memberikan kontribusi 50,8% terhadap pengambilan keputusan. Sisanya 49,2% perlu digali lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2001). *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- BPS. (2016, Nopember). *Badan Pusat Statistik*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/>
- Gurbuz, G., & Aykol, S. (2008). Entrepreneurial Intentions of Young Educated Public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management*, 4(1), 47-56.
- Hurlock, B. (1999). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Leidenfrost. (1992). Conservation of Energy Estimated by Second Law Analysis of a Power Consuming Process. *Energy Journal*, 46-61.
- Malhotra, N. (2010). *Marketing Research – an Applied Orientation*. 6th edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Maslow, A. (2011). *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: BPB.
- Nishanta, B. (2008). Influence of Personality Traits and Socio-demographic Background of Undergraduate Students on Motivation for Entrepreneurial Career: The Case of Srilanka. *Euro-Asia Management Studies Association (EAMSA) Conference* (pp. 28-35). Tokyo: Euro-Asia Management Studies Association (EAMSA) Conference.
- Putra, R. A. (2012, September). Faktor-Faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 12-27.
- Robbins, S. P. (2001). *Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur: Dream big start small, act now! Panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan mahasiswa*. Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Solesvik, Z., & Marina. (2013). Entrepreneurial Motivations and Intentions: Investigating the Role of Education Major. *Education and Training Vol. 55 No. 3*, 253-271.
- Solimun. (2002). *Multivariate Analysis Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: Fakultas MIPA, Universitas Brawijaya.
- Walgito, B. (1993). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.