

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERWIRSAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PERSADA INDONESIA Y.A.I.

Estu Mahanani¹, Bida Sari²

Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
Jl. Pangeran Diponegoro No.74 Jakarta 10340
Telp. (021)3904858/31936540 Fax. 021-3150604

E-mail: ice2mahanani@gmail.com¹, sari_bida@yahoo.co.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel motivasi, kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan metode penelitian *asosiatif interaktif*. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Yayasan Administrasi Indonesia (UPI-Y.A.I.) Jakarta. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* sebanyak 50 responden yaitu mahasiswa/i FE UPI-Y.A.I. semester akhir yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan. Analisa data penelitian kuantitatif yang mencakup analisis korelasi, analisis determinasi dan analisis regresi linear berganda (simultan), serta uji hipotesis yang menggunakan uji-t dan uji-F (ANOVA). Pengolahan data dilakukan dengan program SPSS 17.0 *for windows* diperoleh nilai koefisien korelasi $r = 0,856$. Koefisien determinasi $r^2 = 0,714$ artinya kontribusi variabel motivasi, kreativitas dan inovasi terhadap variasi minat berwirausaha sebesar 71,4% dan sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan regresi diperoleh $\hat{Y} = 1,362 + 0,360 X_1 + 0,377 X_2 + 0,529 X_3$. Berdasarkan uji ANOVA (Uji F) disimpulkan bahwa motivasi, kreativitas dan inovasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha dan berperan aktif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UPI Y.A.I. Model regresi hasil penelitian ini terbukti benar dan layak digunakan untuk peramalan.

Kata Kunci: motivasi, kreativitas, inovasi dan minat berwirausaha

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of variable motivation, creativity, and innovations on *entrepreneurship interest*. This research is study case with the interactive-associative method. The sampling technique is done by purposive sampling of 50 respondents from Economic students of University of Persada Indonesia Yayasan Administrasi Indonesia (UPI-Y.A.I.) in last semester who has taken Entrepreneurship subject. Collecting data is using observation, interviews and questionnaires. Analysis of the data is used quantitative analysis, including correlation analysis, determination analysis and multiple linear regression analysis (simultaneously), and hypothesis testing using t-test and F-test (ANOVA). Data processing performed with SPSS 17.0 for windows was obtained $r = 0,856$ and $r^2 = 0,714$ with a coefficient of determination of 71,4% and the remaining 28,6% is influenced by other factors. The regression equation was obtained $\hat{Y} = 1,362 + 0,360 X_1 + 0,377 X_2 + 0,529 X_3$. Based on ANOVA test (F-test) there are significant influences of variable motivation, creativity and innovations together with *entrepreneurship interest* of Economic students of UPI-Y.A.I. The results of regression research model are truly proved and can be used for forecasting.

Keywords: motivation, creativity, inovations and *entrepreneurship interest*

1. PENDAHULUAN

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang yang menganggur karena sempitnya lapangan pekerjaan. Hal ini menunjukkan semakin pentingnya dunia entrepreneur di dalam perekonomian suatu negara. Pertumbuhan *entrepreneur* Indonesia 2016 masih sangat kecil, Indonesia baru memiliki 1,5 persen pengusaha dari sekitar 252 juta penduduk. Indonesia masih membutuhkan sekitar 1,7 juta pengusaha untuk mencapai angka dua persen, sedangkan di negara Asean seperti Singapura tercatat sebanyak 7 persen, Malaysia 5 persen, Thailand 4,5 persen, dan Vietnam 3,3 persen jumlah pengusahanya (Kementerian Koperasi dan UKM, 2016). Indonesia membutuhkan 5,8 juta pengusaha muda baru apabila ingin memenangkan kompetisi di era pasar tunggal Masyarakat Ekonomi Asean (MEA).

Kewirausahaan (*entrepreneur*) telah lama menjadi perhatian penting dalam mengembangkan pertumbuhan sosioekonomi suatu negara (Peterson & Lee, 2000). Dalam hal ini, kewirausahaan dapat membantu menyediakan banyak kesempatan kerja, berbagai kebutuhan konsumen, jasa pelayanan, serta menumbuhkan kesejahteraan dan tingkat kompetisi suatu negara. Selain itu, seiring dengan berkembangnya arus globalisasi, kewirausahaan juga semakin menjadi perhatian penting dalam menghadapi tantangan globalisasi yaitu kompetisi ekonomi global dalam hal kreativitas dan inovasi (Peterson & Lee, 2000). Hal ini disebabkan karena organisasi-organisasi yang terampil dalam berinovasi, sukses menghasilkan ide-ide baru, akan mendapatkan keunggulan bersaing dan tidak akan tertinggal di pasar dunia yang terus berubah dengan cepat (West, 1997). Jadi, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses kombinasi sumberdaya dengan cara-cara baru dan berbeda (Suryana, 2006).

Seorang wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian untuk menjual, mulai dari menawarkan ide hingga komoditas baik berupa produk atau jasa. Dengan kreativitasnya, wirausahawan mampu beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi lingkungan. Sebagai pelaku bisnis, wirausahawan harus mengetahui dengan baik manajemen penjualan, gaya dan fungsi manajemen. Untuk berhasil, wirausahaan harus mampu berkomunikasi dan menguasai beberapa elemen kemampuan manajerial, serta mengetahui teknik menjual yang strategis mulai dari pengetahuan tentang produk, ciri khas produk dan daya saing produk terhadap produk sejenis.

Menurut Duchesneau et al. (dalam Riyanti, 2003), wirausaha yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orang tua yang juga wirausaha, karena memiliki banyak pengalaman yang luas dalam dunia usaha. Profesi orang tua memiliki peran strategis sebagai budaya pembentuk motivasi berwirausaha. Hal ini juga menunjukkan budaya kewirausahaan terbentuk karena keterbiasaan, lingkungan, dan faktor dari diri pribadi sejak mereka kecil ataupun saat dewasa nantinya. Walaupun budaya ini mampu bertahan, tetapi semua itu tidak ada gunanya jika tidak ada motivasi yang mendorong keinginan masyarakat untuk berwirausaha.

Motivasi berwirausaha itu sendiri bisa diberikan dengan pelatihan maupun pendidikan. Di perguruan tinggi sendiri sangat perlu untuk mengembangkan budaya kewirausahaan untuk mendorong terciptanya *entrepreneur* muda yang baru dengan menerapkan ilmu-ilmu wirausaha yang mereka dapatkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berjudul: **“Pengaruh Motivasi, Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.”**

2. METODOLOGI

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i UPI-Y.A.I. Pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007). Kriteria penentuan sampel adalah sebagai berikut:

1. Seluruh mahasiswa/i UPI-Y.A.I.
2. Mahasiswa/i UPI-Y.A.I. Kampus A yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan.
3. Mahasiswa/i UPI-Y.A.I. Kampus A semester akhir yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan.

Jumlah anggota sampel atau besarnya sampel (*sample size*) ditetapkan 50 responden dengan pertimbangan teori Gay dan Diehl (1992) yang mengatakan bahwa ukuran sampel untuk kepentingan korelasional dibutuhkan minimal sebanyak 30 subyek penelitian.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan pada Kampus A UPI-Y.A.I., di Jl. Pangeran Diponegoro No.74 Jakarta Pusat. Penelitian ini dilakukan dalam waktu selama 1 (satu) bulan, yaitu Januari 2017.

Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian asosiatif, untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2005:122). Metode penelitian ini dipilih karena berhubungan dengan judul penelitian untuk mengetahui pengaruh motivasi (X1), kreativitas (X2) dan inovasi (X3) terhadap minat berwirausaha (Y) dengan objek penelitian mahasiswa/i di UPI-Y.A.I. kampus A.

Definisi Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (motivasi, kreativitas dan inovasi) dan variabel dependen (minat berwirausaha). Masing-masing variabel penelitian secara operasional dapat didefinisikan sebagai berikut:

a. Motivasi (X1)

Suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, yang diukur dengan skala likert.

b. Kreativitas (X2)

Kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang, yang diukur dengan skala likert.

c. Inovasi (X3)

Pembangkit, penerimaan dan penerapan ide baru, proses, produk atau jasa

d. Minat Berwirausaha (Y)

Keinginan seseorang untuk bekerja mandiri atau menjalankan usahanya sendiri, yang diukur dengan skala likert.

Metode Pengumpulan Data

Dalam menyusun penelitian ini digunakan dua macam data, yaitu:

- Data Primer, data yang didapat melalui observasi, wawancara dan kuesioner.
- Data sekunder, data yang diperoleh secara tidak langsung melalui *literature* yang telah ada seperti majalah, surat kabar, dan internet mengenai masalah yang relevan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dibagi menjadi 2, yaitu:

- Studi Lapangan (*field research*) dengan cara mengumpulkan data langsung dari lokasi penelitian, yaitu pada UPI-Y.A.I.
- Studi Kepustakaan (*library research*) mengumpulkan data teoritis yang menjadi landasan teori untuk melaksanakan penelitian ini dengan cara mempelajari berbagai buku atau literatur yang berhubungan dengan penyusunan penelitian ini.

Rancangan Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dan menguji kebenaran dari pertanyaan dalam kuesioner, yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah setiap butir dengan menggunakan koefisien korelasi *Product Moment Carl Pearson*. Perhitungan dibantu dengan program SPSS 17.0 *for windows*. Kriteria uji validitas yaitu apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid, dimana r_{tabel} diperoleh melalui *degree of freedom*, $df = n-2$ dan signifikansi 5%.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas untuk melihat tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Dalam penelitian ini untuk menguji reliabilitas instrumen alat ukur motivasi, kreativitas, inovasi dan minat berwirausaha digunakan teknik *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan beberapa cara salah satunya dengan melihat nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ghozali, 2005). Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$ tidak terdapat multikolinearitas dan sebaliknya jika tolerance $< 0,10$ dan $VIF > 10$, maka terjadi gangguan multikolinieritas pada penelitian tersebut.

c. Uji Heterokedastisitas

Untuk menguji suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada/tidaknya heterokedastisitas dengan menggunakan grafik Scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat

(dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Apabila nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan lima persen dan grafik scatterplot, titik-titik menyebar di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi tidak ada heterokedastisitas (Ghozali, 2005). Jika terdapat pola tertentu yang teratur, bergelombang, melebar, menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Data

a. Koefisien Korelasi Berganda (R)

Indeks atau angka untuk mengukur keeratan hubungan antara 3 variabel/lebih. Koefisien korelasi berganda dirumuskan :

$$R_{y_{1,2}} = \sqrt{\frac{ry_1^2 + ry_2^2 - 2ry_1ry_2r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

Keterangan :

$R_{y_{1,2}}$: koefisien korelasi linier 3 variabel

ry_1 : koefisien korelasi variabel y dan X_1

ry_2 : koefisien korelasi variabel y dan X_2

$r_{1,2}$: koefisien korelasi variabel X_1 dan X_2

b. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dalam model mampu menerangkan variasi variabel dependen (Y). Koefisien R^2 untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Nilai R^2 berada antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 atau 100% maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penggunaannya koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persen (%).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (memiliki nilai t yang signifikan) atau tidak. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Kuncoro, 2003).

c. Regresi Linier Berganda

Untuk mengestimasi dan memprediksi bagaimana perubahan variabel dependen (terikat) berdasarkan nilai variabel independen (bebas) serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen X (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara simultan terhadap variabel dependen Y (minat berwirausaha).

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif, untuk memperkirakan secara kuantitatif pengaruh dari beberapa variabel independen secara bersama-sama maupun secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan model regresi. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program komputer SPSS 17.00.

Persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Minat Berwirausaha

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien variabel independen

X_{1it} : Motivasi

X_{2it} : Kreativitas

X_{3it} : Inovasi

e_{it} : Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji signifikansi Parameter Individual

(Uji t)

Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Jika $\alpha < 5\%$: H_a diterima, berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika $\alpha > 5\%$: H_a ditolak, berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen.

Jika $\alpha < 5\%$: H_a diterima, berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika $\alpha > 5\%$: H_a ditolak, berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. LANDASAN TEORI

Pengertian *Entrepreneur* (Kewirausahaan)

Menurut pendapat Baldacchino (2008) kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumberdaya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kewirausahaan berasal dari kata *entrepreneur* yaitu orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya (Sumarsono, 2010). Pengertian *entrepreneurship* menurut Zimmerer yang dialih bahasakan oleh Buchari Alma (2007) mengemukakan *Entrepreneur* merupakan satu kelompok yang mengagumkan, manusia kreatif dan inovatif. Mereka merupakan bahan bakar pertumbuhan ekonomi masyarakat, karena ia memiliki kemampuan berfikir dan bertindak produktif.

Dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah seorang yang memulai suatu bisnis baru dan yang melakukan hal tersebut dengan jalan menciptakan sesuatu yang baru, atau dengan jalan memanfaatkan sumber-sumber daya dengan cara yang tidak lazim, dengan upaya menghasilkan nilai bagi para pelanggan.

Pengertian Motivasi

Menurut pendapat Baum, Frese dan Baron (2007) motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan.

Soemanto (2002) mengatakan bahwa satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan.

Dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah semua kekuatan yang memberi energi, daya, arah, dan dorongan untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan, baik pemenuhan kebutuhan atau pencapaian kepuasan.

Pengertian Kreativitas

Menurut pendapat Suryana (2003) kreativitas adalah “berpikir sesuatu yang baru”, kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”.

Orang kreatif adalah orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan, kegunaan dan dapat dimengerti. Untuk menghasilkan hal tersebut, wirausahawan selalu berpikir melahirkan ide dan gagasan baru dan melakukan tindak lanjut atau usaha untuk memberikan nilai tambah baru. Seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide baru yang dihasilkan dari suatu kreativitas. Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan).

Kesimpulannya kreativitas adalah keterbukaan terhadap pengalaman, pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan, kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan, kepercayaan terhadap diri sendiri dan ketersediaan mengambil resiko yang diperhitungkan.

Pengertian Inovasi

Inovasi berkembang menjadi sebuah wirausaha melalui proses yang dipengaruhi oleh lingkungan, organisasi, dan keluarga (Suryana, 2003). menurut Jensen dan Webster (dalam Sumarsono, 2010) aspek inovasi mencakup (4) empat bagian produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Menurut Suryana (2014), inovasi memiliki beberapa makna penting yang mencakup: (1). Inovasi sebagai pembaruan: nilai tambah baru bagi penggunaannya atas produk, proses atau jasa. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat. (2). Inovasi sebagai perubahan: dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan. Inovasi diawali dengan proses baru untuk menghasilkan obyek baru. (3). Inovasi sebagai keunggulan: inovasi produk, proses, metode, teknologi dan manajemen. Dalam konteks manajemen, inovasi mengacu pada penciptaan bentuk-bentuk keunggulan baru.

Hasil berpikir kreatif bersifat imajinasi, abstrak dan obsesi seperti gagasan, khayalan, mimpi dan ide. Prosesnya disebut kreativitas yaitu tindakan menghasilkan sesuatu, mendatangkan hasil yang

sifatnya baru, berguna dan dimengerti. Sementara itu, hasil berinovasi adalah produk barang dan jasa, metode, proses, dan cara-cara memecahkan masalah yang sifatnya baru, berguna dan dapat dimengerti.

Pengertian Minat Berwirausaha

Minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self-employed*) atau menjalankan usahanya sendiri.

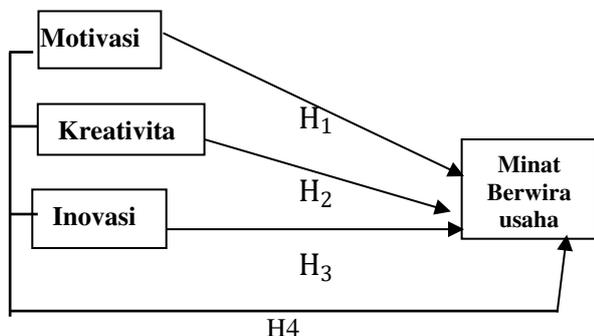
Menurut pendapat Budiati, Yani, dan Universari (2012) menyatakan bahwa minat mahasiswa menjadi wirausaha dibagi dalam empat kelompok yaitu:

1. Minat untuk memulai wirausaha dalam jangka waktu dekat,
2. Minat untuk memulai wirausaha dua tahun mendatang,
3. Minat untuk memulai wirausaha untuk jangka panjang, dan
4. Tidak memiliki minat berwirausaha.

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, bersaing, egois, tidak jujur, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat. Landasan fisiologis orang tua tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang bisnis, menyebabkan masyarakat Indonesia tidak termotivasi di dunia bisnis. Namun saat ini, pendapat tersebut berubah, anak muda mulai tertarik dengan profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan yang cerah. Hal ini didorong oleh kondisi persaingan dunia kerja yang ketat sehingga dituntut untuk mampu menciptakan peluang kerja baru.

Kesimpulannya seseorang yang memiliki minat berwirausaha berarti memiliki rasa percaya diri, dapat mengambil resiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Hasil olahan penulis (2017)

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan atas landasan teoritis dan kerangka pemikiran, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H_{a1} : Motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha
- H_{a2} : Kreativitas berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha
- H_{a3} : Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha
- H_{a4} : Motivasi, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh secara serentak atau simultan terhadap Minat Berwirausaha

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah pengabdian Y.A.I dimulai tahun 1972 dan berkembang terus sampai sekarang menjadi tiga Lembaga Pendidikan Tinggi Y.A.I (LPT Y.A.I) dengan multi program studi dan multi strata, yaitu: (1) Akademi Akuntansi Y.A.I (AA Y.A.I), (2) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Y.A.I (STIE Y.A.I.) dan (3) Universitas Persada Indonesia Y.A.I (UPI Y.A.I.).

Fakultas Ekonomi adalah salah satu fakultas yang ada pada UPI-Y.A.I., bertujuan menghasilkan lulusan yang menguasai teori, aplikasi dan ketrampilan di bidang ilmu manajemen dan akuntansi yang berwawasan global, kreatif, inovatif, berjiwa enterprenur dan berbudi luhur.

Berdasarkan tujuan tersebut maka motivasi berwirausaha (*entrepreneur*) pada mahasiswa bisa diberikan melalui pendidikan dan pelatihan. Di FE UPI-Y.A.I., sendiri sangat perlu untuk mengembangkan budaya kewirausahaan untuk mendorong terciptanya *entrepreneur* muda yang baru dengan menerapkan ilmu-ilmu wirausaha yang mereka dapatkan. Penelitian ini mencoba mengkaji minat berwirausaha mahasiswa dengan menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi UPI-Y.A.I. sebagai responden penelitian terutama mahasiswa semester akhir yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan

Penelitian ini menggunakan 5 buah item sebagai karakteristik responden yaitu jenis kelamin, umur, program studi, semester dan pengalaman berwirausaha. Dari 50 responden terdiri dari mahasiswi sebanyak 35 orang (70%) dan mahasiswa sebanyak 15 orang (30%) serta mayoritas berada pada kelompok umur 20-25 tahun (sebanyak 42 orang (84%) dan umumnya semester 8 (sebanyak 32 orang (64%). Sebagian besar responden adalah mahasiswa program studi Akuntansi sebanyak 39 orang (78%) dari program studi Manajemen sebanyak 11 orang (22%).

Data yang dikumpulkan dari kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang mewakili empat variabel yang diteliti yaitu variabel motivasi (X1), kreativitas (X2), inovasi (X3) dan minat berwirausaha (Y). Penilaian keempat instrumen tersebut menggunakan skala Likert dengan skala jawaban 1, 2, 3, 4 dan 5 untuk setiap item pernyataan yang diajukan. Sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap butir-butir pernyataan tentang variabel motivasi, kreativitas dan inovasi seperti tertera pada kuesioner. Hanya beberapa responden saja yang menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen dari keempat variabel yaitu motivasi, kreativitas, inovasi dan minat berwirausaha menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan valid, karena nilai r hitung (korelasi *Product Moment Carl Pearson*) lebih besar dari r tabel dan atau tingkat Signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas keempat variabel dengan uji statistik Alpha Cronbach (*Cronbach's Alpha*) menunjukkan keempat data variabel adalah *reliable* karena nilai koefisien korelasi r Alpha Cronbach lebih besar dari nilai r tabel atau nilai r -hitung $> r$ -tabel.

Uji normalitas menggunakan uji *one sample* Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai probabilitas signifikan (*Asymp.Sig(2-tailed)*) keempat variabel lebih besar dari 0,05 berarti variabel motivasi, kreativitas, inovasi dan minat berwirausaha terdistribusi normal, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
	Motivasi	Kreativitas	Inovasi	Minat Berwirausaha	
N	50	50	50	50	
Normal Parameters ^a	Mean	26.72	26.38	26.82	35.12
	Std. Deviation	2.821	2.702	2.553	3.336
Most Extreme Differences	Absolute	.190	.166	.154	.151
	Positive	.169	.095	.106	.151
	Negative	-.190	-.166	-.154	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z	1.347	1.171	1.086	1.071	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.053	.129	.189	.201	

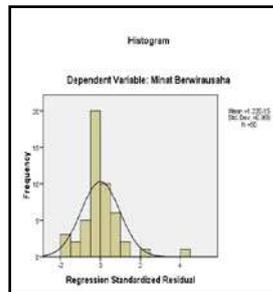
a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 17

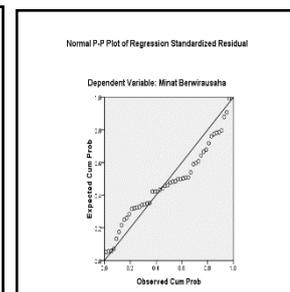
Hasil uji normalitas data dengan menggunakan grafik histogram menunjukkan pola distribusi yang tidak menceng ke kiri maupun ke kanan berarti nilai residualnya menunjukkan pola distribusi normal. Sedangkan pada grafik P-P Plot terlihat titik-titik tersebar disekitar garis diagonal, sehingga bisa dikatakan bahwa maka model regresi

memenuhi asumsi normalitas. Hasil grafik Histogram dan P-P Plot dilihat pada Gambar berikut:

Gambar 2. Histogram Uji Normalitas



Gambar 3. Grafik Plot (P-Plot)



Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Gejala multikolinearitas pada suatu model regresi dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance. Apabila VIF > 10 dan nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 (tolerance $< 0,10$), maka model regresi memiliki gejala multikolinearitas. Nilai *tolerance* dari ketiga variabel bebas (motivasi, kreativitas, dan inovasi) lebih besar dari 0,10 dan *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 (lihat Tabel 2) maka diduga bahwa antar variabel independen (bebas) tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Motivasi	.567	1.763
	Kreativitas	.623	1.605
	Inovasi	.591	1.692

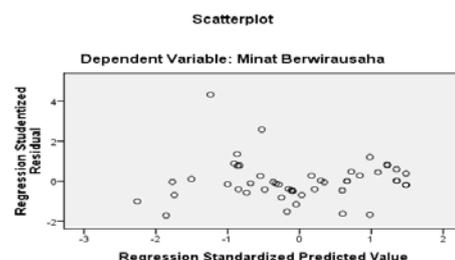
a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik Scatter Plot. Pada Gambar 4 terlihat titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model regresi penelitian ini layak untuk memprediksi minat berwirausaha berdasarkan variabel motivasi, kreativitas dan inovasi.

Gambar 4.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3 di bawah ini, diperoleh nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,856 ($R = 0,856$) dan nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,714 atau 71,4%. Artinya, 71,4% variasi nilai variabel dependen minat berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh ketiga variabel independen yang terdiri dari motivasi, kreativitas, dan inovasi. Sisanya sebesar 28,6% ($100\% - 71,4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel motivasi, kreativitas, dan inovasi.

Tabel 3. Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.714	1.783

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kreativitas, Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen-X (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara simultan terhadap variabel dependen Y (minat berwirausaha). Dengan melihat hasil perhitungan nilai koefisien beta (*Unstandardized Coefficients* B) pada Tabel 4 maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut : $\hat{Y} = 1,362 + 0,360 X_1 + 0,377 X_2 + 0,529 X_3$.

Koefisien regresi motivasi (B_1) sebesar 0,360 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kebijakan motivasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,360 dengan arah yang sama. Motivasi yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa FE UPI Y.A.I.

Koefisien regresi kreativitas (B_2) sebesar 0,377 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kreativitas sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,377 dengan arah yang sama. Kreativitas yang tinggi juga akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa FE UPI Y.A.I.

Koefisien regresi inovasi (B_3) sebesar 0,529 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel inovasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat

berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,529 dengan arah yang sama. Inovasi yang tinggi juga akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa FE UPI Y.A.I.

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.362	3.029		.450	.655
	Motivasi	.360	.120	.305	3.004	.004
	Kreativitas	.377	.119	.305	3.157	.003
	Inovasi	.529	.130	.405	4.079	.000

a. Dependent Variable: Minat

Berwirausaha

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 17

Uji t (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan hasil dari uji t yang memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara parsial (individual) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (minat berwirausaha). Uji t membandingkan hasil nilai probabilitas signifikansi pada Tabel 4, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Hasil pengujian Hipotesis 1

Nilai tingkat signifikansi uji t dua sisi untuk variabel motivasi adalah sebesar 0,004 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,004 < 0,05$), dengan nilai t_{hitung} dari variabel motivasi (X_1) sebesar 3,004. Ternyata hasil t_{hitung} ($3,004$) $> t_{tabel}$ ($2,013$). Hasil ini mendukung H_{a1} yaitu bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a1} diterima.

b. Hasil pengujian Hipotesis 2

Nilai tingkat signifikansi uji t dua sisi untuk variabel kreativitas adalah sebesar 0,003 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$), dengan nilai t_{hitung} dari variabel kreativitas (X_2) sebesar 3,157. Ternyata hasil t_{hitung} ($3,157$) $> t_{tabel}$ ($2,013$). Hasil ini mendukung H_{a2} yaitu bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a2} diterima.

c. Hasil pengujian Hipotesis 3

Nilai tingkat signifikansi uji t dua sisi untuk variabel inovasi adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), dengan nilai t_{hitung} dari variabel kebijakan harga (X_3) sebesar 4,079. Ternyata hasil t_{hitung} ($4,079$) $> t_{tabel}$ ($2,013$). Hasil ini mendukung H_{a3} yaitu bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a3} diterima.

Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Bentuk persamaan regresi linear berganda diperkuat dengan uji F (F test) untuk mengetahui apakah semua variabel independen (motivasi, kreativitas, dan inovasi) yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (minat berwirausaha) secara bersama-sama (simultan). Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan (F_{hitung}) dengan nilai F dari tabel (F_{tabel}) pada α dan nilai *degree of freedom* tertentu ($v_1 = k$ dan $v_2 = n - k - 1$).

Tabel 5. Uji F (ANNOVA Test)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	399.095	3	133.032	41.861	.000 ^a
	Residual	146.185	46	3.178		
	Total	545.280	49			

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kreativitas, Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Hasil perhitungan statistik uji F pada Tabel 5 diperoleh bahwa nilai probabilitas taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ (sig. 0,000 < 0,05), dan nilai F_{hitung} sebesar 41,861. Nilai F_{hitung} diperbandingkan dengan F_{tabel} . Dengan $\alpha = 0,05$ dan *degree of freedom* ($v_1 = 3$ dan $v_2 = 50 - 3 - 1 = 46$) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 2,807. Karena F_{hitung} (41,861) > F_{tabel} (2,807) maka disimpulkan hipotesis nol akan ditolak (tolak H_0) dan menerima hipotesis alternatif (terima H_a), artinya semua variabel independen (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Berdasarkan kesimpulan tersebut maka model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini terbukti benar dan layak digunakan untuk peramalan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

- Motivasi mempunyai koefisien regresi sebesar 0,360 ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel motivasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,360 dengan arah yang sama. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0,004 yang lebih kecil

dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,004 < 0,05$). Hasil ini mendukung dengan H_{a1} bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a1} diterima. Motivasi yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa FE UPI Y.A.I.

- Kreativitas mempunyai koefisien regresi sebesar 0,377 ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kreativitas sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,377 dengan arah yang sama. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0,003 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$). Hasil ini mendukung dengan H_{a2} bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a2} diterima. Kreativitas yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa FE UPI Y.A.I.
- Inovasi mempunyai koefisien regresi sebesar 0,529 ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kebijakan inovasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,529 dengan arah yang sama. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0,003 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$). Hasil ini mendukung dengan H_{a3} bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a3} diterima. Inovasi yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa FE UPI Y.A.I.
- Motivasi, kreativitas dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa FE UPI Y.A.I dengan hasil perhitungan statistik uji F diperoleh nilai probabilitas taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ (sig. 0,000 < 0,05). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,714 atau 71,4%, artinya 71,4% variasi nilai variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variasi variabel motivasi, kreativitas, dan inovasi. Sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Paulus. (2014). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, Semarang)*. Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis: Universitas Diponegoro Semarang
- Amalia, Hazirah dan Sanny Ekawati. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara. *Jurnal Ekonomi*, 20(1), 49-71
- Alma, Buchari. (2002). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. (2007). *The psychology of entrepreneurship*. Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Baldacchino. (2008). *Entrepreneurial creativity and innovation. The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation*. Malta: University of Malta.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi analisis multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadiyati, Ernani. (2011). *Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil*. Fakultas Ekonomi: Universitas Gajayana Malang
- Hills, Gerald. (2008). *Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities, Journal of Small and Medium Entrepreneurships*, 27-39
- Hisrich, R. (2001). *Entrepreneurship kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip, Keller dan Kevin. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mahesa, Aditya Dion. (2012). *Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Manajemen: Universitas Diponegoro Semarang
- Mopangga, Herwin. (2014). Faktor determinan minat wirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Trikonomika*, 13(1), 78–90
- Rosmiati, dkk. (2015). Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal JMK Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang*, 17(1), 21–30.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-14. Bandung: Alfabeta
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sumarsono, Sony. (2010). *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Segal, Gerry, Borgia, Jerry Schoenfeld (2005). The motivation to become an entrepreneur. *The International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 11(1). USA: Emerald Group Publishing Limited.
- Scarborough, N.M. & T.W. Zimmerer. (2005). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. Fourth Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset
- Tuskeroh. (2013). *Pengaruh motivasi dan mental berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Skripsi, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi: Universitas Maritim Raja Ali Haji Kepulauan Riau
- Umar, Husein. (2002). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Uno, Hamzah. (2008). *Teori motivasi dan pengukurannya analisis dibidang pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winarsih, Puji. (2014). *Minat berwirausaha ditinjau dari motivasi dan sikap kewirausahaan pada mahasiswa program studi pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2011/2012*. Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: Universitas Muhammadiyah Surakarta