

**MENUMBUHKAN MINAT KEWIRAUSAHAAN MELALUI PEMBUATAN
*BUSINESS PLAN***

Suhermini¹

suhermini12748@yahoo.co.id

Teti Anggita Safitri²

tety_86@yahoo.com

Abstract: *The purposes of this research are to generate the interest in entrepreneurship, to improve the motivation to learn entrepreneurship, and to familiarize the students in creating a business plan as a student creativity in developing the character of entrepreneur. The research methods were descriptive analysis with the percentage was 74% and correlation analysis which was used to find out whether any relationship between students' interest in entrepreneurship and creating business plan for Management Department Students of Semarang State University. The result showed that there was a significant relationship between interest in entrepreneurship and creating a business plan with significant value was 0032.*

Keywords: *Business Plan, Interest in Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Permasalahan yang dialami bangsa Indonesia saat ini begitu kompleks, tidak hanya bidang sosial ekonomi namun politik dan agama kian mencuat. Suasana yang tidak kondusif ini menyebabkan krisis ekonomi semakin berkepanjangan, sehingga mengakibatkan semakin rumitnya penyelesaian dari masalah nasional ini. Di bidang ekonomi jumlah pengangguran dari tahun ke tahun terus meningkat, hal ini disebabkan sedikitnya lapangan pekerjaan sedangkan jumlah lulusan sekolah menengah dan perguruan tinggi selalu bertambah. Kondisi tersebut diperparah dengan adanya PHK dari beberapa perusahaan yang mengalami kebangkrutan. Masalah pengangguran sebenarnya bisa diatasi apabila negara mampu menyediakan lapangan pekerjaan sebanyak mungkin. Namun hal ini sepertinya tidak mungkin bisa secepatnya terealisasi, karena banyaknya kendala baik dari segi ekonomi maupun sumber daya manusia itu sendiri.

Melihat kondisi ini, Purdi E. Chandra mengatakan bahwa “kita perlu adanya upaya menciptakan pengusaha baru”, sebab menjadi pengusaha itu bukan diajarkan tetapi dididik dalam pengertian non formal. Sehingga, perlu solusi bagaimana membuat pendidikan mampu menciptakan orang memiliki jiwa *enterpruener*. Hal itu biasa

¹ Staf Pengajar Jurusan Manajemen FE Unnes

² Staf Pengajar Jurusan Manajemen FE Unnes

terwujud dengan model pendidikan yang bukan saja mengandalkan pada pengetahuan, tetapi juga emosional. Sementara universitas yang ada hanya menciptakan calon pencari kerja, bukan pencipta kerja.

Pemahaman kewirausahaan harus dimiliki oleh mahasiswa karena mahasiswa sebagai penerus bangsa diharapkan mampu menjadi tulang punggung negara di kemudian hari. Sehingga dengan pendidikan yang dikuasainya ia mampu menciptakan lapangan kerja, bukan menambah jumlah pengangguran setelah lulus dari sebuah perguruan tinggi. Jadi, sebisa mungkin seorang mahasiswa dituntut untuk berpikir secara kreatif terhadap peluang bisnis yang ada di masyarakat dan berani mencoba untuk memulai usaha. Jangan bersikap apatis, karena sulit mencari pekerjaan setelah melamar ke mana-mana dan hasilnya selalu nihil. Mereka lupa bahwa sebenarnya bekerja tidak hanya di perusahaan ataupun menjadi pegawai negeri, salah satunya menjadi seorang wirausaha. Terhadap fenomena inilah, penelitian ini mencoba penulis melakukan kaji ulang sebagai upaya mencari tahu apakah pembuatan *business plan* dalam mempunyai kontribusi dalam menumbuhkan minat kewirausahaan pada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang.

Hakikat dan Konsep Dasar Kewirausahaan

Kewirausahaan pertama kali muncul pada abad 18 diawali dengan penemuan-penemuan baru seperti mesin uap, mesin pemintal, dll. Tujuan utama mereka adalah pertumbuhan dan perluasan organisasi melalui inovasi dan kreativitas. Keuntungan dan kekayaan bukan tujuan utama. Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti (Kasmir, 2007:18). Beberapa definisi tentang kewirausahaan tersebut diantaranya yaitu: 1) Richard Cantillon (1775): kewirausahaan didefinisikan sebagai bekerja sendiri (*self-employment*). Seorang wirausahawan membeli barang saat ini pada harga tertentu dan menjualnya pada masa yang akan datang dengan harga tidak menentu. Jadi definisi ini lebih menekankan pada bagaimana seseorang menghadapi resiko atau ketidakpastian. 2) Jean Baptista Say (1816): seorang wirausahawan adalah agen yang menyatukan berbagai alat-alat produksi dan menemukan nilai dari produksinya. 3) Zimmerer: kewirausahaan sebagai suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.

Kesimpulan yang bisa ditarik adalah bahwa kewirausahaan dipandang sebagai fungsi yang mencakup eksploitasi peluang-peluang yang muncul di pasar. Eksploitasi tersebut sebagian besar berhubungan dengan pengarahan dan atau kombinasi input yang produktif. Seorang wirausahawan selalu diharuskan menghadapi resiko atau peluang yang muncul, serta sering dikaitkan dengan tindakan yang kreatif dan inovatif. Wirausahawan adalah orang yang merubah nilai sumber daya, tenaga kerja, bahan dan faktor produksi lainnya menjadi lebih besar daripada sebelumnya dan juga orang yang melakukan perubahan, inovasi dan cara-cara baru.

Istilah wirausaha muncul kemudian setelah dan sebagai padanan wiraswasta yang sejak awal sebagian orang masih kurang sesuai dengan kata swasta. Persepsi tentang wirausaha sama dengan wiraswasta sebagai padanan *entrepreneur*.

Perbedaannya adalah pada penekanan pada kemandirian (swasta) pada wiraswasta dan pada usaha (bisnis) pada wirausaha. Istilah wirausaha saat ini makin banyak digunakan orang terutama karena memang penekanan pada segi bisnisnya. Walaupun demikian mengingat tantangan yang dihadapi oleh generasi muda pada saat ini banyak pada bidang lapangan kerja, maka pendidikan wiraswasta mengarah untuk *survival* dan kemandirian seharusnya lebih ditonjolkan. Sedikit perbedaan persepsi wirausaha dan wiraswasta harus dipahami, terutama oleh para pengajar agar arah dan tujuan pendidikan yang diberikan tidak salah. Jika yang diharapkan dari pendidikan yang diberikan adalah sosok atau individu yang lebih bermental baja atau dengan kata lain lebih memiliki kecerdasan emosional (EQ) dan kecerdasan *advirsity* (AQ) yang berperan untuk menghadapi tantangan hidup dan kehidupan, maka pendidikan wiraswasta yang lebih tepat. Sebaliknya jika arah dan tujuan pendidikan adalah untuk menghasilkan sosok individu yang lebih lihai dalam bisnis, atau agar lebih memiliki kecerdasan finansial (FQ) maka yang lebih tepat adalah pendidikan wirausaha. Karena kedua aspek itu sama pentingnya, maka pendidikan yang diberikan sekarang lebih cenderung kedua aspek itu dengan menggunakan kata wirausaha. Persepsi wirausaha kini mencakup baik aspek finansial maupun personal, sosial, dan profesional (Soesarsono, 2002: 48).

Ciri dan Watak Wirausaha

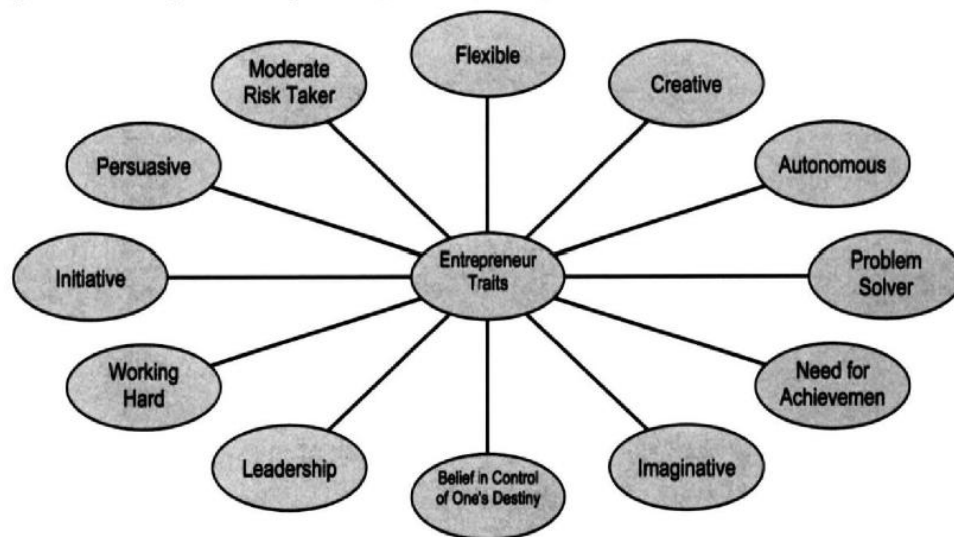
No	Ciri	Watak
1	Percaya diri	Keyakinan, ketidaktergantungan, individualistas, dan optimis
2	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energetik dan inisiatif
3	Pengambilan resiko	Kemampuan untuk mengambil resiko yang wajar dan suka tantangan
4	Kepemimpinan	Perilaku sebagai pemimpin, bergaul dengan orang lain, menanggapi saran-saran dan kritik
5	Keorisinilan	Inovatif dan kreatif serta fleksibel
6	Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan, perspektif

Sumber: dari Meredith, et.a., dalam Suryana, 2001 : 8.

Dalam konteks bisnis, seorang *entrepreneur* membuka usaha baru (*new ventures*) yang menyebabkan munculnya produk baru atau ide tentang penyelenggaraan jasa-jasa. Karakteristik *entrepreneur* (Schermmerhorn Jr, 1999): 1) fokus pengendalian internal, 2) tingkat energi tinggi, 3) kebutuhan tinggi akan prestasi, 4) toleransi terhadap ambiguitas, 5) kepercayaan diri, 6) berorientasi pada *action*. Adapun karakteristik seorang wirausahawan menurut Masykur W. adalah: 1) keinginan untuk berprestasi, 2) keinginan untuk bertanggung jawab 3) preferensi kepada resiko menengah, 4) persepsi kepada kemungkinan berhasil 5) rangsangan untuk umpan balik, 6) aktivitas energik, 7) prientasi ke masa depan, 8) ketrampilan dalam pengorganisasian, 9) sikap terhadap uang.

Jenis Kewirausahaan (Williamson, 1961)

1. *Innovating Entrepreneurship*
Bereksperimentasi secara agresif, trampil mempraktekkan transformasi atraktif
2. *Imitative Entrepreneurship*
Meniru inovasi yang berhasil dari para *innovating entrepreneur*
3. *Fabian Entrepreneurship*
Sikap yang teramat berhati-hati dan sikap skeptikal tetapi yang segera melaksanakan peniruan-peniruan menjadi jelas sekali, apabila mereka tidak melakukan hal tersebut, mereka akan kehilangan posisi relatif pada industri yang bersangkutan.
4. *Drone Entrepreneurship*
Drone = malas. Penolakan untuk memanfaatkan peluang untuk melaksanakan perubahan dalam rumus produksi sekalipun hal tersebut akan mengakibatkan mereka merugi dibandingkan dengan produsen lain (Winardi, 1977).



Gambar 1. *Entrepreneurship traits* (Erkkila, 1990)

Wirausahawan yang berhasil mempunyai standar prestasi (*n Ach*) tinggi. Menurut Masykur W. potensi kewirausahaan tersebut dapat dilihat sebagai berikut: 1) kemampuan inovatif, 2) toleransi terhadap kemenduaan (*ambiguity*), 3) keinginan untuk berprestasi, 4) kemampuan perencanaan realistis 5) kepemimpinan berorientasi pada tujuan, 6) obyektivitas, 7) tanggung jawab pribadi, 8) kemampuan beradaptasi (*Flexibility*), 9) kemampuan sebagai pengorganisasor dan administrator, 10) tingkat komitmen tinggi (*survival*).

Proses Kewirausahaan

Secara umum tahap-tahap melakukan wirausaha:

1. Tahap memulai, tahap di mana seseorang yang berniat untuk melakukan usaha mempersiapkan segala sesuatu yang diperlukan, diawali dengan melihat peluang usaha baru yang mungkin apakah membuka usaha baru, melakukan akuisisi, atau

melakukan *franchising*. Juga memilih jenis usaha yang akan dilakukan apakah di bidang pertanian, industri, manufaktur, produksi atau jasa.

2. Tahap melaksanakan usaha atau diringkas dengan tahap "jalan", tahap ini seorang wirausahawan mengelola berbagai aspek yang terkait dengan usahanya, mencakup aspek-aspek: pembiayaan, SDM, kepemilikan, organisasi, kepemimpinan yang meliputi bagaimana mengambil resiko dan mengambil keputusan, pemasaran, dan melakukan evaluasi.
3. Mempertahankan usaha, tahap di mana wirausahawan berdasarkan hasil yang telah dicapai melakukan analisis perkembangan yang dicapai untuk ditindaklanjuti sesuai dengan kondisi yang dihadapi
4. Mengembangkan usaha, tahap di mana jika hasil yang diperoleh tergolong positif atau mengalami perkembangan atau dapat bertahan maka perluasan usaha menjadi salah satu pilihan yang mungkin diambil

Secara ringkas, model proses kewirausahaan mencakup tahap-tahap berikut (Alma, 2007: 10–12): 1) proses inovasi, 2) proses pemicu, 3) proses pelaksanaan, 4) proses pertumbuhan. Delapan anak tangga menuju puncak karir berwirausaha (Alma, 106 – 109), terdiri atas: 1) mau kerja keras (*capacity for hard work*), 2) bekerjasama dengan orang lain (*getting things done with and through people*), 3) penampilan yang baik (*good appearance*), 4) yakin (*self confidence*), 5) pandai membuat keputusan (*making sound decision*), 6) mau menambah ilmu pengetahuan (*college education*), 7) ambisi untuk maju (*ambition drive*), 8) pandai berkomunikasi (*ability to communicate*).

Business Plan

Business plan merupakan dokumen tertulis yang disiapkan oleh wirausaha yang menggambarkan semua unsur yang relevan baik internal maupun eksternal mengenai perusahaan untuk memulai pada waktu usaha. Perencanaan bisnis merupakan langkah awal yang sangat penting sebelum memulai bisnis. Perencanaan memastikan waktu, uang, dan energi yang diinvestasikan pada sebuah strategi bisnis tidak terbuang sia-sia. Tanpa rencana yang matang, sebuah bisnis akan cenderung banyak melakukan kesalahan, misalnya penentuan waktu yang kurang tepat atau memilih langkah awal yang salah. Rencana yang baik dapat meningkatkan keuntungan bisnis dan mengurangi kesalahan yang mungkin terjadi.

Business plan adalah pernyataan formal dari satu set tujuan bisnis, alasan mengapa mereka percaya dicapai, dan rencana untuk mencapai tujuan tersebut. Ini juga berisi informasi latar belakang tentang organisasi atau tim berusaha untuk mencapai tujuan tersebut. Rencana bisnis juga dapat menargetkan perubahan persepsi dan branding oleh pelanggan, klien, pembayar pajak, atau komunitas yang lebih besar. Ketika bisnis yang ada adalah dengan mengasumsikan suatu perubahan besar atau ketika merencanakan sebuah usaha baru sebuah 3 sampai 5 tahun rencana bisnis sangat penting (www.wikipedia.com).

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 mahasiswa, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* adalah teknik sampling yang dilakukan dengan cara mengambil subyek didasarkan atas adanya tujuan

tertentu (Arikunto,1998:127). Kriteria yang digunakan yaitu mahasiswa Jurusan Manajemen yang telah membuat *business plan*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan alat analisis korelasi yang merupakan teknik analisis yang termasuk dalam salah satu teknik pengukuran asosiasi (*measures of association*). Pengukuran asosiasi merupakan istilah umum yang mengacu pada sekelompok teknik dalam statistik bivariat yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Cara pembuatan *business plan* yang baik dan telah diterapkan mahasiswa Jurusan Manajemen yaitu *business plan* yang memiliki komponen sebagai berikut:

1. Judul program: merupakan pembahasan mengenai judul program *business plan* yang akan dilaksanakan.
2. Latar belakang masalah: berisikan alasan memilih judul tersebut dan mengapa tertarik dengan usaha tersebut.
3. Perumusan masalah: masalah apa saja yang akan dihadapi selama pembuatan *business plan*.
4. Tujuan program: tujuan apa saja yang ingin dicapai selama pembuatan *business plan*.
5. Kegunaan program: kegunaan apa saja yang diperoleh selama pembuatan dan pelaksanaan *business plan*
6. Gambaran umum usaha
 - a. Prospek usaha: apakah usaha memberikan keuntungan dan kebermanfaatan bagi banyak orang atau sebaliknya, tidak diminati di pasaran sehingga menimbulkan kerugian.
 - b. Khasiat usaha: khasiat yang ditimbulkan apabila konsumen memanfaatkan produk, memberikan kesembuhan, menjaga stamina atau sebagainya.
 - c. Peluang usaha: apakah usaha tersebut menjanjikan untuk dilakukan, analisis mengenai pesaingnya, sudah adakah produk tersebut di pasar, bagaimana bersaing, dan bagaimana cara memenangkan konsumen.
 - d. Strategi pemasaran yang akan dilakukan: apakah dengan promosi besar besaran melalui iklan atau memberikan sampel produk atau sebagainya.
 - e. Analisis produksi: cara memproduksi, mulai dari proses mendapatkan bahan baku, proses pembuatan produk sampai dengan proses sampai menjadi produk layak konsumen dan halal digunakan konsumen tentunya.
 - f. Analisis keuangan: analisis mengenai aktiva dan passiva, permodalan yang diperoleh dan bagaimana memberikan keuntungan yang bersifat *long-term* sehingga terjadi simbiosis mutualisme dimana konsumen diuntungkan dengan harga yang terjangkau dan produsen menjual dengan mendapat sedikit keuntungan namun konsumen yang dijangkau sangat banyak, sehingga meningkatlah nilai perusahaan.
 - g. Analisis kelayakan usaha: analisis ini berisikan tentang perhitungan *break even point*, *return on investment*, *interest rate of return*, *net present value* dan sebagainya, hal ini digunakan untuk mengetahui layak tidaknya usaha tersebut

dijalankan.

Seluruh responden membuat *business plan* sesuai dengan komponen diatas. Mengingat responden memahami bahwa komponen tersebut sebagai syarat untuk menciptakan usaha baru sehingga dari komponen tersebut akan membentuk sinergi yang melandasi untuk berinovasi bagi generasi muda dan mahasiswa merasa memiliki kreativitas dalam bentuk kreasinya tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Hasil Penelitian

Deskriptif tentang Minat Kewirausahaan

1. Motif berwirausaha

Gambaran motif yang mendasari berwirausaha mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang.

Tabel 1. Motif berwirausaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Menggali potensi diri, membuka lapangan pekerjaan, dan mendapat pendapatan	48	96
2	Membuka lapangan kerja baru	2	4
3	Membuka usaha mandiri	-	0
4	Memperoleh pendapatan	-	0
Jumlah		50	100

Dari tabel di atas terlihat bahwa sebanyak 96 % bahwa motif berwirausaha mahasiswa adalah dapat menggali potensi diri, membuka lapangan pekerjaan dan mendapat pendapatan. Sedangkan 4 % bahwa motif berwirausaha dapat membuka lapangan kerja baru.

2. Usaha berhubungan dengan minat

Gambaran mengenai hubungan usaha yang dijalankan mahasiswa Jurusan Manajemen sesuai minat atau tidak.

Tabel 2. Hubungan usaha dengan minat

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat sesuai minat saya	28	56
2	Hanya sebagian sesuai dengan minat saya	22	44
3	Tidak sesuai dengan minat saya	-	0
4	Sangat tidak sesuai dengan minat saya	-	0
Jumlah		50	100

Tabel di atas menggambarkan bahwa sebanyak 56 % sangat sesuai dengan minat mahasiswa dan sebanyak 44 % hanya sebagian sesuai dengan minat mahasiswa.

3. Inisiatif berwirausaha

Gambaran mengenai sumber inisiatif/ ide berwirausaha bagi mahasiswa Jurusan Manajemen.

Tabel 3. Inisiatif berwirausaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sepenuhnya dari diri sendiri	35	70
2	Dari keluarga	10	20
3	Dari teman tanpa paksaan	5	10
4	Dari paksaan orang lain	-	0
Jumlah		50	100

Tabel di atas digambarkan bahwa sebanyak 70% timbul inisiatif berwirausaha sepenuhnya dari diri sendiri dan 20 % berasal dari keluarga. Sehingga memang inisiatif wirausaha itu timbul sepenuhnya dari pribadi masing-masing individu.

4. Harapan usaha di masa depan

Gambaran mengenai harapan usaha yang akan dijalankan di masa depan.

Tabel 4. Harapan usaha di masa depan

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Usaha yang sangat menyenangkan dan Menarik ditekuni	34	85
2	Usaha yang hanya mencari keuntungan	5	13
3	Usaha yang biasa saja	1	3
4	Usaha yang tidak menarik ditekuni	-	0
Jumlah		50	100

Dari tabel di atas digambarkan 85% usaha yang akan dijalankan di masa depan adalah usaha yang sangat menyenangkan dan menarik untuk ditekuni dan 13% usaha yang akan dijalankan adalah usaha yang hanya untuk mencari keuntungan dan 3% usaha yang akan dijalankan dimasa depan adalah usaha yang biasa saja.

5. Pertimbangan mendirikan usaha

Gambaran mengenai pertimbangan mahasiswa dalam mendirikan usaha.

Tabel 5. Pertimbangan mendirikan usaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Menurunkan angka pengangguran	47	94
2	Melanjutkan usaha keluarga	2	4
3	Ikut ikutan <i>trend</i> diantara teman	1	2
4	Untuk meningkatkan gengsi	-	0
Jumlah		50	100

Dari tabel di atas menjelaskan mengenai yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam mendirikan usaha yaitu menurunkan angka pengangguran sebesar 94%, melanjutkan usaha keluarga sebesar 4% dan sebanyak 2 % hanya ikut ikutan *trend* diantara teman semata.

6. Wujud terhadap minat berwirausaha

Gambaran wujud mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang memiliki minat berwirausaha.

Tabel 6. Wujud terhadap minat berwirausaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Aktif membuat <i>business plan</i> dan mengikuti pelatihan wirausaha	28	56
2	Jarang mengikuti pelatihan yang berhubungan dengan wirausaha	19	38
3	Hanya sekali membuat <i>business plan</i>	3	6
4	Tidak mampu membuat <i>business plan</i>	-	0
Jumlah		50	100

Dari tabel di atas menjelaskan bahwa wujud bagi mahasiswa yang memiliki minat berwirausaha yaitu sebanyak 56 % mereka aktif dalam membuat *business plan* dan mengikuti pelatihan wirausaha dan sebanyak 38 % jarang mengikuti pelatihan yang berhubungan dengan wirausaha serta 6 % hanya sekali membuat *business plan*.

7. Keberanian berwirausaha

Gambaran mengenai kondisi yang menyebabkan mahasiswa berani untuk mengambil keputusan berwirausaha.

Tabel 7. Wujud terhadap minat berwirausaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Mempunyai minat kewirausahaan, berani ambil resiko, dan memenuhi seluruh variabel	36	72
2	Mempunyai minat kewirausahaan, berani ambil resiko namun tidak bisa memenuhi variabel	13	26
3	Mempunyai minat kewirausahaan namun tidak berani ambil resiko	1	2
4	Tidak memiliki minat kewirausahaan dan tidak berani ambil resiko	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan dari tabel di atas ternyata bahwa kondisi yang menyebabkan mahasiswa berani mengambil keputusan berwirausaha adalah sebesar 72% karena mempunyai minat kewirausahaan, berani mengambil resiko dan memenuhi seluruh variabelnya sementara 26 % hanya memenuhi minat kewirausahaan, berani ambil resiko namun tidak bisa memenuhi variabel dan 2 % mempunyai minat kewirausahaan namun tidak berani ambil resiko.

8. Inspirasi wirausaha

Gambaran mengenai dasar mahasiswa dalam pembuatan *business plan* terinspirasi dari minat atau hobi terhadap suatu usaha tertentu.

Tabel 8. Inspirasi wirausaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	31	62
2	Setuju	17	34
3	Tidak setuju	2	4
4	Sangat tidak setuju	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa sebanyak 62 % mahasiswa menjawab sangat setuju, 34 % mahasiswa menjawab setuju dan 4 % mahasiswa tidak setuju.

9. Peran orang lain terhadap usaha anda

Gambaran mengenai pihak yang paling berperan dalam merancang *business plan*.

Tabel 9. Peran orang lain terhadap usaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semua saya putuskan dan saya rancang sendiri	36	72
2	Sebagian saya putuskan dan saya rancang sendiri	13	26
3	Seluruhnya saya putuskan dan rancang bersama Keluarga	1	2
4	Seluruh pembuatan <i>business plan</i> dirancang orang	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data di atas sebanyak 72% mahasiswa menjawab semua diputuskan dan dirancang sendiri, sedangkan 26% mahasiswa menjawab sebagian besar dirancang sendiri sedangkan 2 % mahasiswa menjawab seluruhnya diputuskan dan dirancang bersama keluarga.

10. Strategi berwirausaha

Gambaran mengenai strategi yang mahasiswa lakukan ketika memulai usaha baru agar produk yang anda hasilkan mempunyai ciri khas tersendiri.

Tabel 10. Strategi berwirausaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Menciptakan berbagai jenis produk bervariasi	31	62
2	Mencari daerah pemasaran potensial	19	38
3	Mematok harga lebih rendah dari produk lain	-	0
4	Meniru varian produk lain	-	0
Jumlah		50	100

Sebanyak 62% mahasiswa menjawab bahwa mereka menciptakan berbagai jenis produk bervariasi dan sebanyak 38% mahasiswa menjawab mencari daerah pemasaran potensial.

11. Ide terhadap suatu produk

Gambaran mengenai ide dalam mendesain dan membuat variasi produk yang anda ciptakan, dari manakah mahasiswa memunculkan ide tersebut.

Tabel 11. Ide terhadap suatu produk

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Muncul dari imajinasi dan kreativitas sendiri	36	62
2	Terinspirasi produk lain	14	28
3	Meniru produk yang sudah di pasaran	-	0
4	Memplagiat seluruhnya produk dipasaran	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa sebanyak 62 % idenya muncul dari imajinasi dan kreativitas sendiri sementara 28 % idenya muncul dari terinspirasi produk lain.

Deskriptif tentang *Business Plan*

1. Pembuatan *business plan* sebagai metode dalam menumbuhkan minat kewirausahaan

Gambaran mengenai pembuatan *business plan* sebagai metode dalam menumbuhkan minat kewirausahaan pada mahasiswa.

Tabel 12. *Business plan* dan minat kewirausahaan

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	21	42
2	Setuju	29	58
3	Kurang setuju	-	0
4	Tidak setuju	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas dapat digambarkan bahwa mahasiswa yang menjelaskan mengenai pembuatan *business plan* sebagai metode dalam menumbuhkan minat kewirausahaan pada mahasiswa sebanyak 42 % menjawab sangat setuju dan 58 % menjawab setuju.

2. Latar belakang individu

Gambaran mengenai latar belakang yang mempengaruhi dalam pembuatan *business plan*.

Tabel 13. Latar belakang individu

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat berpengaruh	29	58
2	Berpengaruh	19	38
3	Kurang berpengaruh	2	4
4	Tidak berpengaruh	-	0
Jumlah		50	100

Tabel di atas menggambarkan bahwa mahasiswa yang menjelaskan mengenai apakah latar belakang mempengaruhi dalam pembuatan *business plan* sebanyak 58 % sangat berpengaruh dan 38 % berpengaruh dan 4 % kurang berpengaruh.

3. Solusi mengurangi pengangguran

Gambaran mengenai pembuatan *business plan* dapat memberikan solusi dalam menanggulangi masalah pengangguran.

Tabel 14. *Business plan* solusi mengurangi pengangguran

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	36	58
2	Setuju	13	26
3	Kurang setuju	1	2
4	Tidak setuju	-	0
Jumlah		50	100

Tabel tersebut menggambarkan pembuatan *business plan* dapat memberikan solusi dalam menanggulangi masalah pengangguran, sebanyak 58 % menyatakan sangat setuju dan 26 % menyatakan setuju sedangkan 2 % kurang setuju.

4. Gambaran umum *business plan*

Gambaran mengenai seberapa pentingnya gambaran umum dalam *business plan*.

Tabel 15. Gambaran umum *business plan*

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat penting	31	62
2	Penting	19	36
3	Kurang penting	-	0
4	Tidak penting	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas digambarkan seberapa penting gambaran umum dalam *business plan* sebanyak 62% sangat penting dan 36% menyatakan penting.

5. Analisis produk

Gambaran mengenai pentingnya analisis produk dalam *business plan*.

Tabel 16. Analisis produk

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Karena analisis produk memaparkan bahan baku, peralatan dan proses produksi	49	98
2	Karena analisis produk memaparkan bahan baku, Peralatan	1	2
3	Karena analisis produk hanya memaparkan bahan	-	0
4	Karena analisis produk tidak begitu penting	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas digambarkan bahwa analisis produk berpengaruh dalam pembuatan *business plan* sebanyak 98 % karena analisi produk memaparkan bahan baku, peralatan dan proses produksi dan 2 % karena analisis produk memaparkan bahan baku dan peralatan.

6. Analisis keuangan

Gambaran mengenai pembuatan *business plan* terdapat analisis keuangan yang berisikan.

Tabel 17. Analisis keuangan

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Investasi awal, biaya operasional, analisis	45	90
2	Investasi awal dan biaya operasional	5	10
3	Investasi awal	-	0
4	Keuangan tidak terlalu penting	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas dapat digambarkan bahwa pembuatan *business plan* terdapat analisis keuangan berisikan investasi awal, biaya operasional, analisis pendapatan dan *Break Even Point (BEP)* sebanyak 90 % dan 10% berisikan investasi awal dan biaya operasional.

7. Modal usaha

Gambaran mengenai persentase penggunaan modal yang dimiliki mahasiswa untuk usaha.

Tabel 18. Persentase modal usaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semua modal usaha	36	72
2	Sebagian besar modal usaha	13	26
3	Sebagian kecil modal usaha	1	2
4	Seluruhnya untuk usaha lain	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas dapat digambarkan bahwa modal yang akan digunakan untuk usaha seberapa besar, sebanyak 72 % menjawab semua modal untuk usaha sedangkan 26 % menjawab sebagian besar modal untuk usaha dan 2 % sebagian kecil modal untuk usaha.

8. Kekurangan modal usaha

Gambaran mengenai alternative tindakan mahasiswa jika mengalami kekurangan modal untuk berproduksi.

Tabel 19. Sumber modal usaha

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Meminjam kepada pihak lain	47	94
2	Menjual aset keluarga	3	6
3	Menggunakan persediaan uang	-	0
4	Mengurangi jumlah produksi	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas dapat digambarkan bahwa 94% tindakan yang mahasiswa lakukan untuk menambah modal usaha yaitu sebanyak 94% menjawab meminjam dan pihak lain yaitu perbankan.

9. Metode pelaksanaan program

Gambaran mengenai metode pelaksanaan program dalam pembuatan *business plan*.

Tabel 20. Metode pelaksanaan program

No.	Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1	Persediaan produksi, tahap produksi dan pemasaran	48	96
2	Persediaan produksi dan tahap produksi	2	4
3	Persiapan produksi	-	0
4	Tidak ada yang menjelaskan metode pelaksanaan	-	0
Jumlah		50	100

Berdasarkan data diatas dapat digambarkan bahwa bagian metode pelaksanaan program dalam pembuatan *business plan* bahwa 96 % mahasiswa menyatakan bahwa terdiri dari persediaan produksi, tahap produksi dan pemasaran dan 4 % mahasiswa menyatakan bahwa pelaksanaan program terdiri dari persediaan produksi dan tahap produksi.

Hasil penelitian menunjukkan dimana menggunakan analisis korelasi dapat dibuktikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara minat kewirausahaan dengan pembuatan *business plan* pada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang yang dapat dilihat berdasarkan nilai signifikansinya 0.032 dimana Jika angka signifikansi hasil riset $< 0,05$, maka hubungan kedua variabel signifikan. Jika angka signifikansi hasil riset $> 0,05$, maka hubungan kedua variabel tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan dengan nilai signifikansi $0.032 < 0.05$ mengandung arti ada hubungan yang signifikan antara minat kewirausahaan dengan pembuatan *business plan*.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi atau hubungan yang signifikan antara minat kewirausahaan dengan *business plan* bagi mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang, dimana hal ini ditunjukkan oleh nilai *Correlation*

Coefficient sebesar 0.728 dimana memaparkan bahwa 0,728 melebihi 0,5 sehingga cukup hubungannya didasarkan dari tabel dibawah dan signifikansi $0.032 < 0,05$ sehingga menambah keyakinan bahwa ada hubungan signifikan diantara minat kewirausahaan dengan *business plan*.

Sehingga dari hasil penelitian terkandung makna bahwa minat kewirausahaan yang dimiliki mahasiswa sebagai generasi muda harus dieksplorasi semaksimal mungkin dan diberikan pelatihan yang dapat mendukung minat tersebut sehingga diharapkan dapat memberikan andil dalam menurunkan angka pengangguran di Indonesia dan menciptakan lapangan pekerjaan baru yang lebih inovatif. Dengan pembuatan *business plan* merupakan *treatment* awal untuk mengetahui *mindset* dari pola minat mahasiswa dalam menciptakan usaha dengan keterbatasan modal mengingat mahasiswa pada dasarnya pribadi yang belum memiliki tabungan yang cukup untuk membuka usaha sehingga mereka perlu diberi *training* yang berhubungan dengan *business plan* sehingga dapat berdampak pada perkembangan minat dari individu mahasiswa semakin besar pengaruhnya.

Pendidikan nonformal juga memberikan kontribusi ilmu kewirausahaan yang berarti kepada para calon wirausahawan yang berupa pengalaman-pegalaman berwirausaha sehingga menarik para calon wirausahawan untuk menekuni dunia wirausaha. Selain pendidikan informal dan nonformal, pendidikan formal juga cukup berperan dalam membentuk minat berwirausaha karena pendidikan formal telah memberikan bekal yang baik bagi tumbuhnya minat berwirausaha.

Pendidikan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Seperti yang diungkapkan oleh Carol Noore yang diikuti oleh Bygrave (dalam Suryana, 2001) “proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari pribadi maupun diluar pribadi seperti pendidikan,...”. Dengan pendidikan, seseorang mengetahui bagaimana berwirausaha yang baik. Dalam penelitian ini, faktor pendidikan yang terdiri dari pendidikan formal yaitu pendidikan yang didapatkan di sekolah maupun di perguruan tinggi, pendidikan informal yaitu pendidikan yang didapatkan dari lingkungan keluarga dan masyarakat, serta pendidikan nonformal yaitu pendidikan yang didapatkan dari lembaga atau organisasi (dalam hal ini adalah perusahaan) sangat berperan penting dalam mempengaruhi minat berwirausaha

Menurut Mudyahardjo (2001 :128), ada tiga fungsi kejiwaan yang utama yaitu: 1) mengetahui, 2) merasakan, dan 3) berkemauan. Jiwa yang berfungsi mengetahui disebut pikiran (*mind*); sedangkan jiwa yang berfungsi merasa dan berkemauan disebut hati atau kecenderungan. Selanjutnya, “minat adalah suatu kecenderungan batin yang menyebabkan bertahannya obyek pemikiran dalam kesadaran, atau kembalinya obyek pemikiran dalam kesadaran. Minat yang dimiliki seseorang menyebabkan orang dapat memerintahkan dirinya untuk bertindak” (Mudyahardjo, 2001:125). “Minat merupakan unsur penting yang ikut menentukan untuk menjalankan tugas atau pekerjaan. Dalam bahasa sehari-hari dikenal dengan istilah “kesukaan” yang artinya lebih kurang sama dengan minat. Kelancaran dan keberhasilan orang dalam menjalankan tugas makin besar peluangnya kalau ia ada ketertarikan akan pekerjaan yang dilakukannya itu (Munandir, 1996:145). Dari teori tersebut terlihat bahwa minat dipengaruhi oleh jiwa yang berfungsi merasakan dan berkemauan (disebut hati atau kecenderungan). Begitu pula dengan

minat berwirausaha yang dipengaruhi oleh jiwa kewirausahaan melalui pembuatan *business plan*. Sehingga dari teori diatas dapat dibuktikan memiliki kesesuaian dengan penelitian yang telah dilakukan, sehingga tidak ada keraguan bahwa pembuatan *business plan* dapat menumbuhkan minat kewirausahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain:

1. Ada hubungan yang signifikan diantara minat kewirausahaan dengan pembuatan *business plan* pada mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Semarang dimana minat kewirausahaan mahasiswa tinggi sehingga mampu membuat *business plan* dengan baik.
2. Pembuatan *business plan* yang baik yaitu judul program, latar belakang, perumusan masalah, tujuan program, luaran yang diharapkan, kegunaan program, gambaran umum perusahaan, metode pelaksanaan program, jadwal pelaksanaan program, dan rincian biaya.

Saran yang diajukan berdasar penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti, untuk dapat melakukan perkembangan penelitian dengan menguji menggunakan variabel lain.
2. Bagi mahasiswa, untuk dapat meningkatkan minat kewirausahaan agar dapat membuka lapangan usaha baru yang berdampak pada penurunan angka pengangguran.
3. Bagi pembaca, memberikan masukan untuk dapat mengkreasikan dalam pembuatan *business plan* meskipun tanpa memiliki pengalaman di bidang bisnis.
4. Diharapkan untuk penelitian di masa depan dapat memunculkan variabel lain yang lebih beragam dan tidak hanya menggunakan korelasi tetapi juga regresi berganda sebagai pengukuran statistiknya sehingga tidak hanya pola hubungan yang dibahas tetapi juga pola pengaruh diantara variabel sehingga dapat memberikan kebermanfaatan bagi generasi muda untuk terus berkreasi dan berinovasi menciptakan usaha yang variatif dan dapat diterima di masyarakat yang tentunya dengan harga yang lebih bersaing dan kualitas yang baik.

DAFTAR REFERENSI

Alma, Buchari. 2001. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta

Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedu Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Griffin, Ricky W. 2002. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Hadibroto, H.S. 1996. *Ekonomi dalam Segala Pandangannya*. Bandung: Sinar Bandung

Handoko, Hani. 1997. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE

- Justin G, Longenecker. 2001. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Salemba Empat
- Kasmir. 2007. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa
- Mudyahardjo, Redja. 2001. *Pengantar pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Meredith Geoffrey G et al. 2000. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Pressindo
- Phillip Kotler. 1996. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Santoso, Singgih. 2000. *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Soesarsono. 2002. *Pengantar Kewirausahaan*. Bogor: IPB
- Sundjaja. 1990. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Triton PB. 2007. *Entrepreneurship: Kiat Sukses Menjadi Pengusaha*. Yogyakarta: Tugu Publisier.
- Wiratmo, Masykur. 1994. *Kewirausahaan: Seri Diktat Kuliah*. Jakarta: Gunadarma
- Winardi. 2003. *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana