

FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK MINAT MENJADI IT-PRENEUR DI KALANGAN SISWA SMA SEDERAJAT

Budi Sutedjo Dharma Oetomo
Singgih Santoso

Abstrak

Gerakan untuk melahirkan entrepreneur dengan tujuan membentuk orang yang memiliki daya inovasi yang tinggi saat ini sedang mengemuka. Dimana, mereka yang terlahir menjadi entrepreneur diharapkan dapat menciptakan perubahan dan peluang bisnis baru. Gerakan itu hadir bertepatan dengan eforia pemanfaatan perangkat-perangkat information technology (IT), sehingga perpaduan keduanya diharapkan dapat melahirkan para entrepreneur dalam bidang IT yang disebut dengan istilah ITpreneur. Memang tidaklah mudah untuk melahirkan seorang ITpreneur. Oleh karena itu, perlu digali faktor-faktor pembentuk minat menjadi ITpreneur, khususnya pada para siswa SMA sederajat. Dengan mengetahui faktor-faktor itu, maka langkah-langkah untuk membentuk ITpreneur dapat dirumuskan dengan tepat dan dilakukan sejak generasi bangsa ini sedang mengenyam pendidikan di SMA.

Kata Kunci : *ITpreneur.*

1. Latar Belakang

Dewasa ini, gerakan untuk memajukan entrepreneurship (kewirausahaan) semakin meningkat. Namun, pembentukan entrepreneurship membutuhkan proses pembelajaran dalam kurun waktu yang panjang (Suriani, 2014, 2). Oleh karena itu, Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah serta Kementerian Riset dan Pendidikan Tinggi telah menganjurkan kepada sekolah atau perguruan tinggi untuk menjadikan pembelajaran entrepreneur sebagai bagian dari kurikulum.

Pembelajaran entrepreneur itu tidak dimaksudkan untuk sekedar melahirkan pedagang-pedagang baru. Namun, pembentukan jiwa entrepreneur ini diperlukan, agar peserta didik memiliki kemampuan sebagai seorang inovator (Nasution, 2007, 4), serta memiliki semangat, perilaku dan kemampuan untuk memberi tanggapan positif terhadap kesempatan yang tersedia untuk memperoleh keuntungan bagi dirinya sendiri maupun masyarakat (Suriani, 2014, 3)

Kini, di tengah eforia penggunaan perangkat-perangkat information technology (IT) (Prisgunanto, 2014, 4; Schmidt, 2014), perlu digiatkan usaha-usaha untuk menumbuh kembangkan jiwa entrepreneur dalam diri masyarakat. Usaha-usaha untuk melahirkan entrepreneur dengan unsur utama IT tersebut melahirkan istilah baru, yaitu IT-preneurship.

IT-preneurship itu dipahami sebagai sikap, antusias, tindakan dan proses yang dilakukan para IT-preneur berbasis TI dalam merintis, mengoperasikan dan mengembangkan teknologi tersebut (Nasution, 2007, 4-5). Di mana, gerakan untuk memajukan IT-preneur diharapkan akan melahirkan inovator-inovator yang akan mengembangkan teknologi, aplikasi-aplikasi terapannya dan meningkatkan pengelolaan dan kepemilikan informasi (Prisgunanto, 2014, 5) untuk menjawab kebutuhan masyarakat.

Sudah saatnya, masyarakat dibangkitkan semangatnya dan dibekali pengetahuan tentang entrepreneur sejak menjadi mahasiswa (Afifi, 2015; Kunto, 2014), bahkan sejak mereka masih mengenyam pendidikan di SMA, agar mereka tidak hanya menjadi pengguna perangkat-perangkat IT itu, tetapi mereka juga dapat menjadi sebagai pengembang teknologi tersebut.

Apalagi, kini perangkat-perangkat itu seakan tidak dapat dipisahkan lagi dari kehidupan atau aktivitas sehari-hari dari masyarakat.

2. Permasalahan

Usaha-usaha untuk membekali masyarakat yang notabene masih sebagai pelajar tidaklah mudah. Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi dan menumbuhkan minat sebagai seorang IT-preneur. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengungkap peran dari faktor-faktor itu terkait dengan pembentukan minat untuk menjadi seorang IT-preneur. Jika faktor-faktor itu dapat dirumuskan dan digali perannya, maka para pendidik dapat menjadikannya sebagai sarana untuk mendukung proses pembentukan IT-preneur tersebut.

3. Landasan Teori

3.1. Memasuki Era IT

Perlahan tetapi pasti, masyarakat terus bertransformasi menuju era IT (Schmidt, 2014; Tapscott, 2009). Di mana, transformasi itu telah menghadirkan tatanan baru dalam peradaban hidup masyarakat (Prisgunanto, 2014, 2; Tapscott, 2009). Setiap hari, masyarakat dihadapkan pada teknologi dan informasi, sehingga masyarakat harus dapat segera beradaptasi dengan kondisi tersebut dengan cara belajar mengoperasikan, mengolah dan mengeksplorasi baik teknologi maupun informasi yang menjadi keluarannya (Oetomo, 2011).

Saat ini, perusahaan-perusahaan juga bertransformasi menjadi “perusahaan digital”, dimana hampir semua hubungan bisnis antara perusahaan dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan secara digital diaktifkan dan dimediasi (Laudon, 2013, 43; Prisgunanto, 2014, 3). Pertumbuhan yang pesat dan persaingan yang sangat ketat telah terjadi diantara perusahaan-perusahaan itu (Laudon, 2013, 43).

Oleh karenanya, keberhasilan perusahaan untuk bertahan (Lo, 2014; Hendro, 2005; Collins, 2001) bahkan terus maju sangat bergantung pada SDM-nya. Perusahaan sangat membutuhkan SDM yang kreatif dan inovatif, sehingga mereka mampu mengembangkan ide-ide baru dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan berbagai persoalan dan memanfaatkan peluang (Solihin, 2014, 102).

3.2. Karakteristik IT-preneur

McClelland (dalam Nasution 2007, 5) mengajukan konsep need of achievement (N-Ach) yang diartikan sebagai “virus” kepribadian yang menyebabkan seseorang ingin selalu berbuat lebih baik dan terus maju, selalu berpikir untuk berbuat yang lebih baik dan memiliki tujuan yang realistis dengan keberanian mengambil tindakan berisiko yang telah benar-benar diperhitungkan (Afifi-2, 2015). Konsep itu diyakini menjadi dasar bagi seseorang untuk menjadi entrepreneur.

Nasution (2007, 8) lebih memerinci lagi, bahwa entrepreneur adalah seseorang yang memiliki kemampuan kreatif, mampu menghasilkan ide-ide serta menerapkannya, sehingga menjadi sesuatu yang bermanfaat dan menguntungkan. Sementara itu, Joseph Shumpeter (dalam Nasution, 2007, 8) memiliki pandangan bahwa entrepreneur adalah seorang innovator dan pembawa kombinasi-kombinasi baru.

Pandangan Nasution dan Shumpeter itu tampaknya dapat mengungkap karakteristik seorang IT-preneur. Di mana, seorang IT-preneur adalah seorang yang memiliki efikasi diri (Wijaya, 2008) berupa niat, kepribadian (Sinha, 2013) dan kemampuan kreatif, mampu menghasilkan ide-ide cemerlang dan berinovasi dengan menggunakan IT sebagai sarana utamanya (Wardhana, 2010).

Niat yang tumbuh dalam diri IT-preneur itu akan mendorong dirinya untuk berperilaku dan bertindak sebagai seorang IT-preneur (Wijaya, 2008). Selanjutnya, niat itu dapat diwujudkan melalui suatu proses belajar formal yang terstruktur dan sistematis di sekolah dan perguruan tinggi, maupun proses belajar non formal, seperti di lembaga kursus (Sutanto, 2013), sehingga seluruh potensi diri mereka dapat tergali.

3.3. Faktor-faktor Pengaruh IT-preneur

Nasution (2007, 42) telah mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi spirit IT-preneur, yaitu:

- a. Inteligentia
- b. Latar belakang budaya
- c. Jenis kelamin
- d. Tingkat pendidikan (kompetensi)
- e. Usia
- f. Pola asuh keluarga

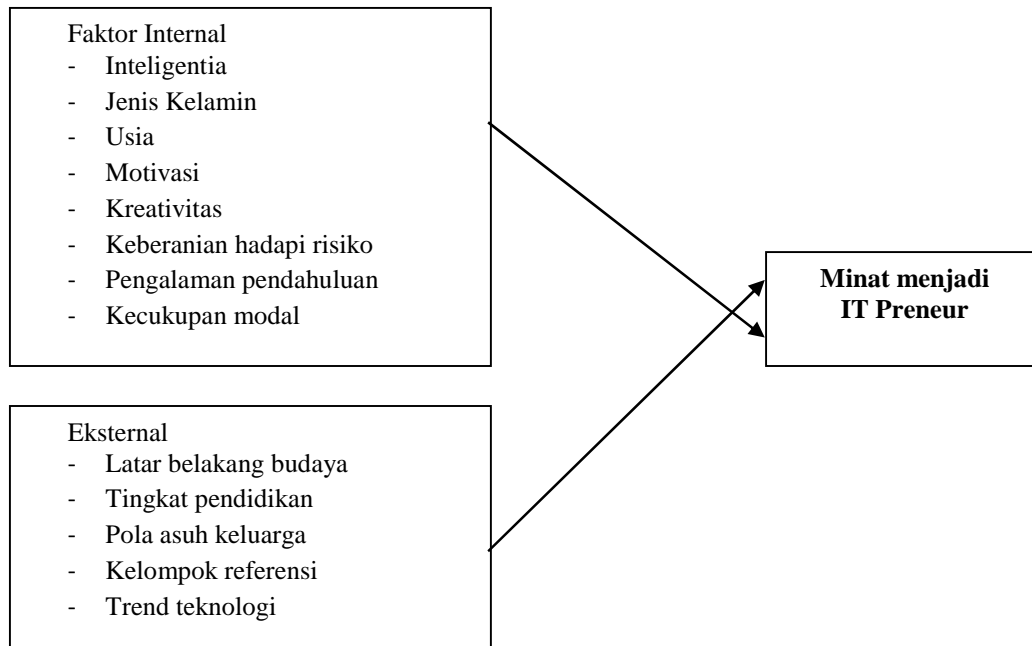
Faktor-faktor yang diungkap oleh Nasution itu dapat dipetakan menjadi dua bagian, yaitu secara internal dan eksternal. Faktor-faktor eksternal yang diungkap terkait dengan budaya, pendidikan dan pola asuh saja.

Sementara itu, penelitian ini akan menyertakan faktor-faktor internal dan eksternal lainnya, seperti:

- a. Motivasi
- b. Kreativitas
- c. Keberanian Menghadapi Risiko
- d. Pengalaman pendahuluan (*Prior Knowledge*)
- e. Kecukupan Modal
- f. Kelompok referensi
- g. Trend teknologi

3.4. Model Penelitian

Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Penelitian

3.5. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode survei lewat kuesioner (Guritno, 2011, 125; Jogyanto, 2008, 78) dengan proses sebagai berikut:

- ❖ Peneliti mengambil sejumlah sampel awal, sekitar 30 orang, untuk pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian sesungguhnya. Dalam uji ini, ada kemungkinan sejumlah item pertanyaan gugur dan dibuang dari kuesioner.
- ❖ Setelah uji dilakukan dan item-item dalam kuesioner lolos uji, proses selanjutnya adalah melakukan pembagian kuesioner kepada sekitar 183 orang responden. Responden berasal dari SMA Nusaputera Semarang, SMA Karangturi Semarang dan SMA Sang Timur Yogyakarta.
- ❖ Kepada responden diberi penjelasan singkat tentang *IT-preneur* untuk membangun kesamaan persepsi tentang kewirausahaan dengan unsur utama TI itu. Lalu mereka diminta untuk mengisi kuesioner.
- ❖ Kuesioner terdiri dari dua bagian:
 - Bagian pertama adalah kuesioner untuk menggali informasi tentang profil demografi mereka.
 - Bagian kedua adalah kuesioner untuk menggali opini responden terkait dengan faktor-faktor pembentuk minat menjadi IT-preneur.
- ❖ Setelah kuesioner terkumpul, dilakukan pengolahan pendahuluan, untuk memastikan berapa data yang hilang (*missing*), isian yang dianggap tidak benar dll.

- ❖ Pengolahan data dengan metode analisis korelasi dan regresi.

4. Pembahasan

Setelah data terkumpul dan diolah, maka diperoleh profil responden sebagai berikut:

Gender

		Frequency	Percent
Valid	Pria	122	66.7
	Wanita	60	32.8
	Total	182	99.5
Missing	System	1	.5
Total		183	100.0

Responden terdiri para siswa kelas X, XI dan XII dari SMA Karangturi dan SMK Nusaputera Semarang, serta SMA Sang Timur Yogyakarta. Total kuesioner yang kembali sebanyak 183 buah, dengan rincian 122 pria dan 60 wanita. Sedangkan 1 kuesioner tidak terisi untuk jenis kelaminnya.

Asal siswa

		Frequency	Percent
Valid	Yogyakarta (DIY)	20	10.9
	Sumatera	140	76.5
	Jawa Tengah	6	3.3
	Kalimantan	2	1.1
	Ja-Tim, Ja-Bar, DKI	6	3.3
	Lainnya	9	4.9
	Total	183	100.0

Jika ditilik dari sekolah tempat belajar, maka responden berasal dari 3 sekolah seperti telah disebutkan di atas. Namun, jika ditilik dari asal daerah tempat tinggalnya, maka diperoleh data 20 responden berasal dari Yogyakarta, 140 responden dari Sumatera, 6 responden dari Jawa Tengah, 2 responden dari Kalimantan, 6 responden dari Jatim, Jabar dan DKI, serta 9 dari berbagai daerah lainnya.

Kelas

		Frequency	Percent
Valid	SMA X	44	24.0
	SMA XI	75	41.0
	SMA XII	62	33.9
	Total	181	98.9
Missing	Tidak ada jawaban	2	1.1
Total		183	100.0

Dari data tergambar bahwa 44 responden berasal dari kelas X, 75 responden berasal dari kelas XI dan 62 responden berasal dari kelas XII, sedangkan 2 orang lainnya tidak memberikan informasi tentang kelasnya.

Pekerjaan Orang Tua

		Frequency	Percent
Valid	.00/jawaban diisi '0'	9	4.9
	Pegawai Negeri, TNI/ Polri, Jaksa	7	3.8
	Pegawai Swasta	67	36.6
	Wiraswasta (toko, salon, r. makan, dll)	74	40.4
	Profesional	11	6.0
	Petani, Nelayan dll	7	3.8
	Pensiunan	6	3.3
	Total	181	98.9
Missing	Tidak ada jawaban	2	1.1
Total		183	100.0

Dilihat dari data pekerjaan orang tua, maka tampak orang tua responden menekuni berbagai macam pekerjaan. Tidak semua orang tua berprofesi sebagai wirausahawan, dimana sebagian mereka bekerja sebagai pegawai negeri maupun swasta.

Kemampuan Ekonomi

		Frequency	Percent
Valid	Sangat Terbatas	11	6.0
	Terbatas	38	20.8
	Menengah	117	63.9
	Atas	13	7.1
	Total	179	97.8
Missing	Tidak ada jawaban	4	2.2
Total		183	100.0

Rata-rata responden berasal dari keluarga dengan tingkat ekonomi menengah. Bahkan 49 orang berasal dari keluarga yang terbatas dan sangat terbatas kemampuannya.

Uang Saku

		Frequency	Percent
Valid	Rp. 300.000,- / bulan	98	53.6
	> Rp. 300.000,- / bulan - Rp. 600.000,- / bulan	58	31.7
	> Rp. 600.000,- / bulan - Rp. 900.000,- / bulan	14	7.7
	> Rp. 900.000,- / bulan	6	3.3
	Total	176	96.2
Missing	Tidak ada jawaban	7	3.8
Total		183	100.0

Uang saku para responden sesuai dengan tingkat ekonomi keluarga. Di mana, rata-rata uang saku responden berada para antara kurang dari 300.000 hingga 600.000. Hal itu menunjukkan bahwa rata-rata responden tidak berasal dari keluarga dengan tingkat ekonomi tinggi.

Pengeluaran

		Frequency	Percent
Valid	Rp. 300.000,- / bln	109	59.6
	> Rp. 300.000,- / bln - Rp. 600.000,- / bln	49	26.8
	> Rp. 600.000,- / bln - Rp. 900.000,- / bln	13	7.1
	> Rp. 900.000,- / bln	8	4.4
	Total	179	97.8
Missing	Tidak ada jawaban	4	2.2
Total		183	100.0

Tingkat ekonomi keluarga responden terklarifikasi dengan besaran uang saku dan pengeluaran. Di mana uang saku dan pengeluaran responden sesuai dengan kondisi ekonomi keluarga mereka.

Kondisi di atas juga kembali ditegaskan dengan besaran tabungan mereka. Di mana, umumnya responden hanya mampu menabung di kisaran 100.000. Hal itu menunjukkan adanya korelasi antara tingkat perekonomian keluarga, jumlah uang saku dan pengeluaran per bulan mereka. Sedikinya jumlah tabungan bukan berarti mereka boros, tetapi memang mereka berasal dari keluarga sederhana hingga menengah. Sementara, responden yang berasal dari keluarga dengan kekuatan ekonomi yang tinggi juga telah terklarifikasi dari data uang saku, pengeluaran dan tabungan.

Tabungan

		Frequency	Percent
Valid	Rp. 100.000,- / bln	110	60.1
	> Rp. 100.000,- / bln - Rp. 300.000,- / bln	51	27.9
	> Rp. 300.000,- / bln - Rp. 600.000,- / bln	6	3.3
	> Rp. 600.000,- / bln	5	2.7
	Total	172	94.0
Missing	Tidak ada jawaban	11	6.0
Total		183	100.0

Hasil Analisis Regresi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.627 ^a	.393	.386	3.438

a. Predictors: (Constant), Kemajuan_TI, Efikasi

Kolom Adjusted R Square sebesar 0,386 menunjukkan bahwa 38,6% variasi dari niat berwirausaha siswa dipengaruhi oleh faktor efikasi dirinya dan pengaruh TI. Sementara itu, 61,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1378.827	2	689.414	58.328	.000 ^b
Residual	2127.512	180	11.820		
Total	3506.339	182			

Dari tabel Anova, tampak bahwa angka SIG sebesar 0,00. Hal itu menunjukkan kedua variabel independen, yakni efikasi diri dan pengaruh TI, secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel niat berwirausaha.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.298	1.451		.206	.837
Efikasi	.282	.054	.331	5.266	.000
Kemajuan_TI	.403	.060	.422	6.719	.000

Sementara itu, angka di kolom SIG pada tabel di variabel Efikasi dan Kemajuan TI menunjukkan angka 0,000, yang berarti secara individu kedua variabel berpengaruh terhadap variabel niat berwirausaha. Hal ini membuktikan hipotesa 1 dan 2, bahwa variabel efikasi diri

berpengaruh terhadap niat berwirausaha. Demikian pula, variabel pengaruh kemajuan TI tampak berpengaruh terhadap niat berwirausaha.

5. Kesimpulan

Dari proses regresi tampak bahwa efikasi diri dan kemajuan TI merupakan faktor pembentuk minat para siswa SMA sederajat untuk menjadi seorang IT-preneur. Dua faktor itu tentu berada pada ranah yang berbeda satu dengan yang lainnya.

Untuk efikasi diri berada dalam ranah pembentukan diri siswa yang dapat diusahakan oleh sekolah, sedangkan kemajuan TI berada pada ranah para pengembang, khususnya perusahaan. Oleh karena itu, untuk melahirkan seorang ITpreneur diperlukan kerja sama antar kedua entitas tersebut.

Dimana, sekolah dapat membangun efikasi diri para siswanya melalui sistem kurikulum dan proses pembelajaran baik yang bersifat kurikuler maupun ekstrakurikuler. Sekolah dapat mensinergikan seluruh entitas proses belajar mengajar, agar semua proses yang terjadi dapat membangun efikasi diri para siswa.

Sementara itu, pengembangan TI perlu membuka diri dan berbagi dengan entitas pendidikan, agar kemajuan yang dicapai dapat disosialisasikan dan dipelajari oleh para siswa. Para pengembang perlu memberik kesempatan bagi entitas pendidikan untuk menyerap produk-produk yang diciptakannya, agar para siswa juga dapat belajar mengoperasikannya. Dengan demikian, para siswa selain terbentuk efikasi dirinya, juga terbentuk pola pikir dan keterampilannya untuk menjadi seorang ITpreneur yang handal.

Daftar Pustaka

- Afifi, John, 2015, "Jadilah Mahasiswa Plus!", Flash Books.
- Afifi-2, John, 2015, "Business Revolution", Penerbit Laksana.
- Guritno, Suryo, dkk, 2011, "Metodologi Penelitian Teknologi Informasi", Penerbit Andi Yogyakarta.
- Hendro, Ir., MM, 2005, "How to Become a Smart Entrepreneur and to Start a New Business, Penerbit Andi Yogyakarta.
- Jogiyanto, Prof, Akt, MBA, PhD, 2008, "Metodologi Penelitian Sistem Informasi", Penerbit Andi Yogyakarta.
- Kunto, Ghani, 2014, "Youth Marketing", Transmedia.
- Laudon, Kenneth C, dan Laudon, Jane P, 2013, "Management Information Systems: Managing the Digital Firm", Pearson.
- Lo, Benny, 2014, "Who Wants to Be an Entrepreneur", Elex Media Komputindo Jakarta.
- Nasution, Arman Hakim, Ir, dkk, 2007, "Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship", Penerbit Andi Yogyakarta.
- Oetomo, Budi Sutedjo Dharma, 2011, "Smart Infopreneur", Penerbit Pohon Cahaya Yogyakarta.
- Prisgunanto, Ilham, DR, 2014, "Komunikasi Pemasaran Era Digital", Penerbit Prisani Cendekia.
- Schmidt, Eric; Cohen, Jared; 2014, "The New Digital Age", Kepustakaan Populer Gramedia.
- Sinha, Nupur; Srivastava, Kailash B.L, " Association of Personality, Work Values and Socio-cultural Factors with Intrapreneurial Orientation", The Journal of Entrepreneurship, 22(1) 97–113, © 2013, Entrepreneurship Development Institute of India SAGE Publications.

- Solihin, Ismail, 2014, "Pengantar Bisnis", Penerbit Erlangga.
- Suriani, Ni Made, , S.Pd, M.Par, 2014, "Entrepreneurs", Penerbit Graha Ilmu.
- Sutanto, JE; Minantiyo, Hari; Kodrat, David Sukardi dan Mustikarini, Carolina Novi, "Effect of Formal of Education, non Formal Education and Ethnic Toward Entrepreneurial Attitude of Students of Private Universities in Surabaya", International Journal of Academic Research, Vol.5.No.6.November,2013,
<http://web.b.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=20754124&AN=95726891&h=i6q0WRrim4XUf1qZyXpSmWftJ0EYs1VHQgUICDsNaL4xjIikB%2fIM9cwyOH3ITGwkkwq5lhccawcKj66rII9Sw%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d20754124%26AN%3d95726891>, diakses 12 Des 2015.
- Tapscott, Don, 2009, "Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World", PT Gramedia Pustaka Utama.
- Wijaya, Toni, "Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol 10 No 2, September 2008, halaman 93-104,
<http://www.google.co.id/url?url=http://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/download/17036/17001&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ved=0ahUKEwiNiouC6NXJAhUBMZQKHUQ6ByYQFggTMAA&sig2=8s3V93A1yZHQ0y9NFvoIeA&usg=AFQjCNEzFZIdMINNMUIas8GVyJB8D8L4sQ>, diakses 12 Des 2015.
- Wardhana, Lingga; Makodian, Nuraksa, 2010, "Technopreneur", Elex Media komputindo.