

ARTI PENTING RANGSANGAN POSITIF DAN DUKUNGAN EMOSI TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA, JAKARTA

YB Andre Marvianta dan Diana Frederica

email: ybam@ukrida.ac.id; diana.frederica@ukrida.ac.id
Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana

Abstract: *The purpose of this study was a) to test whether there is a significant relationship between Emotional Support to Entrepreneurship Intentions, and b) test whether there is a significant relationship between the Positive Stimulation to Entrepreneurship Intentions. Research methods: Data were obtained using a questionnaire that was about to describe the relationship between variable Emotional Support and variable Positive Stimulation to variable Entrepreneurship Intentions. Respondents of this study is the prospective student entrepreneurs in their future. The sampling technique used is purposive sampling to obtain 195 respondents. Processing data using statistical methods Structural Equation Modeling (SEM). From the 12 indicators drafted eventually obtained 11 valid indicators for further analysis. The results showed that there is a significant relationship between Emotional Support to Entrepreneurship Intentions negatively (-0.1782), meaning that Entrepreneurship Intentions are not dependent on Emotional Support. Hypothesis testing results also show that there is a significant relationship between the Positive Stimulation to Entrepreneurship Intention positively (2.5266). This finding is consistent with research conducted by Decker, Calo, and Weer (2012). The implications of this study are the students need positive support in order to interested in entrepreneurship since young.*

Keywords: Positive Stimulation, Emotional Support, Entrepreneurship Intentions

PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi sebagai institusi ilmiah mencerminkan unsur-unsur dalam berbagai kegiatan fungsionalnya untuk menghasilkan keluaran yang berkualitas. Perguruan tinggi di Indonesia dapat diklasifikasikan sebagai: akademi, institut, politeknik, sekolah tinggi, dan universitas. Perguruan tinggi dapat dilihat dalam wujud sistem sarana dan prasarana yang segera dapat dilihat oleh semua orang, sehingga yang diutamakan dalam suatu perguruan tinggi selain tenaga pengajar yang berkualitas juga tenaga non akademik, ruang-kuliah, perpustakaan, sarana kegiatan mahasiswa, dan lain-lain.

Globalisasi telah memaksa setiap organisasi di manapun untuk melakukan transformasi diri. Hal ini berarti setiap perguruan tinggi perlu menata diri untuk mempersiapkan masa depan para peserta didiknya agar mampu tampil unggul dalam persaingan pasar tenaga kerja. Masyarakat sebagai pengguna jasa perguruan tinggi menuntut kualitas pendidikan yang tinggi. Ini merupakan tantangan yang harus dihadapi sebagai kenyataan yang harus dihadapi dengan realistis.

Mutu pelayanan suatu lembaga pendidikan yang menciptakan para calon wirausaha sebagai produk akhir. Dalam rangka meningkatkan mutu pelayanan di bidang kewirausahaan, perlu dilakukan usaha yang terus menerus secara berlanjut untuk perbaikan pelayanan yang diberikan kepada para mahasiswa. Untuk melakukan perbaikan-perbaikan tersebut, manajemen lembaga pendidikan perlu melakukan survai minat para mahasiswa dalam bidang kewirausahaan.

Dengan adanya beragam nama perguruan tinggi yang ditawarkan kepada calon mahasiswa (sebagai konsumen), para konsumen tersebut memiliki kebebasan memilih perguruan tinggi. Konsumen akan berusaha memilih perguruan tinggi yang mampu memenuhi atau memuaskan harapannya. Para mahasiswa yang puas cenderung menjadi loyal terhadap perguruan yang bersangkutan, selanjutnya mahasiswa tersebut akan merekomendasikan kepada para calon mahasiswa terhadap suatu perguruan tinggi tertentu tersebut.

Untuk mencapai Indonesia yang berdaya saing tinggi, dibutuhkan para wirausaha muda yang kreatif. Wirausaha menjadi salah satu pilar ekonomi nasional dalam menghadapi ekonomi global sekaligus solusi mengurangi kemiskinan serta menyerap pengangguran.

Universitas Kristen Krida Wacana sebagai salah satu lembaga pendidik yang menghasilkan lulusan-

lulusan calon wirausaha muda. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dikemukakan tersebut, masalah penelitian ini adalah 1) terdapat hubungan yang negatif antara dukungan emosi terhadap niat berwirausaha, 2) terdapat hubungan yang positif antara rangsangan positif terhadap niat berwirausaha. Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini, dapat memberikan masukan kepada universitas khususnya Ukrida dalam upaya meningkatkan jumlah dan mutu calon wirausaha muda di Indonesia.

PEMBAHASAN

Rangsangan Positif dan Dukungan Emosi

Beberapa orang memiliki kecenderungan melakukan aktivitas yang mengarah pada afiliasi pertemanan yang unik. Rauch dan Frese (2007) mengemukakan dalam temuan penelitiannya yang menunjukkan bahwa seorang wirausaha memiliki tingkat rasa percaya-diri yang tinggi serta memiliki hasrat akan rasa kemandirian serta tidak mau tergantung pada orang lain (*non-conformist*). Dengan demikian, diduga:

H1. *Terdapat hubungan yang negatif antara dukungan emosi terhadap niat berwirausaha*

Leary *et al.* (2003) menemukan bahwa seseorang berjiwa wirausaha memiliki dorongan positif yang tinggi sehingga dia menikmati hubungan yang erat terhadap orang-orang disekitarnya. Zhao *et al.* (2005) menemukan dalam penelitiannya bahwa seseorang berjiwa wirausaha sekaligus menikmati kesendiriannya (*solitary*). Karena itu seorang wirausaha tidak terlalu membutuhkan dukungan emosi yang tinggi dari orang lain di sekitarnya saat mencari kreatifitasnya, namun tetap menikmati suasana social dari orang-orang lain di sekitarnya. Dengan demikian, diduga:

H2. *Terdapat hubungan yang positif antara rangsangan positif dari orang lain terhadap niat berwirausaha*

METODE PENELITIAN

Jenis Data

Desain penelitian ini adalah *single cross-sectional design*, yakni berupa pengumpulan informasi dari sampel tertentu yang hanya dilakukan satu kali (Maholtra, 1999). Pengumpulan data primer dilakukan dengan wawancara langsung pada responden dengan metode survai melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Kuesioner berisi daftar pernyataan berkaitan dengan variabel penelitian dibagikan langsung ke para mahasiswa. Kuesioner tersebut langsung dikembalikan begitu selesai diisi oleh para mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatoris, maksudnya untuk memperoleh penjelasan mengenai kreativitas dan gagasan bisnis para mahasiswa.

Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sample

Unit analisis dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Ukrida, sedangkan sampel penelitian ini adalah mahasiswa program studi Manajemen dan program Studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Ukrida. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang diambil sebanyak 195 mahasiswa yang terdiri dari mahasiswa program studi manajemen dan program studi akuntansi. Kuesioner disebarakan di antara mahasiswa program studi Manajemen dan program studi Akuntansi di Fakultas Ekonomi Ukrida.

Besarnya jumlah sampel dalam penelitian dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) minimal 50 orang responden namun hal ini tidak dianjurkan (Hair, et al., 1998). Jumlah sampel yang dibutuhkan menurut saran Hair, et al. (1998) untuk setiap variabel teramati (indikator) membutuhkan antara 5 sampai 10 responden. Penelitian ini menggunakan sekitar 12 butir pernyataan sebagai variabel teramati (indikator) sehingga banyaknya responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak antara 60-120 responden.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

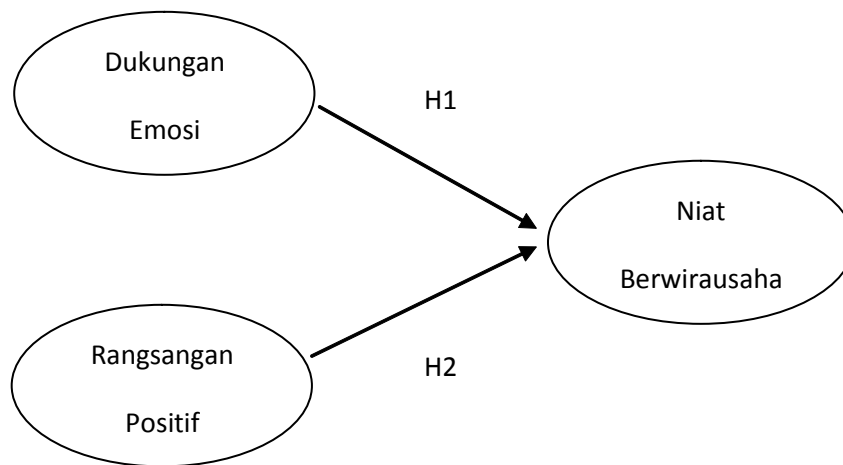
Variabel penelitian ini meliputi: *Dukungan Emosional*, *Rangsangan Positif*, dan *Niat Berwirausaha*. Keseluruhan item pernyataan konstruk penelitian pada kuesioner penelitian ini menggunakan skala Likert

dengan rentang pengukuran dari angka 1 sampai dengan angka 6, dimana angka 1 menunjukkan pernyataan “sangat tidak setuju”, sedangkan angka 6 menunjukkan pernyataan “sangat setuju”.

Skala Likert ini digunakan untuk mengukur sikap responden tentang suatu variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti. Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel-variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator yang dapat diukur tersebut berupa pernyataan-pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Variabel *Dukungan Emosional* terdiri atas 4 butir pernyataan, variable *Rangsangan Positif* terdiri atas 4 butir pernyataan, dan variable *Niat Berwirausaha* juga terdiri atas 4 butir pernyataan.

Rerangka Pemikiran

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Decker, et al. (2012) dimana dalam penelitian mereka memuat empat variabel konstruk, yaitu: perbandingan sosial, atensi/perhatian, dukungan emosi dan rangsangan positif. Namun mengingat variabel perbandingan sosial dan variabel atensi diperoleh hasil yang tidak signifikan, maka dalam penelitian ini hanya variabel dukungan emosi dan variabel rangsangan positif yang akan diuji dengan lingkup pada para mahasiswa di program studi Manajemen dan Akuntansi di Fakultas Ekonomi Ukrida. Berikut adalah rerangka penelitian:



Gambar 1. Rerangka Penelitian Pengaruh Dukungan Emosi dan Rangsangan Positif pada Niat Berwirausaha

Sumber: Adaptasi dari Decker, et al. 2012

Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah *penelitian korelasional*, yaitu untuk mengetahui keeratan hubungan antara *Dukungan Emosional* dan *Rangsangan Positif* terhadap *Niat Berwirausaha* dari para mahasiswa.

Metode Analisis Data

Pengolahan data menggunakan metode statistik *Structural Equation Modeling* (SEM). SEM merupakan salah satu pendekatan statistik untuk menguji beberapa konsep (*construct*) variabel dependen dan beberapa konsep (*construct*) variabel independen secara serentak (simultan). Untuk kepentingan komputasi digunakan perangkat lunak Ms. Excel dan VPLS. Program perangkat lunak Ms. Excel digunakan untuk analisis deskriptif, sedangkan perangkat lunak VPLS digunakan untuk menganalisis sikap mahasiswa.

Setiap variabel penelitian diuji kesesuaiannya terhadap konsep (*construct*) yang dikembangkan melalui *Unidimensionality*. Ghazali (2011) memberi pedoman: mula-mula variabel-variabel (indikator) penelitian yang tidak relevan atau *loading factor*-nya rendah dikeluarkan dari model penelitian (<0.5), selanjutnya mengulangi kalkulasi tanpa menyertakan variabel yang tidak relevan.

Tabel 1
Factor Loading, Residual and Weights

Construct	Indicator	Mean	Stdev	Loading	Residual	Weight
ES	ES1	4.333333	1.368522	0.366700	0.865500	0.070000
	ES2	3.471795	1.440566	0.541800	0.706400	0.309100
	ES3	4.635897	1.266436	0.814100	0.337300	0.410700
	ES4	4.743590	1.177932	0.862800	0.255500	0.547600
PS	PS5	5.205128	0.941032	0.540000	0.708400	0.243500
	PS6	4.389744	1.051213	0.713800	0.490500	0.348600
	PS7	4.712821	1.040217	0.829300	0.312200	0.547500
	PS8	5.051282	0.951090	0.655000	0.571000	0.252800
IE	EI9	4.200000	1.091674	0.794500	0.368700	0.343200
	EI10	3.943590	1.197892	0.704900	0.503100	0.173800
	EI11	4.600000	1.085993	0.852100	0.273900	0.292300
	EI12	4.589744	1.160296	0.857100	0.265400	0.415100

Sumber: Data diolah

Sesuai pedoman dari Ghozali (2011), ternyata variabel terukur ES1 < 0,5; sehingga variabel tersebut dikeluarkan dari penelitian. Selanjutnya pengulangan mengukur variabel penelitian tanpa menyertakan variabel ES1 (Tabel:2).

Tabel 2
Factor Loading, Residual and Weights

Construct	Indicator	Mean	Stdev	Loading	Residual	Weight
ES	ES2	3.471795	1.440566	0.537400	0.711200	0.316600
	ES3	4.635897	1.266436	0.818200	0.330500	0.420700
	ES4	4.743590	1.177932	0.866200	0.249700	0.560700
PS	PS5	5.205128	0.941032	0.540100	0.708300	0.243600
	PS6	4.389744	1.051213	0.713500	0.490900	0.348300
	PS7	4.712821	1.040217	0.829400	0.312200	0.547600
	PS8	5.051282	0.951090	0.655200	0.570700	0.253000
EI	EI9	4.200000	1.091674	0.794200	0.369300	0.342800
	EI10	3.943590	1.197892	0.703500	0.505100	0.171400
	EI11	4.600000	1.085993	0.852300	0.273500	0.293100
	EI12	4.589744	1.160296	0.857800	0.264100	0.416600

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 2, semua skor loading factor tidak ada yang kurang dari nilai 0,5; dengan demikian analisis data dapat dilanjutkan.

Tabel 3
Correlation of Latent Variables

	ES	PS	EI
ES	1.000		
PS	0.406	1.000	
EI	0.182	0.310	1.000

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil di table 3, terlihat bahwa semua skor konstruk Dukungan Emosi (ES), Rangsangan Positif (PS), dan Niat Berwirausaha (EI) memiliki skor di bawah AVE (lihat table 4). Dengan demikian konstruk ES, PS, dan EI lolos seleksi.

Tabel 4
Reliability and AVE

Construct	Composite Reliability	AVE	Cronbach Alpha
ES	0.792639	0.569527	0.592512
PS	0.782658	0.479486	0.654218
EI	0.879337	0.646991	0.822181

Sumber: Data diolah

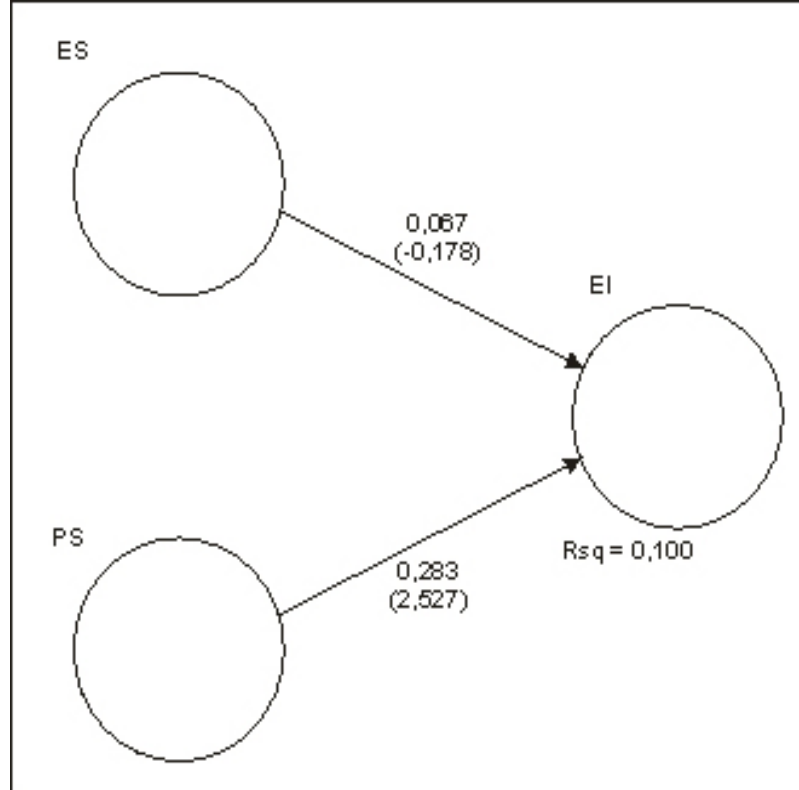
Reliabilitas variabel ES, PS, dan EI memiliki skor yang di atas dari yang dipersyaratkan (Ghozali, 2011) yaitu > 0,5. Dengan demikian ketiga variabel penelitian layak dianalisis lebih lanjut.

Tabel 5
Factor Structure Matrix of Loadings and Cross-Loadings

Scale Items	ES	PS	EI
ES2	0.5374	0.1986	0.0974
ES3	0.8182	0.3313	0.1295
ES4	0.8662	0.3627	0.1726
PS5	0.2928	0.5401	0.1387
PS6	0.2707	0.7135	0.1983
PS7	0.3234	0.8294	0.3118
PS8	0.2486	0.6552	0.1441
EI9	0.1571	0.2608	0.7942
EI10	0.0649	0.1336	0.7035
EI11	0.1338	0.2231	0.8523
EI12	0.1870	0.3179	0.8578

Sumber: Data diolah

Dengan mencermati tabel 5, terlihat bahwa setiap skor variabel teramati memiliki nilai yang di atas 0,5 dari setiap variabel konstruk yang diwakilinya. Artinya, unidimensionalitas setiap variabel teramati sudah sesuai dengan konstruk.



Gambar 2: Output SEM VPLS
Sumber: Data Diolah

Dengan menggunakan visualisasi dari model pada gambar 2, terlihat bahwa tidak terbukti adanya perbedaan hipotesis 1. Dengan demikian, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel Dukungan Emosi terhadap variabel Niat Berwirausaha.

Berdasarkan kalkulasi di gambar 2 pula, terbukti terdapat perbedaan dalam uji hipotesis 2. Dengan demikian, terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel Rangsangan Positif terhadap variabel niat berwirausaha.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian ini dimaksudkan menguji hasil temuan yang dilakukan Decker, et al. (2012). Jika penelitian Decker, et al. (2012) menguji empat hipotesis penelitian, maka pada penelitian ini mengadaptasi penelitian Decker, et al. tersebut dengan memakai hasil temuan Decker et al. yang positif terbukti.

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yang diuji oleh Decker et al. (2012) yaitu variabel Dukungan Emosi (ES) dan Rangsangan Positif (PS). Namun hasil statistik dengan teknik SEM menunjukkan bahwa hanya variabel Rangsangan Positif (PS) yang sesuai dengan penelitian Decker et al. (2012).

Penelitian ini memiliki keterbatasan antara lain, penggunaan alat analisis SEM semula berbasis metode covariance guna menguji hipotesis penelitian, namun berubah menjadi SEM hanya berbasis variance. Dengan demikian hasil penelitian ini masih dimungkinkan dilakukan penelitian lagi untuk memenuhi persyaratan pengujian hipotesis.

DAFTAR RUJUKAN

- Decker, W.H., Calo, T.J., dan Weer, C. H. (2012), "Affiliation motivation and interest in entrepreneurial careers", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 27 No. 3
- Ghozali, Imam, (2011), *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald E. Tatham, dan William C. Black, (1998), *Multivariate Data Analysis*, Fifth Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.

- Leary, M.R., Herbst, K.C. and McCrary, F. (2003), "Finding pleasure in solitary activities: desire for aloneness or disinterest in social contact?", *Personality and Individual Differences*, Vol. 35, pp. 59-68.
- Maholtra, Naresh K., (1999), *Marketing Research: an Applied Orientation*, Third Edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc
- Rauch, A. and Frese, M. (2007), "Let's put the person back into entrepreneurship research: a meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success", *European Journal of Work and Organizational Psychology*, Vol. 16, pp. 353-85.
- Zhao, H., Seibert, S.E. and Hills, G.E. (2005), "The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 90 No. 6, pp. 1265-72.

