

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi membuat kompetisi semakin ketat dan transfer pengetahuan semakin cepat. Dunia sudah memasuki peradaban dengan sebutan era kreatif yang menempatkan kreatifitas dan inovasi sebagai motor penggerak kebutuhan ekonomi, kebutuhan ekonomi sangat mutlak jika bersaing dengan dunia yang berubah dengan cepat dan tidak bisa diramalkan ini, bangsa Indonesia pun harus bekerja keras dan kreatif jika ingin menang dalam persaingan.

Semakin bertambahnya jumlah tingkat pengangguran dan tingkat kemiskinan yang semakin tinggi, membuat usaha sendiri atau menjadikan seseorang berprofesi sebagai wirausaha merupakan jalan yang sangat rasional. Kewirausahaan menurut Peggy A. Lambing dan Charles R. Kuehl dalam bukunya *entrepreneurship* adalah suatu usaha yang kreatif yang membangun suatu *value* dari yang belum ada menjadi ada dan bisa dinikmati oleh orang banyak.¹ Maka banyaknya jumlah wirausaha di Indonesia, akan membuka lapangan pekerjaan dan juga memberikan keuntungan secara pribadi serta efeknya akan terbawa kepada orang lain juga. Masyarakat harus

¹ Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga. Hlm. 30

berfikir terus untuk menemukan sesuatu yang baru yang lebih baik dan efisien, agar menang dalam persaingan dan kritik terhadap bangsa Indonesia bahwa bangsa ini kurang kreatif. Berbagai pihak harus bekerja sama dalam mengembangkan wirausaha di Indonesia sebagai salah satu cara untuk memperbaiki perekonomian Indonesia. Selain pemerintah sebagai pembuat kebijakan utama negara, banyak juga usaha yang dilakukan dari pihak luar melalui program kerja yang dibuat oleh mereka ataupun dalam bentuk perlombaan untuk mencetak wirausaha yang kreatif dan inovatif. Untuk meningkatkan peran pengusaha (*entrepreneur*) dan menggerakkan roda perekonomian nasional, Bank Indonesia (BI) melakukan program kerja berupa penciptaan wirausaha baru. Salah satunya melatih kewirausahaan dikalangan mahasiswa, Deputi Gubernur Bank Indonesia, Halim Alamsyah, didampingi pendiri Universitas Ciputra Entrepreneurship Center (UCEC), Ir. Ciputra, membuka pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa di Jakarta. Selain itu Bank Indonesia juga mengadakan program pengembangan wirausaha bertemakan *green entrepreneurship* program : *reduce, reuse* dan *recycle* atau dapat disebut juga “Wirausaha Ramah Lingkungan”.²

Deputi Gubernur Bank Indonesia Halim Alamsyah menuturkan, banyak faktor yang mempengaruhi kecepatan pertumbuhan ekonomi di suatu negara baik faktor ekonomi maupun non-ekonomi. Faktor tersebut seperti iklim (*climate*), pendidikan,

² Bank Indonesia, Percepatan Program Penciptaan Lapangan Wirausaha Baru Green Entrepreneurship Program : Reduce, Reuse, Recycle, Hlm. 1, 2012 (<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/FA7BE52A-FA49-4788-9798CD31E1346228/28074/BoksIVKewirausahaan.pdf>) diakses pada tanggal 03 Juli 2013

hak properti, ketersediaan infrastruktur, dan juga kewirausahaan. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dengan berbagai cara antara lain melalui inovasi produk dan proses produksi serta peningkatan produktifitas melalui peningkatan persaingan. Selain itu, kewirausahaan juga berperan menjembatani jurang antara pengetahuan dan pasar, menciptakan bisnis baru dan membawa produk baru ke pasar.³ Banyak pengamat memprediksi Indonesia akan menjadi salah satu negara maju dalam beberapa tahun mendatang. Namun untuk menjadi negara maju, tidak akan berjalan mulus, jika tidak didukung dengan kecukupan proporsi jumlah wirausahawan (*entrepreneur*), minimal 2% dari jumlah penduduk Indonesia.

Dalam konteks ini, peran Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi) sebagai ‘pabrik’ wirausahawan (*entrepreneur*) baru sangat sentral. Negara maju, idealnya seperti Amerika Serikat yang sudah memiliki 3,5-4% *entrepreneur* dari total jumlah penduduk. Berdasarkan jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 240 juta jiwa, baru sekitar 400 ribu yang memilih sebagai pengusaha, atau hanya sekitar 0,18%. Sedangkan lainnya lebih memilih menjadi karyawan atau pegawai negeri sipil alias PNS. Padahal menurut tokoh pengusaha Indonesia, Ir. Ciputra agar masalah kemiskinan dan pengangguran teratasi, setidaknya diperlukan 4 juta pengusaha baru di negara kita. Dengan munculnya para pengusaha, ada sebuah irisan yang

³ Agustina Melani, *BI Adakan Program Kerja Penciptaan Wirausaha Baru*, Hlm. 1, 2012 (<http://ekonomi.inilah.com/read/detail/1900503/bi-adakan-program-kerja-penciptaan-wirausaha-baru>) diakses pada tanggal 07 September 2012

bersambung bahwa lapangan kerja semakin terbuka lebar. Jika dari 4 juta pengusaha masing-masing membutuhkan 10 tenaga kerja saja, berarti akan ada 40 juta orang yang bisa dikaryakan. Dengan begitu pengangguran akan berkurang. Secara matematis, ketika pengangguran berkurang, tingkat kemiskinan pun akan mengikuti berkurang juga.⁴ Zimmerer menyatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha⁵ maka Universitas Negeri Jakarta juga ikut berperan dalam pengembangan kewirausahaan yaitu program-program rintisan menuju Universitas Negeri Jakarta Berwawasan Wirausaha (UNJ-BW). Diharapkan lewat program ini civitas akademika dapat memperoleh finansial tetap dari hasil usahanya yang berbasis akademik yang beragam. Program ini sebagai upaya civitas akademika universitas untuk membangun budaya kewirausahaan berbasis akademik. Program ini diantaranya sebagai institusi

⁴ Fathur Anas, *Wirausaha Muda dan Kemajuan Ekonomi Bangsa*, Hlm. 1, 2012 (<http://news.okezone.com/read/2012/08/13/58/676816/wirausaha-muda-dan-kemajuan-ekonomi-bangsa>) diakses pada tanggal 07 September 2012

⁵ Thomas W. Zimmerer. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. (New York : Prentice Hall, 2007). Hlm. 41

memperoleh keuntungan (*benefit*) dari dinamika kegiatan akademik berkualitas, kompetitif dan modern sebagai kontributor iptek dan seni bagi sistem pendidikan nasional yang inovatif dan sebagai penyedia dan pengelola sumber daya manusia dengan kemampuan profesional dan sebagai mitra yang mampu menyediakan berbagai layanan pendidikan bagi kepentingan *stakeholders*.

Untuk mendukung rintisan tersebut, sejak tahun 2000 telah dimulai Pelatihan Manajemen Mutu Terpadu, dilanjutkan dengan Pelatihan Proses Akselerasi Perubahan (2002), lokakarya Enterpreneurial University (2002), Perbaikan Manajemen Internal (2003), lokakarya Manajing Successful University (2004). Hingga sampai saat ini program tersebut bernama PMW yaitu (Program Mahasiswa Kewirausahaan).⁶ Selain itu, usaha aktif juga dijalankan oleh pemerintah. Salah satunya dengan gencar mensosialisasikan Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) gencar dikampanyekan oleh pemerintah yang sudah dicanangkan sejak tanggal 2 Februari 2012 dengan melibatkan 13 (tiga belas) kementerian. Hal ini melihat kenyataan dalam masyarakat bahwa sebagian besar lulusan Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta lebih cenderung berperan sebagai pencari kerja (*job seeker*) daripada pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*). Program tersebut merupakan

⁶ Jurnalnet.com, Menuju UNJ berwawasan wirausaha bukan bentuk lembaga bisnis, Hlm. 1, 2006 (<http://www.jurnalnet.com/konten.php?nama=BeritaUtama&topik=5&id=858>) diakses pada tanggal 20 Juni 2013

komitmen pemerintah untuk mendorong generasi muda menjadi wirausaha handal dan menjadi generasi yang menciptakan pekerjaan bukan mencari pekerjaan.⁷

Dengan bertambahnya jumlah wirausaha di Indonesia, juga berdampak positif terhadap perkembangan perekonomian nasional dan mengurangi jumlah angka kemiskinan serta mempertinggi jumlah penghasilan per kapita bangsa Indonesia. Secara sistematis, pemerintah terus menggulirkan Gerakan Kewirausahaan Nasional untuk meningkatkan jumlah wirausahawan (*entrepreneur*) Indonesia dari 1,56% - 2%. Prakoso memaparkan, wirausahawan adalah seseorang yang menemukan produk dan jasa baru, yang belum ada di pasar dan bisa memberikan nilai tambah. Wirausaha bisa tumbuh bukan hanya sekedar orang-orang yang sulit mendapatkan pekerjaan ataupun orang-orang telah berhenti dari pekerjaan sebelumnya, melainkan wirausaha bisa tumbuh pada seseorang yang masih aktif dalam bangku pendidikan, misalnya seseorang yang masih berstatus “mahasiswa”. Keinginan berwirausaha ini tumbuh dengan sendirinya oleh karena keinginan seseorang yang ingin mendapatkan kehidupan yang lebih baik lagi, khususnya dalam perekonomian. Banyak sekarang ini tumbuhnya wirausahaan muda yang sukses dan mandiri dikalangan mahasiswa, wirausaha yang mereka jalani ini adalah bentuk usaha kemandirian mereka dalam meningkatkan perekonomiannya, serta adanya keinginan yang kuat untuk bisa

⁷ Bank Indonesia, Percepatan Program Penciptaan Lapangan Wirausaha Baru Green Entrepreneurship Program : Reduce, Reuse, Recycle. Hlm. 1, 2012 (<http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/FA7BE52A-FA49-4788-9798CD31E1346228/28074/BoksIVKewirausahaan.pdf>) diakses pada tanggal 03 Juli 2013

mewujudkan mimpi-mimpi mereka, salah satunya adalah ingin membahagiakan kedua orangtuanya.

Mahasiswa adalah individu yang belajar dan menekuni disiplin ilmu yang ditempuhnya secara mantap, dimana didalam menjalani serangkaian perkuliahan sangat dipengaruhi oleh kemampuan mahasiswa itu sendiri, karena pada kenyataannya diantara mahasiswa ada yang sudah bekerja atau disibukkan oleh kegiatan organisasi kemahasiswaan. Mahasiswa yang bekerja atau memulai suatu usaha yang di dorong oleh keinginannya menciptakan suatu tindakan yang baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain, khususnya dalam perekonomiannya. Biasanya mahasiswa yang mulai menyalurkan bakatnya dibidang seni maupun usahanya berusia sekitar 18-21 tahun, yang mana dasar pemikiran mereka ingin terjun dalam suatu wirausaha yaitu ingin menyalurkan minat mereka atau kesenangannya (*hobby*), ingin berusaha mandiri dalam keuangan (*financial*) maupun dalam disiplin dalam menjalankan kehidupannya, serta yang paling utama adalah ingin mendapatkan keuntungan agar bisa menambah uang saku mereka, itupun dari hasilnya sendiri maupun dari orang tuanya. Bagi sebuah negara berkembang seperti Indonesia, tumbuhnya jumlah wirausahawan, menjadi salah satu lokomotif penarik pertumbuhan ekonomi. Dengan lebih banyak wirausahawan, lapangan pekerjaan otomatis akan bertambah. Lapangan pekerjaan akan diisi oleh banyak penduduk yang kesulitan

mendapat pekerjaan.⁸ Wirausaha menjadi sebuah alternatif pemecahan masalah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia. Tak bisa dipungkiri bahwa banyak faktor yang mempengaruhi tumbuhnya wirausaha. Diantaranya adalah tekanan ekonomi dan pengaruh faktor sosial yang dialami oleh rakyat Indonesia. Faktor ekonomi merupakan salah satu indikator kesejahteraan hidup. Di sisi lain, faktor ini dapat menimbulkan tekanan dalam kehidupan keluarga sebagai dampak dari krisis yang berkepanjangan. Penyebab tekanan ekonomi antara lain kehilangan pekerjaan, pendapatan rendah yang tidak mencukupi kebutuhan hidup, dan tidak stabilnya aset dengan hutang. Kebutuhan hidup yang semakin melonjak dapat menimbulkan tekanan baik fisik maupun mental terhadap anggota keluarga.⁹

Berdasarkan hal yang telah dijelaskan diatas, dapat dilihat bahwa timbulnya tekanan ekonomi dikarenakan kehilangan pekerjaan, pendapatan rendah yang tidak mencukupi kebutuhan hidup, dan tidak stabilnya aset dengan hutang. Karena tekanan ekonomi pada dasarnya semakin hari semakin berat, yang mana menyebabkan masyarakat berpikir keras untuk mencari cara agar bisa bertahan hidup. Banyak orang yang frustrasi karena tekanan ekonomi ketika mencari pekerjaan menjadi hal yang sangat sulit maka munculah ide untuk membuat usaha sendiri atau menjadi wirausaha.

⁸ Adiatmaputra Fajar Pratama, Indonesia Masih Butuh Satu Juta Wirausahawan, Hlm. 1, 2012 (<http://www.tribunnews.com/2012/09/06/indonesia-masih-butuh-satu-juta-wirausahawan>) diakses pada tanggal 07 September 2012

⁹ Institute Pertanian Bogor, Hlm. 2, 2012 (http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/54401/112hsy_BAB%20I%20Pendahuluan.pdf?sequence=5) diakses pada tanggal 07 September 2012

Pengaruh faktor sosial bisa menjadi salah satu faktor penting dalam mendorong orang melakukan suatu tindakan ekonomi yaitu dalam berwirausaha. Pengaruh sosial bisa datang dari berbagai arah mulai mulai keluarga, teman, komunitas, dan masyarakat. Karena pada dasarnya individu adalah seorang makhluk yang secara tidak sadar berperilaku sesuai dan di dikte oleh lingkungan sekitarnya melalui proses interaksi, memperhatikan, dan proses merenung. Menurut Charles H Cooley dalam teori cerminnya ada tiga komponen yang membuat seorang individu tertular (*ter-influence*) yaitu pertama, kita membayangkan penampilan kita dimata orang lain. Kedua, kita membayangkan apa yang seharusnya mereka nilai berkenaan dari penampilan kita. Ketiga, kita membayangkan semacam perasaan diri tertentu seperti rasa harga diri atau rasa malu, sebagai akibat dari bayangan kita mengenai penilaian oleh orang lain. Jadi, pada intinya pengaruh sosial sangat mempengaruhi tindakan perilaku kita dalam melakukan suatu tindakan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor mempengaruhi seseorang untuk memulai untuk membuat usaha sendiri secara mandiri atau disebut dengan berwirausaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keinginan berwirausaha yaitu dikarenakan adanya pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi yang dialami individu (masing-masing orang) atau si aktor tersebut.

1.2 Permasalahan Penelitian

Dalam penelitian ini pengaruh sosial dan tekanan ekonomi dianggap sangat penting dalam mendorong keinginan berwirausaha karena sifat dari keduanya ini yang cair dan tak terlihat, terkadang tidak kita rasakan namun akan muncul dipikiran kita untuk bertindak. Hal itu didasarkan karena pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi bisa ditimbulkan dari proses sosialisasi. Biasanya timbulnya tekanan ekonomi dikarenakan kehilangan pekerjaan, pendapatan rendah yang tidak mencukupi kebutuhan hidup, dan tidak stabilnya aset dengan hutang. Sementara pengaruh faktor sosial bisa jadi pemicu timbul keinginan berwirausaha karena bisa datang dari berbagai arah mulai keluarga, teman, komunitas, dan masyarakat. Pada dasarnya individu atau aktor adalah seorang makhluk yang secara tidak sadar berperilaku sesuai dan didikte oleh lingkungan sekitarnya melalui proses interaksi, memperhatikan, dan proses merenung.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa faktor mempengaruhi masyarakat untuk memulai untuk membuat usaha sendiri secara mandiri atau disebut dengan berwirausaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat keinginan berwirausaha yaitu dikarenakan pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi yang dialami individu. Oleh karena itu, pertanyaan penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh sosial (X1) terhadap keinginan berwirausaha (Y) ?
2. Bagaimana pengaruh tekanan ekonomi (X2) terhadap keinginan berwirausaha (Y)?
3. Bagaimana pengaruh sosial (X1) dan tekanan ekonomi (X2) terhadap keinginan berwirausaha (Y)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana pengaruh adanya pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha, dan khususnya untuk para awal orang-orang atau masyarakat yang baru ingin terjun dalam dunia wirausaha. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah mengungkapkan dan menggambarkan:

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh faktor sosial, sehingga menimbulkan keinginan berwirausaha.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh tekanan ekonomi, sehingga menimbulkan keinginan berwirausaha.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh keduanya dari pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi, sehingga menimbulkan keinginan berwirausaha.

1.4 Signifikansi Penelitian

Signifikansi ini diharapkan dapat diperoleh signifikansi penelitian yang positif baik secara akademis maupun praktis:

1. Signifikansi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan akademik bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang sosiologi khususnya sosiologi ekonomi, terutama yang berhubungan dengan bidang kewirausahaan.

2. Signifikansi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran kewirausahaan dalam meningkatkan perekonomian yang lebih baik, khususnya bagi masyarakat dan menjadi referensi bagi masyarakat maupun mahasiswa, jika ingin berwirausaha disela aktivitas kegiataannya agar mendapatkan uang tambahan.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Pada dasarnya kewirausahaan menjadi sebuah cerminan adanya usaha dari masyarakat kecil maupun yang sudah berada dalam meningkatkan taraf kehidupan yang lebih baik. Agar penelitian ini bisa berkembang, maka perlu adanya referensi yang terkait mengenai masalah ini, diantaranya :

Studi mengenai “*Wirausaha sebagai pilihan profesi pekerjaan, penelitian survey kewirausahaan pada mahasiswa FEUI tahun terakhir*”.¹⁰ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui alasan-alasan yang menyebabkan mahasiswa sebagai kelompok berpendidikan tinggi merasa enggan untuk menjadi wirausaha. Sampel dari penelitian ini diambil dari populasi mahasiswa FEUI tahun akhir yang berjumlah 100 responden. Penelitian diarahkan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang mahasiswa harapkan dari suatu profesi. Kemudian juga diteliti faktor-faktor lingkungan dan faktor dalam diri mahasiswa serta hubungannya dengan minat mereka untuk menjadi wirausaha. Variable-variabel penelitiannya antara lain, pertama faktor lingkungan: latar belakang profesi keluarga, pengalaman organisasi, dan pengalaman kerja. Kedua adalah faktor dalam diri mahasiswa: persepsi, pengetahuan kewirausahaan, sikap pada dunia wirausaha, *locus of control*, dan kebiasaan mengambil resiko. Alat penelitian yang digunakan berupa kuesioner.

¹⁰ Andi Ardian A.Pallampa. *Wirausaha Sebagai Pilihan Profesi Pekerjaan : Penelitian Survey Kewirausahaan Pada Mahasiswa FEUI Tahun Terakhir*. Skripsi.Depok. Jurusan Ekonomi. (Universitas Indonesia. Jakarta, 2008.

Dari hasil analisa diperoleh kesimpulan, ternyata dalam menentukan profesi yang akan ditempuh mahasiswa FEUI mendasarkan pada pertimbangan besarnya penghasilan, jenjang karir, dan kesempatan untuk pengembangan pribadi. Tetapi, mereka juga merasa enggan untuk langsung menjadi wirausaha setelah lulus, walaupun mereka menganggap profesi wirausaha mampu memenuhi keinginan-keinginan tersebut. Ini dikarenakan mereka merasakan adanya unsur resiko dan ketidakpastian dalam berwirausaha. Kemudian hasil penelitian juga menunjukkan adanya hubungan latar belakang profesi keluarga mahasiswa dengan minat mereka untuk menjadi wirausaha, jadi dapat dikatakan mahasiswa yang memiliki keluarga wirausaha lebih berminat menjadi wirausaha dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak memiliki keluarga wirausaha. Untuk faktor dalam diri mahasiswa, ternyata mahasiswa yang mengerti cara mendirikan badan usaha juga lebih berminat untuk menjadi wirausaha jika dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mengerti. Mahasiswa yang memiliki sikap positif terhadap dunia wirausaha juga terbukti lebih berminat untuk menjadi wirausaha jika dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki sikap negatif. Terakhir, hasil penelitian menunjukkan sebagian besar mahasiswa yang berminat menjadi wirausaha memiliki sifat pengambilan resiko moderat serta *locus of control* internal.

Penelitian sejenis yang kedua yaitu “*Upaya Penumbuhan Wirausaha Baru: Masalah dan Pendekatannya*”.¹¹ Pembahasan dalam jurnal ini adalah tentang adanya masalah yang terjadi dalam kewirausahaan dan wirausaha, dimana adanya faktor kritis yang banyak tercakup dalam aspek sikap dan perilaku, yang mana diperlukan untuk mendukung upaya maupun tindakannya dalam melakukan kegiatan usaha atau berbisnis. Kata wirausaha dianggap memiliki kaitan erat dengan aspek pertumbuhan dan kapitalisasi yang tinggi, sehingga bisnis atau usaha yang akan dikembangkan seorang wirausaha diharapkan memiliki potensi dan menghasilkan output tinggi apabila dibandingkan dengan orang biasa. Wirausaha juga mempunyai kaitan dengan pengertian pelaksanaan kegiatan inovatif dan pengelolaan proses secara kreatif, dalam rangkain menemukan produk dan pasar baru. Kata wirausaha juga mengandung arti akan adanya pengenalan tentang peluang potensial sebagai jantung dalam konsep kewirausahaan. Orientasi kajian terkait dengan masalah organisasi baru, yang keberhasilannya akan sangat ditentukan oleh bagaimana suksesnya seorang wirausaha mengelola organisasi bisnisnya. Pengelolaan organisasi berarti pengelolaan sejumlah komponen yang membangun organisasi bersangkutan, dan untuk itu diperlukan pengenalan tentang faktor kritisnya. Semua itu tidak lain dimaksudkan untuk menghasilkan keluaran (*output*) dari sejumlah masukan yang diperoleh (umumnya tidak lengkap). Keterkaitan antara wirausaha dengan kewirausahaan itu kembali lagi pada definisi wirausaha itu sendiri. Melalui

¹¹ Soebroto Hadisoegondo. *Upaya Penumbuhan Wirausaha Baru: Masalah dan Pendekatannya*. Jurnal. (Jakarta, 2006).

kemampuan dan kompetensinya dan juga semangat yang dimilikinya yaitu bahwa setiap wirausaha akan berupaya secara maksimal menemukan berbagai peluang. Dengan adanya hal tersebut akan dapat membantunya melakukan kegiatan pengelolaan sumberdaya yang tersedia secara efektif, dengan memakai berbagai sarana pendukung, agar dapat menghasilkan produk atau output secara inovatif dan kreatif. Semua itu terkait dalam lingkup peluang yang tersedia. Perbedaan yang terjadi karena keragaman dalam kemantapan atau bobot komponen terkait. Oleh karena itu, semua ini berhubungan dengan upaya menghasilkan nilai tambah yang penting dalam kaitan menyumbang pada dinamika dan kualitas perekonomian suatu Negara, karena jumlah wirausaha dapat dijadikan sebagai salah satu indikator untuk menilai kualitas dan dinamika organisasi perekonomian suatu Negara.

Studi yang ketiga adalah “*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Minat Berwirausaha*”.¹² Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motivasi mahasiswa dan pengaruh faktor-faktor motivasi terhadap minat berwirausaha. Target populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNDIP yang telah mengambil mata kuliah wirausaha. Jumlah sampel yang digunakan ada 142 mahasiswa. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda, dimana alat analisis ini digunakan untuk memahami sejauh mana pengaruh toleransi akan resiko, keberhasilan diri dalam berwirausaha, dan kebebasan dalam bekerja

¹² Aditya Dion Mahesa. *Analisis Fator-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Minat Berwirausaha Studi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponogoro Semarang*. Skripsi Jurusan: Fakultas Ekonomika dan Bisnis. (Universitas Diponogoro Semarang : Semarang, 2012).

terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha. Penelitian ini akan menganalisis tentang perbedaan minat berwirausaha antara mahasiswa dengan latar belakang orang tua yang bekerja sebagai pengusaha (*entrepreneur*) dan non-pengusaha (*non-entrepreneur*). Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa seluruh variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneur*. 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. Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh para *entrepreneur* yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan. Sehingga, lapangan yang mampu pemerintah siapkan pun sangatlah terbatas dan sulit untuk memenuhi seluruh masyarakat di Indonesia. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan persoalan penting di dalam perekonomian suatu bangsa yang sedang berkembang.

Sementara itu dalam penelitian ini terdapat perbedaan antara fokus penelitian terdahulu dengan apa yang peneliti kaji. Perbedaannya adalah pada fokus penelitian dimana penelitian terdahulu lebih condong ke arah motivasi individu untuk membangun kewirausahaan, sementara penelitian ini memfokuskan pada pengaruh

yang ada dari luar diri individu dimana pengaruh itu berupa pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi. Dalam pola pikir peneliti motivasi terdapat didalam diri setelah individu mendapatkan rangsangan dari luar sementara pengaruh berada di luar diri seseorang dan ketika masuk ke dalam diri individu, individu akan merespon kearah mana dia melaksanakan pengaruh tersebut kearah positif atau kearah negatif.

1.6 Kerangka Teoritis

1.6.1 Pengaruh Faktor Sosial dan Keinginan Seseorang Berwirausaha

Teori Interaksionisme Simbolis memahami realitas sebagai suatu interaksi yang dipenuhi berbagai simbol. Kenyataan merupakan interaksi interpersonal yang menggunakan simbol-simbol. Penekanan pada struktur oleh dua teori makro yang dibahas sebelumnya, yaitu struktural fungsional dan struktur konflik, telah mengabaikan proses interpretatif di mana individu secara aktif mengkonstruksikan tindakan-tindakannya dan proses interaksi di mana individu menyesuaikan diri dan mencocokkan berbagai macam tindakannya dengan mengambil peran dan komunikasi simbol.¹³

Untuk mengasumsikan teori interkasionisme simbolis, menurut Turner ada empat asumsi dari teori interkasionisme simbolis, yaitu : Manusia adalah makhluk

¹³ Johson, P. J. 1981. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern. Jilid 1*. Jakarta : Gramedia, Hlm: 54

yang mampu menciptakan dan menggunakan simbol. Tindakan sosial dipahami suatu tindakan individu yang memiliki arti atau makna (meaning) subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain. Dalam proses melakukan tindakan sosial terdapat proses pemberian atau pemaknaan. Proses pemberian arti atau pemaknaan menghasilkan simbol. Ketika tindakan sosial dilakukan oleh dua orang atau lebih maka pada saat itu dua anak manusia atau lebih sedang menggunakan atau menciptakan simbol.

Manusia menggunakan simbol untuk saling berkomunikasi. Manusia menciptakan simbol melalui pemberian nilai atau pemaknaan terhadap sesuatu (baik berupa bunyi, kata gerak tubuh, benda atau hal yang lainnya). Sesuatu yang telah diberi nilai atau makna disebut dengan simbol. Melalui simbol tersebut manusia bisa saling berkomunikasi, contoh yang paling jelas dan tegas adalah bahasa. Bahasa adalah simbol utama yang diperlukan dalam berkomunikasi, oleh sebab itu pemakaian bahasa dalam berkomunikasi adalah yang utama yang mana akan berjalan dengan lancar apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi menggunakan simbol yang dapat dipahami secara bersama.

Manusia berkomunikasi melalui pengambilan peran (role taking). Pengambilan peran (role taking) merupakan proses pengambilan peran yang mengacu pada bagaimana kita melihat situasi sosial dari sisi orang lain di mana dari dia kita akan memperoleh respon. Dalam proses pengambilan peran, seseorang menempatkan dirinya dalam kerangka berpikir orang lain dan seseorang

mempertimbangkan atau mengantisipasi peran orang lain yang dianggap sesuai dengan kebutuhan atau sering muncul dalam hidupnya, yang disebut *significant other*. Masyarakat terbentuk, bertahan dan berubah berdasarkan kemampuan manusia untuk berpikir, untuk mendefinisikan, untuk melakukan refleksi diri dan untuk melakukan evaluasi. Masyarakat dibentuk, dipertahankan dan diubah berdasarkan kemampuan manusia yang dikembangkan melalui interaksi sosial. Kemampuan manusia dalam berpikir, mendefinisikan, refleksi-diri, dan evaluasi berkembang melalui interaksi sosial. Jadi, proses interaksi sosial adalah sangat penting dalam mengembangkan kemampuan manusia. Dengan kemampuan tersebut, melalui interaksi juga, manusia membentuk, mempertahankan dan merubah masyarakat, misalnya dalam pengambilan keputusan berwirausaha dibentuk, dipertahankan dan diubah melalui kemampuan aktor-aktor, yang membentuknya dalam berpikir, mendefinisikan, refleksi diri dan evaluasi melalui interaksi sosial.

1.6.2 Pengaruh Tekanan Ekonomi dan Keinginan Seseorang Berwirausaha

Tekanan ekonomi menjadi salah satu faktor yang paling penting dalam berjalannya suatu usaha atau berwirausaha. Didalam tekanan ekonomi yang terjadi terdapat perilaku ekonomi dan tindakan ekonomi. Motif dalam perilaku ekonomi ini dijelaskan dari adanya perspektif utilitarian yang pada dasarnya beranggapan bahwa seseorang aktor selalu bertindak secara rasional, berusaha memaksimalkan

keuntungan, serta menekan serendah mungkin risiko dan biaya yang harus ditanggung. Dalam perspektif utilitarian, Veblen memfokuskan perhatian pada memotivasi sejumlah perilaku ekonomi. Ia memelopori tradisi “ekonomi institusional” yang mana fokus pada bentuk-bentuk legal pembangunan dan pemerintahan. Thorstein Veblen juga memfokuskan perhatiannya terhadap kondisi manusia yang merupakan pencari status. Veblen melihat masyarakat sebagai arena raksasa tempat orang-orang berusaha mendapatkan penerimaan sosial (*social approval*).¹⁴ Dengan demikian Veblen ini menghubungkan antara variabel status dan perilaku ekonomi dalam tindakan sosial, dimana hubungan yang terkait menjadi suatu bentuk perilaku ekonomi khususnya dalam bermulai membuka wirausaha.

Veblen melihat seseorang cenderung berfikir rasional tentang pemilihan keputusan berwirausaha, jika seseorang sudah tidak punya pilihan seperti adanya PHK dan pensiun, hanya ada satu kesempatan yang bisa dilakukan untuk menambah pendapatan yaitu melakukan usaha menjadi wirausahawan dengan motif-otif ekonomi tertentu.

¹⁴ Sindung Haryanto. *Sosiologi Ekonomi*. (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2011). Hlm.74

1.7 Definisi Konseptual

1.7.1 Faktor Sosial

Pengaruh faktor sosial adalah suatu tekanan atau dorongan yang datangnya bersumber dari masyarakat yang datang melalui proses interaksi dengan orang lain, proses melihat, dan proses merenung. Biasanya faktor sosial tersampaikan melalui agen-agen sosial seperti keluarga, teman, dan komunitas. Menurut Charles H Cooley dalam teori cerminnya ada tiga komponen yang membuat seorang individu tertular (*ter-influence*) yaitu pertama, kita membayangkan penampilan kita dimata orang lain. Kedua, kita membayangkan apa yang seharusnya mereka nilai berkenaan dari penampilan kita. Ketiga, kita membayangkan semacam perasaan diri tertentu seperti rasa harga diri atau rasa malu, sebagai akibat dari bayangan kita mengenai penilaian oleh orang lain. Pengaruh faktor sosial sering tidak disadari namun terasa efeknya, dan biasanya dipakai untuk mengendalikan tingkah laku masyarakat agar berperilaku sama dengan masyarakat dimana individu hidup. “Paksaan” bisa berupa proses-proses seperti memperlihatkan atau diperlihatkan apa yang sudah diperoleh, menawarkan, menasehati, membimbing, atau diperbincangkan secara terus menerus, dan ini sebagai suatu proses yang lahir dari kebutuhan individu karena pada dasarnya individu akan selalu berusaha mengikuti nilai atau keadaan yang berlaku di dalam suatu tatanan masyarakat.

Pada prosesnya pengaruh faktor sosial mempunyai tahapan-tahapan hingga sampai kepada munculnya tindakan dan pemeliharaan atas tindakannya dalam hal ini

berwirausaha. Praperenungan (*prakontemplasi*) adalah tahap ketika tidak ada maksud untuk mengubah perilaku di masa depan yang dapat diketahui dari sekarang. Kebanyakan individu pada tahap ini tidak atau kurang menyadari masalah mereka. Namun demikian keluarga, teman atau saudara dan orang terdekatnya menyadari orang yang melakukan praperenungan itu memiliki masalah. Apabila para prakontemplator (orang yang melakukan praperenungan) itu meminta bantuan, mereka sering melakukannya karena tekanan orang lain dan biasanya mereka merasa dipaksa untuk berubah. Berikutnya adalah, Perenungan (*kontemplasi*) adalah tahap ketika orang menyadari bahwa masalah memang ada dan berfikir sungguh-sungguh untuk mengatasinya, tetapi belum membuat suatu komitmen untuk melakukan tindakan. Ketiga adalah Persiapan adalah tahap yang mengkombinasikan kriteria maksud dan perilaku. Individu dalam tahap ini bermaksud melakukan tindakan dengan segera. Keempat adalah Tindakan, dimana tahap ketika individu memodifikasi perilaku, pengalaman, dan atau lingkungan mereka dalam rangka mengatasi masalah mereka. Kelima dan yang terakhir adalah Pemeliharaan Usaha Perubahan adalah tahap ketika orang bekerja untuk mencegah kekambuhan dan mengonsolidasikan hasil yang diperoleh selama tindakan. Terdapat beberapa faktor-faktor sosial pendorong munculnya niat berwirausaha yaitu konteks dalam keluarga, konteks kerabat dan teman, kolektivitas kelompok, serta konteks masyarakat.

- Faktor keluarga adalah seseorang yang sudah terbiasa dengan dunia perdagangan karena mempunyai latar belakang keluarga yang sudah memiliki

bisnis sendiri. Seseorang yang berasal dari keluarga dengan latar belakang bisnis atau sudah mempunyai bisnis sendiri maka orang tersebut akan mengobesrvasi proses wirasusaha ayah dan ibunya. Selain itu dukungan dari keluarga menjadikan orang tersebut lebih tertarik dengan pekerjaan yang mempunyai tingkat fleksibilitas dan independen yang tinggi.¹⁵ Mahasiswa dengan orangtua yang berwirausaha memiliki intensi berwirausaha karena orangtua mereka sebagai model panutan. Anak – anak yang mempunyai pandangan kewirausahaan dan berasal dari keluarga wirausahawan akan mempunyai pandangan yang positif dan realistik terhadap persyaratan yang diperlukan untuk menjadi seorang pengusaha. Orang-orang yang mempunyai dukungan keluarga yang kuat akan siap menghadapi kemampuan dan sumber daya yang diperlukan dalam berwirausaha. Mereka akan lebih stabil jika mereka mengejar karir sebagai pengusaha. Seseorang yang sebelumnya telah terbentuk di lingkungan keluarga yang memiliki bisnis akan mempengaruhi perilaku seseorang untuk menjadi seorang pengusaha.¹⁶ Mereka yang telah berpengalaman dalam bisnis keluarga lebih memiliki persepsi desirability (yaitu keinginan yang kuat dalam memulai bisnis) dan persepsi feasibility (yaitu kepercayaan diri seseorang jika ia mampu dan akan berhasil dalam

¹⁵ J.A.M León, F.J.P Descals and J.F.M Domínguez, The Psychosocial Profile Of The University Entrepreneur, h. 73, 2007 (<http://www.psychologyinspain.com/content/full/2007/11007.pdf>) diakses pada tanggal 4 agustus 2013

¹⁶ Vesa Routamaa & Anna-Leena Rissanen, Family Background and Entrepreneurial Capacity, Hlm. 2, 2003 (<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/2004/paper78.pdf>) diakses pada tanggal 4 agustus 2013

menjalankan suatu bisnis). Ketika seseorang telah memiliki pengalaman dalam berwirausaha yang didapatkan dari keluarganya maka ia akan lebih mengetahui kesulitan apa yang akan dihadapi dalam berwirausaha. Selain itu kegagalan orang tua dalam berbisnis dan berganti-ganti bisnis berpengaruh positif terhadap sikap individu yang mengarah kepada kewirausahaan.¹⁷

- Faktor dukungan kerabat atau teman, Icek Ajzen dalam Theory Of Planned Behaviour menjelaskan pilihan dalam berkarir dan dukungan sosial (subjective norms) dapat memprediksi keinginan berwirausaha. Dukungan sosial merupakan kepercayaan dan ekspektasi seseorang bahwa ia akan mendapatkan dukungan untuk memulai sebuah bisnis baru dari kerabat dekat “belonging group” (saudara kandung, pasangan dan teman) dan dari kelompok “reference” seperti teman dan kolega, karena dalam dukungan ini terdapat bentuk-bentuk pengembangan kerjasama dalam memulai berwirausaha. Dalam Dukungan sosial sangat penting dalam menjelaskan perilaku kewirausahaan seseorang.¹⁸

¹⁷ Anuradha Basu and Meghna Virick, Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students, Hlm.80, 2007 (<http://www.nciia.net/conf08/assets/pub/basu2.pdf>) diakses pada tanggal 4 Agustus 2013

¹⁸ Icek Ajzen, The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes, Hlm. 50, 1991 (<http://people.umass.edu/aizen/publications.html>) diakses pada tanggal 4 Agustus 2013

- Nilai kolektivisme kelompok adalah nilai yang berhubungan dengan ketergantungan emosional seseorang pada suatu kelompok dimana orang tersebut merupakan bagian dari kelompok tersebut dan mengidentifikasi kelompok tersebut. Schwartz menyatakan kolektivisme menekankan pada tradisi dan confirmity. Tradisi adalah dimana seseorang menerima perannya di kehidupan dan memegang tradisi sebagai pedoman hidup. Sedangkan confirmity adalah sikap dan perilaku menghargai orang sudah lama dalam kelompoknya atau yang lebih tua. Dalam hal ini seseorang yang mempunyai kelompok akan memiliki persamaan daya tarik dan kebutuhan. Orang-orang yang mempunyai kelompok yang kuat juga akan siap menghadapi kemampuan dan sumber daya yang diperlukan dalam berwirausaha. Mereka akan lebih stabil jika mereka mengejar karir sebagai pengusaha. Karena sebelumnya telah terbentuk di suatu tatanan kelompok yang memiliki jaringan informasi yang luas, sumber daya lingkungan, dan lain-lain yang akan mempengaruhi perilaku seseorang untuk menjadi seorang pengusaha.¹⁹
- Citra kewirausahaan (*sosial performance*) yang terkonstruksi secara kognitif tentang kewirausahaan. Konstruksi ini meliputi faktor-faktor: persepsi tentang sikap masyarakat terhadap wirausaha, persepsi tentang kehidupan

¹⁹ J.A.M León, F.J.P Descals and J.F.M Domínguez, The Psychosocial Profile Of The University Entrepreneur, Hlm. 77, 2007 (<http://www.psychologyinspain.com/content/full/2007/11007.pdf>) diakses pada tanggal 4 agustus 2013

wirausahawan, dan persepsi tentang potensial payoff dari dunia usaha dan konstruksi realitas kewirausahaan. Hal ini menjadikan seseorang berkeinginan untuk melakukan kegiatan ekonomi dalam hal ini berwirausaha.

1.7.2 Tekanan Ekonomi

Tekanan ekonomi adalah situasi dimana dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari tidaklah tercukupi dan karena ketidakseimbangan asset dan hutang yang ada, dan hal ini memicu seseorang untuk melakukan tindakan sosial. Tindakan Ekonomi adalah segala usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas dengan pertimbangan yang baik berdasarkan skala prioritas untuk mencapai kemakmuran. Tindakan ekonomi menurut Granovetter merupakan tindakan yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jejaring sosial personal yang sedang berlangsung diantara para aktor (pelaku) ekonomi. Perilaku yang dimaksudkan tidak hanya terbatas pada tindakan aktor (pelaku) individual saja, tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi, yang ada dalam suatu jaringan hubungan sosial.²⁰

Tindakan ekonomi ini bisa berupa rasional, tradisional dan spekulatif rasional, dan hal yang dilakukan oleh seorang wirausahawan adalah tindakan ekonomi rasional dimana seorang individu atau aktor mempertimbangkan alat yang tersedia untuk

²⁰ Sindung Haryanto, Sosiologi Ekonomi, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2011), Hlm 42.

mencapai tujuan yang ada. Dalam berwirausaha pastinya ada tindakan ekonomi didalamnya, dimana di dalam tindakan ekonomi tersebut, orang-orang yang berwirausaha mempunyai peluang atau kesempatan yang ada untuk memulai berwirausaha, peluang tersebut bukannya hanya dari kesempatan yang mereka miliki tetapi karena adanya modal lebih yang ada. Modal dalam hal ini bisa berupa financial (keuangan) ataupun secara ketersediaan bahan untuk berwirausaha. Selain itu tekanan ekonomi terjadi karena faktor keterpaksaan dan keadaan atau kondisi seseorang semisal PHK, pensiun, ketidakseimbangan asset dan hutang, dan mengagur atau belum bekerja akan membuat seseorang lebih besar mengarah ke *entrepreneur* karena sudah tidak ada pilihan lagi untuknya. Membuka peluang yang baru untuk memulai wirausaha dan dengan adanya usaha sampingan ini orang-orang tersebut menjadikan usaha itu sebagai kebutuhan.

Kebutuhan ini mempunyai makna bagi orang-orang yang berwirausaha tersebut, yaitu kebutuhan dijadikan alat untuk mendapatkan keuntungan, dimana dengan mereka berwirausaha pastinya mengharapkan keuntungan dari hasil yang mereka jual, sebab itulah keuntungan tersebut dijadikan sebagai kebutuhan oleh para pelaku usaha tersebut. Selain itu pangsa pasar juga mempengaruhi dalam keinginan berwirausaha, masyarakat yang dalam hal ini menjadi pembeli ikut dalam proses pengambilan keputusan seseorang pada persiapan kegiatan-kegiatan memulai

berwirausaha tersebut yaitu proses pengambilan keputusan dan proses kegiatan fisik atau dalam hal ini memulai berwirausaha.²¹

1.7.3 Keinginan Berwirausaha

Sebelum memulai dengan berwirausaha, biasanya seseorang memiliki motif-motif ekonomi. Motif Ekonomi adalah keinginan atau alasan yang mendorong manusia untuk melakukan tindakan ekonomi atau kegiatan ekonomi baik dari dalam diri manusia maupun dari luar/lingkungan. Sedangkan motif ekonomi menurut para ahli motif ekonomi bisa dilihat dari perspektif utilitarian dan perspektif embeddedness. Adapun motif ekonomi dibagi menjadi dua, yaitu:²²

- Motif intrinsik adalah keinginan untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan sesuai kesadaran sendiri. Maksudnya adalah individu atau aktor memiliki kebutuhan dan kesadaran akan apa yang ingin dia lakukan dalam tindakan ekonomi dan melakukan sesuatu secara rasional.
- Motif ekstrinsik adalah keinginan seseorang untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan karena pengaruh dari luar atau orang lain. Maksudnya adalah seorang aktor *terinfluence* dari dan bukan atas kesadarannya sendiri melainkan dari proses memperhatikan, interaksi dan saling memperhatikan orang lain.

²¹ Basu Swastha Dharmesta, M.B.A. 2013. *Manajemen Pemasaran. Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama*. Yogyakarta : BPFEE. Hlm. 10

²² Sindung Haryanto, *Sosiologi Ekonomi*, Yogyakarta: AR-RUZ MEDIA. Hlm. 60

Dalam teori motivasinya David McClelland menyebutkan Macam-macam motif ekonomi dalam kehidupan sehari-hari, yaitu :

- a. Motif ekonomi untuk memperoleh laba atau keuntungan, dimana adanya dorongan yang muncul untuk memperoleh keuntungan dan mendorong semangat untuk menggali ide yang bersifat penemuan baru (inovasi). Misalnya: dalam berwirausaha, para aktor yang berwirausaha menambahkan aksesoris tambahan pada apa yang diperdagangkan tersebut agar terlihat menarik bagi konsumen, yang mana menimbulkan inspirasi bagi penjual lain dan si konsumennya.
- b. Motif ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sendiri adalah keinginan yang dimiliki oleh setiap individu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Bila dikaitkan dengan kewirausahaan, motif inilah yang menjadi alasan tepat untuk bermulainya berwirausaha, dimana dengan adanya motif tersebut, para pelaku wirausaha jelaslah menjadikan usahanya sebagai alat kebutuhan, karena dengan adanya usaha yang mereka lakukan ini diharapkan bisa menambah pendapatan mereka dan memenuhi kebutuhan hidup yang lebih baik lagi.
- c. Motif ekonomi untuk memperoleh penghargaan adalah keinginan seseorang selain mendapat keuntungan, juga menginginkan dihargai dan dihormati oleh orang lain. Disini maksud dari motif tersebut adalah para aktor pelaku wirausaha dalam menjalankan bisnisnya pastinya mengharapkan keuntungan, tetapi dengan keuntungan yang diperoleh tidak semata-mata untuk dirinya

sendiri tetapi ia bagi hasilnya untuk para karyawannya, agar mereka-mereka yang bekerja dalam usaha tersebut dihargai dalam pekerjaannya.

- d. Motif ekonomi untuk memperoleh kekuasaan adalah keinginan seseorang untuk memperoleh kekuasaan dalam masyarakat khususnya dalam bidang ekonomi. Motif dari ekonomi ini misalnya seperti Anggri memiliki beberapa wirausaha besar, semua kebutuhannya tercukupi, meskipun demikian, Anggri tetap memiliki keinginan untuk berusaha mengembangkan usahanya agar lebih besar lagi hingga dapat tercapai keinginannya untuk menguasai ekonomi di daerahnya.
- e. Motif ekonomi untuk sosial adalah keinginan seseorang untuk memperoleh pendapatan, kemudian sebagian pendapatannya digunakan untuk menolong sesama dengan tulus ikhlas. Contoh: bersedekah untuk fakir miskin, menyumbang daerah yang terkena musibah.²³

Pengalaman kerja individu sebelumnya tidak selalu memberikan pandangan yang negatif terhadap pengambilan keputusan untuk memulai usaha baru tetapi juga memainkan peranan penting dalam pertumbuhan dan pengembangan menuju kesuksesan suatu bisnis. Ketidakpuasan dalam bekerja (kurangnya tantangan, dan kebosanan dalam bekerja) sering mendorong seseorang untuk memulai usaha baru dan pengalaman terdahulu berperan penting untuk pengambilan keputusan dalam hal

²³ Novian R.P. Motif-motif ekonomi, (<http://novian-r-p-fisip08.web.unair.ac.id>) Diakses pada internet tanggal 02 Agustus 2013

finansial, pengembangan produk, manufaktur, pendistribusian dan perencanaan pemasaran. Pengalaman kerja individu dapat memberikan kontribusi berupa keahlian menjalankan bisnis secara independen dengan informasi yang cukup sehingga pengusaha dapat memahami arti sebenarnya dari kesempatan baru, proses pembuatan bisnis dan mencapai kinerja yang memuaskan. Pengalaman sebelumnya merupakan hal yang baik untuk memulai sebuah bisnis. Sebagai tambahan, pengalaman juga memberikan pengusaha kepercayaan lebih akan kemampuannya untuk mencapai sukses dalam berbisnis dan meningkatkan feasibility yang dapat meningkatkan intensi berwirausaha. Selain pengalaman pekerjaan terdahulu kegembiraan (*exited*), kegemaran (*hobby*), dan rasa antusias (*enthusiastic*) menjadi hal yang mempengaruhi keinginan berwirausaha. Bill Gates dalam “The Story Of Bill Gates” mengatakan apa yang ia rasakan sekarang adalah hasil dari kegemaran dan rasa antusias atau ketertarikan terhadap dunia computer yang berlebih.²⁴ Jaringan sosial tidak kalah penting dalam berperan dalam pemicu keinginan berwirausaha. Jaringan yang luas bisa menjadi penyemangat untuk kita membuka peluang usaha. Chairul Tanjung dalam bukunya “Anak Singkong” menulis bahwa jaringan yang luas dan kepercayaan adalah modal utama untuk memulai usaha baru ketika dia memulai usahanya dengan menjual jasa foto copy.

²⁴ Suindah Sari, The Story Of Bill Gates: Kisah Gokil Bill Gates Dari Garasi Hingga Menjadi Konglomerat Dunia, (Yogyakarta : Buku Pintar, 2013), Hlm. 53

Menurut Robert Lawang *network* (Jaringan) itu sebagai ikatan antar simpul (orang atau kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Disini maksudnya adalah individu atau kelompok diikat oleh suatu hubungan yang membuat mereka saling berinteraksi dan melakukan suatu tindakan-tindakan tertentu untuk mencapai tujuan bersama.²⁵ Jaringan sosial ini menekankan pada pengaruh sosial dalam berwirausaha, dimana terdapat modal sosial berupa jaringan dalam berwirausaha. Misalnya saja, pada pembentukan usaha baru di dalamnya ada jaringan sosial yang terbentuk dari hubungan yang sudah terjalin cukup lama antara pengusaha dan pelanggan. Hubungan antara pengusaha dan pelanggan tercipta dari hubungan kekerabatan dari sang pemilik dengan pelanggan sehingga membentuk sistem kepercayaan (*trust*) dan akhirnya membentuk jaringan sosial. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.²⁶ Hubungan antara pemilik usaha dan konsumen atau pelanggannya bisa timbul dan tercipta karena sang pemilik memiliki jaringan atau *link* yang cukup luas. Misalnya saja, seorang wirausahawan mempunyai teman atau kerabat yang ikut membantu menjualkan barang dagangannya, ini yang disebut sebagai *reseller*, dengan demikian menimbulkan *link* atau jaringan yang baru dalam wirausaha tersebut. Jaringan yang luas dapat menjadi sebuah modal sosial tersendiri

²⁵ Robert MZ. Lawang, *Kapital Sosial: Dalam Perspektif Sosiologis Suatu Pengantar*, (Depok : FISIP UIPRESS, 2005), Hlm. 62

²⁶ *Ibid* Hlm: 157

bagi usaha ini. Hal ini sesuai dengan pemikiran Bordiue. Piere Bordiue mendefinisikan modal sosial sebagai “sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembagakan serta berlangsung terus menerus dalam bentuk pengakuan dan pengenalan timbal balik (keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk kolektif”.²⁷ Hal ini juga sesuai dengan pandangan Granoveter, yang menurutnya, merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat (*embedded*) dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para aktor. Ini tidak hanya terbatas pada tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi, yang semuanya terpendam suatu jaringan hubungan sosial.²⁸

Jaringan sosial yang merupakan suatu aspek dari modal sosial ini kemudian berusaha dipertahankan oleh pemilik usaha dengan cara menanamkan kepercayaan (*trust*) dengan memberlakukan norma-norma (*norms*) pada para pelanggan. Misalnya saja norma kejujuran, menghormati, tepat waktu, dan lain sebagainya. Hal ini akan menimbulkan rasa saling percaya antara kedua belah pihak. Modal sosial dibutuhkan untuk menciptakan jenis komunitas moral yang tidak bisa diperoleh dalam kasus bentuk-bentuk *Human Capital* yang lain. Begitu saja melalui keputusan investasi rasional, yakni keputusan individu untuk berinvestasi “*Human Capital*”. Modal sosial

²⁷ Desi Ambunsari, dkk, Laporan KKL “*Modal Sosial Home Industry Bola Sepak Masyarakat Desa ParakanSalak*”, Sosiologi Pembangunan 2004

²⁸ *Ibid* Hlm: 139

lebih didasarkan pada kebajikan-kebajikan sosial umum. Jika orang-orang bekerjasama dalam sebuah perusahaan saling mempercayai dan bekerjasama menurut serangkaian norma-norma etis bersama, maka berbisnis hanya memerlukan sedikit biaya. Masyarakat akan lebih mampu berinovasi secara organisasional, karena tingkat kepercayaannya tinggi yang akan memungkinkan varietas hubungan sosial yang lebih luas.²⁹ Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa modal sosial sebagai jaringan (*networks*), norma-norma (*norm*), dan kepercayaan sosial (*social trust*), dimana jaringan terbentuk berdasarkan kepentingan atau ketertarikan individu secara prinsip atau pemikiran. Dengan begitu timbul rasa senang dan semangat dalam menjalankan segala apa yang di lakukan.

Kepercayaan merupakan hubungan sosial yang dibangun atas dasar rasa percaya dan rasa memiliki bersama. Sedangkan norma diterapkan untuk mengatur segala tindakan dan perilaku. Modal sosial disini juga mengacu pada hubungan diantara individu jaringan kerja sosial dan norma yang saling membutuhkan dan layak dipercaya yang timbul dari pemilik usaha, pekerja dan pelanggannya. Kepercayaan dan norma memainkan peran sentral di dalam kewirausahaan tersebut. Kapasitas modal sosial termanivesatasikan dalam tiga bentuk modal sosial (jaringan, norma, dan kepercayaan) yang dapat memfasilitasi dan menjadi arena dalam hubungan antar individu.

²⁹ Desi Ambunsari, dkk, Laporan KKL “*Modal Sosial Home Industry Bola Sepak Masyarakat Desa ParakanSalak*”, Sosiologi Pembangunan 2004

1.8 Hipotesis

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh sosial seseorang terhadap keinginan berwirausaha.

Ha1 : Terdapat pengaruh sosial seseorang terhadap keinginan berwirausaha.

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh tekanan ekonomi seseorang terhadap keinginan berwirausaha.

Ha2 : Terdapat pengaruh tekanan ekonomi seseorang terhadap keinginan berwirausaha.

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh sosial dan tekanan ekonomi seseorang terhadap keinginan berwirausaha.

Ha3: Terdapat pengaruh sosial dan tekanan ekonomi seseorang terhadap keinginan berwirausaha.

1.9 Metodologi Penelitian

1.9.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian baik terdiri dari benda yang nyata, abstrak, peristiwa ataupun gejala yang merupakan sumber data dan memiliki karakter tertentu dan sama.³⁰ Populasi umum yang digunakan dalam penelitian ini adalah wirausahawan muda yang masih duduk dibangku perkuliahan di salah satu perguruan tinggi negeri di Jakarta yaitu Universitas Negeri Jakarta (UNJ), sedangkan

³⁰ Sukandarrumidi. *“Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula”*. (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006). Hlm. 47

populasi terjangkaunya adalah wirausahawan yang bersedia melakukan pengisian kuesioner dengan konfirmasi terlebih dahulu, yaitu mahasiswa-mahasiswi yang bersedia memberikan waktunya untuk membantu penelitian ini.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, oleh karena itu sampel harus dilihat sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri.³¹ Penarikan sampel ini memiliki beberapa keuntungan, yaitu mengurangi biaya pengeluaran, data yang dikumpulkan dan dihimpun lebih cepat, serta dengan penarikan sampel yang baik dan benar maka dapat ditarik generalisasi yang tepat terhadap populasi yang ada. Sampel yang menjadi kriteria dalam penelitian ini adalah penjual atau wirausahaan yang bekerja sampingan selain aktifitasnya di bangku perkuliahan, yaitu pada mahasiswa UNJ, khususnya pada Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Ilmu Sosial (FIS), Fakultas Bahasa dan Seni (FBS) dan Fakultas Teknik (FT).

1.9.2 Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* atau pemilihan teknik sampel yang tak acak, yaitu setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel.³² Sehingga bila dilihat dari populasi yang merupakan seluruh wirausahawan yang masih bertatus seorang mahasiswa di

³¹ Prasetya. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi”*. (Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005). Hlm. 119

³² Hasan, Mustafa. *“Metode Penelitian”*. (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000). Hlm. 272

UNJ, maka tidak semua mahasiswa yang menjadi wirausahawan dijadikan sampelnya, yang mana mereka bisa mempunyai kemungkinan untuk merasakan dampak dari adanya tekanan sosial dan tekanan ekonomi yang terjadi akibat dari keinginannya terjun di dunia bisnis ataupun berwirausaha.

Jenis sampling *non probabilita* yang akan digunakan adalah teknik *snowball sampling* (*sampel bola salju*), teknik *snowball sampling* ini adalah cara yang banyak dipakai ketika peneliti tidak banyak tahu tentang populasi penelitiannya. Dia hanya tahu satu atau dua orang yang berdasarkan penilaiannya bisa dijadikan sampel. Karena peneliti menginginkan lebih banyak lagi, lalu dia minta kepada sampel pertama untuk menunjukkan orang lain yang kira-kira bisa dijadikan sampel.³³ Sehingga informasi mengenai sampel berikutnya dapat diperoleh dengan mudah. Setelah merasa cukup peneliti dapat menghentikan pencarian terhadap sampel.

Dalam penelitian si peneliti tidak banyak tahu tentang populasi penelitiannya. Dia hanya tahu satu atau dua orang yang berdasarkan penilaiannya bisa dijadikan sampel. Karena peneliti menginginkan lebih banyak lagi, lalu dia minta kepada sampel pertama untuk menunjukkan orang lain yang kira-kira bisa dijadikan sampel. Oleh karena itu, penelitian ini hanya dibatasi dengan usia yang sudah 18-23 tahun atau masa semester 5-12 dalam perkuliahannya serta dibatasi usahanya yang sudah

³³ *Ibid*, Hlm: 274

berjalan dengan lancar minimal 6 bulan. Jadi, didalam populasi keseluruhan yang diambil sebanyak 50 orang sampel.

Dan untuk penarikan sampel pada *kalibrasi*³⁴ yang dilakukan pada wirausahawan yang masih bersatus mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta ini hanya mengambil 10 orang responden, dimana tujuannya untuk mencapai ketelusuran dengan cara uji coba *freetest*, sehingga sampel pada *kalibrasi* penelitian ini merupakan sampel penelitian.

1.9.3 Identifikasi Variabel

1.9.3.1 Variabel Independen

Variabel independen diartikan juga sebagai variabel bebas, yang mana variabel ini merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain.³⁵ Variabel bebas merupakan variabel yang faktornya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan adanya pengaruh atau tidak dengan suatu gejala yang diobservasi. Contohnya, “warna” adalah variabel bebas yang dapat dimanipulasi dan dilihat pengaruhnya terhadap “minat beli”, misalnya apakah warna merah sepeda motor dapat menimbulkan minat beli konsumen terhadap sepeda motor tersebut.

Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah faktor sosial X1 dan tekanan ekonomi X2. Pengaruh faktor sosial (variabel independen X1) adalah

³⁴ Ulber Silalahi. *“Metode Penelitian Sosial”*. Bandung: PT. Refika Aditama. 2010. Hlm. 135

³⁵ *Ibid.* Hlm. 132

suatu tekanan atau dorongan yang datangnya bersumber dari masyarakat yang datang melalui proses interaksi dengan orang lain, proses melihat, dan proses merenung. Biasanya pengaruh sosial tersampaikan melalui agen-agen sosial seperti keluarga, teman, dan komunitas. Pengaruh faktor sosial sering tidak disadari namun terasa efeknya, dan biasanya dipakai untuk mengendalikan tingkah laku masyarakat agar berperilaku sama dengan masyarakat dimana individu hidup. “Paksaan” bisa berupa proses-proses seperti memperlihatkan atau diperlihatkan apa yang sudah diperoleh, menawarkan, menasehati, membimbing, atau diperbincangkan secara terus menerus, dan ini sebagai suatu proses yang lahir dari kebutuhan individu karena pada dasarnya individu akan selalu berusaha mengikuti nilai atau keadaan yang berlaku di dalam suatu tatanan masyarakat

Sementara tekanan ekonomi (variabel independen X2) adalah tekanan yang didasarkan pada sebuah kondisi yang merujuk pada pengertian tentang aktivitas manusia. Khususnya pada usaha untuk bisa mengolah sumber daya yang ada di lingkungan sekitarnya, sebagai alat pemenuhan untuk hidup. Tekanan ekonomi akan memaksa seseorang melakukan kegiatan-kegiatan yang dengan atau tanpa menggunakan uang, mencakup atau melibatkan transaksi-transaksi pertukaran antar manusia. Mengenai bagaimana orang menjatuhkan pilihan yang tepat untuk memanfaatkan sumber-sumber produktif (tanah, tenaga kerja, barang-barang modal, dan pengetahuan lainnya) yang langka dan terbatas jumlahnya. Serta mendistribusikannya kepada berbagai masyarakat untuk mereka konsumsi. Berbeda

dengan pengaruh faktor sosial, tekanan ekonomi lebih bisa dirasakan efeknya, namun dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha atau menjalankan kegiatan ekonomi, tekanan ekonomi juga didasarkan pada kecenderungan dimana seseorang “dipaksa” untuk melakukan tindakan ekonomi. Kondisi yang dialami seseorang, dan adanya sumber-sumber produktif seperti (tanah, tenaga kerja, barang-barang modal, dan pengetahuan lainnya) yang ada di dalam kehidupan seseorang bisa menjadi tekanan tersendiri untuk melakukan tindakan ekonomi selain adanya keterpaksaan melakukan tindakan ekonomi untuk pemenuhan kebutuhan dan karena ketidakseimbangan asset dan hutang yang ada.

Dimasukkannya sejumlah kriteria ke dalam dimensi dan variabel dalam operasional konsep dilatar belakangi secara deduktif dan induktif. Deduktif yaitu mengklasifikasikan variabel dengan teori yang disusun untuk menguatkan variabel tersebut, sementara induktif yaitu mengklasifikasikan variabel dengan cara melakukan penelaahan terhadap sejumlah wirausahawan yang sukses terlebih dahulu menentukan variabel yang ideal.

Untuk teknik deduktif pengaruh faktor sosial dengan keinginan seseorang berwirausaha bisa dilihat dengan menggunakan analisa Teori Interaksionisme Simbolis. Untuk menasumsikan teori interkasionisme simbolis, menurut Turner ada empat asumsi dari teori interkasionisme simbolis, yaitu :

1. Manusia adalah makhluk yang mampu menciptakan dan menggunakan simbol.

Tindakan sosial dipahami suatu tindakan individu yang memiliki arti atau makna (meaning) subjektif bagi dirinya dan dikaitkan dengan orang lain. Dalam proses melakukan tindakan sosial terdapat proses pemberian arti atau pemaknaan. Ketika simbol itu terbentuk menjadikan sebuah dukungan atau desakan dari hasil yang ada yang menimbulkan tindakan sosial dalam hal ini berkeinginan memulai wirausaha.

2. Manusia menggunakan simbol untuk saling berkomunikasi.

Manusia menciptakan simbol melalui pemberian nilai atau pemaknaan terhadap sesuatu (baik berupa bunyi, kata gerak tubuh, benda atau hal yang lainnya). Sesuatu yang telah diberi nilai atau makna disebut dengan simbol. Melalui simbol tersebut manusia bisa saling berkomunikasi, contoh yang paling jelas dan tegas adalah bahasa. Ketika iklim kewirausahaan itu telah terbentuk di dalam pemaknaan dikalangan luas. berkomunikasi dengan membicarakan kewirausahaan adalah yang utama yang mana akan berjalan dengan lancar apabila pihak-pihak yang terlibat komunikasi menggunakan simbol yang dapat dipahami secara bersama.

3. Manusia berkomunikasi melalui pengambilan peran (role taking).

Pengambilan peran (role taking) merupakan proses pengambilan peran yang mengacu pada bagaimana kita melihat situasi sosial dari sisi orang lain di mana dari dia kita akan memperoleh respon. Dalam proses pengambilam peran, seseorang

menempatkan dirinya dalam kerangka berpikir orang lain dan seseorang mempertimbangkan atau mengantisipasi peran orang lain yang dianggap sesuai dengan kebutuhan atau sering muncul dalam hidupnya, yang disebut *significant other*. Dengan pengambilan peran dari orang lain bentuk-bentuk partisipasi dari teman serta bentuk-bentuk asimilasi dari komunitas akan terbentuk dari suatu perilaku individu.

4. Masyarakat terbentuk, bertaham dan berubah berdasarkan kemampuan manusia untuk berpikir, untuk mendefinisikan, untuk melakukan refleksi diri dan untuk melakukan evaluasi.

Masyarakat dibentuk, dipertahankan dan diubah berdasarkan kemampuan manusia yang dikembangkan melalui interaksi sosial. Kemampuan manusia dalam berpikir, mendefinisikan, refleksi-diri, dan evaluasi berkembang melalui interaksi sosial. Jadi, proses interaksi sosial adalah sangat penting dalam mengembangkan kemampuan manusia. Dengan kemampuan tersebut, melalui interaksi juga, manusia membentuk, mempertahankan dan merubah masyarakat, misalnya lembaga perkawinan dibentuk, dipertahankan dan diubah melalui kemampuan actor-aktor, yang membentuknya dalam berpikir, mendefinisikan, refleksi diri dan evaluasi melalui interaksi sosial.

Sementara untuk tekanan ekonomi dijelaskan dari adanya perspektif utilitarian yang pada dasarnya beranggapan bahwa seseorang aktor selalu bertindak secara

rasional, berusaha memaksimalkan keuntungan, serta menekan serendah mungkin risiko dan biaya yang harus ditanggung. Dalam perspektif utilitarian. Thorstein Veblen juga memfokuskan perhatiannya terhadap kondisi manusia yang merupakan pencari status. Veblen melihat masyarakat sebagai arena raksasa tempat orang-orang berusaha mendapatkan penerimaan sosial (*social approval*).³⁶ Dengan keterpaksaan ketidakseimbangan asset dan hutang, pensiun, dan kebutuhan akan pemenuhan kebutuhannya. Hal paling rasional adalah dengan menciptakan usaha sendiri. Sementara untuk pengambilan variabel dengan menggunakan teknik induktif yang dilakukan dengan mengutip kata-kata dari tokoh-tokoh wirausahawan yang telah sukses dalam menjadi pengusaha yang menghasilkan sebuah variabel-variabel sebagai berikut yang peneliti sajikan melalui tabel.

Tabel 1.1 Hasil Review Buku

No	Nama	Argumen	Indikator Variabel
----	------	---------	--------------------

³⁶ Sindung Haryanto. *Sosiologi Ekonomi*. (Jogjakarta : Ar-Ruzz Media, 2011). Hal.74

1	Sandiaga Uno ³⁷	Bermula dari krisis moneter dan ditutupnya bank tempat ia bekerja membuat ia terpaksa harus bekerja sendiri, bukan bekerja pada orang lain, Kurangnya pendapatan untuk memenuhi kebutuhan juga ikut melatar belakangi	Kehilangan Pekerjaan dan Kurangnya Pendapatan.
2	Bill Gates ³⁸	Kegemaran dan rasa antusias yang berlebih terhadap computer, dan adanya komunitas sesama pecinta komputer saat masih kuliah memberikan ia peluang untuk mencapai tujuannya	Kegembiraan, Rasa Antusias, dan bentuk pengaruh lingkungan dari teman dan lingkungan.
3	Ken Dean Lawadinata ³⁹	Keluarga menjadi faktor utama dalam menjadi seorang wirausahawan.	Dukungan dari keluarga
4	Chairul Tanjung ⁴⁰	Jaringan sosial yang luas membuka peluang dalam berusaha	Jaringan informasi.

1.9.3.2 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel terikat. Variabel terikat ini adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas.⁴¹ Variabel terikat adalah variabel yang faktornya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas. Pada contoh

³⁷ Nor Islafatun, *Sandiaga Uno: From Zero To Hero*. Yogyakarta: Buku Pintar, 2013.

³⁸ Suindah Sari, *The Story Of Bill Gates*, Yogyakarta: PT. Suku Buku, 2013.

³⁹ Alberthiene Endah, *Ken dan Kaskus: Cerita Sukses Di Usia Muda*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013

⁴⁰ Diredja Gunawan Tjahja, *Chairul Tanjung: Si Anak Singkong*, Jakarta: Buku Kompas, 2012.

⁴¹ Ulber Silalahi. "Metode Penelitian Sosial". Bandung : PT. Refika Aditama. 2010. Hlm. 133

pengaruh warna terhadap minat beli sepeda motor, maka variabel terikatnya ialah “minat beli”. Seberapa besar pengaruh warna merah terhadap minat beli konsumen terhadap sepeda motor tersebut. Untuk meyakinkan pengaruh variabel bebas warna merah terhadap minat beli maka warna merah dapat diganti dengan warna biru. Jika besaran pengaruhnya berbeda maka manipulasi terhadap variabel bebas membuktikan adanya hubungan antara variabel bebas warna dan minat beli konsumen.

Variabel dependen di dalam penelitian ini adalah keinginan berwirausaha (Y). Keinginan adalah suatu ketegangan menuju pertimbangan akhir yang dilakukan oleh seseorang demi mencapai kepuasan atau pengambilan tindakan pada kepuasan. Keinginan ini cenderung dilakukan saat sadar, kadang-kadang sadar atau ditekan. Ketika sadar, keinginan merupakan sikap mental yang menyertai representasi dari tatanan yang diharapkan, yang berisi mental yang sama. Secara singkatnya keinginan itu menyiratkan kekurangan, kekurangan akan suatu hal dan si aktor yang mempunyai keinginan akan mencoba merealisasikannya.

Sementara wirausaha menurut J. B Say, pengusaha adalah orang yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dipunyai secara ekonomis (efektif dan efisien) dari tingkat produktifitas yang rendah menjadi yang lebih tinggi⁴² atau bisa disebut sikap mental yang kreatif dalam berinovasi dengan hal yang baru serta memiliki karakteristik percaya diri. Ia yang mampu memindahkan atau mengkonversikan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah

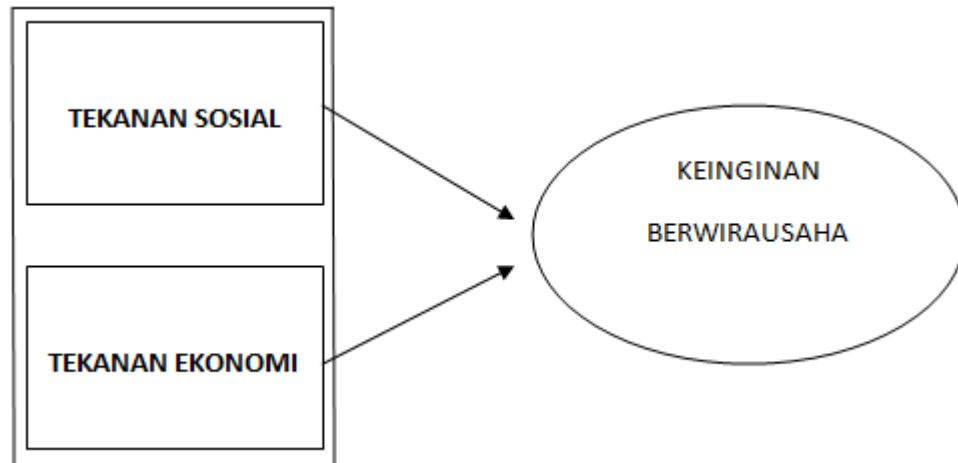
⁴² Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta : Erlangga. Hal. 29

ketingkat produktivitas yang lebih tinggi dan mampu menghancurkan keseimbangan pasar dan kemudian membentuk keseimbangan pasar yang baru dan mengambil keuntungan-keuntungan atas perubahan-perubahan tersebut untuk meningkatkan pendapatannya dalam kegiatannya. Dengan kata lain keinginan berwirausaha adalah keinginan atau sikap mental yang didasarkan pada suatu kekurangan atau kebutuhan untuk berusaha meningkatkan pendapatannya dari sumber daya yang ada untuk mencukupi hasrat atau kebutuhannya.

1.9.3.3 Hubungan Antar Variabel

Hubungan antara variabel dependen dan independen bersifat asimetris, dimana hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan Y saling terkait satu sama lainnya. Dengan kata lain tekanan sosial dan tekanan ekonomi saling mempengaruhi satu sama lainnya dan juga berpengaruh terhadap keinginan berwirausaha.

Gambar 1.1 Hubungan Antar Variabel



Variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Tanpa operasionalisasi variabel, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual. Operasionalisasi variabel bermanfaat untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi yang sedang didefinisikan, menunjukkan bahwa suatu konsep atau objek mungkin mempunyai lebih dari satu definisi operasional, mengetahui bahwa definisi operasional bersifat unik dalam situasi dimana definisi tersebut harus digunakan (Sarwono, 2006).⁴³

1.9.4 Variabel dan Instrumen Penelitian

⁴³ Anwar hidayat, Uji Statistik, h. 3, 2012 (<http://statistikian.blogspot.com/2012/10/variabel-penelitian.html#.Ud2PZTvw3Q>) diakses pada tanggal 10 juli 2013

Tabel 1.2 Operasional Konsep

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran	
Tekanan Sosial	Lingkungan	Keluarga	<ul style="list-style-type: none"> - Dukungan (support) : moril, materil. - Pressure (tekanan) : desakan - Fasilitas : tempat usaha, barang, bahan mentah, bahan jadi. 	Interval	
		Teman	<ul style="list-style-type: none"> - Bentuk partisipasi : dukungan (support), kerjasama (join). - Tanggung Jawab bersama 		
		Komunitas	<ul style="list-style-type: none"> - Persamaan daya tarik - Jaringan informasi - Persamaan kebutuhan - Status Motif Peningkatan 		
		Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Social performance (tampilan masyarakat) 		
Tekanan Ekonomi	Individu	Kondisi	<ul style="list-style-type: none"> - Kehilangan pekerjaan - Kurangnya Pendapatan - Ketidakseimbangan aset dan hutang 	Interval	
		Financial	Investor		<ul style="list-style-type: none"> - Pemberian atau pemilik modal awal
			Pemilik		<ul style="list-style-type: none"> - Ketersedian modal awal (dana)
			Pelanggan		<ul style="list-style-type: none"> - Pelanggan atau konsumen (pangsa pasar) - Konsumen tetap - Distributor yang

			terpercaya	
Keinginan Berwirausaha	Motif Ekonomi	Individu/Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> - Laba / Mencari Keuntungan - Memenuhi Kebutuhan Sendiri - Memperoleh Penghargaan - Kepentingan Sosial - Memperoleh Kekuasaan 	Interval
	Status Kesejahteraan Subjektif	Rutinitas	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak puas dengan hasil kerja sebelumnya - Tidak menikmati pekerjaan sebelumnya 	
		Keterlibatan Kerja	<ul style="list-style-type: none"> - Kegembiraan (<i>excited</i>);Hobby (kegemaran), Rasa antusiasme (<i>enthusiastic</i>);Semangat Bekerja (<i>energised</i>);Rasa Senang (<i>happy</i>);Mudah bekerja karena usaha sendiri. 	

1.9.5 Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data

Untuk memperoleh data yang benar-benar menggambarkan keadaan sebenarnya, peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data sesuai dengan teknik yang cocok digunakan dalam pengumpulan data menurut instrumen yang diperoleh. Teknik pengumpulan data tersebut yaitu dengan menggunakan angket atau

kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data dengan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner yang digunakan oleh peneliti merupakan kuesioner tertutup. Kuesioner akan dibagi pada empat bagian, bagian pertama merupakan isian berupa identitas responden. Bagian kedua, ketiga, dan keempat merupakan pernyataan-pernyataan berdasarkan instrumen yang telah didapat, dengan jawaban dalam bentuk skala **Interval**. Format interval ini memungkinkan responden hanya perlu memilih jawaban yang telah tersedia dengan variasi derajat tertentu. Variasi tersebut melambangkan bahwa jawaban yang paling rendah akan menyatakan jawaban negatif, sedangkan jawaban paling tinggi akan jawaban positif. Di mana skor pengukuran yang digunakan empat kategori, yaitu **SS (Sangat Setuju)**, **S (Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)** dan **STS (Sangat Tidak Setuju)**.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, pertama-tama melakukan *coding* yaitu memberikan angka pada setiap jawaban di kuesioner. Setelah semua jawaban di-*coding*, maka langkah selanjutnya yang dilakukan adalah memeriksa lagi apakah ada data yang salah, jika ada maka akan diperbaiki. Apabila tahap *coding* sudah baik, maka yang akan dilakukan adalah *entry* data, atau memasukkan data ke dalam program SPSS 17.0. Kemudian setelah itu dilakukan pengecekan terhadap data yang telah dimasukkan, hal ini dinamakan data *cleaning*, yaitu dengan memperbaiki kesalahan yang ada sesuai dengan jawaban responden

pada kuesioner. Apabila tahap ini sudah selesai, maka selanjutnya yang dilakukan adalah pengolahan data.

1.9.6 Uji Validitas dan Uji Realiabilitas

Uji validitas dan reabilitas bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan bermutu. Uji validitas dan reabilitas dilakukan terhadap alat penelitian, dalam hal ini adalah kuesioner. Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. Sedangkan reabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama.⁴⁴ Untuk mengetahui validitas suatu instrumen (dalam hal ini kuesioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya.

Suatu variabel (pernyataan) dikatakan valid bila skor variabel tersebut berkorelasi secara signifikan dengan skor totalnya. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*, dengan keputusan uji:

Bila r hitung lebih besar dari r tabel \longrightarrow H_0 ditolak, artinya variabel valid

Bila r hitung lebih kecil dari r tabel \longrightarrow H_0 gagal ditolak, artinya variabel tidak valid

⁴⁴ Sutanto Priyo Hastono. "Analisis Data Kesehatan". (Fakultas Kesehatan Masyarakat UI, 2007). Hlm.54

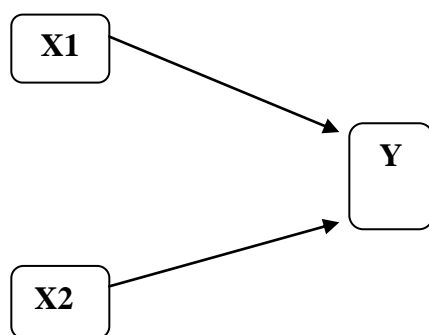
Untuk mengetahui reabilitas dilakukan dengan cara melakukan uji *Cronbach Alpha*, dengan keputusan uji:

Bila Cronbach Alpha $\geq 0,6$ artinya \longrightarrow variabel reliabel

Bila Cronbach Alpha $\leq 0,6$ artinya \longrightarrow variabel tidak reliabel

1.9.7 Uji Korelasi Ganda

Korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan variabel lain. Pemahaman tentang korelasi ganda dapat dilihat seperti berikut:



Keterangan :

X1 : Faktor Sosial

X2 : Tekanan Ekonomi

Y : Keinginan Berwirausaha

1.9.8 Uji Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan

dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (dua).⁴⁵ Persamaan regresi untuk dua variabel independen adalah:

$$\hat{Y} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

β_0 : Nilai konstanta

X_1 : Nilai koefisien regresi X_1 (Faktor Sosial)

X_2 : Nilai koefisien regresi X_2 (Tekanan Ekonomi)

\hat{Y} : Keinginan Berwirausaha

⁴⁵ Sugiyono. "Statistika Untuk Penelitian". (Bandung: CV Alfabeta, 2005). Hlm. 250

BAB II

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

2.1 Gambaran Umum Universitas Negeri Jakarta

Universitas Negeri Jakarta dipilih menjadi tempat penelitian dikarenakan lingkungan fisik yang sudah dikenal oleh peneliti, mobilitasnya terjangkau, menghemat waktu pengerjaan, dan peneliti merasa nyaman untuk melakukan penelitian karena responden adalah mahasiswa atau mahasiswi yang merupakan satu almamater sehingga mempunyai ikatan tersendiri. Pemilihan ini bukan tanpa sebab, awalnya pemilihan tempat penelitian mengacu pada member komunitas kaskus yang berwirausaha, namun lamanya tanggapan (*respond*) yang diberikan responden membuat penelitian ini terlalu lama memakan waktu, begitu pula dengan komunitas S3 “Santai-Santai Sore”. Komunitas kewirausahaan yang berada di Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Sama seperti sebelumnya tanggapan (*respond*) yang dihasilkan untuk mengkonfirmasi kuesioner dan membalas apakah bersedia mengisi kuesioner sangatlah lama.

Selain itu pemilihan lokasi penelitian di Universitas Negeri Jakarta lantaran Universitas Negeri Jakarta menjadi salah satu institusi yang membibitkan wirausahawan muda khususnya dalam mahasiswanya. Untuk mendukung rintisan tersebut, sejak tahun 2000 telah dimulai Pelatihan Manajemen Mutu Terpadu,

dilanjutkan dengan Pelatihan Proses Akselerasi Perubahan (2002), lokakarya Enterpreneurial University (2002), Perbaikan Manajemen Internal (2003), lokakarya Manajing Successful University (2004), dan sejak tahun 2004 sudah dilakukan puluhan kerjasama dengan pihak swasta dan negeri. Universitas Negeri Jakarta Berwawasan Wirausaha (UNJ-BW) sebagai upaya sivitas akademika untuk membangun budaya kewirausahaan berbasis akademik. Program ini diantaranya sebagai institusi memperoleh benefit dari dinamika kegiatan akademik berkualitas, kompetitif dan modern sebagai kontributor iptek dan seni bagi sistem pendidikan nasional yang inovatif sebagai penyedia dan pengelola sumber daya manusia dengan kemampuan profesional dan sebagai mitra yang mampu menyediakan berbagai layanan pendidikan bagi kepentingan stakeholders. Program ini menghasilkan sumber pembiayaan fakultas dan universitas secara mandiri. "Program ini juga dapat mensiasati menambah kesejahteraan bagi dosen, dan mahasiswa dapat siap pakai. Diharapkan lewat program ini civitas akademika Universitas Negeri Jakarta dapat memperoleh finansial tetap dari hasil usahanya yang berbasis akademik yang beragam.⁴⁶

Dalam prosesnya, Program Universitas Negeri Jakarta – Berwawasan Wirausaha (UNJ-BW) dalam implementasinya menjadi Program Mahasiswa Wirausaha (PMW), dimana sebagai bagian dari strategi pendidikan di Perguruan

⁴⁶ Jurnalnet.com, Menuju UNJ Berwawasan Wirausaha Bukan Berbasisi Bisnis (<http://www.jurnalnet.com/konten.php?nama=BeritaUtama&topik=5&id=858>), Hlm. 1, 2006, Diakses pada tanggal 20 Juni 2013

Tinggi, dimaksudkan untuk memfasilitasi para mahasiswa yang mempunyai minat dan bakat kewirausahaan untuk memulai berwirausaha dengan basis ilmu pengetahuan, teknologi dan Seni yang sedang dipelajarinya. Fasilitas yang diberikan meliputi pendidikan dan pelatihan kewirausahaan magang, penyusunan rencana bisnis, dukungan permodalan dan pendampingan usaha. Program ini diharapkan mampu mendukung visi misi pemerintah dalam mewujudkan kemandirian bangsa melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan UKM (Dirjen DIKTI, 2009). Dalam usaha mewujudkan calon-calon pengusaha muda terdidik atau pengusaha muda pemula, penumbuh kembangan budaya kewirausahaan di perguruan tinggi dapat dimulai melalui program Kewirausahaan. Program kewirausahaan ini dilaksanakan dalam usaha memperkenalkan dunia wirausaha sebagai inisiasi ditumbuhkannya jiwa kewirausahaan dari mahasiswa peserta.

Program Kewirausahaan dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan kewirausahaan, pengalihan pengalaman berwirausaha serta mendorong tumbuhnya motivasi berwirausaha, sebagai aktivitas awal mahasiswa yang berminat menjadi wirausahawan baru yang handal. Secara khusus tujuan adalah: (1) meningkatkan pemahaman dan penjiwaan kewirausahaan dikalangan mahasiswa agar mampu menjadi wirausahawan yang berwawasan jauh ke depan dan luas berbasis ilmu yang dipelajari, (2) dapat mengenal pola berpikir wirausaha serta meningkatkan pemahaman manajemen (organisasi, produksi, keuangan dan pemasaran), dan (3) memperkenalkan cara melakukan akses informasi dan pasar serta teknologi, cara

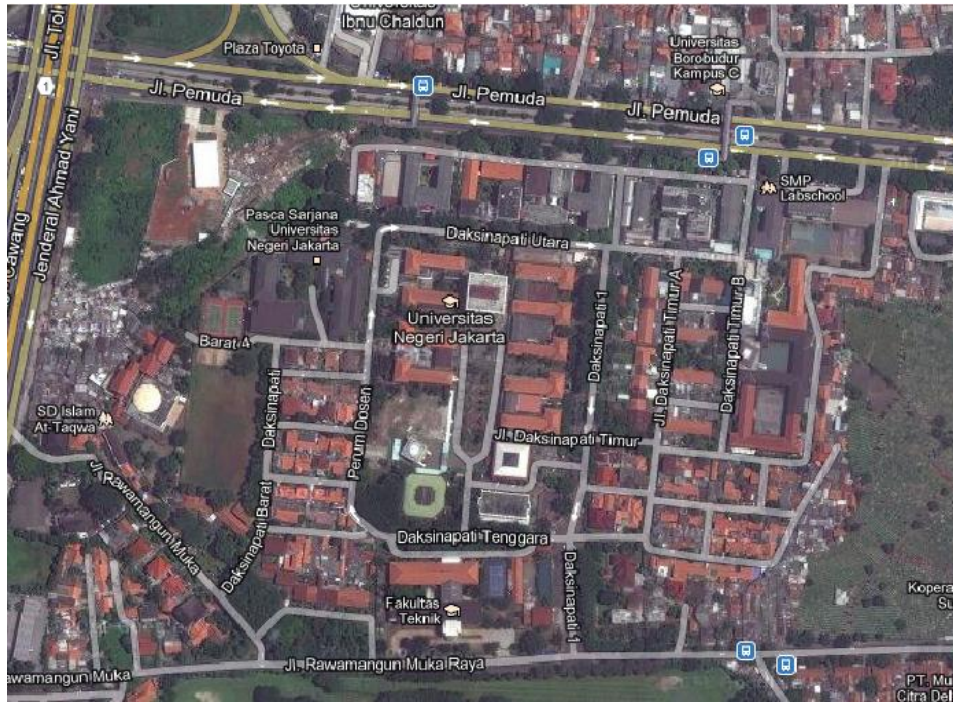
pembentukan kemiteraan usaha, strategi dan etika bisnis, serta pembuatan rencana bisnis atau studi kelayakan yang diperlukan mahasiswa agar lebih siap dalam pengelolaan usaha yang sedang akan dilaksanakan.

Selama menjadi pengendali pekerjaan (*pilot project*). Pembinaan Kewirausahaan menjadi tanggung jawab Universitas Negeri Jakarta (UNJ), di bawah koordinasi pembantu rektor urusan kemahasiswaan. Kegiatan Program pembinaan kewirausahaan dilaksanakan dalam lingkup dan tahapan: (1) **Persiapan dan sosialisasi**, meliputi kegiatan workshop penyusunan panduan kewirausahaan mahasiswa (2) **Pembekalan**, meliputi seminar lokakarya kewirausahaan mahasiswa, pelatihan penyusunan proposal rencana bisnis kewirausahaan, Seleksi rencana bisnis, dan pelatihan pendamping kewirausahaan mahasiswa, dan magang ke UKM. (3) **Pelaksanaan program**, meliputi modal kerja program kewirausahaan dan mahasiswa memulai bisnis, pendampingan kewirausahaan mahasiswa, serta monitoring dan mengevaluasi program pengembangan kewirausahaan mahasiswa.⁴⁷

Untuk itu dikarenakan dengan adanya program-program kewirausahaan di Universitas Negeri Jakarta dan tidak memerlukan izin yang mempersulit penelitian, peneliti mengambil lokasi penelitian di Universitas tersebut. Yang mana lokasinya berada pada ruang lingkup pendidikan yaitu khususnya di masa pendidikan bangku

⁴⁷ Kementerian Pendidikan Nasional, Pedoman Program Mahasiswa Wirausaha, ([http://www.dikti.go.id/files/Belmawa/Pedoman_Program_Mahasiswa_Wirausaha_\(PMW\).pdf](http://www.dikti.go.id/files/Belmawa/Pedoman_Program_Mahasiswa_Wirausaha_(PMW).pdf)), Hlm. 8, 2010 Diakses pada tanggal 20 Juni 2013

perkuliahan atau yang biasa disebut mahasiswa yang belajar di kampus. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa-mahasiswi yang duduk di bangku kuliah yaitu Universitas Negeri Jakarta, atau yang lebih disebut UNJ. Dasar dalam pengambilan keputusan untuk penelitian ini karena di dalam masa perkuliahan adanya mahasiswa-mahasiswi yang ingin belajar mandiri dalam kehidupannya, seperti ingin mandiri dalam membiayai perkuliahannya maupun bekerja sampingan dalam mendapatkan tambahan uang jajannya, yang mana ini tepat sekali dalam judul penelitian yang saya lakukan, yaitu ***Pengaruh Faktor Sosial dan Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha***. Universitas Negeri Jakarta atau UNJ ini adalah sebuah perguruan tinggi negeri yang terdapat di Kota Jakarta, Indonesia yang mana berdirinya pada tahun 1964. Sudah hampir ± 40 tahun Universitas Negeri Jakarta tumbuh kembang dengan perkembangan yang sangat signifikan, mulai dari pendidikannya, pelayanannya, pembinaannya maupun pengembangan karirnya juga sukses dalam visi dan misinya. Universitas Negeri Jakarta terletak di Jln. Rawamangun Muka, Jakarta Timur 13220 dengan hotline : +6221 29266006 dan +6221 4898486 dan website www.unj.ac.id.



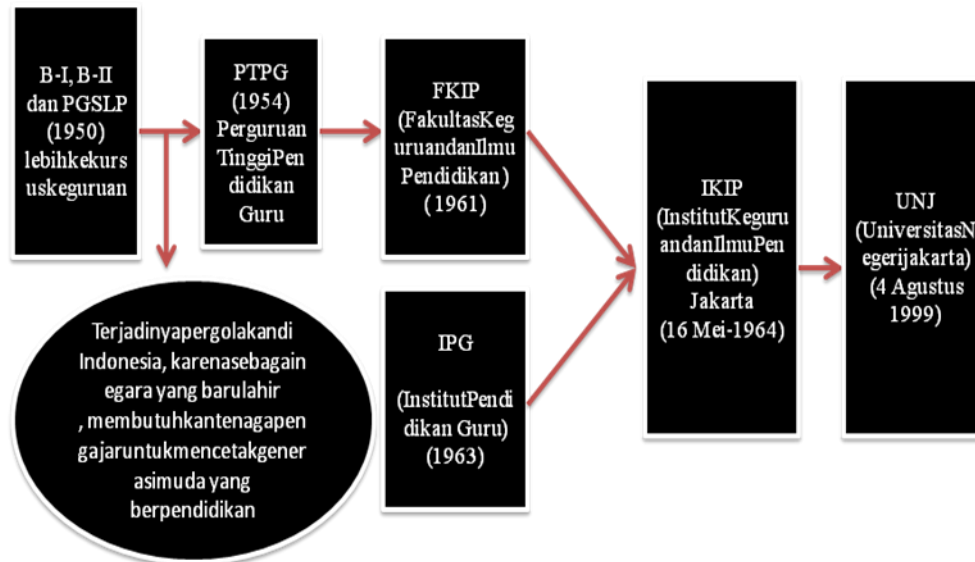
Sumber Data : Foto Diambil Dari Googlemaps

2.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Universitas Negeri Jakarta

Sebelumnya IKIP Jakarta adalah suatu kursus keguruan atau lembaga pendidikan keguruan pada tahun 1950-an sampai 1960-an, diantaranya: B-I, B-II, PGSLP, PTPG, FKIP dan IPG.⁴⁸ Dan pada tanggal 16 Mei 1964, terjadi penyatuan seluruh kursus atau lembaga keguruan tersebut menjadi IKIP Jakarta (ilmu keguruan ilmu pendidikan).

⁴⁸Tim Kordinasi Penulis Buku 40 Tahun Universitas Negeri Jakarta, *Lintas Peristiwa 40 Tahun Universitas Negeri Jakarta*, (Jakarta ; Universitas Negeri Jakarta, 2004) , hlm:4.

Gambar 2.1
Gambaran umum pembentukan UNJ

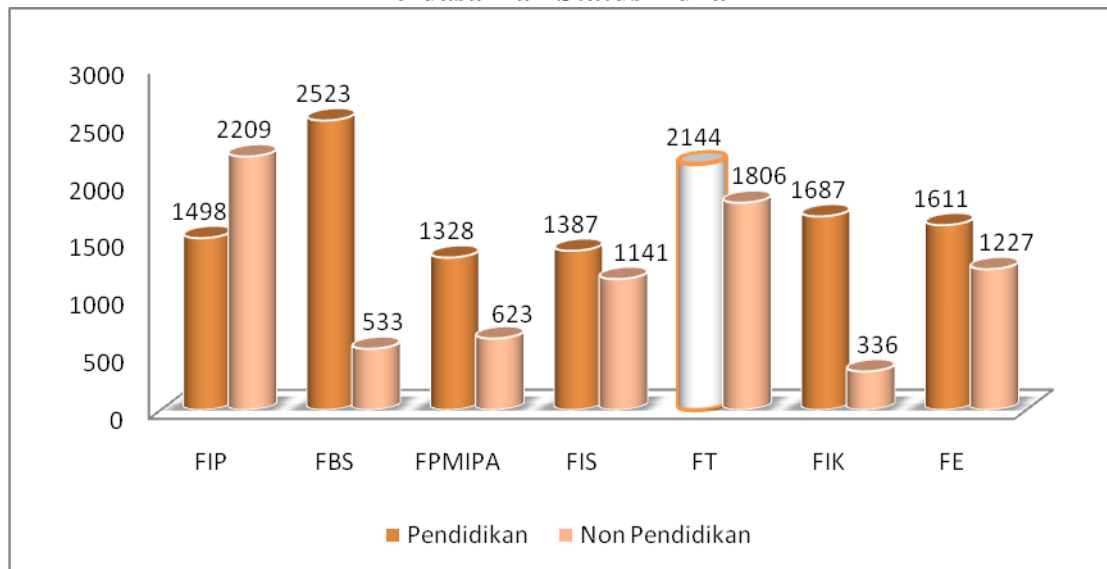


Sumber: analisa peneliti dari berbagai sumber.

Dari pemaparan secara historis berdirinya Universitas Negeri Jakarta ini, yang dahulu merupakan IKIP Jakarta, sangat lekat di benak pikiran masyarakat dengan istilah kampus pencetak calon guru. Pada saat ini, atau lebih tepatnya sejak berubahnya status dari IKIP Jakarta menjadi UNJ, menjadikan kampus ini lebih heterogen. Bertambahnya jumlah jurusan dan prodi yang bersifat umum setelah berubah dari IKIP menjadi UNJ, terdiri dari tujuh fakultas, yaitu Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP), Fakultas Bahasa dan Seni (FBS), Fakultas Ilmu Sosial (FIS), Fakultas Teknik (FT), Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam (FPMIPA), Fakultas Ilmu Keolahragaan (FIK), Fakultas Pasca Sarjana (FPS). UNJ memiliki

sebutan sebagai *kampus hijau*⁴⁹ dan kampus Rawamangun. Kampus Rawamangun adalah kampus A yang terletak di kompleks UNJ Jl. Rawamangun Muka, Jakarta Timur, sebagai kampus pusat Kantor Rektorat dan perangkatnya, FIP, FT, FIS, FBS dan FPS. Sedangkan FMIPA dan FIK berada di kampus B yang terletak di Jl. Pemuda, Jakarta Timur. Selain itu, UNJ memiliki kampus Halimun (kampus C) dan kampus Setiabudi (kampus E).

Grafik 2.1
Jumlah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta
Semester II (094) Tahun Akademik 2010/2011
Berdasarkan Status Kuliah



Sumber: Biro administrasi perencanaan dan sistem informasi Universitas Negeri Jakarta 2011

⁴⁹ Sebutan kampus yang memiliki banyak tumbuhan di sekitar kampus, sehingga menjadi kelihatan hijau.

Dari grafik diatas, terlihat bahwa Universitas Negeri Jakarta tidak hanya mencetak guru saja, melainkan tenaga profesional atau non kependidikan. Bertambahnya jurusan dan prodi di UNJ membuat karakteristik setiap mahasiswanya semakin beranekaragam. Maksudnya beranekaragam ini adalah dari segi kehidupan sosialnya berupa gaya hidupnya, misalkan: dari cara berpakaian, berpenampilan dan berperilakunya.

2.2 Profil Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

2.2.1 Adiguna Arlogi oleh Irfan adiguna, Universitas Negeri Jakarta

Universitas Negeri Jakarta atau UNJ mempunyai fakultas ilmu sosial (FIS) yang mana terdapat jurusan Sosiologi Pembangunan. Di dalam aktifitasnya sebagai mahasiswa UNJ ada salah satu mahasiswa jurusan Sosiologi Pembangunan yang mana mempunyai usaha sampingan yaitu menjual jual aneka jam tangan. Usaha sampingan ini dimiliki oleh Irfan Adiguna. Ia masih berumur 23 tahun dan masih aktif dibangku kuliah UNJ yaitu semester 10. Irfan adiguna telah menjalankan usahanya ± 2 tahun terakhir. Selain mengerjakan tugas sebagai mahasiswa tingkat akhir mengerjakan skripsi, ia juga masih sempat untuk menjalankan usahanya, walaupun ia hingga kini belum mempunyai tempat tinggal tetep ataupun kios yang bisa ia pasarkan barang dagangannya. Ia menjual atau memasarkan usahanya hanya melalui Online, seperti facebook, twitter maupun KASKUS. Usaha saat ini dilakukan hanya dirumahnya saja, dan bicara masalah omset setiap bulannya, ia bisa mendapatkan keuntungan

yang lumayan fantastis untuk ukuran sebagai mahasiswa atau masih dibangku sekolah yaitu sekitar Rp. 3.000.000 keuntungan bersih tiap bulannya, meskipun barang yang ia jualkan hanya jam tangan KW, tidak mematahkan semangatnya untuk meraih rezeki. Hasil usahanya saat ini dipergunakan untuk keperluannya, salah satunya untuk ia biayain kuliahnya sendiri. Jadi, dalam mencapai sesuatu yang kita inginkan menurut Irfan Adiguna harus penuh semangat dan usaha yang keras, agar kelak bisa menjadi orang yang sukses nantinya.

2.2.2 Alusphotowork dan Noerman arloji oleh Noerman Noerzaman, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Jakarta

Selain Irfan Adiguna mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial yang mencoba peruntungan dalam berwirausaha adalah Noerman Noerzaman, mahasiswa angkatan 2008 yang masih aktif di Universitas Negeri Jakarta ini ternyata mempunyai usaha sampingan menjual Jam tangan dan membuka jasa fotografi untuk wedding, pemotretan, dan lain-lain. Dimulai sejak tahun 2010 ketertarikannya pada dunia fotografi dimulai sejak saudaranya mempunyai kamera DSLR dan ketertarikan berjualan jam dimulai ketika saudaranya yang lain mempunyai bisnis jam tangan. Ia memasarkan barang dagangan dan jasanya melalui situs-situs online seperti Facebook, Kaskus, Twitter dan lain-lain. Tapi pemasarannya yang efektif adalah dari mulut ke mulut. Keinginannya didasarkan bukan karena pemenuhan kebutuhan ekonomi untuk hidup namun lebih cenderung pada keinginan untuk mendapatkan

uang untuk membeli lensa kembali. Mahasiswa yang bemur 23 tahun ini sudah memiliki omset usaha per bulan bisa mencapai 3.500.000 sampai dengan 5.000.000 per bulannya, sehari terkadang dia bisa menghasilkan 100.000 sampai 700.000 padahal usahanya hanya dijalankan didalam kamarnya dengan bermodalkan laptop dan handphone. Menurutnya apa yang dia lakukan adalah sebuah “resiko” karena kecintaanya pada sesuatu hobby. Untuk itu berwirausaha dalam bidang yang dia sukai menjadi pilihan paling rasional untuk ditekuni.

2.2.3 Paradise Cup Cake oleh Anwar sanjaya, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

Satu lagi mahasiswa yang menggeluti bidang kewirausahaan adalah Anwar Sanjaya, mahasiswa semester 6 angkatan 2010 adalah mahasiswa Univertas Negeri Jakarta jurusan Tata Boga. Pemuda yang lahir pada 22 mei 1993 yang bertempat tinggal di daerah cipayung ini memulai usahanya dibidang kuliner lantaran terpengaruh dengan kuliahnya yaitu tata boga. Dengan keahlian dari proses pembelajaran serta ruang lingkungan yang ada disekitarnya. Anwar membuat usahanya sendiri yang diberi nama Paradise Cupcake. Dengan usahanya ini anwar bisa memperoleh omset perbulan mencapai 2.000.000. Anwar biasa menjual cake buaatannya kepada teman-temannya atau jika temannya memesan untu dibuatkan cake. Dengan modal yang didapatnya dari keluarga berupa alat-alat pembuatan cake yang dikombinasikan dengan kemampuan dan kemauan Anwar sudah menunjukan hal

dalam keinginan berwirausaha. Walau usahanya masih kecil namun dia mempunyai tekad untuk terus mengembangkannya. Baginya kegiatan yang dia lakukan adalah hal yang ia sukai dan gemari. Meski memasak dan membuat kue identik dengan wanita. Baginya membuat cake dilakukan oleh lelaki itu sesuatu yang “cool”.

2.2.4 Rihama Fashion oleh Himmah Mardiyah, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Jakarta

Himmah mardiyah adalah mahasiswi universitas Negeri Jakarta yang mempunyai usaha sampingan selanjutnya. Perempuan angkatan 2008 Fakultas Ilmu Pendidikan ini selain aktif dalam perkuliahannya Himmah adalah seorang perancang busana. Ia mengaplikasikan dari berbagai model dan menjadikan rancangan baru. Dia juga pandai mendesain pola untuk model baru. Mahasiswi yang tinggal di Jakarta ini memberikan nama pada usahanya yaitu Rihama fasion. Himmah biasanya menjual dagangannya melalui situs online dan menjualnya secara terbuka di kampus. Perempuan yang lahir pada 2 Desember 1990, omset yang dihasilkan perbulan rata-rata berkisar 1.000.000 hingga 1.500.000, hasil ini cukup membantunya untuk mendapatkan uang saku tambahan. Ia tertarik dengan fashion karena banyak membaca majalah dan artikel tentang fashion selain itu dia melihat bahwa zaman sekarang gaya fashion sangat bervariasi dan bermacam-macam dan dari sanalah timbul keinginan untuk menciptakan fashionnya sendiri.

2.2.5 Food Pets oleh Emil Silvan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta

Profil yang terakhir adalah Emil Silvan, mahasiswa Universitas Negeri Jakarta Fakultas Ekonomi yang lahir pada tanggal 20 April 1991 dan bergelut dalam bidang kewirausahaan, Emil sapaannya yang bertempat tinggal di Jakarta dalam keseharian kuliahnya juga berwirausaha dalam bidang menjual makanan untuk hewan seperti anjing, kucing, dan kelinci. Dari hasil usahanya omset yang dihasilkan berkisar antara 2.000.000-3.000.000 tergantung orderan yang diminta oleh pelanggannya. Mahasiswa semester delapan ini menekuni kegiatan ini karena faktor keluarga, yang memberikan kesempatan sendiri untuk membuka usaha baru yang dia kembangkan. Berawal dari salah satu saudara yang mempunyai usaha yang sama, dan dari saudaranya dia membuat usahanya sendiri. Menurutnya dengan mempunyai rutinitas kewirausahaan bisa menambah teman dan wawasan dibidang yang ditekuninya.

2.2.6 Tabel Jenis Usaha dan Omset Per Bulan.

Tabel 2.1 Jenis Usaha dan Omset Per Bulan

Nama	Jenis Usaha	Omset per-bulan
Irfan Adiguna	Jam Tangan dan Jersey	3.000.000
Noerman Noerjaman	Jam Tangan dan Jasa Fotografi	3.500.000-5.000.000
Anwar Sanjaya	Cake and Bakery	2.000.000
Himmah Mardiyah	Fashion	1.000.000-1.500.000
Emil Silvan	Makanan Hewan	2.000.000-3.000.000

Dari tabel kolom omser per bulan terlihat bahwa kewirausahaan dikalangan mahasiswa bukanlah suatu hal yang mustahil dan main-main, rata-rata dari ke lima mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang mempunyai usaha sampingan berhasil menghasilkan uang saku tambahan sebesar antara 1.000.000 hingga 5.000.000. ini membuktikan bahwa kewirausahaan tidak mustahil di kalangan pelajar atau mahasiswa dalam hal ini khususnya mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian bahwa apa yang disampaikan Rektor Universitas Negeri Jakarta bahwa kampus ini diarahkan pada program berwawasan kewirausahaan tercapai selain itu tujuan-tujuan yang diusung kampus ini bisa terlaksana yaitu diharapkan lewat program ini civitas akademika dapat memperoleh finansial tetap dari hasil usahanya yang berbasis akademik yang beragam. Program ini sebagai upaya sivitas akademika universitas untuk membangun budaya kewirausahaan berbasis akademik. Program ini diantaranya sebagai institusi memperoleh keuntungan (*benefit*) dari dinamika kegiatan akademik berkualitas, kompetitif dan modern sebagai kontributor iptek dan seni bagi sistem pendidikan nasional yang inovatif dan sebagai penyedia dan pengelola sumber daya manusia dengan kemampuan profesional dan sebagai mitra yang mampu menyediakan berbagai layanan pendidikan bagi kepentingan stakeholders.

BAB III

HASIL UJI PENELITIAN

3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sebelum melakukan penelitian di Universitas Negeri Jakarta khususnya para mahasiswa dan mahasiswi yang mempunyai bidang pekerjaan lain yaitu sejenis wirausaha diluar pendidikan yang mereka jalani, maka peneliti melakukan uji coba atau yang disebut dengan *kalibrasi* terlebih dahulu terhadap alat ukur kuesioner yang digunakan. Kalibrasi atau uji coba freetest ini sebanyak 10 orang responden yang merupakan hasil dari informasi salah satu mahasiswa yang berprofesi sebagai wirausahawan dan dari satu informasi inilah bercabang mendapatkan informasi lain tentang mahasiswa yang berprofesi sebagai wirausahawan lainnya.

Dari hasil data kalibrasi terhadap 10 orang yang mempunyai pekerjaan sampingan sebagai wirausahawan muda selain dari status tetapnya sebagai mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, kemudian dilakukan uji validitas dan reabilitas. Uji validitas dan reabilitas bertujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan bermutu. Uji validitas dan reabilitas dilakukan terhadap penelitian, dalam hal ini adalah kuesioner. Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. Sedangkan reabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran tetap

konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama.⁵⁰

Tabel 3.1 Uji Reliabilitas Data Kalibrasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	45

Sumber : Hasil Output SPSS Data Kalibrasi

Dari hasil uji reliabilitas terhadap alat ukur kuesioner, didapat nilai *Cronbach Alpha* 0,642 hal ini berarti kuesioner yang ada reabel dikarenakan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60⁵¹ meskipun nilai data *cronbach's alpha* hanya lebih sedikit dari 0,60. Dengan demikian kuesioner yang ada, dapat digunakan untuk penelitian sebenarnya di Universitas Negeri Jakarta. Namun ada beberapa hal yang peneliti ubah dalam kuesioner tersebut, yaitu beberapa pertanyaan dimodifikasi agar responden lebih mudah memahami pertanyaan yang ada. Akhirnya setelah melakukan perbaikan pada kuesioner yang berjumlah 50 pertanyaan kepada 50 responden yang didalamnya terdiri dari bagian karakteristik responden, pengaruh faktor sosial, tekanan ekonomi dan keinginan berwirausaha. Kuesioner yang ada menggunakan skala likert dan skala frekuensi verbal.

⁵⁰ Sutanto Priyo Hastono, *Analisis Data Kesehatan*, (Fakultas Kesehatan Masyarakat UI, 2007), Hlm 54

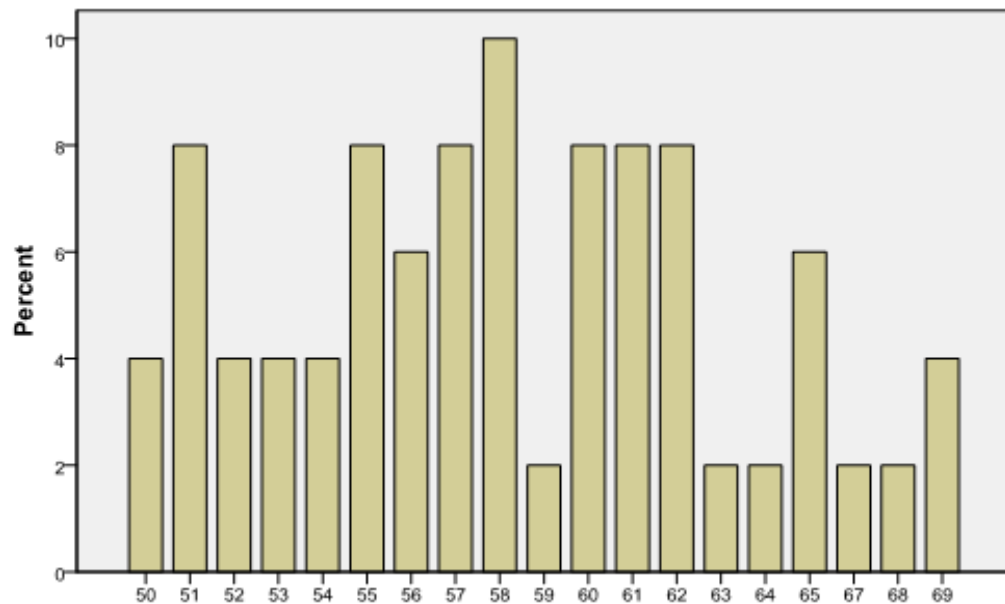
⁵¹ Purbayu Budi Santosa, *Analisis Statistik Dengan Mucrosoft Excel & SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2005, Hlm. 251

3.2 Analisis Univariat

3.2.1 Tingkat Faktor Sosial dalam Berkeinginan Berwirausaha

Grafik 3.1 Tingkat Faktor Sosial dalam Berkeinginan Berwirausaha

Faktor Sosial Dalam Keinginan Berwirausaha



Faktor sosial dalam keinginan berwirausaha

Sumber: Data output spss

Dari data grafik 3.1 Tingkat pengaruh faktor sosial dalam berkeinginan berwirausaha menunjukkan hasil rata-rata keseluruhan bernilai 58, dimana di dalam nilai 58 ini menunjukkan tingkat sangat setuju relatif sama atau sedang-sedang saja didalam jawaban pertanyaan kuesioner tersebut. Tingkat pengaruh faktor sosial dalam berkeinginan berwirausaha diperoleh dengan cara memberikan kategori yang berdasarkan pada penggunaan nilai tengah baru sebagai jarak (*range*) untuk

membentuk ke dalam 4 (empat) buah kategori. Adapun diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3.2 Statistik Pengaruh Faktor Sosial dalam Berkeinginan Berwirausaha

Statistics		
Faktor Sosial dalam Berkeinginan Berwirausaha		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		58.28
Std. Deviation		5.099
Minimum		50
Maximum		69

Sumber : Data Output SPSS

Dimana dari data di atas, ditentukan nilai tengah, yaitu :

Rumus :

Mean \pm $\frac{1}{2}$. Standard Deviasi

58,28 \pm $\frac{1}{2}$. 5,099

(+) 60,82 = 60

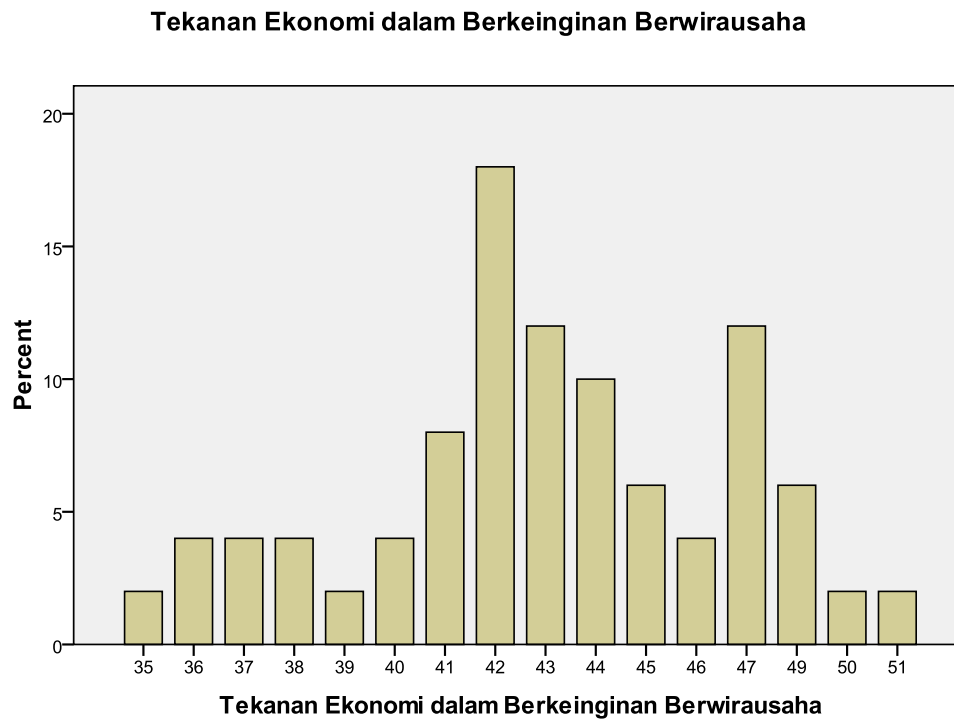
(-) 55,730 = 55

Sehingga dari hasil perhitungan tersebut dapat diperoleh grafik tingkat pengaruh faktor sosial dalam berkeinginan berwirausaha. Grafik 3.1 diatas dapat memperlihatkan bahwa tingkat faktor sosial dalam berkeinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta yaitu bernilai rata-rata 58 tetapi jika dihitung menggunakan rumus Mean \pm $\frac{1}{2}$. Standard Deviasi mempunyai dua nilai yang berbeda

yaitu 60 dan 55, hal ini berarti adanya sebuah nilai yang menunjukkan suatu nilai maximum yaitu 60 dan nilai minimum yaitu 55 dari sebuah data keseluruhan pada variabel tingkat pengaruh faktor sosial dalam berwirausaha. Uji univariat dalam variabel independen pengaruh faktor sosial dalam berkeinginan berwirausaha, peneliti menggunakan dimensi-dimensi yang sesuai dengan pengalaman para pekerja wirausahawan muda ini khususnya di Universitas Negeri Jakarta, yaitu keluarga, teman, komunitas dan masyarakat.

3.2.2 Tingkat Tekanan Ekonomi dalam Berkeinginan Berwirausaha

Grafik 3.2 Tingkat Tekanan Ekonomi dalam Berkeinginan Berwirausaha



Sumber : Data Output SPSS

Tingkat tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha diperoleh dengan cara memberikan kategori yang berdasarkan pada penggunaan nilai tengah baru sebagai jarak (*range*) untuk membentuk ke dalam 4 (empat) buah kategori. Adapun diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 3.3 Statistik Tekanan Ekonomi dalam Berkeinginan Berwirausaha

Statistics		
Tekanan Ekonomi dalam Berkeinginan Berwirausaha		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		43.06
Std. Deviation		3.766
Minimum		35
Maximum		51

Sumber : Output SPSS

Dimana dari data di atas, ditentukan nilai tengah, yaitu :

Rumus :

Mean $\pm \frac{1}{2} \cdot \text{Standard Deviasi}$

43,06 $\pm \frac{1}{2} \cdot 3,766$

(+) 44,943 = 45

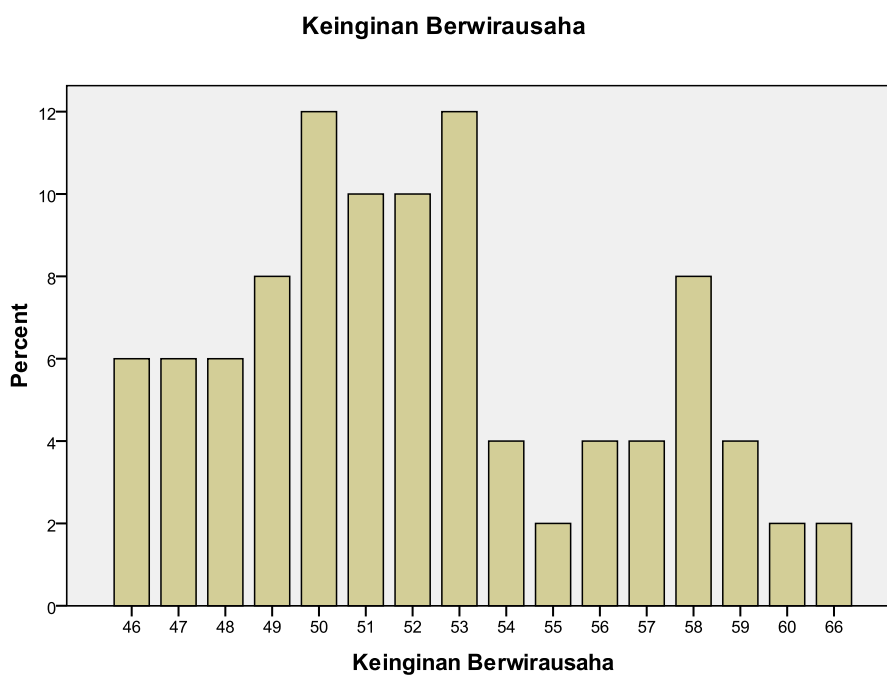
(-) 41,117 = 41

Sehingga dari hasil perhitungan tersebut dapat diperoleh grafik tingkat tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha. Grafik 3.2 diatas dapat memperlihatkan bahwa tingkat tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta yaitu menunjukkan hasil rata-rata keseluruhan bernilai 42-45, dimana di dalam nilai tersebut menunjukkan tingkat sangat setuju relatif sama atau sedang-sedang saja didalam jawaban pertanyaan kuesioner tersebut.

Apabila dilihat dari hasil data perhitungan tersebut dapat diperoleh grafik tingkat tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha. Grafik 3.2 diatas dapat memperlihatkan bahwa tingkat tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta yaitu bernilai rata-rata 42 tetapi jika dihitung menggunakan rumus $\text{Mean} \pm \frac{1}{2} \cdot \text{Standard Deviasi}$ mempunyai dua nilai yang berbeda yaitu 45 dan 41, hal ini berarti adanya sebuah nilai yang menunjukkan adanya nilai maximum yaitu 45 dan nilai minimum yaitu 41, dimana di dapat dari data keseluruhan pada variabel tingkat tekanan ekonomi dalam berwirausaha. Uji univariat dalam variabel dependen tekanan ekonomi dalam berkeinginan berwirausaha, peneliti menggunakan dimensi-dimensi yang sesuai dengan pengalaman para pekerja wirausahawan muda ini khususnya di Universitas Negeri Jakarta, yaitu kondisi, investor, pemilik dan pelanggan.

3.2.3 Tingkat Keinginan Berwirausaha

Grafik 3.3 Tingkat Keinginan Berwirausaha



Sumber : Output SPSS

Tingkat keinginan berwirausaha diperoleh dengan cara memberikan kategori yang berdasarkan pada penggunaan nilai tengah baru sebagai jarak (*range*) untuk membentuk ke dalam 3 (tiga) buah kategori. Adapun diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 3.4 Statistik Keinginan Berwirausaha

Statistics		
Keinginan Berwirausaha		
N	Valid	50
	Missing	0
Mean		52.34
Std. Deviation		4.279
Minimum		46
Maximum		66

Sumber : Output SPSS

Dimana dari data di atas, ditentukan nilai tengah, yaitu :

Rumus :

Mean $\pm \frac{1}{2} \cdot \text{Standard Deviasi}$

52,34 $\pm \frac{1}{2} \cdot 4,279$

(+) 54,48 = 54

(-) 50,20 = 50

Sehingga dari hasil perhitungan tersebut dapat diperoleh grafik keinginan berwirausaha. Grafik 3.3 diatas dapat memperlihatkan bahwa tingkat keinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta yaitu menunjukkan hasil rata-rata keseluruhan bernilai 52, dimana di dalam nilai tersebut menunjukkan tingkat sangat setuju relatif sama atau sedang-sedang saja didalam jawaban pertanyaan kuesioner tersebut. Apabila dilihat dari hasil data perhitungan tersebut dapat diperoleh grafik tingkat keinginan berwirausaha. Grafik 3.3 diatas dapat memperlihatkan bahwa

tingkat berkeinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta yaitu bernilai rata-rata 52 tetapi jika dihitung menggunakan rumus $\text{Mean} \pm \frac{1}{2} \cdot \text{Standard Deviasi}$ mempunyai dua nilai yang berbeda yaitu 54 dan 50, hal ini berarti adanya sebuah nilai yang menunjukkan adanya nilai maximum yaitu 54 dan nilai minimum yaitu 50, dimana di dapat dari data keseluruhan pada variabel keinginan dalam berwirausaha. Uji univariat dalam keinginan berwirausaha ini, peneliti menggunakan dimensi-dimensi yang sesuai dengan pengalaman para pekerja wirausahawan muda ini khususnya di Universitas Negeri Jakarta, yaitu individu atau pribadi, rutinitas dan keterlibatan kerja.

3.3 Analisis Tabulasi Silang

3.3.1 Tabulasi Silang Pendidikan Terakhir dengan Tingkat Keinginan Berwirausaha

		Tingkat Keinginan Berwirausaha			Total
		Kurang Baik	Baik	Sangat Baik	
Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	0	49	0	49
	D1	0	0	1	1
	D3	0	0	0	0
	S1	0	0	0	0
Total		0	49	1	50

Sumber : Data Primer SPSS

Hasil tabulasi silang di atas dapat dilihat bahwa nilai total tertinggi yaitu 49, dimana nilai 49 responden tersebut adalah responden yang memiliki status berwirausaha dengan pendidikan terakhir tingkat SMA atau SMK yang mana memiliki tingkat keinginan berwirausaha yang baik berjumlah 49 orang dan sangat baik hanya 1 orang yang mana memiliki tingkat keinginan berwirausaha dengan status pendidikan terakhir sebagai D1.

Analisis tabulasi silang di atas dapat menjelaskan lebih rinci bagaimana keadaan keinginan berwirausaha yang memiliki tingkat pendidikan terakhir yang berbeda. Dari hasil penelitian tersebut, didapatkan mayoritas responden yang berpendidikan baik yaitu 49 orang dengan status berpendidikan hanya di tingkat SMA atau SMK yang juga mendominasi posisi status pendidikan terakhir sebagai wirausaha. Sehingga diperoleh asumsi bahwa untuk mendapatkan keinginan berwirausaha yang baik dibutuhkan pendidikan yang mendasar untuk memperdalam

ilmu berwirausaha yang baik dan benar agar menuju atau mendapatkan kesuksesan di akan datang. Maka dalam hal ini analisis mengenai pendidikan terakhir menjadi faktor yang penting dalam berkeinginan berwirausaha.

3.3.2 Tabulasi Silang Jenis Wirausaha yang ditekuni dengan Tingkat Keinginan Berwirausaha

		Tingkat Keinginan Berwirausaha			Total
		Kurang Baik	Baik	Sangat Baik	
Jenis Wirausaha	Fashion (Jaket, Tas, Sepatu, Jersey, Jam Tangan)	1	3	18	22
	Online Shop	0	2	7	9
	Handphone & Pulsa	0	0	7	7
	Makanan	0	1	5	6
	Jasa (Fotokopi, Warnet, Bimbel)	0	0	3	3
	Peralatan Komputer	0	0	1	1
	Obat Herbal	0	2	0	2
Total	1	8	41	50	

Sumber : Data Primer SPSS

Tabulasi silang di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang beradaa di posisi pekerjaan dengan jenis wirausahanya yang paling banyak memiliki tingkat keingnan berwirausaha yang sangat baik yaitu fashion dengan jumlah responden sebanyak 22 orang (dimana 1 orang dengan kurang baik, 3 orang baik dan 18 orang sangat baik). Hal ini menunjukkan banyak jumlah jenis wirausaha yang sangat digemari oleh wirausahawan dibidang fashion (jaket, tas, sepatu, jersey dan jam tangan).

3.3.3 Tabulasi Silang Lamanya Wirausaha dengan Tingkat Keinginan Berwirausaha

		Tingkat Keinginan Berwirausaha			Total
		Kurang Baik	Baik	Sangat Baik	
Lamanya Berwirausaha	1 - 6 Bulan	0	3	12	15
	6 - 12 Bulan	0	2	2	4
	1 - 2 Tahun	3	5	15	23
	2 - 4 Tahun	0	2	6	8
Total		3	12	35	50

Sumber : Data Primer SPSS

Dari hasil tabulasi silang diatas, menunjukkan bahwa sebanyak 4 orang yang menunjukkan lamanya berwirausaha dengan tingkat paling kecil yaitu dengan waktu 6 – 12 bulan, sedangkan untuk tingkat sangat baik dalam lamanya berwirausaha dengan yaitu diperoleh dengan waktu sekitar 1 - 2 tahun yang berjumlah reponden sebanyak 23 orang. Jadi, hal ini menunjukkan tingkat lamanya berwirausaha berbeda-beda tergantung dari orangnya tersebut untuk membuka suatu pekerjaan atau usaha sampingan sebagai seorang wirausahawan.

3.3.4 Tabulasi Silang Tingkat Faktor Sosial dengan Tingkat Keinginan Berwirausaha

		Tingkat Keinginan Berwirausaha			
		Kurang Baik	Baik	Sangat Baik	Total
Tingkat Faktor Sosial	Kurang Baik	9	3	2	14
	Baik	4	12	4	20
	Sangat Baik	3	8	5	16
Total		16	23	11	50

Sumber : Data Primer SPSS

Dari hasil tabulasi silang di atas, dilihat bahwa sebanyak 9 orang yang memiliki tingkat pengaruh faktor sosial yang kurang baik, kemudian juga dapat dilihat bahwa sebanyak 12 orang memiliki tingkat faktor sosial yang baik serta sebanyak 8 orang yang memiliki tingkat faktor yang sangat baik ternyata juga memiliki tingkat keinginan berwirausaha.

3.3.5 Tabulasi Silang Tingkat Tekanan Ekonomi dengan Tingkat Keinginan Berwirausaha

		Tingkat Keinginan Berwirausaha			
		Kurang Baik	Baik	Sangat Baik	Total
Tingkat Tekanan Ekonomi	Kurang Baik	10	2	2	14
	Baik	3	13	4	20
	Sangat Baik	3	8	5	16
Total		16	23	11	50

Sumber : Data Primer SPSS

Dari hasil tabulasi silang di atas, dilihat bahwa sebanyak 10 orang yang memiliki tingkat tekanan ekonomi yang kurang baik, kemudian juga dapat dilihat bahwa sebanyak 13 orang memiliki tingkat tekanan ekonomi yang baik serta sebanyak 8 orang yang memiliki tingkat tekanan ekonomi yang sangat baik ternyata juga memiliki tingkat keinginan berwirausaha.

3.4 Pengaruh faktor Sosial dan Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

Tabel 3.5 Korelasi Faktor Sosial dan Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

		Correlations		
		Pengaruh faktor Sosial	Tekanan Ekonomi	Keinginan Berwirausaha
Pengaruh faktor Sosial	Pearson Correlation	1	.400**	.305*
	Sig. (2-tailed)		.004	.031
	N	50	50	50
Tekanan Ekonomi	Pearson Correlation	.400**	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000
	N	50	50	50
Keinginan Berwirausaha	Pearson Correlation	.305*	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	
	N	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS

Tabel 3.5 merupakan tabel korelasi yang memperlihatkan hubungan antara pengaruh sosial dan tekanan ekonomi dengan keinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta khususnya di mahasiswa yang memiliki usaha sampingan diluar pekerjaan mereka sebagai seorang mahasiswa. Dari tabel 3.5 dapat dilihat hubungan antara pengaruh faktor sosial yang diterapkan di pekerjaannya dengan keinginan berwirausaha diperoleh nilai skor korelasi 0,305 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,031 (**signifikan**) yang berarti kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima (terdapat pengaruh antara pengaruh faktor sosial dengan keinginan

berwirausaha) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) khususnya di para mahasiswa yang mempunyai usaha sampingan.

Pada variabel tekanan ekonomi yang di UNJ dengan tingkat keinginan berwirausahanya diperoleh nilai skor korelasi 0,609 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 (**sangat signifikan**) yang berarti kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima (terdapat pengaruh antara tekanan ekonomi dengan keinginan berwirausaha) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) khususnya di para mahasiswa yang mempunyai usaha sampingan.

Jadi, dari tabel 3.5 dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta khususnya para mahasiswa yang dipilih secara acak yang mana mereka mempunyai pekerjaan sampingan sebagai wirausahawan di luar status sosial mereka sebagai mahasiswa-mahasiswi. Setelah melihat uji korelasi yang menunjukkan adanya pengaruh antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha, maka dianggap perlu untuk melakukan uji regresi untuk melihat kekuatan pengaruh antara variabel pengaruh sosial, tekanan ekonomi dengan keinginan berwirausaha. Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda ini adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 3.6 Variabel Entered/Removed

Variables Entered/Removed			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tekanan Ekonomi Faktor Sosial ^a		. Enter

- a. All requested variables entered.
 - b. Dependent Variable : Keinginan Berwirausaha
- Sumber : Output SPSS

Tabel 3.6 merupakan tabel *entered/removed*, yaitu tabel yang memberikan informasi tentang variabel-variabel yang kurang berpengaruh terhadap variabel dependen sehingga akan dikeluarkan dari persamaan. Pada tabel di atas, dalam kolom *variabel removed* menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang dikeluarkan dari persamaan linear.

Peneliti menggunakan tabel di atas dikarenakan penggunaan 2 (dua) buah variabel independen sebagai prediktor terhadap variabel dependen. Tabel di atas memberikan penguatan atas kelayakan variabel-variabel independen yang digunakan. Apabila terdapat variabel independen yang tidak relevan digunakan sebagai predictor, maka variabel tersebut akan dikeluarkan dari tabel *entered/removed* yang sekaligus berarti tidak perlu digunakan. Dari hasil tersebut, diketahui bahwa keberadaan variabel-variabel independen yaitu pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi adalah layak dan relevan untuk dijadikan prediktor untuk mempengaruhi variabel dependen yaitu keinginan berwirausaha.

Tabel 3.7 Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Sosial Terhadap Keinginan Berwirausaha

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.305 ^a	.093	.074	4.117

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keinginan Berwirausaha

Sumber : Output SPSS

Dari tabel di atas dapat diketahui kekuatan pengaruh X1 (faktor sosial) terhadap Y (keinginan berwirausaha). Dimana untuk mengambil nilai kekuatan regresi linear sederhana menggunakan analisis R Square untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga dari perolehan R square sebesar 0,93 didapatkan perolehan persentase kekuatan pengaruh X1 terhadap Y yaitu 9,3%.

Tabel 3.8 Uji Regresi Linear Sederhana Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.358	3.429

a. Predictors: (Constant), Tekanan Ekonomi

b. Dependent Variable: Keinginan Berwirausaha

Sumber : Output SPSS

Dapat dilihat bahwa nilai R square sebagai koefisien determinasi pada tabel 3.8 diperoleh nilai sebesar 0,371. Sehingga perolehan persentase kekuatan pengaruh X2 (Tekanan Ekonomi) terhadap Y (Keinginan Berwirausaha) sebagai 37,1 %. Sehingga bisa disimpulkan bahwa kekuatan pengaruh X2 terhadap Y lebih besar daripada kekuatan pengaruh X1 terhadap Y.

Tabel 3.9 Uji Regresi Berganda Faktor Sosial dan Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.613 ^a	.376	.349	3.452

a. Predictors: (Constant), Tekanan Ekonomi, Pengaruh Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keinginan Berwirausaha

Sumber : Output SPSS

Tabel 3.9 merupakan *model summary*, diperoleh nilai R sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan pengaruh yang diciptakan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y adalah baik, selain itu nilai R menunjukkan angka yang positif, berarti arah hubungan yang terbentuk adalah positif. Jadi ketika nilai pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi meningkat maka akan diikuti oleh peningkatan keinginan berwirausaha, begitu juga sebaliknya, jika nilai pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi berkurang maka akan diikuti oleh penurunan keinginan berwirausaha.

Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentasi variabel-variabel independen yang digunakan secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan variabel dependen. Menurut Purbayi Budi Santoso (2005), dalam uji regresi

berganda, maka yang sebaik-baiknya digunakann adalah nilai *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi.⁵²

Dari tabel 3.9 diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,349 atau 34,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 34,9% atau variabel independen (pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi) mampu menjelaskan sebesar 34,9% variasi keinginan berwirausaha. Sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Dari tabel 3.9 ini juga dapat dilihat bahwa adanya nilai *Std. Error of Estimate* sebesar 3,452 nilai ini lebih kecil dari nilai standar deviasi Keinginan Berwirausaha yang memiliki nilai 4,279. karena nilai *Std. Error of Estimate* lebih kecil dari nilai standar deviasi berarti model regresi semakin baik dalam memprediksi nilai keinginan berwirausaha.

⁵² Purbayi Budi Santoso, Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS, Yogyakarta : ANDI, 2005, Hlm. 145

Tabel 3.10 Anova X1 dan X2 Terhadap Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	337.003	2	168.501	14.137	.000 ^a
	Residual	560.217	47	11.920		
	Total	897.220	49			

a. Predictors: (Constant), Tekanan Ekonomi, Pengaruh Faktor Sosial

b. Dependent Variable: Keinginan Berwirausaha

Sumber : Output SPSS

Uji regresi secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini Anova digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Jika dilihat dari tabel 3.10 diperoleh nilai Sig. 0,000 (alpha) yang berarti kurang dari 0,05 sehingga H_0 (persamaan regresi antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi dengan keinginan berwirausaha tidak signifikan) ditolak, **maka H_a (persamaan regresi antara pengaruh sosial dan tekanan ekonomi dengan keinginan berwirausaha signifikan) diterima.** Jadi, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi X1 dan X2 terhadap Y.

Tabel 3.11 Hasil Regresi Pengaruh Faktor Sosial dan Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.381	6.757		3.016	.004
	Pengaruh faktor Sosial	.062	.106	.073	.583	.563
	Tekanan Ekonomi	.659	.143	.580	4.611	.000

a. Dependent Variable: Keinginan Berwirausaha

Sumber : Output SPSS

Dari tabel 3.11 diperoleh nilai pada kolom *Sig.* Untuk tekanan sosial 0,563 yang mana lebih besar dari 0,05 yang bisa dikatakan nilai data tersebut kurang signifikan, tetapi hal ini tidak berpengaruh untuk menilai suatu data penelitian gagal atau tidak, walaupun data kurang signifikan yang diperoleh nilai *Sig* untuk kategori pengaruh sosial lebih besar dari 0,05, kemungkinan data instrument penelitiannya masih kurang representatif, dan nilai ini masih bisa dikatakan variabel faktor sosial mempengaruhi keinginan berwirausaha. Selanjutnya untuk variabel tekanan ekonomi didapatkan nilai *Sig* sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga variabel independen ini mempengaruhi variabel dependen yaitu keinginan berwirausaha.

Jadi dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi) memiliki pengaruh terhadap keinginan

berwirausaha. Dimana dari hasil perhitungan diperoleh output $R = 0,613$ (dalam *Model Summary* kolom R). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengaruh sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha adalah baik (kuat). *R Square* atau koefisien determinansi (digunakan *Adjusted R Square* karena jumlah variabel independen lebih dari satu). Di dalam *Model Summary* kolom *Adjusted R Square = 0,349* ini berarti 34,9% persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 34,9% atau variabel independen (pengaruh sosial dan tekanan ekonomi) mampu menjelaskan sebesar 34,9% variasi keinginan berwirausaha. Sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kemudian, dari hasil perhitungan output SPSS diperoleh *coefficients* (dalam kolom *Model dan Unstandardized Coefficients* kolom β) sebagai berikut : *Intercept* $\beta_0 = 20,381$, pengaruh faktor sosial $\beta_1 = 0,062$ dan tekanan ekonomi $\beta_2 = 0,659$. Jadi, garis regresi sampel antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 20,381 + 0,062X_1 + 0,659X_2$$

Dimana :

Y = Keinginan Berwirausaha

X1 = Faktor Sosial

X2 = Tekanan Ekonomi

Intercept $\beta_0 = 20,381$ menyatakan nilai keinginan berwirausaha jika tanpa pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi, atau mewakili nilai \hat{Y} bila $X_1 = X_2 = 0$. Hubungan antara X_1 dan Y diukur berdasarkan koefisien regresi $b_1 = 0,062$. Ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan (pengaruh) satu dalam pengaruh faktor sosial terhadap keinginan berwirausaha akan meningkat $0,062$ (dengan asumsi bahwa variabel independen lain adalah tetap). Koefisien $b_2 = 0,659$ menjelaskan bahwa setiap tekanan ekonomi yang ada pada seseorang, maka pengaruh terhadap keinginan berwirausaha akan meningkat sebesar $0,659$ (asumsi bahwa variabel ini dalam keadaan tetap atau tidak berubah).

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Pengaruh Sosial Terhadap Keinginan Berwirausaha

Hubungan-hubungan sosial yang tidak terlihat namun Nampak pada kenyataannya menjadi titik ketertarikan peneliti dalam melakukan penelitian ini, aktor pada hal ini wirausahawan menjadi titik berat dari penelitian ini. Wirausahawan adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya atau hidupnya. Ia bebas merancang, menentukan mengelola, mengendalikan semua usahanya. Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercrepta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya atau (*entrepreneur*) adalah seseorang yang membayar harga tertentu untuk produk tertentu, untuk kemudian dijualnya dengan harga yang tidak pasti, sambil membuat keputusan tentang upaya mencapai dan memanfaatkan sumber-sumber daya, dan menerima risiko dan dengan kata lain sifat-sifat keberanian, keutamaan, dan keteladanan dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri⁵³

⁵³ Winardi, Wirausaha dan Kewirausahaan, (<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/18808/3/Chapter%20II.pdf>), Hlm. 1,2008, Diakses pada tanggal 19 Juni 2013

Wirausahawa yang menjadi unsur utama yang merupakan salah satu aktor dalam pembangunan nasional, untuk itu wirausahawan adalah sumber daya manusia yang wajib dikembangkan. Bukti kongkretnya adalah bangsa yang maju adalah bangsa yang 2 sampai 4% nya adalah wirausahawan. Kebutuhan ini bermula dari adanya kenyataan bahwa negara-negara berkembang termasuk Indonesia menghadapi persoalan-persoalan berupa kemiskinan, keterbelakangan, ketenagakerjaan atau pengangguran, pertumbuhan ekonomi rendah. Dan harapan besar untuk keluar dari persoalan itu tertuju pada wirausaha sebagai suatu alternatif karena wirausaha dinilai dapat mendorong terciptanya lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan masyarakat, pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan sektor-sektor ekonomi tertentu. Atau dengan kata lain sikap mental wirausaha merupakan motor penggerak dalam pembangunan negara dalam hal memajukan ekonomi bangsa dan negara, meningkatkan taraf hidup masyarakat, ikut mengurangi pengangguran, membantu mengentaskan kemiskinan.

Disamping itu, suatu kenyataan pula bahwa sampai saat ini sebagian besar penduduk Indonesia masih terpola pada kebiasaan untuk mencari kerja bukan menciptakan kerja. Tentu saja persoalan ini akan selalu menjadi masalah bagi negara. Coba bayangkan apa yang akan terjadi bila seluruh penduduk usia kerja hanya menggantungkan diri untuk mencari kerja, berapa juta tempat kerja yang harus tersedia, dan siapa yang harus menyediakan tempat kerja dan kalau hanya mengandalkan pemerintah saja, rasanya mustahil untuk diwujudkan.

Tabel 4.1 Kekuatan Ekonomi Indonesia

Tabel 2 SELF EMPLOYEE	Tabel 3 BUSINESSMAN
Tabel 1 EMPLOYEE	Tabel 4 INVESTOR

Dari tabel bagan diatas dapat dijelaskan suatu negara akan menjadi miskin apabila sebagian besar kekuatan ekonomi lebih bertumpu pada tabel sebelah kiri (tabel 1 dan 2). Sebaliknya akan menjadi negara makmur bila bertumpu pada tabel sebelah kanan (tabel 3 dan 4) apalagi bila tabel 4 lebih dominan, ekonomi negara akan semakin kuat. Kalau kita perhatikan kondisi di negara kita yang realitas termasuk negara miskin, dimana kekuatan ekonomi lebih bertumpu pada tabel sebelah kiri khususnya tabel 1, maka jawaban atas pertanyaan diatas “mengapa wirausaha dibutuhkan” adalah bahwa hal ini merupakan upaya untuk merubah pola pikir dan budaya mencari kerja menjadi budaya untuk menciptakan kerja sehingga lambat laun kekuatan ekonomi tidak hanya bertumpu pada tabel sebelah kiri tetapi disebelah kanan. Untuk merubah pola pikir semacam itu tentu saja hanya bisa dilakukan dengan menanamkan sikap mental wirausaha.

Untuk itu butuh pengembangan kewirausahaan di Indonesia, pembangunan kewirausahaan harus dimulai dari sumber daya manusia yang ada, sumber daya manusia adalah modal penting yang dimiliki suatu negara karena sumber daya manusia adalah unsur utama dalam pembangunan nasional yang merupakan subek dan sekaligus objek pembangunan, serta sebagai hak dan kewajiban sebagai warga

negara. Namun dalam mengambil keputusan untuk menentukan pilihan berwirausaha peneliti melihat ada faktor yang menyebabkan seseorang memilih untuk berwirausaha dalam hal ini peneliti melihat dari faktor sosial dan tekanan ekonomi.

Pengaruh faktor sosial bisa jadi faktor yang sangat penting dalam mendorong orang melakukan tindakan ekonomi yaitu dalam berwirausaha. Faktor sosial bisa datang dari berbagai arah mulai dari keluarga, teman, komunitas, dan masyarakat. Karena pada dasarnya adalah keseluruhan sosial mendahului pemikiran individual baik secara logika maupun secara temporer. Individu yang berfikir dan sadar diri adalah mustahil secara logika menurut teori Mead tanpa didahului adanya kelompok sosial. Kelompok sosial muncul lebih dulu, dan kelompok sosial menghasilkan perkembangan keadaan mental kesadaran diri⁵⁴. Sedangkan tekanan ekonomi jauh lebih memiliki faktor yang lebih besar, biasanya tekanan ini dilandasi pada kehilangan pekerjaan, pendapatan yang rendah, dan ketidakseimbangan asset dan hutang.

Kita tahu, bahwa manusia berkembang secara bertahap dengan melalui interaksi dan proses sosialisai dengan anggota masyarakat lainnya. Seperti halnya manusia yang tidak pernah bersosialisasi dan merenung apa yang dia dapat dari lingkungan sekitar tidak akan mungkin bisa dengan sadar dia memilih suatu tindakan dalam hal ini berwirausaha. Namun sebaliknya dari proses memperhatikan,

⁵⁴ George Ritzer and Douglas J. Goodman, Teori sosiologi modern, (Jakarta : Kencana, 2008) Hlm. 272

merasakan, dan merenungkan seseorang bisa mengambil keputusan yang dia anggap baik dalam hal ini berwirausaha. individu atau aktor tidak sadar dalam berperilaku dan di dikte oleh lingkungan sekitarnya dari proses interaksi dalam hal ini memperhatikan dan merenung. Dalam kelanjutannya proses-proses sosialisasi ini yang menghasilkan tekanan sosial bagi individu yang mendorong keinginan untuk melakukan tindakan, contohnya adalah ketika kita berada dalam satu lingkungan yang mungkin kita sudah ada didalamnya bertahun-tahun pada saat itu pula muncul identitas kita yang baru, muncul gagasan-gagasan baru dan keterikatan-keterikatan baru dari di kita. Menurut Granovetter seseorang akan melakukan tindakan yang disituasikan secara sosial dan melekat dalam jejaring sosial personal yang sedang berlangsung diantara para aktor (pelaku) ekonomi.

Awal mula menyukai fotografi adalah ketika saudara saya mempunyai camera DSLR, dan pada saat itu saya meminjamnya selama satu minggu. Saya belajar secara otodidak. Begitu dilihat hasilnya potretan saya bagus, akhirnya saya membeli camera DSLR juga dan mulai menjadi fotografer. Saya juga melihat fotografer-fotografer itu hidupnya enak, dari kerja yang gak tentu, santai, tapi bisa jalan keluar negeri cuma karena fotonya. Selain itu saya fikir jd fotografer itu seru dan banyak pahalanya karena bisa bikin orang seneng. Kalo jam sama juga sodara yang bisnis jam tangan, awalnya biasa ajah. Tapi karena banyak yang minat yaudah saya tertarik berjualan jam. Hasilnya lumayan buat nambahin beli lensa dan printilannya. Maklum harga lensa dan lain-lain itu cukup mahal.

Dari hasil wawancara saya dengan salah satu responden, prosesnya terlihat jelas ketika dia memutuskan untuk untuk mengikuti teman dalam hal menawarkan jasa atau berjualan, Ia tidak langsung mengambil keputusan untuk menjadi fotografer atau penjual. Tapi ia lebih dulu mengamati, melihat, dan merasakan apa yang jd

keputusannya . Setelahnya Ia baru mencoba secara perlahan untuk melihat hasilnya. Faktanya yang jelas adalah Ia berani mengambil keputusan berwirausaha dikarenakan suatu pengaruh sosial dimana ia melihat peluang dan merasakan apa yang sudah temannya peroleh dan capai dan dia secara tidak langsung dipaksa untuk mendapatkan uang untuk membeli lagi “kebutuhan” yang dia inginkan. Hal ini juga di buktikan dari hasil perhitungan sps 17.0 yang saya lakukan.

Tabel 4.2 Kolerasi Pengaruh Sosial Terhadap Keinginan Berwirausaha

Pengaruh sosial	Keinginan berwirausaha <i>Sig. (2-tailed) .031</i>
------------------------	--

Dari tabel korelasi yang memperlihatkan hubungan antara pengaruh sosial dengan keinginan berwirausaha di Univeristas Negeri Jakarta khususnya di mahasiswa yang memiliki usaha sampingan diluar jam kuliah mereka sebagai seorang mahasiswa. Dari tabel dapat dilihat hubungan antara tekanan sosial yang dengan keinginan berwirausaha diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,031 (**signifikan**) yang berarti kurang dari 0,05 sehingga Ho ditolak, dan Ha diterima (terdapat pengaruh antara faktor sosial dengan keinginan berwirausaha) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) khususnya di para mahasiswa yang mempunyai usaha sampingan.

Tabel 4.3 Indikator Faktor Pengaruh Sosial

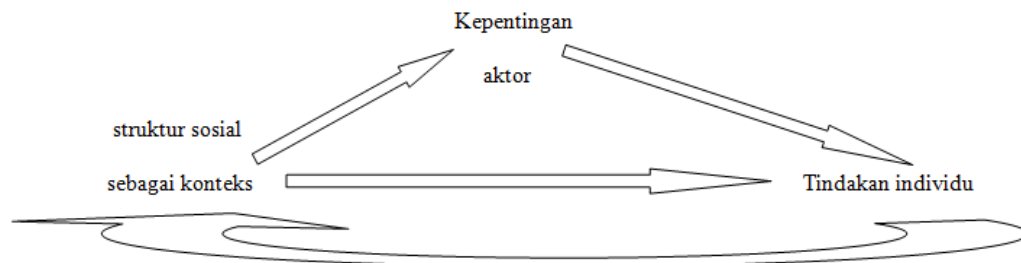
Pernyataan	Persentase Setuju (S)
Keluarga memberikan support berupa moril dalam membangun wirausaha	54%
Keluarga memberikan support / dukungan berupa materil saat membangun wirausaha	54%
Keluarga mengkritik atau menyarankan agar membuka usaha sampingan	32%
Keluarga menyediakan tempat usaha yang berbentuk kios atau ruko	10%
Keluarga menyediakan bahan mentah atau bahan jadi	22%
Teman memberikan dukungan berupa masukan, ide	66%
Teman memberikan dukungan berupa masukan semangat	68,6%
Teman juga ikut mengembangkan usaha bersama-sama	42%
Tanggung jawab dengan rekan sekerja anda dalam membangun usaha	44%
Daya tarik dari komunitas dalam memilih berwirausaha	62%
Luasnya jaringan informasi menjadi daya tarik berwirausaha	62%
Informasi mengenai wirausaha muda yang sukses	30%
Persamaan kebutuhan untuk berwirausaha	72%
Pengalaman dalam bidang yang digeluti	68%
Persamaan kebutuhan antara anda dan konsumen	72%
Penampilan atau image membentuk ketertarikan minat berwirausaha	66%
Sifat konsumtif menimbulkan minat berwirausaha	64%
Gaya hidup santai tapi " <i>ber-uang</i> " membuat menjadi wirausahawan	24%
Aspek status sosial dalam berwirausaha	46%

Dari tabel 4.3 di atas, dapat dilihat persentase persetujuan mahasiswa atas pernyataan-pernyataan yang menjadi indikator dalam mengukur kualitas pengaruh sosial yang mereka rasakan saat ini. Dari hasil tersebut, menggambarkan bahwa mahasiswa lebih banyak merasakan pengaruh-pengaruh sosial yang diberikan dari keluarga, teman maupun masyarakat sekitarnya. Pernyataan-pernyataan tersebut

merupakan indikator yang digunakan peneliti dimana merupakan hasil penarikan dimensi-dimensi seperti keluarga, teman dan masyarakat.

Pengaruh faktor sosial dalam kehidupan tidak bisa dihilangkan, karena dalam faktanya kita sebagai manusia adalah makhluk sosial yang selalu melakukan interaksi. Sadar atau tidak sadar kita selalau terpapar ‘radiasi’ dari lingkungan sekitar tempat dimana kita tinggal. Struktur atau ruang sosial selalu memberikan sebuah perenungan-perenungan yang ketika masuk kedalam diri menjadikan sebuah tekanan yang kita sendiri ingin dan mau melakukannya.

Gambar 4.1 Integrative Ronal Burt



Bagan Integrative Ronal Burt

Dari bagan diatas dapat dijelaskan bahwa aktor menemukan dirinya dalam struktur sosial, struktur sosial tersebut mendefinisikan kemiripan sosial mereka, yang pada gilirannya memolakan persepsi mereka terhadap keinginan yang harus dimiliki

dengan mengambil beberapa tindakan alternative⁵⁵ atau dengan mudahnya dijelaskan dengan segala macam tindakan atau perilaku yang terjadi bermula dari struktur sosial yang ada, dimana struktur yang membentuk kepentingan-kepentingan individu yang pada akhirnya berujung kepada tindakan seseorang kembali. Dengan demikian pengaruh sosial mempengaruhi keinginan berwirausaha, ini juga dibuktikan dari penelitian terdahulu dimana faktor lingkungan latar belakang profesi keluarga, pengalaman organisasi, dan pengalaman kerja. Kedua adalah faktor dalam diri mahasiswa : persepsi, pengetahuan kewirausahaan, sikap pada dunia wirausaha, locus of control, dan kebiasaan mengambil resiko menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang dalam berwirausaha.⁵⁶

4.2 Pengaruh Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

Selain dari pengaruh sosial peneliti melihat adanya tekanan ekonomi yang mempengaruhi keinginan berwirausaha, tekanan ekonomi yang yang dimaksud tetap didasarkan pada pengamatan dan proses sosialisai namun ada pembeda antara tekanan ekonomi dan faktor sosial, perbedaannya adalah tujuannya dan kebutuhan mendasar manusia. Biasanya tekanan ekonomi lebih cenderung pada tujuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri dan mencari keuntungan semata. Bagi Smith,

⁵⁵ George Ritzer and Douglass J. Goodman, *Teori Sosiologi* Teori sosiologi, (Yogyakarta : Kreasi Kencana, 2009), Hlm. 473

⁵⁶ Andi Ardian A.Pallampa. *Wirausaha Sebagai Pilihan Profesi Pekerjaan : Penelitian Survey Kewirausahaan Pada Mahasiswa FEUI Tahun Terakhir*. Skripsi.Depok. Jurusan Ekonomi. (Universitas Indonesia. Jakarta, 2008).

manusia adalah “binatang yang gelisah”, dan sudah merupakan khuluk manusia untuk menjadi homo ekonomis, yaitu manusia ekonomi sebagai makhluk rasional yang didorong oleh kepentingan pribadi untuk selalu berusaha memperoleh hasil yang sebesar-besarnya dari berbagai kemungkinan pilihan yang ada.⁵⁷

Tekanan ekonomi juga bisa datang dari mana saja melewati proses sosialisasi sama seperti faktor sosial, namun tekanan ekonomi dilatarbelakangi kebutuhan dasar manusia yang tidak bisa diganggu gugat. Di dalam tekanan ekonomi terdapat pula faktor sosial, namun didalam faktor sosial belum tentu terdapat tekanan ekonomi. Dan dari sinilah tekanan ekonomi akan menimbulkan tindakan-tindakan ekonomi yang diawali dengan perrefleksian diri dengan motif-motif tertentu serta prinsip-prinsip tertentu. Tekanan ekonomi ini menimbulkan sebuah tindakan yang disebut tindakan ekonomi, tindakan ekonomi adalah segala usaha manusia untuk memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas dengan pertimbangan yang baik berdasarkan skala prioritas untuk mencapai kemakmuran. Tindakan ekonomi ini bisa berupa rasional, tradisional dan spekulatif rasional, dan hal yang dilakukan oleh seorang wirausahawan adalah tindakan ekonomi rasional dimana seorang individu atau aktor mempertimbangkan alat yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ada.

⁵⁷ Rachmat Hidayat, Ekonomi Politik : Ekonomi Neoklasik, Hlm.1, 2011, (http://elearning.unej.ac.id/courses/EKONOMIPOLITIK/document/ekopol_neoklasik.pdf), Diakses pada tanggal 18 Juni 2013

Awal memulai usaha berjualan adalah ketika berfikir ingin mendapatkan duit sendiri, dan ketika saya bertemu dengan teman sekampus. Saya mencoba membantu memasarkan barang dagangannya yaitu baju bola, ketika itu saya mendapatkan untung yang lumayan padahal saya tidak menggunakan modal. Setelahnya saya beralih menjual jam tangan, ini juga dikarenakan pada awalnya melihat teman yang sukses. Dengan membeli beberapa jam dengan harga yang murah dan saya menjualkan kembali. Dan keuntungan yang saya dapat bisa buat makan, beli pulsa, dan lainnya.

Dari hasil wawancara penulis dengan seorang responden, jelas bahwa si aktor sebelum memulai menjadi wirausaha didasarkan dengan keinginan mendapatkan penghasilan sendiri, dan adanya dukungan investor atau pemilik modal membuat ia berani membantu memasarkan barang dagangan orang lain, setelahnya ia berusaha mencari dan mempertimbangkan alat yang tersedia serta pangsa pasar yang ada untuk mencapai tujuannya. Dari hasil berjualannya juga dimanfaatkan untuk pemenuhan kebutuhannya sendiri.

Kebutuhan ini mempunyai dua makna bagi orang-orang yang berwirausaha tersebut, yaitu pertama, kebutuhan dijadikan alat untuk mendapatkan keuntungan, dimana dengan mereka berwirausaha pastinya mengharapkan keuntungan dari hasil yang mereka jual, sebab itulah keuntungan tersebut dijadikan sebagai kebutuhan oleh para pelaku usaha tersebut. Yang kedua, kebutuhan dijadikan alat kepuasan tersendiri oleh para aktor wirausaha tersebut, dimana maksudnya adalah mereka yang

terjun dalam dunia wirausaha ini senang atau merasa puas dengan kegiatan berjualan yang mereka lakukan ini.

Motif Ekonomi adalah keinginan atau alasan yang mendorong manusia untuk melakukan tindakan ekonomi atau kegiatan ekonomi baik dari dalam diri manusia maupun dari luar/lingkungan. Sedangkan motif ekonomi menurut para ahli motif ekonomi bisa dilihat dari perspektif utilitarian dan perspektif embeddedness. Adapun motif ekonomi dibagi menjadi dua, yaitu:

- Motif intrinsik adalah keinginan untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan sesuai kesadaran sendiri. Maksudnya adalah individu atau aktor memiliki kebutuhan dan kesadaran akan apa yang ingin dia lakukan dalam tindakan ekonomi dan melakukan sesuatu secara rasional dengan kesadarannya sendiri.
- Motif ekstrinsik adalah keinginan seseorang untuk memperoleh barang dan jasa yang diinginkan karena pengaruh dari luar/orang lain. Maksudnya adalah seorang aktor *terinfluence* dari dan bukan atas kesadarannya sendiri melainkan dari proses memperhatikan, interaksi dan saling memperhatikan orang lain.

Macam-macam motif ekonomi dalam kehidupan sehari-hari, yaitu :

- a. Motif ekonomi untuk memperoleh laba atau keuntungan, dimana adanya dorongan yang muncul untuk memperoleh keuntungan dan mendorong semangat untuk menggali ide yang bersifat penemuan baru (inovasi).

Misalnya: dalam berwirausaha baju bola atau jersey, para aktor yang berwirausaha menambahkan aksesoris tambahan pada pakaian tersebut agar terlihat menarik bagi konsumen, yang mana menimbulkan inspirasi bagi penjual lain dan si konsumennya.

- b. Motif ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sendiri adalah keinginan yang dimiliki oleh setiap individu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Bila dikaitkan dengan kewirausahaan, motif inilah yang menjadi alasan tepat untuk bermulainya berwirausaha, dimana dengan adanya motif tersebut, para pelaku wirausaha jelaslah menjadikan usahanya sebagai alat kebutuhan, karena dengan adanya usaha yang mereka lakukan ini diharapkan bisa menambah pendapatan mereka dan memenuhi kebutuhan hidup yang lebih baik lagi.
- c. Motif ekonomi untuk memperoleh penghargaan adalah keinginan seseorang selain mendapat keuntungan, juga menginginkan dihargai dan dihormati oleh orang lain. Disini maksud dari motif tersebut adalah para aktor pelaku wirausaha dalam menjalankan bisnisnya pastinya mengharapkan keuntungan, tetapi dengan keuntungan yang diperoleh tidak semata-mata untuk dirinya sendiri tetapi ia bagi hasilnya untuk para karyawannya, agar mereka-mereka yang bekerja dalam usaha tersebut dihargai dalam pekerjaannya.
- d. Motif ekonomi untuk memperoleh kekuasaan adalah keinginan seseorang untuk memperoleh kekuasaan dalam masyarakat khususnya dalam bidang ekonomi. Motif dari ekonomi ini misalnya seperti Anggri memiliki beberapa

wirausaha besar, semua kebutuhannya tercukupi, meskipun demikian, Anggri tetap memiliki keinginan untuk berusaha mengembangkan usahanya agar lebih besar lagi hingga dapat tercapai keinginannya untuk menguasai ekonomi di daerahnya.

- e. Motif ekonomi untuk sosial adalah keinginan seseorang untuk memperoleh pendapatan, kemudian sebagian pendapatannya digunakan untuk menolong sesama dengan tulus ikhlas. Contoh: bersedekah untuk fakir miskin, menyumbang daerah yang terkena musibah.

Prinsip Ekonomi adalah usaha manusia dengan pengorbanan tertentu untuk mencapai hasil yang optimal. Adapun penggolongan prinsip ekonomi, antara lain :

- a. Prinsip ekonomi konsumen. Konsumen adalah orang yang mengurangi nilai guna barang dan jasa. Dengan pendapatan yang diterima, konsumen berusaha mencapai kepuasan yang sebesar-besarnya dari kebutuhan yang beraneka ragam. Karena pendapatan dan alat pemuas yang terbatas, sedangkan kebutuhannya yang tidak terbatas, maka konsumen perlu melakukan kegiatan selektif dalam membuat skala prioritas kebutuhannya.
- b. Prinsip ekonomi produsen. Produsen adalah orang yang menambah nilai guna barang dan jasa. Produsen dengan segala usahanya perlu mempertimbangkan pilihan untuk menentukan barang-barang yang akan diproduksi. Barang produksi yang diproses oleh tenaga kerja atau menggunakan mesin, diupayakan agar menggunakan biaya produksi yang rendah untuk

mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Dengan demikian tujuan produsen adalah memperoleh keuntungan (laba) yang besar dengan pengorbanan tertentu.

- c. Prinsip ekonomi distributor. Distributor adalah orang yang menyalurkan barang dan jasa. Distributor mempertimbangkan efisiensi jarak, biaya, dan waktu yang diperlukan distributor untuk menyalurkan barang dan jasa.

Dengan demikian untuk dapat menyalurkan barang dan jasa ke konsumen, selain menggunakan prinsip ekonomi, distributor juga perlu melakukan efisiensi dalam penyaluran barang dan jasa, yakni disertai perhitungan biaya dan saluran distribusi yang akan dilaluinya menuju konsumen. Dari hasil perhitungan spss 17.0 dapat dilihat korelasi tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha sebagai berikut.

Tabel 4.4 Korelasi Pengaruh Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha

Pengaruh tekanan ekonomi	Keinginan berwirausaha Sig. (2-tailed) .000
---------------------------------	--

Pada variabel tekanan ekonomi yang di Universitas Negeri Jakarta dengan tingkat keinginan berwirausahanya diperoleh nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 (**sangat signifikan**) yang berarti kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima (terdapat pengaruh antara tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha) di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) khususnya di para mahasiswa

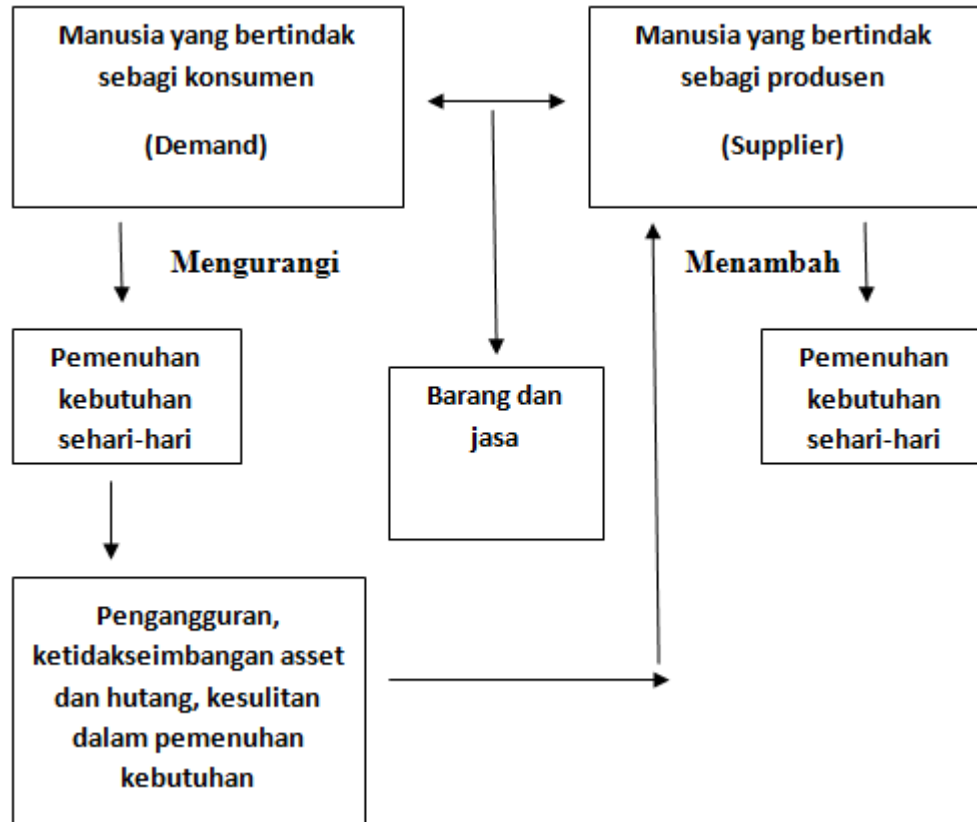
yang mempunyai usaha sampingan. Dan dari tabel pernyataan tentang pengaruh tekanan ekonomi memiliki presentase sebagai berikut.

Tabel 4.5 Indikator Tekanan Ekonomi

Pernyataan	Persentase Setuju (S)
Memperoleh penghasilan sendiri	20%
Kepuasan penghasilan sendiri	26%
Hilangnya pekerjaan orang tua	38%
Pendapatan keluarga yang rendah	40%
Ketidakseimbangan asset dan hutang yang dimiliki	40%
Modal pemberian	66%
Modal barang dan jasa dari orang lain	54%
Tidak ada modal dari orang lain	56%
Ketersediaan modal awal	66 %
Pangsa pasar membuat keinginan berwirausaha	58%
Pengetahuan akan pangsa pasar terhadap suatu barang	58%
Banyaknya jumlah konsumen dari suatu barang dan jasa	72%
Adanya distributor yang terpercaya	64%
Adanya distributor yang memberikan harga murah	50%

Dari tabel 4.5 di atas, dapat dilihat persentase persetujuan mahasiswa atas pernyataan-pernyataan yang menjadi indikator dalam mengukur kualitas tekanan ekonomi yang mereka rasakan saat ini. Dari hasil tersebut, menggambarkan bahwa mahasiswa lebih banyak merasakan tekanan ekonomi yang dilatar belakngi hilangnya pekerjaan orang tua, ketidakseimbangan asset dan hutang, dan lain-lainnya. Pernyataan-pernyataan tersebut merupakan indikator yang digunakan peneliti dimana merupakan hasil penarikan dimensi-dimensi seperti kondisi keluarga, adanya investor, adanya pemilik modal, dan adanya pelanggan.

Gambar 4.2 Skema Tekanan Ekonomi



Dari bagan status manusia dalam kehidupan ekonomi bisa dijelaskan dengan bahwa faktanya setiap manusia bertindak sebagai konsumen dan bisa juga sebagai produsen terhadap barang dan jasa. Fakta ini tidak bisa kita sangkal mengingat manusia adalah makhluk sosial yang saling terkait satu dengan yang lainnya. Setiap individu membutuhkan kebutuhan ekonominya sendiri disisi lain individu menciptakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Individu menciptakan dua perbedaan dalam dirinya sendiri yaitu yang konsumtif dan yang menjadi produsen. Dan ketika terjadi ketidakseimbangan asset dan hutang serta tidak

terkecukupinya kebutuhan sehari-hari. Maka berfikir untuk membuat usaha baru adalah hal paling rasional. Tekanan ekonomi memberikan pengaruh yang luas dalam tindakan ekonomi disetiap individu. Dalam hal berwirausaha tergantung si individu merefleksikan apa yang terjadi didalam kesehariannya dan melakukan tindakan ekonomi dan menjalaninya.

4.3 Keinginan Berwirausaha Terhadap Pengaruh Sosial dan Tekanan Ekonomi

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia wirausaha, pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh wirausahawan yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Berwirausaha sebagai sarana mengurangi kemiskinan dan menjebatani antara gap si kaya dan miskin. Kewirausahaan bisa dijadikan solusi paling rasional untuk saat ini, pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan, dan kita semua tahu bahwa bangsa yang maju adalah bangsa yang mempunyai wirausahawan 2% sampai 4% sementara Indonesia hanya mempunyai 0,9 sampai 0,18 % saja.

Menurut Robert Lawang *network* (Jaringan) itu sebagai ikatan antar simpul (orang/kelompok) yang dihubungkan dengan media (hubungan sosial). Disini maksudnya adalah individu/kelompok diikat oleh suatu hubungan yang membuat

mereka saling berinteraksi dan melakukan suatu tindakan-tindakan tertentu untuk mencapai tujuan bersama.⁵⁸ Jaringan sosial ini menekankan pada tekanan sosial dalam berwirausaha, dimana terdapat modal sosial berupa jaringan dalam berwirausaha. Misalnya saja, pada wirausaha pakaian/baju jersey yang di dalamnya ada jaringan sosial yang terbentuk dari hubungan yang sudah terjalin cukup lama antara pengusaha dan pelanggan. Hubungan antara pengusaha dan pelanggan tercipta dari hubungan kekerabatan dari sang pemilik dengan pelanggan sehingga membentuk sistem kepercayaan (*trust*) dan akhirnya membentuk jaringan sosial. Kepercayaan itu dipertahankan oleh norma yang mengikat kedua belah pihak. Ada kerja antar simpul (orang atau kelompok) yang melalui media hubungan sosial menjadi satu kerjasama, bukan kerja bersama-sama.⁵⁹

Hubungan antara pemilik usaha dan konsumen atau pelanggannya bisa timbul dan tercipta karena sang pemilik memiliki jaringan atau *link* yang cukup luas. Misalnya saja, si penjual jersey mempunyai teman yang ingin menjadi reseller jersey tersebut, dengan demikian menimbulkan *link* atau jaringan yang baru dalam wirausaha tersebut. Jaringan yang luas dapat menjadi sebuah modal sosial tersendiri bagi usaha ini. Hal ini sesuai dengan pemikiran Bordiue. Piere Bordiue mendefinisikan modal sosial sebagai “sumber daya aktual dan potensial yang dimiliki oleh seseorang berasal dari jaringan sosial yang terlembagakan serta berlangsung

⁵⁸ Robert MZ. Lawang, Kapital Sosial: Dalam Perspektif Sosiologis Suatu Pengantar, (Depok : FISIP UIPRESS, 2005), Hlm. 62

⁵⁹ Ibid Hlm. 157

terus menerus dalam bentuk pengakuan dan perkenalan timbal balik (keanggotaan dalam kelompok sosial) yang memberikan kepada anggotanya berbagai bentuk kolektif”.⁶⁰ Hal ini juga sesuai dengan pandangan Granoveter, yang menurutnya, merupakan tindakan ekonomi yang disituasikan secara sosial dan melekat (*embedded*) dalam jaringan sosial personal yang sedang berlangsung di antara para aktor. Ini tidak hanya terbatas pada tindakan aktor individual sendiri tetapi juga mencakup perilaku ekonomi yang lebih luas, seperti penetapan harga dan institusi-institusi ekonomi, yang semuanya terpendam suatu jaringan hubungan sosial.⁶¹

Jaringan sosial yang merupakan suatu aspek dari modal sosial ini kemudian berusaha dipertahankan oleh pemilik usaha dengan cara menanamkan kepercayaan (*trust*) dengan memberlakukan norma-norma (*norms*) pada para pelanggan. Misalnya saja norma kejujuran, menghormati, tepat waktu, dan lain sebagainya. Hal ini akan menimbulkan rasa saling percaya antara kedua belah pihak. Modal sosial dibutuhkan untuk menciptakan jenis komunitas moral yang tidak bisa diperoleh dalam kasus bentuk-bentuk *Human Capital* yang lain. Begitu saja melalui keputusan investasi rasional, yakni keputusan individu untuk berinvestasi “*Human Capital*”. Modal sosial lebih didasarkan pada kebajikan-kebajikan sosial umum. Jika orang-orang bekerjasama dalam sebuah perusahaan saling mempercayai dan bekerjasama menurut serangkaian norma-norma etis bersama, maka berbisnis hanya memerlukan sedikit

⁶⁰ Desi Ambunsari, dkk, Laporan KKL “*Modal Sosial Home Industry Bola Sepak Masyarakat Desa ParakanSalak*”, Sosiologi Pembangunan 2004

⁶¹ Ibid Hlm. 139

biaya. Masyarakat akan lebih mampu berinovasi secara organisasional, karena tingkat kepercayaannya tinggi yang akan memungkinkan varietas hubungan sosial yang lebih luas.⁶²

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa modal sosial sebagai jaringan (*networks*), norma-norma (*norm*), dan kepercayaan sosial (*social trust*), dimana jaringan terbentuk berdasarkan kepentingan atau ketertarikan individu secara prinsip atau pemikiran. Kepercayaan merupakan hubungan sosial yang dibangun atas dasar rasa percaya dan rasa memiliki bersama. Sedangkan norma diterapkan untuk mengatur segala tindakan dan perilaku. Modal sosial disini juga mengacu pada hubungan diantara individu jaringan kerja sosial dan norma yang saling membutuhkan dan layak dipercaya yang timbul dari pemilik usaha, pekerja dan pelanggannya. Kepercayaan dan norma memainkan peran sentral di dalam kewirausahaan tersebut. Kapasitas modal sosial termanivesatasikan dalam tiga bentuk modal sosial (jaringan, norma, dan kepercayaan) yang dapat memfasilitasi dan menjadi arena dalam hubungan antar individu. Dan berikut adalah perhitunga SPS 17.0 X1 dan X2 terhadap Y.

Tabel 4.6 Regresi Berganda X1 dan X2 Terhadap Y

Prediktor	R	Adjusted R Square
Pengaruh Sosial + Tekanan Ekonomi	.613	.349

⁶² Desi Ambunsari, dkk, Laporan KKL "Modal Sosial Home Industry Bola Sepak Masyarakat Desa ParakanSalak", Sosiologi Pembangunan 2004

Tabel 4.6 merupakan *model summary*, diperoleh nilai R sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan pengaruh yang diciptakan antara variabel X1 dan X2 terhadap Y adalah baik, selain itu nilai R menunjukkan angka yang positif, berarti arah hubungan yang terbentuk adalah positif. Jadi ketika nilai pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi meningkat maka akan diikuti oleh peningkatan keinginan berwirausaha, begitu juga sebaliknya, jika nilai pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi berkurang maka akan diikuti oleh penurunan keinginan berwirausaha.

Koefisien determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentasi variabel-variabel independen yang digunakan secara serentak atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan variabel dependen. Menurut Purbayi Budi Santoso (2005), dalam uji regresi berganda, maka yang sebaik-baiknya digunakan adalah nilai *Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi.⁶³

Dari tabel 4.6 diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,349 atau 34,9%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 34,9% atau variabel independen (pengaruh sosial dan tekanan ekonomi) mampu menjelaskan sebesar 34,9% variasi keinginan berwirausaha. Sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh

⁶³ Purbayi Budi Santoso, Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS, Yogyakarta : ANDI, 2005, Hlm. 145

variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dari tabel ini juga dapat dilihat bahwa adanya nilai *Std. Error of Estimate* sebesar 3,452 nilai ini lebih kecil dari nilai standar deviasi Keinginan Berwirausaha yang memiliki nilai 4,279. karena nilai *Std. Error of Estimate* lebih kecil dari nilai standar deviasi berarti model regresi semakin baik dalam memprediksi nilai keinginan berwirausaha.

Pentingnya menciptakan keinginan berwirausaha mempunyai fungsi dan peran wirausaha tersendiri yaitu dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (innovator) dan perencana (planner). Sebagai penemu wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru, seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi dan sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru, merencanakan ide-ide dan peluang dalam meraih sukses, menciptakan organisasi perusahaan yang baru dan lain-lain. Secara makro, peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu Negara.⁶⁴

⁶⁴ Arista Lukmayanti, Hubungan Efikasi Diri Dengan Minat Berwirausaha Siswa, (<http://eprints.uny.ac.id/9625/1/ARISTA%20LUKMAYANTI%2008511241006.pdf>) Diakses pada tanggal 20 Juni 2013

Tabel 4.7 Indikator Keinginan Berwirausaha

Pernyataan	Presentase Setuju (S)
Tujuan dari keinginan berwirausaha adalah mencari keuntungan	74%
Motif memenuhi kebutuhan sendiri	54%
Keinginan muncul karena pengaruh orang lain	42%
Dalam berwirausaha adanya motif mendapatkan penghargaan dari orang lain	46%
Kepentingan sosial merupakan bentuk keinginan ekonomi	62%
Adanya motif memperoleh kekuasaan	36%
Tidak puas dengan rutinitas yang ada	62%
Tidak menikmati rutinitas sebelumnya	50%
Ingin mencari pengalaman baru	50%
Ingin merasakan mencari penghasilan sendiri	40%
Sudah menyukai bidang ini sebelumnya	64%
Antusiasme mendorong anda berwirausaha	64%
Senang dengan kegiatan sampingan	56%
Berfikir lebih mudah bekerja menjadi wirausahawan	46%
Kegagalan dan kerugian bukan halangan berwirausaha	62%
Saya merasa senang diberikan kritik	70.0
Saya senang diberikan motivasi	68.0

Dari tabel 4.7 di atas, dapat dilihat persentase persetujuan mahasiswa atas pernyataan-pernyataan yang menjadi indikator dalam mengukur variabel dependen yaitu keinginan berwirausaha yang mereka rasakan saat ini. Dari hasil tersebut, menggambarkan bahwa keinginan berwirausaha mahasiswa. Pernyataan-pernyataan tersebut merupakan indikator yang digunakan peneliti dimana merupakan hasil penarikan dimensi-dimensi seperti keinginan yang dirasakan individu, rutinitas yang ada, dan keterlibatan kerja. Keterampilan wirausaha akan menjadikan manusia wirausaha yang tangguh, keterampilan berfikir kreatif dapat menciptakan sesuatu yang baru atau menambah kegunaan suatu barang menjadi ciri seorang wirausaha. Apabila seorang wirausaha tidak dapat berfikir kreatif maka usahanya tidak dapat

maju. Seorang wirausaha juga dituntut untuk mempunyai keterampilan dalam mengambil keputusan karena seorang wirausaha adalah pemimpin bagi usahanya, dalam mengambil keputusan harus secara cepat dan tepat. Seorang wirausaha merupakan pemimpin dari usahanya maka seorang wirausaha juga harus mempunyai keterampilan kepemimpinan. Keterampilan kepemimpinan mempunyai dua unsur yaitu memimpin diri sendiri dan memimpin orang lain. Dalam memimpin diri sendiri kita harus tanamkan kedisiplinan dalam diri sendiri supaya dapat dijadikan contoh bagi yang dipimpin, dalam memimpin orang lain harus dapat mempengaruhi orang lain untuk dapat bekerja lebih baik demi kemajuan usaha. Dengan demikian menciptakan rasa keinginan berwirausaha sebenarnya bisa dilakukan dengan cara yang sangat halus ataupun tak terlihat oleh mata namun tersampaikan makna dan tujuannya, yaitu dengan cara membuat suasana atau kegiatan yang menstimulus seseorang untuk merenungkan akan pentingnya kewirausahaan. Kita tidak boleh *apati* atau masa bodoh dengan berwirausaha, apalagi negara kita adalah negara yang masuk dalam golongan negara berkembang. Tingkat konsumtifitas yang tinggi bisa menjadi pembangkit keinginan untuk menciptakan suatu usaha yang baru.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan uji korelasi dan regresi berganda, ternyata tekanan sosial dan tekanan ekonomi mempunyai hubungan dalam mempengaruhi keinginan berwirausaha. Dari uji korelasi diperoleh *Sig. 2 tailed* antara pengaruh sosial dengan keinginan berwirausaha di Universitas Negeri Jakarta, khususnya mahasiswa yang mempunyai usaha sampingan sebesar 0,031 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh faktor sosial dengan keinginan berwirausaha.

Untuk variabel tekanan ekonomi juga terdapat hubungan yang sangat signifikan dengan keinginan berwirausaha dikalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, dapat dilihat perolehan uji korelasi *Sig. 2 tailed* sebesar 0,000 yang juga berarti kurang dari 0,005.

Kemudian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan uji regresi, dari uji regresi diperoleh nilai R sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan pengaruh yang baik antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha di kalangan mahasiswa

Universitas Negeri Jakarta. Nilai R menunjukkan angka yang positif, berarti arah hubungan yang terbentuk positif.

Dari hasil uji regresi juga diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,349 atau 34,9%. Jadi, kedua variabel independen (pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi) yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 34,9% faktor yang mempengaruhi keinginan berwirausaha. Sedangkan sisanya 65,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Selanjutnya, persamaan regresi yang terbentuk adalah $\hat{Y} = 20,381 + 0,062X_1 + 0,659X_2$

Nilai persamaan regresi $\hat{Y} = 20,381 + 0,062X_1 + 0,659X_2$ didapatkan dari hasil perhitungan diperoleh output $R = 0,613$ (dalam *Model Summary* kolom R). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara pengaruh sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha adalah baik (kuat). *R Square* atau koefisien determinansi (digunakan *Adjusted R Square* karena jumlah variabel independen lebih dari satu). Di dalam *Model Summary* kolom Adjusted R Square = 0,349 ini berarti 34,9% persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 34,9% atau variabel independen (pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi) mampu menjelaskan sebesar 34,9% variasi keinginan berwirausaha. Sedangkan sisanya sebesar 65,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Kemudian, dari hasil perhitungan output SPSS diperoleh *coefficients* (dalam kolom *Model dan Unstandardized Coefficients* kolom β) sebagai berikut : *Intercept* $\beta_0 = 20,381$, pengaruh sosial $\beta_1 = 0,062$ dan tekanan ekonomi $\beta_2 = 0,659$. Jadi, garis regresi sampel antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 20,381 + 0,062X_1 + 0,659X_2$$

Intercept $\beta_0 = 20,381$ menyatakan nilai keinginan berwirausaha jika tanpa pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi, atau mewakili nilai \hat{Y} bila $X_1 = X_2 = 0$. Hubungan antara X_1 dan Y diukur berdasarkan koefisien regresi $b_1 = 0,062$. Ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan (pengaruh) satu dalam pengaruh sosial terhadap keinginan berwirausaha akan meningkat 0,062 (dengan asumsi bahwa variabel independen lain adalah tetap). Koefisien $b_2 = 0,659$ menjelaskan bahwa setiap tekanan ekonomi yang ada pada seseorang, maka pengaruh terhadap keinginan berwirausaha akan meningkat sebesar 0,659 (asumsi bahwa variabel ini dalam keadaan tetap atau tidak berubah).

Jadi, kesimpulan dalam penelitian ini, terdapat hubungan yang baik antara pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi terhadap keinginan berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Sehingga, apabila kedua variabel independen naik, maka variabel dependen juga akan naik. Dengan demikian, benar bahwa dengan adanya pengaruh faktor sosial dan tekanan ekonomi maka akan

berdampak bagi keinginan berwirausaha seseorang. Pada akhirnya keinginan berwirausaha ini akan memberikan pengaruh yang sangat baik untuk keberlangsungan perekonomian seseorang maupun mengurangi jumlah pengangguran dan kemiskinan di Indonesia.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian mengenai Pengaruh Sosial dan Tekanan Ekonomi Terhadap Keinginan Berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, maka ada beberapa hal yang disarankan peneliti, yaitu :

1. Dalam berkeinginan berwirausaha di kalangan mahasiswa, seharusnya diberikan fasilitas berupa wadah atau tempat untuk berkumpulnya komunitas wirausaha muda yang ada di sekitar kalangan mahasiswa kampus atau Universitas Negeri Jakarta, agar lebih memudahkan satu sama lainnya, dalam hal pengenalan maupun memberikan informasi atau pengetahuan yang baru dalam wirausaha yang ditekuninya.
2. Untuk menekan banyaknya minat usaha-usaha yang dijalani para mahasiswa, sebaiknya perlu ada data yang mengenai siapa-siapa saja yang menjalani suatu usaha, agar lebih memudahkan pengenalan anggota wirausaha dan diberikan peluang-peluang atau kesempatan dengan cara mengajarkan system atau tata cara yang baik dalam melakukan atau menjalani suatu wirausaha agar bisa berkembang dan berjalan dengan baik.
3. Untuk penelitian selanjutnya yang memfokuskan penelitian terhadap tekanan sosial dan tekanan ekonomi disarankan untuk sebaiknya untuk pengambilan sampel peneliti mengarpakan agar mencari sampel yang lain sehingga penelitian bisa bervariasi terhadap suatu responden dan tidak hanya terhadap mahasiswa saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku.

- Budi, Purbayi Santoso. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta, 2005.
- Damsar. *Pengantar Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Endah, Alberthiene. *Ken dan Kaskus: Cerita Sukses Di Usia Muda*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Ghozali, H.Iman. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2006.
- Gunawan Diredja, Tjahja. Chairul Tanjung: Si Anak Singkong. Jakarta: Buku Kompas, 2012.
- Haryanto, Sindung. *Sosiologi Ekonomi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.
- Hasan, Mustafa. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2000.
- Hendro, M.M. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Islafatun, Nor. *Sandiaga Uno: From Zero To Hero*. Yogyakarta: Buku Pintar, 2013.
- Lawang, Robert MZ. 2005. *Kapital Sosial: Dalam Perspektif Sosiologis Suatu Pengantar*. Depok : FISIP UIPRESS. 2005.
- Prasetya. *Metode Penelitian Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Grafindo Persada, 2005.
- Priyo Sutanto, Hastono. "*Analisis Data Kesehatan*". Fakultas Kesehatan Masyarakat UI, Depok: UIPRESS, 2007.
- Ritzer, George dan J. Goodman, Douglas. *Teori Sosiologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana. Jakarta, 2009.
- Ritzer, George dan J. Goodman, Douglas. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana. Jakarta, 2008.
- Sari, Suindah. *The Story Of Bill Gates*. Yogyakarta: PT. Suku Buku, 2013.
- Scott, John. *Teori Sosial: Masalah-Masalah Pokok Dalam Sosiologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012

- Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama, 2010.
- Sosiologi UNJ, Laboratorium. *Scripta Societa*. Jakarta. Jurusan Sosiologi UNJ: Jakarta, 2008.
- Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta, 2005.
- Sukandarrumidi. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2006.
- Suwarsono dan Y.So Alvin. *Perubahan Sosial dan Pembangunan*. Jakarta: LP3ES, 2006.
- Tim Kordinasi Penulis Buku 40 Tahun Universitas Negeri Jakarta. *Lintas Peristiwa 40 Tahun Universitas Negeri Jakarta*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta. 2004.
- Wirawan Sarwo, Sarlito. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Rajawali Press, 2003.
- Zimmerer, Thomas W. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New York : Prentice Hall, 2007.

Sumber Skripsi

- Ardian, Andi. *Wirausaha Sebagai Pilihan Profesi Pekerjaan : Penelitian Survey Kewirausahaan Pada Mahasiswa FEUI Tahun Terakhir*. Jakarta : Universitas Indonesia. 2008
- Mahesa, Aditya Dion. *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Minat Berwirausaha: Penelitian Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro*. Semarang: Universitas Diponegoro. 2012.

Sumber Lain

- Ajzen, Icek. *The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Processes*. (<http://people.umass.edu/aizen/publications.html>). 1991.
- Ambunsari, Desi. dkk, 2004. *Laporan KKL “Modal Sosial Home Industry Bola Sepak Masyarakat Desa ParakanSalak”*. 2004.
- Anas, Fathur. *Wirausaha Muda dan Kemajuan Ekonomi Bangsa*, (<http://news.okezone.com/read/2012/08/13/58/676816/wirausaha-muda-dan-kemajuan-ekonomi-bangsa>). 2012.

- Basu, Anuradha dan and Meghna Virick. *Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students*. (<http://www.nciia.net/conf08/assets/pub/basu2.pdf>). 2007.
- Hadisoegondo, Soebroto. *Upaya Penumbuhan Wirausaha Baru: Masalah dan Pendekatannya*. 2006.
- Hidayat, Anwar. *Uji Statistik*. (<http://statistikian.blogspot.com/2012/10/variabel-penelitian.html#.Ud2PZTvw3Q>). 2012.
- Hidayat, Rachmat. *Ekonomi Politik : Ekonomi Neoklasik*. (http://elearning.unej.ac.id/courses/EKONOMIPOLITIK/document/ekopol_neoklasik.pdf). 2011.
- J.A.M León, F.J.P Descals and J.F.M Domínguez, *The Psychosocial Profile Of The University Entrepreneur*, 2007
- Jurnalnet, *Menuju UNJ berwawasan wirausaha bukan bentuk lembaga bisnis*. (<http://www.jurnalnet.com/konten.php?nama=BeritaUtama&topik=5&id=858>). 2013.
- Kementrian Perencanaan Pembangunan Nasional, *Indonesia Bukan Negara Gagal*. (<http://www.bappenas.go.id/node/165/3575/indonesia-bukan-negara-gagal/>). 2012.
- Kementerian Pendidikan Nasional, *Pedoman Program Mahasiswa Wirausaha*, ([http://www.dikti.go.id/files/Belmawa/Pedoman_Program_Mahasiswa_Wirausaha_\(PMW\).pdf](http://www.dikti.go.id/files/Belmawa/Pedoman_Program_Mahasiswa_Wirausaha_(PMW).pdf)). 2012.
- Melani, Agustina. *BI Adakan Program Kerja Penciptaan Wirausaha Baru*. (<http://ekonomi.inilah.com/read/detail/1900503/bi-adakan-program-kerja-penciptaan-wirausaha-baru>). 2012.
- Routamaa, Vesa & Anna-Leena Rissanen, *Family Background and Entrepreneurial Capacity*. (<http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/2004/paper78.pdf>). 2003.
- Sumarti, Titik. *Sosiologi Kepentingan (interest) dan Tindakan Ekonomi* (<http://triarahmawati.blog.fisip.uns.ac.id/files/2011/12/jurnal-titik-sumarti.pdf>). 2007.
- Winardi, *Wirausaha dan Kewirausahaan*. 2008.