



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**PENGARUH SIKAP DAN ENTREPRENEURIAL DRIVE DITINJAU  
DARI PERSEPSI KEINGINAN TERHADAP INTENSI  
BERWIRSAUSAHA (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI PERGURUAN TINGGI DI KOTA PADANG)**

**SKRIPSI**



**FIO REZANO  
0810522092**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG 2012**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : FIO REZANO  
No. BP : 0810522092  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S1)  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Sumber Daya Manusia  
Judul Skripsi : Pengaruh Sikap dan *Entrepreneurial Drive* Ditinjau Dari Persepsi Keinginan Terhadap Intensi Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Kota Padang).

Telah diuji dan disetujui skripsinya melalui seminar hasil skripsi yang diadakan pada tanggal 29 Maret 2012 dan disetujui oleh Pembimbing Skripsi.

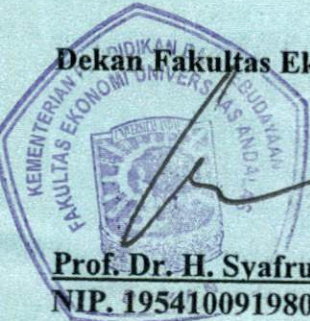
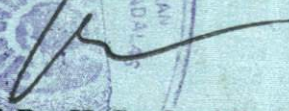
Padang, Mei 2012  
Pembimbing

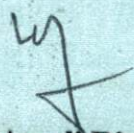
  
Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si  
NIP. 197102211997011001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

  
  
Prof. Dr. H. Syafruddin Karimi, SE, MA  
NIP. 195410091980121001

  
Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si  
NIP. 197102211997011001


**Carilah apa yang telah dianugerahkan Allah  
kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan  
janganlah melupakan bagianmu dari (kenikmatan)  
duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain)  
dan janganlah kamu berbuat kerwakan di (muka) bumi.  
Serungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang  
yang berbuat kerwakan. (Qs. Al-Qashash 28:77)**

**Jadilah engkau sumber kebaikan  
dan maafkanlah kesalahan orang lain  
karena engkau pasti akan melihat  
dan mendengar sendiri buah perbuatannya**

**Jika engkau mencintai seseorang,  
cintailah dia sekedarnya saja  
karena engkau tidak tahu  
kapan cinta itu akan lenyap darimu**

**Jika engkau membenci seseorang,  
bencilah dia sekedarnya saja  
karena engkau tidak tahu  
kapan engkau bakal kembali mencintainya**

**(Nasihat Ali bin Abi Thalib,  
diriwayatkan Ar-Rafi'i, dari Abu Jshak As-Subai'i)**

	No. Alumni Universitas :	<b>FIO REZANO</b>	No. Alumni Fakultas :
	a) Tempat/Tanggal Lahir : Padang/13 November 1990 b) Nama Orang Tua : Drs. Syahrel, M.Pd dan Zanibar c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) No. BP : 0810522092 f) Tanggal Lulus : 29 Maret 2012 g) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan h) IPK : 3,67 i) Lama Studi : 3 tahun 7 bulan j) Alamat Orang Tua : Komplek Parupuk Raya Blok D/25, Tabing, Padang		

**PENGARUH SIKAP DAN *ENTREPRENEURIAL DRIVE* DITINJAU DARI PERSEPSI KEINGINAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PERGURUAN TINGGI DI KOTA PADANG)**

*Skripsi Oleh : Fio Rezano*

*Pembimbing : Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si*

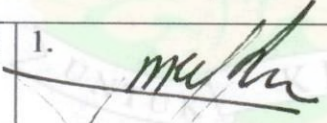
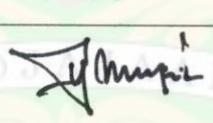
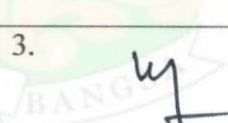
**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh faktor-faktor sikap yang ditinjau dari kecenderungan inovasi, non konformitas, dan kecenderungan proaktif terhadap persepsi keinginan berwirausaha serta pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis model persamaan struktural (*structural equation modeling*) dengan program AMOS. Selanjutnya diteliti perbedaan intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan dengan pengujian *independent t-test*. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 250 responden.

Analisis model yang ditawarkan peneliti memenuhi kriteria *goodness of fit* yang disyaratkan. Ukuran *goodness of fit* yang menunjukkan kondisi yang fit diantaranya *Chi-square* (168,456), *probability* (0,064), TLI (0,983); CFI (0,986); CMIN/DF (1,186); RMSEA (0,032); GFI (0,914) telah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Sedangkan nilai AGFI (0,885) masih berada dalam batas toleransi. Hasil pengujian hipotesis antara lain : keinginan inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha, non konformitas berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha, kecenderungan proaktif berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha, persepsi keinginan berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha, dan tidak terdapat perbedaan intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah *entrepreneurship*.

**Keyword :** *entrepreneurial drive, intention, persepsi keinginan, inovasi, proaktif, non-conformity*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada **29 Maret 2012**. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	3. 
Nama Terang	<i>Dra. Meilini Malik, MM</i>	<i>Dra. Yanti, MM</i>	<i>Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si</i>

Mengetahui :  
Ketua Jurusan Manajemen

**Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**  
NIP. 197102211997011001

  
**Tanda Tangan**

Alumnus telah mendaftarkan ke Fakultas/Universitas dan mendapat nomor alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat, berkah serta karunia yang telah diberikan Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin. Skripsi ini berjudul *Pengaruh Sikap dan Entrepreneurial Drive Ditinjau Dari Persepsi Keinginan Terhadap Intensi Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Kota Padang)*. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata Satu serta untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada berbagai pihak yang telah berkenan memberikan bimbingan, dorongan, dan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung, antara lain :

1. Bapak *Prof. Dr. H. Syafruddin Karimi, SE, MA*, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.
2. Bapak *Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si*, selaku pembimbing skripsi sekaligus Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dorongan, serta bantuannya.
3. Bapak *Prof. Dr. Tafdil Husni, SE, MBA*, selaku pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam hal akademik.
4. Ibu *Dra. Hj. Meilini Malik, MM* dan Ibu *Dra. Hj. Yanti, MM* selaku penguji skripsi yang telah memberikan berbagai kritik dan sarannya.
5. Ibu *Dr. Vera Pujani, SE, MM.Tech*, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen, dan Bapak *Fajri Adrianto, SE, M.Bus*, selaku Kepala Program Studi.

6. Bapak dan Ibu dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan.
7. Seluruh Staf Biro Jurusan Manajemen yang telah memberikan bantuannya dalam proses administrasi akademik.
8. Orang tua tercinta, *Drs. Syahrel, M.Pd* dan *Zanibar*, serta kakak dan adik, *Dori Yolanda, SS*, dan *Rezki Pradana*, yang telah memberikan seluruh doa, semangat, dorongan, dan perhatiannya.
9. Rekan-rekan yang secara langsung membantu dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya *Sri Defriana, Rahmat Fiansyaf, Rivo AM, Al Arif*, dan lain-lain.
10. Seluruh rekan-rekan Manajemen, khususnya rekan-rekan M2 angkatan 08 yang telah berjuang bersama dan menjadi bagian keluarga dan menjadi bagian kehidupan selama menempuh perkuliahan ini.
11. Seluruh rekan-rekan mahasiswa Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, Universitas Bung Hatta, dan Universitas Putera Indonesia YPTK, yang telah bersedia menjadi responden pada penelitian ini.
12. Berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam penulisan, penyajian, maupun pembahasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik, saran, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak sehingga dapat menjadi perbaikan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan manfaat-manfaat lainnya.

Padang, Mei 2012

Penulis

# DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	9
2.1 Konsep dan Karakteristik Kewirausahaan .....	9
2.2 Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan .....	15
2.3 Intensi Berwirausaha ( <i>Entrepreneurial Intention</i> ) .....	21
2.4 Sikap Berwirausaha ( <i>Entrepreneurial Attitude</i> ) .....	26
2.5 Dorongan Berwirausaha ( <i>Entrepreneurial Drive</i> ) .....	29
2.5.1 Tinjauan Konseptual Persepsi Keinginan .....	32
2.6 Dimensi Sikap Sebagai Prediktor <i>Entrepreneurial Drive</i> .....	33
2.6.1 Keinginan Inovasi .....	36
2.6.2 Non Konformitas .....	37
2.6.3 Kecenderungan Proaktif .....	38
2.7 Tinjauan Konseptual Pendidikan Kewirausahaan .....	41
2.8 Model Teoritis Penelitian .....	42

<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	43
3.1 Sifat Penelitian .....	43
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	43
3.3 Populasi dan Sampel .....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.5 Teknik Sampling .....	45
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	46
3.7 Teknik Pengujian Instrumen .....	48
3.7.1 Uji Validitas .....	48
3.7.2 Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extracted</i> .....	49
3.7.3 Uji Normalitas .....	49
3.8 Teknik Analisis Data .....	50
3.9 Teknik Pengujian Hipotesis .....	54
 <b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	 56
4.1 Karakteristik Responden .....	56
4.1.1 Perguruan Tinggi .....	56
4.1.2 Jurusan/Program Studi .....	57
4.1.3 Semester .....	58
4.1.4 Jenis Kelamin .....	59
4.1.5 Usia Responden .....	59
4.1.6 Uang Saku/Pendapatan Responden Per Bulan .....	60
4.1.7 Pekerjaan Orang Tua .....	60
4.1.8 Penghasilan Orang Tua Per Bulan .....	61
4.1.9 Tingkat Pendidikan Orang Tua .....	61
4.1.10 Rencana Responden Setelah Kuliah .....	62
4.1.11 Pekerjaan atau Usaha Mahasiswa .....	63
4.1.12 Mata Kuliah Kewirausahaan .....	64
4.1.13 Analisis Data Statistik Deskriptif .....	65
4.2 Hasil Pengujian Instrumen .....	67
4.2.1 Uji Validitas .....	67

4.2.1.1 Uji Validitas Variabel Keinginan Inovasi .....	68
4.2.1.2 Uji Validitas Variabel Non Konformitas .....	69
4.2.1.3 Uji Validitas Variabel Kecenderungan Proaktif .....	70
4.2.1.4 Uji Validitas Variabel Persepsi Keinginan .....	70
4.2.1.5 Uji Validitas Variabel Intensi Berwirausaha .....	71
4.2.1.5 Diagram Alur <i>Structural Equation Modeling</i> .....	72
4.2.2 Uji Reliabilitas dan <i>Variance Extracted</i> .....	73
4.2.2.1 Uji Reliabilitas .....	74
4.2.2.2 <i>Variance Extracted</i> .....	74
4.2.3 Uji Normalitas .....	74
4.3 Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> .....	76
4.3.1 Hasil Pengujian <i>Structural Equation Modeling</i> .....	76
4.3.2 Hasil Uji Kelayakan Model .....	77
4.3.3 Hasil Uji Koefisien Regresi .....	78
4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan .....	79
4.3.1 Hasil Pengujian Hipotesis .....	79
4.3.2 Pembahasan .....	84
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	87
5.1 Kesimpulan .....	87
5.2 Implikasi .....	88
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	89

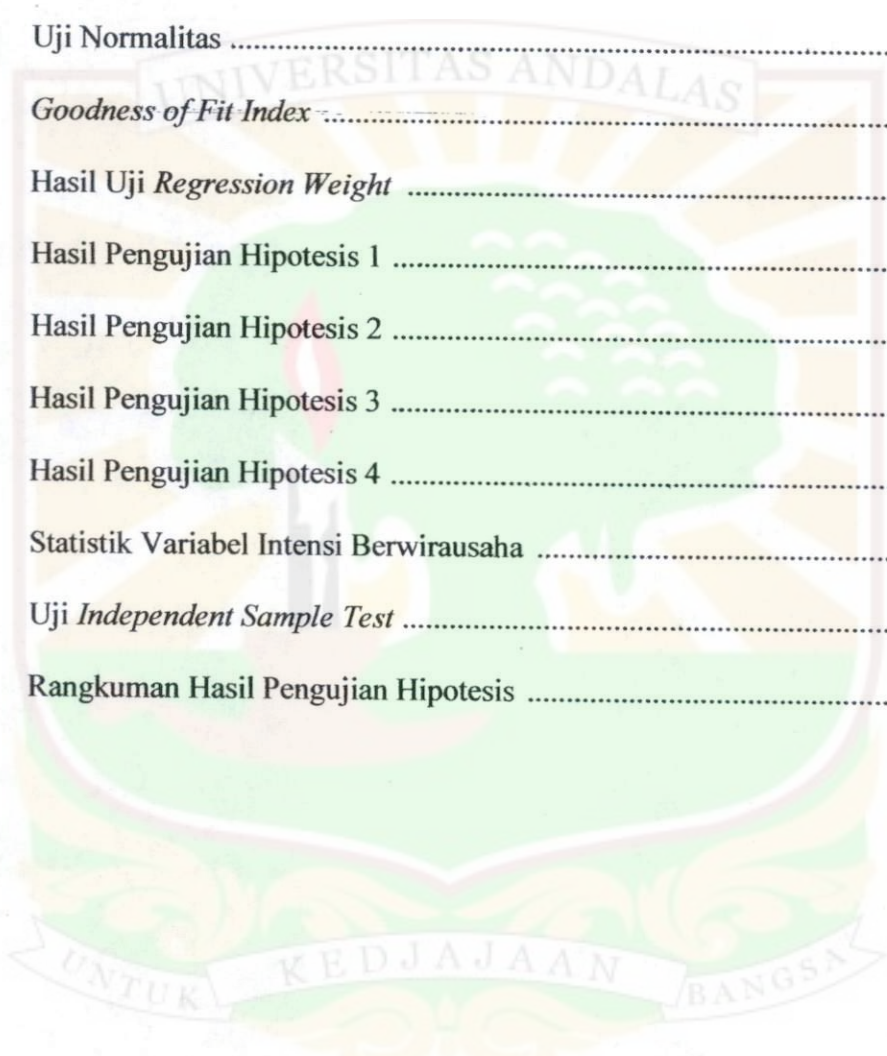
## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ciri-Ciri Wirausaha dan Bentuk Keperilakuan .....	13
Tabel 2.2	Nilai-nilai Dalam Pendidikan Kewirausahaan .....	18
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya .....	47
Tabel 3.2	Kriteria <i>Goodness of Fit Index</i> .....	54
Tabel 4.1	Perguruan Tinggi .....	56
Tabel 4.2	Jurusan/Program Studi .....	57
Tabel 4.3	Penyebaran Jurusan/Program dan Perguruan Tinggi .....	57
Tabel 4.4	Semester .....	58
Tabel 4.5	Jenis Kelamin .....	59
Tabel 4.6	Usia Responden .....	59
Tabel 4.7	Uang Saku/Pendapatan Per Bulan .....	60
Tabel 4.8	Pekerjaan Orang Tua .....	60
Tabel 4.9	Penghasilan Orang Tua .....	61
Tabel 4.10	Pendidikan Orang Tua .....	61
Tabel 4.11	Rencana Setelah Kuliah .....	62
Tabel 4.12	Mahasiswa Bekerja Sambil Kuliah .....	63
Tabel 4.13	Mahasiswa Memiliki Usaha Disamping Kuliah .....	63
Tabel 4.14	Orang Tua Mahasiswa Memiliki Usaha .....	64
Tabel 4.15	Responden Mengikuti Mata Kuliah Kewirausahaan .....	65
Tabel 4.16	Crosstabulation Rencana dan Kuliah Mahasiswa .....	65
Tabel 4.17	Statistik Deskriptif Indikator .....	66
Tabel 4.18	<i>Factor Loading</i> Variabel Keinginan Inovasi .....	68

Tabel 4.19	<i>Factor Loading</i> Variabel Non Konformitas .....	69
Tabel 4.20	<i>Factor Loading</i> Variabel Kecenderungan Proaktif .....	70
Tabel 4.21	<i>Factor Loading</i> Variabel Persepsi Keinginan .....	71
Tabel 4.22	<i>Factor Loading</i> Variabel Intensi Berwirausaha .....	71
Tabel 4.23	Uji Validitas dan <i>Variance Extracted</i> .....	73
Tabel 4.24	Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.25	<i>Goodness of Fit Index</i> .....	77
Tabel 4.26	Hasil Uji <i>Regression Weight</i> .....	78
Tabel 4.27	Hasil Pengujian Hipotesis 1 .....	80
Tabel 4.28	Hasil Pengujian Hipotesis 2 .....	80
Tabel 4.29	Hasil Pengujian Hipotesis 3 .....	81
Tabel 4.30	Hasil Pengujian Hipotesis 4 .....	82
Tabel 4.31	Statistik Variabel Intensi Berwirausaha .....	82
Tabel 4.32	Uji <i>Independent Sample Test</i> .....	83
Tabel 4.33	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis .....	84



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Teoritis Penelitian .....	42
Gambar 3.1	Diagram Alur <i>Structural Equation Modeling</i> .....	72
Gambar 3.2	Hasil Pengujian <i>Structural Equation Model</i> .....	76



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Jawaban Kuesioner
- Lampiran 3 Output AMOS



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Entrepreneurship* menjadi salah satu aspek yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat dan telah mendapat perhatian khusus bagi dunia pendidikan dewasa ini, khususnya pendidikan di Indonesia. Upaya untuk menumbuhkembangkan jiwa dan semangat *entrepreneurship* pada pendidikan formal, terutama ditujukan untuk mengubah *mind-set* dari para peserta didik agar setelah mereka lulus dari pendidikan formal, mereka dapat berkreasi, berinovasi, mandiri, menciptakan lapangan kerja, serta menurunkan orientasi untuk menjadi seorang pencari kerja atau menjadi pegawai negeri. Hal ini dikarenakan masih banyaknya lulusan perguruan tinggi yang masih berkeinginan untuk menjadi karyawan ataupun pegawai negeri sebagai orientasi utama dalam proses pencarian kerja dan perjalanan karir mereka setelah menyelesaikan pendidikan.

Sejalan dengan hal tersebut, saat ini telah semakin banyak perguruan tinggi yang menjadikan mata kuliah kewirausahaan (*entrepreneurship*) sebagai mata kuliah wajib, baik bagi mahasiswa yang mendalami bidang manajemen dan bisnis maupun bagi mahasiswa yang tidak berasal dari pendidikan formal bidang manajemen dan bisnis. Oleh karena itu, pendidikan kewirausahaan perlu untuk kembali menjadi fokus perhatian bagi dunia pendidikan saat ini. Adanya kesadaran dari berbagai perguruan tinggi untuk mulai memfokuskan kepada pendidikan kewirausahaan tentunya merupakan suatu kemajuan yang cukup baik. Perguruan tinggi diharapkan memiliki kapasitas yang lebih baik demi menunjang proses pendidikan yang berbasis *entrepreneurship* dengan menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang memadai demi menunjang proses pendidikan *entrepreneurship*,

mengadakan pelatihan-pelatihan, motivasi, menyediakan permodalan, melakukan evaluasi kegiatan *entrepreneurship* mahasiswa, dan sebagainya. Amiri, Kavousy, dan Husaeni (2009) menyatakan bahwa universitas yang menumbuhkembangkan wirausaha (*entrepreneur growing university*) adalah universitas yang menghasilkan lulusan yang telah diberikan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, menawarkan kursus profesional jangka pendek, dan memberikan *workshop* oleh para profesional yang terkait serta memandu dan melatih mahasiswa selama melakukan praktek kewirausahaan di lapangan. Proses tersebut ditunjang dengan kapasitas institusi pendidikan yang profesional dan dinamis serta mampu menanamkan jiwa *entrepreneur* dan kreatifitas secara berkelanjutan.

Pengenalan tentang pendidikan *entrepreneurship* dalam bagian kurikulum sistem pendidikan formal di perguruan tinggi merupakan hal yang seharusnya dilakukan, penekanan yang ditanamkan terutama membangun semangat wirausaha, hal ini merupakan sebuah investasi untuk masa depan yang bisa mendorong ke arah masyarakat wirausaha (*entreprising society*) (Junejo, Rohra, dan Chand, 2009).

Pendidikan *entrepreneurship* salah satunya bertujuan untuk menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas sehingga menghasilkan lulusan yang mampu berperan dalam menjalankan kegiatan dan fungsi-fungsi *entrepreneurship* secara lebih efektif. Faktor sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam *entrepreneurship* karena bertindak sebagai pelaku utama yang akan menjalankan keseluruhan aktivitas dalam *entrepreneurship* dimulai dari aktivitas perencanaan usaha, pengorganisasian usaha, pelaksanaan usaha, serta pengendalian usaha. Tolak ukur keberhasilan pendidikan *entrepreneurship* pada perguruan tinggi bukanlah terletak dari banyaknya teori yang dikuasai oleh mahasiswa, tetapi seberapa banyak jumlah wirausahawan sukses yang dihasilkan oleh institusi pendidikan tersebut.

Selain itu keberhasilan pendidikan *entrepreneurship* dapat diukur dari bagaimana perubahan *mind-set* dari mahasiswa yang diindikasikan dari *behavioral intention* mereka terhadap kewirausahaan.

Pengembangan *entrepreneurship* tidak terlepas dari peran institusi pendidikan, terutama pendidikan manajemen dan bisnis. Melalui proses pendidikan formal tersebut diharapkan institusi dapat meningkatkan motivasi lulusannya serta memberi nilai yang berarti bagi masyarakat, terutama dalam hal mengurangi tingkat pengangguran. Semakin meningkatnya tuntutan terhadap pendidikan kewirausahaan dicirikan dari biaya personal yang tinggi dari kesalahan dalam mengelola dan menjalankan usaha kecil, ketidakpuasan terhadap pendidikan bisnis tradisional yang lebih memfokuskan pada organisasi besar dan perubahan pasar tenaga kerja (Ede dan Panigrahi, 1998). Institusi-institusi pendidikan terutama pendidikan bidang manajemen dan bisnis, terus menerus merespon tantangan ini dengan menawarkan program pendidikan yang lebih menekankan pada upaya menumbuhkembangkan *mind-set* kewirausahaan kepada para mahasiswa. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa *entrepreneurial skill* akan mampu mempersiapkan lulusan-lulusan yang dapat berkarir lebih baik pada organisasi-organisasi besar maupun organisasi-organisasi kecil.

Salah satu aspek yang penting dalam *entrepreneurship* yang harus diperhatikan adalah aspek berperilaku (*entrepreneurial behavior*). Kajian empiris tentang *entrepreneurship* lebih difokuskan pada level perorangan atau individu, yang mana pada konteks tersebut mengacu pada konsep psikologi dan berperilaku. *Entrepreneur* dapat diidentikan dengan sikap dan perilaku kreatif dan inovatif yang ada dalam diri individu. Sikap dan perilaku tersebut akan terus-menerus berkembang jika ada faktor yang memicu atau dikenal dengan istilah

*entrepreneurial drive*. Terdapat tiga dimensi yang berperan sebagai pendorong atau *driver* pada aspek perilaku *entrepreneurial*, dimensi tersebut terdiri dari kualitas, skil, dan sikap (*quality, skill, attitude*).

Penelitian tentang karakteristik personal dari *entrepreneur* telah menyimpulkan bahwa tidak terdapat seperangkat ciri kepribadian yang membedakan antara *entrepreneur* dan *manager*. (Gartner, 1998; Low dan McMillan, 1988). Zimmerer dan Scarborough (1998) berargumen bahwa selain dari ciri-ciri genetis, *entrepreneurship* adalah suatu skil yang dapat dipelajari. Keyakinan bahwa *entrepreneurship* bisa dipelajari dan diajarkan telah menuju kepada peningkatan yang luar biasa selama 20 tahun terakhir (Florin, Karri, dan Rossiter, 2007). Kondisi ini juga terjadi pada level pendidikan tinggi atau diploma pada negara-negara berkembang, termasuk di Indonesia.

Krueger (1993) menyatakan bahwa program pengembangan *entrepreneur* seharusnya difokuskan pada pengembangan persepsi-persepsi dari *desirability* dan *feasibility* dari tindakan-tindakan *entrepreneurial*, karena temuan risetnya menyatakan bahwa hal tersebut memiliki dampak positif terhadap kecenderungan wirausaha untuk bertindak (*entrepreneurs propensity to act*). Dengan kata lain, pembelajaran suatu skil yang relevan dapat mendorong tindakan; mahasiswa perlu untuk memahami bahwa aplikasi skil adalah *feasible* dan suatu pendekatan *entrepreneurial* nya adalah untuk membangun suatu keinginan (*desirable*). Dengan demikian, suatu fokus pada pengembangan sikap positif terhadap perilaku *entrepreneurial* tampaknya penting untuk pengajaran dan pembelajaran *entrepreneurial* dalam rangka mendorong atau mempertinggi intensi dan memperlihatkan tindakan *entrepreneurship* dari para mahasiswa. Sikap tersebut akan membentuk karakter seorang *entrepreneur*.

Kajian tentang pengaruh sikap terhadap intensi dan perilaku telah dibahas pada berbagai studi terdahulu, terutama pada literatur *social-psychology* (Fishbein dan Ajzen, 1975; Krueger, 1993; Krueger dan Brazeal, 1994). Pada pendekatan yang diterapkan dalam penelitian tersebut dapat diadopsi dengan menggunakan objek individu dalam posisinya sebagai karyawan. Sikap dan kepribadian berkaitan erat ketika diterapkan pada tujuan yang sama, yaitu prediksi tentang perilaku (Hatten dan Ruhland, 1995).

Penelitian ini berupaya untuk menguji bagaimana model yang menjelaskan atau memprediksi intensi individu untuk berwirausaha. Intensi tersebut muncul sebagai akibat dari sikap individu. Pemahaman tentang dari mana dorongan sikap tersebut berasal sangat diperlukan dalam rangka mengembangkan sikap positif. *Entrepreneurial drive* ini merupakan dimensi sikap yang terdiri dari persepsi keinginan (*perceive desirability*) dan persepsi kelayakan (*perceive feasibility*).

Penelitian ini berupaya untuk mengembangkan kajian terdahulu dengan mengidentifikasi dan mengukur sikap-sikap tentang aktivitas *entrepreneurial* yang bisa menumbuhkembangkan intensi untuk bertindak serta melihat perbedaan intensi dari aspek pendidikan *entrepreneurship*. Objek penelitian ini adalah mahasiswa yang mendalami pendidikan ekonomi, manajemen dan bisnis. Pengembangan model teoritis dilakukan berdasarkan tinjauan dan perkembangan literatur yang relevan. Model tersebut menjelaskan hubungan kausal antara sikap (*attitude*), faktor pendorong kewirausahaan (*entrepreneurial drive*) ditinjau dari persepsi keinginan (*perceive desirability*), dan hasrat atau niat menjadi wirausaha (*entrepreneurial intention*). Secara grafis model yang dikembangkan berdasarkan literatur dapat dilihat pada gambar 2.1. Sikap (*attitude*) tersebut akan bergantung pada : (1) keinginan inovasi, (2) non konformitas, dan (3) kecenderungan proaktif.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh faktor-faktor sikap yang ditinjau dari: (1) keinginan inovasi, (2) non konformitas, dan (3) kecenderungan proaktif terhadap persepsi keinginan berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi pada Perguruan Tinggi di Kota Padang?
2. Apakah persepsi keinginan berwirausaha merupakan variabel yang memediasi pengaruh dimensi sikap terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi pada Perguruan Tinggi di Kota Padang?
3. Apakah terdapat perbedaan intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) antara mahasiswa yang telah mengambil atau mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan mahasiswa yang belum?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh faktor-faktor sikap yang ditinjau dari: (1) keinginan inovasi, (2) non konformitas, dan (3) kecenderungan proaktif terhadap persepsi keinginan berwirausaha.
2. Untuk menguji pengaruh variabel persepsi keinginan berwirausaha terhadap intensi berwirausaha mahasiswa.
3. Untuk menguji perbedaan variabel intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) antara mahasiswa yang telah mengambil atau mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan yang belum.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat berikut :

1. Bagi penulis, sebagai wadah dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh di perkuliahan dan melatih diri untuk menganalisa dan memecahkan permasalahan yang ada. Serta untuk memperluas wawasan penulis terhadap faktor-faktor sikap yang mempengaruhi *entrepreneurial drive* mahasiswa ditinjau dari persepsi keinginan (*perceive desirability*) serta pengaruhnya terhadap *entrepreneurial intention* mahasiswa.
2. Bagi perguruan tinggi, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan nantinya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan bagi pengembangan pendidikan *entrepreneurship* dalam rangka pembentukan sikap dan karakter *entrepreneurship* sehingga dapat mengubah *mind-set* dan meningkatkan *entrepreneurial intention* mahasiswa.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, ruang lingkup pembahasan masalah dibatasi pada pengujian beberapa faktor sikap yang terdiri dari keinginan inovasi, non konformitas, dan kecenderungan proaktif terhadap *entrepreneurial drive* mahasiswa ditinjau dari persepsi keinginan (*perceive desirability*) serta dampaknya terhadap intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Adapun dimensi - dimensi yang memperlihatkan faktor - faktor *entrepreneurial drive* dan intensi berwirausaha terdiri dari banyak faktor. Akan tetapi, penulis membatasi pembahasan penelitian hanya pada pengaruh faktor-faktor tersebut.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

- BAB 1 : Bab ini merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB 2 : Bab ini merupakan landasan teori yang terdiri dari beberapa sub bab pembahasan diantaranya konsep dan karakteristik kewirausahaan, pentingnya pendidikan kewirausahaan, intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*), sikap berwirausaha (*entrepreneurial attitude*), dorongan berwirausaha (*entrepreneurial drive*), tinjauan konseptual persepsi keinginan, dimensi sikap sebagai prediktor *entrepreneurial drive*, serta model teoritis penelitian.
- BAB 3 : Bab ini merupakan metode penelitian yang terdiri dari sifat penelitian, rancangan dan tahapan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik sampling, definisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengujian instrumen, teknik analisis data dan teknik pengujian hipotesis.
- BAB 4 : Bab ini merupakan analisis dan pembahasan hasil penelitian yang terdiri dari karakteristik responden, hasil pengujian instrumen, analisis *structural equation modeling*, serta hasil pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB 5 : Bab ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan berdasarkan hasil penelitian, implikasi penelitian, serta keterbatasan dan saran terhadap penelitian yang telah dilakukan.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Konsep dan Karakteristik Kewirausahaan

Konsep tentang kewirausahaan masih terus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Kewirausahaan adalah suatu sikap, jiwa dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan sangat bernilai serta berguna bagi dirinya dan orang lain. Drucker (1985) mengartikan *entrepreneurship* sebagai semangat, kemampuan, sikap, dan perilaku individu dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Untuk memperoleh keuntungan, diperlukan kreativitas dan penemuan hal-hal baru. *Entrepreneurship* merupakan proses yang memiliki risiko untuk menghasilkan nilai tambah produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi *entrepreneur*.

Dalam perspektif manajemen, *entrepreneur* adalah individu yang mengorganisasikan, memiliki, mengatur, dan mengasumsikan risiko (Cunningham & Lishceron, 1991). Koh (1996) menyatakan bahwa *entrepreneur* sebagai individu yang memiliki nilai-nilai yang unik, sikap, dan karakter yang membedakan mereka dari *nonentrepreneur*. Menurut Koh (1996), orang-orang yang memiliki kebutuhan, dorongan, sikap, keyakinan, dan nilai adalah menjadi faktor penentu utama dari perilaku seorang *entrepreneur*.

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif dalam berdaya, bercipta, berkarya dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Seseorang yang memiliki

karakter *entrepreneur* selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. *Entrepreneur* adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kehidupannya. Menurut Scarborough dan Zimmerer (1998), *entrepreneur* adalah orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya - sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih sukses/meningkatkan pendapatan. Kreatifitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang (*thinking new thing*). Sedangkan inovatif adalah kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang (*doing new thing*). Proses kreatif dan inovatif hanya akan dilakukan oleh orang-orang yang memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan, yaitu orang yang percaya diri (yakin, optimis, dan penuh komitmen), memiliki inisiatif, memiliki motivasi berprestasi, memiliki jiwa kepemimpinan dan berani mengambil risiko. Intinya, seorang wirausaha adalah orang-orang yang memiliki karakter wirausaha dan mengaplikasikan hakikat kewirausahaan dalam hidupnya. Dengan kata lain, wirausaha merupakan orang-orang yang memiliki jiwa kreativitas dan inovatif yang tinggi dalam hidupnya.

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan suatu organisasi usaha. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya

dengan cara-cara baru dan berbeda agar dapat bersaing. Menurut Zimmerer (1998), nilai tambah tersebut dapat diciptakan melalui cara-cara sebagai berikut:

1. Pengembangan teknologi baru (*developing new technology*),
2. Penemuan pengetahuan baru (*discovering new knowledge*),
3. Perbaikan produk (barang dan jasa) yang sudah ada (*improving existing products or services*),
4. Penemuan cara-cara yang berbeda untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih banyak dengan sumber daya yang lebih sedikit (*finding different ways of providing more goods and services with fewer resources*).

Kewirausahaan tidak selalu identik dengan kemampuan para wirausaha dalam dunia usaha karena karakter wirausaha kemungkinan juga dimiliki oleh seorang yang bukan wirausaha. Wirausaha mencakup semua aspek pekerjaan, baik karyawan swasta maupun pemerintahan. Wirausaha adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan suatu ide, dan memformulasikan sumber daya untuk menemukan peluang (*opportunity*) dan perbaikan kualitas hidup.

Walaupun di antara para ahli ada yang lebih menekankan kewirausahaan pada peran pengusaha kecil, namun sebenarnya karakter wirausaha juga dimiliki oleh orang-orang yang berprofesi di luar wirausaha. Karakter kewirausahaan ada pada setiap orang yang menyukai perubahan, pembaharuan, kemajuan dan tantangan, apapun profesinya (Mulyani, et. al., 2010). Inti dari kewirausahaan adalah karakter kewirausahaan yang dimiliki oleh individu. Scarborough dan Zimmerer (1993) mengemukakan delapan karakteristik kewirausahaan, yaitu :

1. *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.
2. *Preference of moderate risk*, yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya seorang *entrepreneur* selalu menghindari risiko, baik risiko yang terlalu rendah maupun risiko yang tinggi.
3. *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki sikap percaya akan kemampuan dirinya dalam mencapai kesuksesan.
4. *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki adanya umpan balik dengan segera.
5. *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
6. *Future orientation*, yaitu prospektif dan berorientasi ke masa depan.
7. *Skill at organizing*, yaitu memiliki suatu keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
8. *Value of achievement over money*, yaitu suatu sikap yang lebih menghargai prestasi daripada uang.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah nilai-nilai yang membentuk karakter dan perilaku seseorang yang selalu kreatif, inovatif, berdaya, bercipta, berkarya dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegiatan usahanya. Menurut Meredith (1996), ciri-ciri seseorang yang memiliki karakter *entrepreneur* adalah sebagai orang yang (1) percaya diri, (2) berorientasi tugas dan hasil, (3) berani mengambil risiko, (4) berjiwa kepemimpinan, (5) berorientasi ke masa depan, dan (6) memiliki keorisinalan. Ciri-ciri kewirausahaan dan bentuk keperilakuan seorang wirausaha dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 2.1**  
**Ciri-ciri Wirausaha dan Bentuk Keperilakuan**

Ciri-ciri Kewirausahaan	Bentuk Keperilakuan
Percaya diri	1. Bekerja penuh keyakinan 2. Tidak ketergantungan dalam melakukan pekerjaan
Berorientasi pada tugas dan hasil	1. Memenuhi kebutuhan akan prestasi 2. Orientasi pekerjaan berupa laba, tekun, tabah, dan tekad kerja keras 3. Berinisiatif
Berani mengambil risiko	1. Berani dan mampu mengambil resiko kerja 2. Menyukai pekerjaan yang menantang
Berjiwa kepemimpinan	1. Bertingkah laku sebagai pemimpin yang terbuka terhadap saran dan kritik. 2. Mudah bergaul dan bekerjasama dengan orang lain
Berfikir ke arah hasil (manfaat)	1. Kreatif dan inovatif 2. Luwes dalam melaksanakan pekerjaan 3. Mempunyai banyak sumberdaya 4. Serba bisa dan berpengetahuan luas
Keorisinilan	1. Berfikiran menatap ke depan 2. Perspektif

*Sumber: Meredith (1996)*

Untuk menjadi wirausaha yang berhasil, persyaratan utama yang harus dimiliki adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan. Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, dan kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman usaha. Seperti telah dikemukakan di atas, bahwa seseorang wirausaha adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to create the new and different*) atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara ril tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai usaha (*start up*), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (*opportunity*), kemampuan dan keberanian

untuk menanggung risiko (*risk bearing*) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan menformulasikan sumber daya (Mulyani et. al., 2010).

Pengembangan jiwa dan karakter seorang wirausaha tidak terlepas dari adanya motivasi yang timbul dalam diri seseorang. Motivasi yang muncul akan mempengaruhi sikap (*attitude*) seseorang dalam mengambil suatu tindakan terhadap dirinya. Robbins (2005) mengemukakan bahwa motivasi adalah proses kesediaan melakukan upaya tingkat tinggi untuk mencapai tujuan organisasi, yang dikondisikan oleh kemampuan usaha tersebut dalam memuaskan kebutuhan sejumlah individu. Ada tiga unsur kunci yang terdapat dalam definisi itu yakni : upaya, sasaran, dan kebutuhan.

Unsur upaya merupakan ukuran intensitas dan dorongan. Namun tingkat upaya yang tinggi tidak selalu menghasilkan kinerja yang menguntungkan. Oleh karena itu, harus dipertimbangkan mutu usaha beserta intensitasnya (Robbins, 2005). Usaha yang diarahkan kepada sasaran dan konsisten pada sasaran tersebut, akan mampu menimbulkan motivasi sebagai proses memuaskan kebutuhan. Kebutuhan mengacu pada keadaan batin yang membuat hasil-hasil tertentu tampak menarik. Kebutuhan yang tidak terpuaskan menciptakan ketegangan yang merangsang dorongan dari dalam diri seseorang. Untuk menjadi seorang *entrepreneur* yang sukses, dibutuhkan motivasi yang tinggi untuk menjalankan segala aktivitas kewirausahaan. Dimulai dari tahapan memulai usaha sampai tahapan menjalankan kegiatan wirausaha.

Dampak motivasi *entrepreneur* terhadap kesuksesan wirausaha merupakan suatu topik yang didalami secara luas di negara-negara maju. Sejumlah studi telah dilakukan untuk menentukan hubungan ini. Kuratko, Hornsby, & Naffziger (1997) dan Robichaud, McGraw, & Roger (2001) melakukan survei terhadap *entrepreneur*

dari Amerika Utara untuk menentukan apakah kategori motivasi yang mendorong mereka ke arah kesuksesan bisnis. Penemuan dari studi mereka menyebutkan bahwa motivasi dari *entrepreneur* termasuk dalam 4 kategori yang berbeda yaitu :

1. penghargaan dari luar (*extrinsic reward*),
2. independensi (*independence/ autonomy*),
3. penghargaan dari dalam diri (*intrinsic reward*), dan
4. keamanan keluarga (*family security*). Keempat faktor inilah yang menentukan motivasi individu untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

## 2.2 Pentingnya Pendidikan Kewirausahaan

Dalam rangka membentuk suatu karakter seorang *entrepreneur*, salah satu hal yang bisa dilakukan yaitu memberikan pendidikan kewirausahaan. Pengaruh pendidikan *entrepreneurship* selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dan Walstad, 1998). Terkait dengan pengaruh pendidikan *entrepreneurship* tersebut, diperlukan adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha muda potensial yang berasal dari perguruan tinggi melalui program pendidikan *entrepreneurship*.

Pendidikan *entrepreneurship* telah menjadi suatu aspek yang sangat penting bagi dunia pendidikan dewasa ini. Hal ini dikarenakan pentingnya aspek *entrepreneurship* sebagai suatu bagian yang akan berperan dalam pembangunan ekonomi serta dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan berbagai pihak baik individu, masyarakat, maupun pemerintah. Pendidikan *entrepreneurship* akan mampu memberikan suatu pembelajaran serta dapat mengubah *mind-set* sehingga dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneur*.

Pendidikan *entrepreneurship* harus mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Menurut Solomon dan Fernald (1991) serta Hisrich dan Peters (2002) sebagaimana dikutip Bell (2008), pendidikan kewirausahaan tradisional memfokuskan pada penyusunan rencana bisnis (*business plan*), bagaimana mendapatkan pembiayaan, proses pengembangan usaha dan manajemen usaha kecil. Pendidikan tersebut juga memberikan pengetahuan mengenai prinsip-prinsip *entrepreneurship* dan keterampilan teknis mengenai bagaimana menjalankan bisnis. Namun demikian, peserta didik yang mengetahui prinsip-prinsip kewirausahaan dan pengelolaan bisnis tersebut belum tentu menjadi wirausaha yang sukses (Solomon and Fernald dalam Bell, 2008). Mereka perlu dibekali dengan berbagai atribut, keterampilan dan perilaku yang dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan mereka. Artinya mata kuliah kewirausahaan perlu dirancang secara khusus untuk dapat mengembangkan karakteristik kewirausahaan, seperti kreativitas, pengambilan keputusan, kepemimpinan, jejaring sosial, manajemen waktu, kerjasama tim, dll (Brockhaus; Rae, dalam Bell, 2008). Untuk itu diperlukan perubahan sistem pendidikan kewirausahaan yang sebelumnya difokuskan pada orientasi pengendalian fungsional seperti, keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan operasi (Meyer dalam Bell, 2008) menjadi fokus pada mengembangkan jiwa dan karakter kewirausahaan pada peserta didik. Sehingga tantangannya adalah bagaimana sistem pembelajaran yang dapat mengembangkan diri peserta didik dalam hal keterampilan, atribut dan sekaligus karakteristik perilaku seorang wirausaha (Gibb, dalam Bell, 2008).

Pendidikan *entrepreneurship* akan dapat mendorong perubahan, inovasi dan kemajuan suatu negara dari jumlah *entrepreneur* yang dihasilkan. *Entrepreneur* akan menciptakan sebuah bisnis yang berhadapan dengan resiko dan ketidakpastian

yang bertujuan memperoleh profit dan mencapai pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi kesempatan dan memanfaatkan sumber daya yang diperlukan. Dewasa ini banyak kesempatan untuk berwirausaha bagi setiap orang yang intensif melihat peluang bisnis tersebut. Pengembangan *entrepreneurship* dapat mendukung kesejahteraan masyarakat dengan menghasilkan imbalan finansial yang nyata. *Entrepreneur* di berbagai industri mampu membantu negara dalam hal menambahkan pilihan pekerjaan bagi masyarakat serta memberikan banyak pilihan barang dan jasa bagi konsumen baik dalam maupun luar negeri.

Salah satu tujuan dari pendidikan wirausaha lainnya adalah munculnya wirausaha-wirausaha baru yang mampu mengatasi permasalahan ekonomi suatu negara. Permasalahan ekonomi yang terjadi telah banyak menyentuh semua sisi kehidupan masyarakat mulai dari lapisan atas hingga lapisan paling bawah. Akibatnya, banyak masyarakat yang kesulitan untuk mendapatkan penghasilan demi memenuhi berbagai kebutuhan hidup mereka sehari-hari. Kesulitan tersebut salah satunya dikarenakan sulitnya menemukan lahan untuk mendapatkan penghasilan, adanya pemutusan hubungan kerja, maupun kemerosotan ekonomi yang menyebabkan kebangkrutan usaha. Keadaan tersebut semakin diperparah oleh kurangnya kemampuan untuk membuka lahan usaha baru yang lebih prospektif untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari.

Pendidikan *entrepreneurship* berperan dalam mentransformasikan jiwa, sikap dan perilaku serta membentuk nilai-nilai kepada setiap individu. Menurut para ahli kewirausahaan, ada banyak nilai-nilai kewirausahaan yang mestinya dimiliki oleh peserta didik maupun warga lembaga pendidikan yang lain. Menurut Mulyani, et. al. (2010), nilai-nilai kewirausahaan terdapat 17 (tujuh belas) nilai. Beberapa nilai-nilai kewirausahaan beserta deskripsinya adalah sebagai berikut.

**Tabel 2.2**  
**Nilai - Nilai Dalam Pendidikan Kewirausahaan**

NILAI	DESKRIPSI
1. Mandiri	Sikap dan perilaku yang tidak mudah tergantung pada orang lain dalam menyelesaikan tugas-tugas.
2. Kreatif	Berpikir dan melakukan sesuatu untuk menghasilkan cara atau hasil berbeda dari produk/jasa yang telah ada
3. Berani mengambil risiko	Kemampuan seseorang untuk menyukai pekerjaan yang menantang, berani dan mampu mengambil risiko pekerjaan.
4. Berorientasi pada tindakan	Mengambil inisiatif untuk bertindak, dan bukan menunggu sebelum sebuah kejadian yang tidak dikehendaki terjadi.
5. Kepemimpinan	Sikap dan perilaku seseorang yang selalu terbuka terhadap saran dan kritik, mudah bergaul, bekerjasama, dan mengarahkan orang lain.
6. Kerja keras	Perilaku yang menunjukkan upaya sungguh-sungguh dalam menyelesaikan tugas dan mengatasi berbagai hambatan.
7. Jujur	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya dalam perkataan, tindakan, dan pekerjaan.
8. Disiplin	Tindakan yang menunjukkan perilaku tertib dan patuh pada berbagai ketentuan dan peraturan.
9. Inovatif	Kemampuan untuk menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan persoalan-persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.
10. Tanggung jawab	Sikap dan perilaku seseorang yang mau dan mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya.
11. Kerja sama	Perilaku yang didasarkan pada upaya menjadikan dirinya mampu menjalin hubungan dengan orang lain dalam melaksanakan tindakan dan pekerjaan.
12. Pantang menyerah (ulet)	Sikap dan perilaku seseorang yang tidak mudah menyerah untuk mencapai suatu tujuan dengan berbagai alternatif.
13. Komitmen	Kesepakatan mengenai sesuatu hal yang dibuat oleh seseorang, baik terhadap dirinya maupun orang lain.
14. Realistis	Kemampuan menggunakan fakta/realita sebagai landasan berpikir yang rasional dalam setiap pengambilan keputusan maupun tindakan.
15. Rasa ingin tahu	Sikap dan tindakan yang selalu berupaya untuk mengetahui secara mendalam dan luas dari apa yang yang dipelajari, dilihat, dan didengar.
16. Komunikatif	Tindakan yang memperlihatkan rasa senang berbicara, bergaul, dan bekerjasama dengan orang lain.
17. Motivasi kuat untuk sukses	Sikap dan tindakan selalu mencari solusi terbaik.

Sumber: Mulyani, et. al. (2010)

Keberhasilan program pendidikan kewirausahaan dapat diketahui melalui pencapaian kriteria oleh peserta didik yang antara lain meliputi: memiliki kemandirian yang tinggi, memiliki kreatifitas yang tinggi, berani mengambil resiko, berorientasi pada tindakan, memiliki karakter kepemimpinan yang tinggi, memiliki karakter pekerja keras, memahami konsep-konsep kewirausahaan, serta memiliki keterampilan/skill berwirausaha.

Di beberapa negara maju, terdapat perguruan tinggi yang mempunyai suatu program khusus dalam mempelajari bidang kewirausahaan sehingga muncul suatu *embrio young entrepreneurs*. Peranan perguruan tinggi menjadi fasilitator dalam memotivasi, mengarahkan dan penyedia sarana prasarana dalam mempersiapkan lulusan yang mempunyai motivasi kuat, keberanian, kemampuan serta karakter pendukung dalam mendirikan bisnis baru. Pihak perguruan tinggi berperan sebagai pemberi informasi tentang kesempatan apa yang akan didapat jika menjadi seorang *entrepreneur*, serta memberikan konsep atau teori pendidikan *entrepreneurship* dan memberikan wadah bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmunya dengan mendirikan sebuah bisnis kecil di berbagai tempat.

Peranan perguruan tinggi sangat menentukan tercetaknya *entrepreneur* yang handal. Pihak perguruan tinggi memotivasi dan membekali para lulusannya untuk membuka bisnis baru serta menjalankannya pada masa kuliah dan diteruskan setelah kuliah selesai. Jadi perguruan tinggi perlu mempertimbangkan banyak hal mengenai proses pembelajaran yang berlangsung baik dalam kurikulum maupun metode pembelajaran sehingga mahasiswa mengalami proses dalam mendapatkan pengalaman yang bermakna dan proses tersebut dapat berlanjut pada saat menjalankan suatu usaha. Peranan perguruan tinggi sangatlah penting dalam mengarahkan mahasiswa dalam merealisasikan impiannya menjadi *entrepreneur*.

Selain itu pengajar - pengajar yang terlibat dalam proses pembelajaran sebaiknya terus meningkatkan kualitas bahan pengajaran serta metode penyampaian secara kreatif. Bahan - bahan pelajaran dan diskusi terus menerus diperbaharui mengikuti kemajuan zaman sehingga ilmu tersebut dapat direalisasikan dalam praktek kewirausahaan di lapangan.

Dalam upaya menumbuhkembangkan dorongan dan intensi berwirausaha, perguruan tinggi sebaiknya mengambil peran yang cukup dominan terutama dengan menciptakan *entrepreneur university*. Untuk menciptakan *entrepreneur university*, Amiri, Kavousy & Husseini (2009) mengemukakan bahwa terdapat 6 strategi yang dapat dilakukan universitas : 1. Menawarkan *entrepreneurship training* dalam bentuk yang berbeda-beda, 2. Menciptakan peluang wirausaha dalam universitas, 3. Proses administratif dari lingkungan pendidikan untuk menumbuhkan *entrepreneurs*, 4. Mempertimbangkan peran pemerintah dalam menciptakan sebuah kondisi untuk memiliki *entrepreneur growing university*, dan 5. Mengefektifkan penggunaan sumber daya yang tersedia untuk *entrepreneurship*.

Dengan demikian pengembangan pendidikan *entrepreneurship* diarahkan demi tercapainya pertumbuhan ekonomi yang didukung keselarasan antara kualitas pendidikan dan kemampuan untuk : 1) menciptakan lapangan kerja atau kewirausahaan, 2) menjawab tantangan kebutuhan tenaga kerja. Untuk itu, substansi inti program aksi bidang kependidikan yang terkait dengan pendidikan kewirausahaan adalah penataan ulang kurikulum sehingga dapat mendorong penciptaan hasil didik yang mampu menjawab kebutuhan sumber daya manusia untuk mendukung pertumbuhan nasional dan daerah dengan memasukan pendidikan kewirausahaan diantaranya dengan mengembangkan model penyesuaian (*link and match*) (Mulyani, et. al. 2010).

### 2.3 Intensi Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Intensi menurut Fishbein & Ajzen (1975) merupakan komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah laku tertentu. Intensi didefinisikan sebagai dimensi probabilitas subjektif individu dalam kaitan antara diri dan perilaku. Intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa depan. Intensi menurutnya adalah bagian vital dari *self regulation* individu yang dilatarbelakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak. Dengan kata lain, dapat dipahami bahwa intensi adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi serta berdampak kuat pada tingkah laku. Hal ini mengindikasikan seberapa keras seseorang berusaha dan seberapa banyak usaha yang dilakukan agar perilaku yang diinginkan tersebut dapat dilakukan.

Intensi adalah bagian penting teori aksi beralasan (*Theory of reasoned action*) dari Fishbein & Ajzen (1975). Intensi merupakan prediktor sukses dari perilaku karena ia memoderasi sikap dan perilaku. Intensi dipandang sebagai ubahan yang paling dekat dari individu untuk melakukan perilaku, maka dengan demikian intensi dapat dipandang sebagai hal yang khusus dari keyakinan yang obyeknya selalu individu dan atribusinya selalu perilaku (Fishbein dan Ajzen, 1975). Intensi merupakan sebuah istilah yang terkait dengan tindakan dan merupakan unsur yang penting dalam sejumlah tindakan, yang menunjukkan pada keadaan pikiran seseorang yang diarahkan untuk melakukan suatu tindakan, yang dapat atau tidak dapat dilakukan dan diarahkan baik pada tindakan sekarang atau pada tindakan yang akan datang. Intensi memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yakni menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu.

Intensi berwirausaha dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha (Gartner, 1994). Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Seperti yang dinyatakan oleh Krueger dan Carsrud (2000), intensi telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami individu yang akan menjadi wirausaha.

Berbagai model juga dikembangkan dalam penelitian intensi berwirausaha dari tahun 1980-an hingga tahun 2000-an antara lain *Entrepreneurial Event Model* (EEM), *Davidsons Model*, *Entrepreneurial Attitude Orientation Model* (EAO), *Entrepreneurial Potential Model* (EPM), serta *Theory of Planned Behavior* (TPB). Perbedaan dasar model yang mengacu pada *Theory of Planned Behavior* daripada model lainnya yaitu model dasar *Theory of Planned Behavior* dianggap lebih baik dan kompleks dalam menjelaskan perilaku berwirausaha. Menurut Ajzen (1991) kontrol perilaku berperan secara langsung terhadap perilaku maupun tidak langsung melalui intensi. Peran kontrol perilaku terhadap perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung masih menjadi kontroversi dalam berbagai penelitian di bidang sosial.

Intensi memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yakni menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa intensi adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Secara umum, faktor anteseden intensi dapat diungkapkan melalui *Theory of Planned Behavior*

(TPB) yaitu keyakinan atau sikap berperilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Aspek intensi merupakan aspek-aspek yang mendorong niat individu berperilaku seperti keyakinan dan pengendalian diri. Terbentuknya intensi dapat diterangkan dengan teori perilaku terencana yang mengasumsikan manusia selalu mempunyai tujuan dalam berperilaku (Fisbein & Ajzen, 1975). Teori ini menggambarkan model yang terdiri atas beberapa dimensi, yaitu :

- a. Sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*), yang merupakan dasar bagi pembentukan intensi. Di dalam sikap terhadap perilaku terdapat dua aspek pokok, yaitu : keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan merupakan aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya (Fisbein & Ajzen, 1975). Evaluasi akan berakibat perilaku penilaian yang diberikan individu terhadap tiap-tiap akibat atau hasil yang diperoleh oleh individu. Apabila menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu, evaluasi atau penilaian ini dapat bersifat menguntungkan atau merugikan. Dalam penelitian kewirausahaan, sikap berwirausaha dioperasionalkan dalam toleransi risiko dan berani menghadapi rintangan.
- b. Norma subjektif (*subjective norm*), yaitu keyakinan individu akan norma, orang sekitarnya dan motivasi individu untuk mengikuti norma tersebut. Di dalam norma subjektif terdapat dua aspek pokok yaitu : keyakinan akan harapan, harapan norma referensi, yang merupakan pandangan pihak lain yang dianggap penting oleh individu yang menyarankan individu untuk menampilkan atau

tidak menampilkan perilaku tertentu serta motivasi kesediaan individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan pendapat atau pikiran pihak lain yang dianggap penting bahwa individu tersebut harus atau tidak harus berperilaku.

- c. Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), yang merupakan dasar bagi pembentukan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Kontrol perilaku yang dipersepsikan merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit suatu perilaku. Dalam beberapa penelitian kewirausahaan, kontrol perilaku dioperasionalkan dalam bentuk efikasi diri.
- d. Niat (*intention*) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu serta dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya.
- e. Perilaku (*behavior*) merupakan tindakan yang tampak atau pernyataan lisan mengenai perilaku (terobservasi). Perilaku yang dimaksud dalam bidang kewirausahaan adalah keputusan berwirausaha.

Intensi untuk bertindak (*intentions to act*) dipercaya sebagai pusat untuk memahami perilaku orang-orang yang terlibat. Ketika perilaku aktual berbeda dengan intensi perilaku, maka hal ini berarti bahwa intensi seseorang untuk bertindak ke arah sesuatu dengan cara tertentu merupakan prediktor yang konsisten dari perilaku aktual, terutama perilaku yang direncanakan (Krueger, Reilly & Carsrud, 2000). Model *intentions based* kemudian disesuaikan terhadap *entrepreneurship* sebagai proses *entrepreneurial* pada sebuah perencanaan. Intensi *entrepreneurial* individu telah terbukti menjadi sebuah konstruk penting dan berkelanjutan dalam riset dan teori *entrepreneurship* (Carr & Sequeira, 2007;

Hmieleski & Corbett, 2006). Semua perusahaan baru yang dirancang individu atau kelompok diluar individu dalam konteks formal dari perusahaan, mulai dari beberapa tingkat dari perencanaan perilaku (*planned behavior*) pada bagian dari dari individu tersebut (Krueger et. al., 2000).

Teori telah membuktikan bahwa kesuksesan dalam belajar tergantung pada intensi perilaku. Teori mengasumsikan intensi sebagai yang mendahului perilaku (Ajzen, 1991). Konsekuensinya, model tersebut menekankan bahwa tiga kunci sikap memprediksi intensi (Scholten, Kemp & Omta, 2004). Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, sikap yang pertama adalah ke arah tindakan tersebut (*toward the act*). Sikap ini didasarkan pada persepsi personal tentang apa yang ia pikirkan terkait hasil yang diinginkan. Jika seseorang mengharapkan bahwa hasil dari tindakan yang dilakukan dapat menjadikannya dalam posisi yang lebih baik, akan jauh lebih mungkin bagi seseorang untuk melaksanakan tindakan tersebut. Sikap yang kedua adalah norma hubungan (*subjective norm*). Norma hubungan mencerminkan ekstrapersonal mempengaruhi pengambil keputusan, jika orang-orang tersebut dekat dengan individu yang mereka harapkan atau yang mereka hormati, maka ia akan melakukan tindakan, ini jauh lebih mungkin bagi ia untuk melakukan tindakan. Faktor ketiga adalah persepsi pengendalian perilaku (*perceive of the behavioral control*). Tingkat bagi seseorang yang mempersepsikan bahwa tindakan itu penting, ini jauh lebih mungkin bagi dia untuk melaksanakan tindakan tersebut. Konsekuensinya, Scholten, Kemp & Omta, (2004) menyebutkan tiga kunci sikap sebagai prediktor dalam intensi ke arah *entrepreneurship* diantaranya:

1. Sikap ke arah kewirausahaan (*attitude toward entrepreneurship*) meliputi keyakinan akan kemungkinan hasil dari memulai sebuah perusahaan baru dan evaluasi atas hasil tersebut.
2. Norma subjektif (*subjective norm*) adalah norma

subjektif yang mencakup keyakinan tentang ekspektasi normatif dari yang lain dan motivasi untuk mematuhi ekspektasi tersebut. 3. Persepsi atas pengendalian perilaku (*perception of behavioral control*) meliputi keyakinan tentang kehadiran faktor yang memudahkan atau menghalangi kinerja dalam memulai sebuah perusahaan baru dan kekuatan yang dirasakan dari faktor ini (kontrol keyakinan).

#### 2.4 Sikap Berwirausaha (*Entrepreneurial Attitude*)

Sikap merupakan evaluasi, reaksi serta pandangan-pandangan yang dibuat seseorang untuk merespon suatu objek. Fishbien dan Ajzen (1975) mendefinisikan sikap sebagai sesuatu yang cenderung bisa dipelajari untuk memprediksi bagaimana seseorang merespon objek. Sikap dari individu merupakan salah satu faktor yang penting dalam menumbuhkembangkan jiwa dan karakter *entrepreneur* pada diri seseorang. Bygrave (1989) mempresentasikan sebuah model sikap kewirausahaan yang diambil dari faktor psikologi yaitu *need for achievement* (kebutuhan berprestasi), *internal locus of control* (pengendalian diri), toleransi terhadap ambiguitas, dan kemampuan mengambil risiko sebagai komponen penting. Senada dengan pendapat tersebut, Robinson (1991) mempunyai beberapa karakteristik seperti *achievement*, inovatif, pengendalian diri, dan keyakinan pada diri sendiri sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap kewirausahaan.

Terdapat aspek lain dalam menentukan sikap kewirausahaan. Berdasarkan teori kebutuhan berprestasi McClelland, menyatakan bahwa kebutuhan berprestasi adalah faktor psikologi yang kuat yang memicu seseorang melakukan aktivitas sepanjang tujuannya belum tercapai, diasumsikan sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan. Aspek ini meyakini bahwa individu yang memiliki kebutuhan berprestasi yang tinggi mempunyai keinginan kuat untuk

sukses dan lebih bertanggung-jawab. Kebutuhan berprestasi lebih konsisten memiliki hubungan yang erat dengan kewirausahaan (Koh, 1997).

Menurut Shariff dan Saud (2009), sikap individu untuk terlibat dalam praktek *entrepreneurship* dikendalikan oleh sejumlah faktor yang terdiri dari kategori faktor pendorong (*push factors*) dan faktor tarikan (*pull factors*). *Push factors* menyertakan dampak frustrasi akibat penerimaan warisan budaya *entrepreneurial*. *Pull factors* disertakan oleh faktor psikologi dan mencari *profit*. Individu akan didorong dalam memasuki dunia bisnis sebagai hasil frustrasi dalam menghadapi kaitan antara keterbatasan peluang pekerjaan dan mobilitas sosial. Kemerosotan ekonomi juga mempengaruhi individu untuk menjadi *entrepreneur* karena ketiadaan peluang pekerjaan diantara berbagai sektor.

Alasan lainnya adalah individu tersebut tidak mendapatkan kepuasan kerja dari pekerjaan dia sekarang, penggajian yang tidak memuaskan, adanya konflik dan pertentangan dengan kepemimpinan ataupun budaya organisasi. Pemikiran ini mendorong individu kearah sikap wirausaha (*entrepreneurial attitude*). Untuk beberapa individu yang siap dalam kelompok yang kaya dengan budaya *entrepreneurship*, proses sosialisasi yang berkesinambungan dalam dukungan dan bantuan dalam bentuk moril dan materil akan secara langsung atau tidak langsung mendorong seseorang untuk memasuki dunia bisnis (Shariff dan Saud, 2009).

Crant (1996) menemukan bahwa *entrepreneurial attitude* bisa dihubungkan kepada pertimbangan individu dalam memiliki suatu bisnis. Riset tersebut diselenggarakan di sebuah universitas di Amerika Serikat dan menyoroti jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan orang tua pemilik bisnis yang berkontribusi ke arah mempengaruhi *entrepreneurial attitude* mahasiswa. Caird (1988) menyatakan *entrepreneurial attitude* dapat juga disebut sebagai tingkat individu dalam

mendirikan dan menjalankan suatu proyek. Caird (1988) juga menyimpulkan bahwa *entrepreneurial attitude* seseorang cenderung bersandar pada kebutuhan akan otomomi, pengendalian diri (*internal locus of control*), kreatifitas, berani mengambil risiko (*risk-taking*), dan keyakinan individu (*self-belief*).

*Entrepreneurial attitude* dapat dihubungkan dengan lima faktor utama seperti faktor ciri kepribadian (*need for achievement, internal locus of control, dan risk taking*), faktor lingkungan pribadi (status keluarga, jenis kelamin, dan memiliki bisnis keluarga), faktor sasaran pribadi (menjadi pemilik bisnis, visi dan jaminan keuangan), faktor lingkungan bisnis (kompetisi, sikap masyarakat terhadap bisnis baru, dan akses terhadap pinjaman), dan faktor ide bisnis (*business idea factor*) (Naffziger, Hornby & Kuratko, 1994). Sementara itu Crant (1996) mempelajari pada sebuah kelompok *first year undergraduated* (91 responden) dan *degree holders* (90 responden) menemukan bahwa *entrepreneurial attitude* diantara responden memiliki signifikansi yang tinggi terkait hubungan jenis kelamin, pendidikan, dan keluarga dengan *business interest* dan sikap proaktif pribadi (*personal proactive attitude*).

Selain dari faktor yang telah disebutkan diatas, faktor pembentukan sikap melalui sebuah program yang relevan juga mempengaruhi individu untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Hal ini lebih lanjut diperkuat oleh penelitian yang diadakan oleh Hatten & Ruhland (1995) terhadap 220 mahasiswa perguruan tinggi yang mengikuti sebuah program yang dilaksanakan oleh *Small Business Institute* di Amerika Serikat. Riset tersebut menemukan bahwa mahasiswa tersebut memiliki keinginan lebih tinggi menjadi wirausaha setelah berkompetisi pada program *Small Business Institute* tersebut dan dampaknya bisa dihubungkan kepada *high internal self control* seperti halnya usia (*age*).

## 2.5 Dorongan Berwirausaha (*Entrepreneurial Drive*)

*Entrepreneurial drive* didefinisikan sebagai persepsi individu tentang keinginan dan kelayakan untuk bersikap proaktif dalam menangkap peluang dan kreatif dalam merespon terhadap tantangan, tugas, kebutuhan, dan kendala dengan cara-cara yang lebih inovatif (Florin, et. al., 2007). Individu-individu yang memiliki *entrepreneurial drive* yang tinggi pada umumnya memiliki prestasi yang bagus, memiliki *self-efficacy*, mempertanyakan status quo, dan memiliki kecenderungan untuk memberikan solusi yang inovatif. Adanya suatu dorongan dari dalam diri individu untuk berwirausaha akan memberikan dampak terhadap intensi individu tersebut. Salah satu upaya dalam memberikan dorongan tersebut adalah melalui pendidikan *entrepreneurship*.

Perkembangan pendidikan *entrepreneur* saat ini telah memperlihatkan kemajuan yang luar biasa. Studi yang dilakukan oleh Hatten dan Ruhland (1995) menemukan bahwa identifikasi dan potensi menumbuhkan *entrepreneur* melalui proses pendidikan yang menyeluruh akan mampu melahirkan *entrepreneur* yang sukses. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Knight (1987), para *entrepreneur* yang tamat pendidikan di Western Ontario University diyakini bahwa program pendidikan manajemen dan bisnis paling tidak telah mempersiapkan mereka untuk menjadi *entrepreneur*, namun mereka sangat merekomendasikan penekanan yang lebih pada *entrepreneurship* di berbagai mata kuliah dan penggunaan studi kasus *entrepreneur*, khusus dengan mengambil *role model* dari alumni. Penggunaan positif *role model* dalam pendidikan *entrepreneurship* menyarankan bahwa sikap yang berkenaan dengan *entrepreneurship* dapat dipengaruhi secara positif pada berbagai cara dengan membangun semangat *entrepreneurship*. Pada bagian ini peneliti mengusulkan suatu konstruk sikap dari *entrepreneurial drive* yang dapat

memandu pengembangan inisiatif untuk menumbuhkembangkan *entrepreneurial drive* bagi mahasiswa berdasarkan persepsi keinginan (*perceive desirability*) dan membantu mengukur keefektifannya.

Suatu perspektif yang saling melengkapi yang erat kaitannya dengan *tripartite attitude model* menekankan pada hubungan antara kecenderungan bersikap proaktif dan perilaku *entrepreneurial*. Penekanan fokus riset *entrepreneurship* yang mengidentifikasi keterkaitan antara perilaku proaktif dalam organisasi dan kesuksesan karir (Crant, 2000 dan Seibert, Kraimer, dan Crant, 2001), kinerja tugas (Crant, 2000) dan aktifitas *entrepreneurial* (Becherer dan Maurer, 1999; Lumpkin dan Dess, 2001) termasuk studi yang relatif baru.

Adanya kegagalan dari riset mengenai kepribadian (*personality*) dalam mengidentifikasi *entrepreneurship personality* (Robinson dan Haynes, 1991) sebagai prediktor perilaku *entrepreneur*, memperkuat argumen penekanan pada hasil *entrepreneurial mind* dan diperlukan studi lebih lanjut tentang pendekatan sikap terhadap *entrepreneurial drive*. Kajian empiris dengan melibatkan mahasiswa sebagai populasi diharapkan dapat menjelaskan bahwa *entrepreneurial drive* akan dipengaruhi oleh pembentukan sikap karena mereka telah memperoleh pembelajaran *entrepreneurship*.

*Entrepreneurial drive* dianggap sebagai penentu atau *determinant* yang berpotensi memengaruhi perilaku *entrepreneurial*. Argumen ini mengacu kepada teori perilaku yang terencana (*theory of planned behavior* – TPB) yang dikembangkan Ajzen (1985). Menurut TPB, jika orang menilai perilaku disarankan sebagai positif (sikap) dan mengikuti norma untuk melakukan perilaku (norma subjektif), ini menghasilkan niat yang lebih tinggi (intensi) dan lebih mungkin untuk meneruskan ke tahapan perilaku. Sebuah korelasi tinggi sikap dan norma

subjektif terhadap intensi, dan selanjutnya ke perilaku telah dikonfirmasi dalam banyak studi. Dalam teori tersebut dijelaskan bahwa perilaku dapat diprediksi karena perilaku tersebut dilakukan dengan sengaja dan terencana. TPB menentukan sifat hubungan antara keyakinan dan sikap. Menurut model ini, evaluasi masyarakat atau sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan mereka tentang perilaku, dimana keyakinan didefinisikan sebagai probabilitas bahwa perilaku subjektif akan menghasilkan hasil tertentu. Secara spesifik, evaluasi setiap hasil memberikan kontribusi sikap dalam proporsi langsung untuk kemungkinan subjektif seseorang bahwa perilaku menghasilkan *outcome* tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975). Prediksi dari perilaku individu dapat dilakukan dengan menganalisis intensi. Intensi mencerminkan indikasi kesiapan individu untuk melakukan perilaku tertentu dan merupakan anteseden langsung dari perilaku (Ajzen, 2002). Lebih jauh, pengukuran konstruk yang menilai intensi, terutama ditujukan pada mahasiswa pendidikan formal merupakan sesuatu yang penting dalam rangka menguji model konsepsi sikap dalam memprediksi perilaku atau pembentukan niat menuju wirausaha (*entrepreneur*).

Menurut Florin et. al. (2007), dalam meningkatkan *entrepreneurial drive*, mahasiswa sebaiknya melakukan beberapa hal ; menjadi anggota *entrepreneurship club (e-club)*, partisipasi dalam berbagai kompetisi termasuk kompetisi *business plan*, mengikuti kursus untuk memulai dan membangun *small business*, menciptakan atau memimpin *student organization*, mengikuti berbagai kursus selain untuk tamat pendidikan, partisipasi dalam program *study abroad*, mengikuti pelatihan pengembangan diri ; termasuk *personal selling*, melakukan kerjasama dengan pebisnis lokal dimana mahasiswa tersebut bekerja dan melaksanakan suatu proyek yang diawasi oleh fakultas, dan menjadi relawan pada organisasi non profit.

### 2.5.1 Tinjauan Konseptual Persepsi Keinginan

Ensley, Carland, dan Carland (2000) membahas berbagai aliran penelitian kognitif dan kepribadian mendukung bahwa secara psikologis *entrepreneurial drive* dapat dipahami sebagai dorongan individu terhadap perilaku *entrepreneurial*. Menurut Florin et. al. (2007), dorongan individual bukan hanya dapat membantu mereka-mereka yang memilih karir perusahaan dalam organisasi yang inovatif. Tidak seperti penelitian sebelumnya, kajian ini mencoba untuk memahami bagaimana dorongan tersebut akan datang sehingga mampu untuk mendorong sikap positif terhadap hal tersebut dan menilai apakah inisiatif yang didisain untuk mendorong *entrepreneurial drive* pada pendidikan manajemen dan bisnis telah efektif. Model *tripartite* dari sikap dapat membantu mengembangkan dimensi-dimensi kunci dari *entrepreneurial drive* dan juga pengembangan dari *theory of planned behavior (TPB)*. Individu yang memiliki *entrepreneurial drive* yang tinggi umumnya memiliki prestasi bagus dan kecenderungan memberikan solusi inovatif.

Pemahaman tentang dimana dorongan (*drive*) sikap berasal sangat diperlukan dalam rangka mengembangkan sikap positif. *Entrepreneurial drive* merupakan dimensi sikap yang terdiri dari persepsi keinginan (*perceive desirability*) dan persepsi kelayakan (*perceive feasibility*). Persepsi dapat mempengaruhi tingkah laku seseorang terhadap suatu objek dan situasi lingkungannya. Sementara tingkah laku seseorang juga dipengaruhi oleh persepsinya terhadap sesuatu baik benda maupun peristiwa. Dengan kata lain, tingkah laku seseorang terhadap suatu objek dipengaruhi oleh persepsinya. Persepsi adalah kesan seseorang terhadap objek tertentu yang dipengaruhi faktor internal, yakni perilaku yang berada di bawah kendali pribadi serta faktor eksternal, yakni perilaku yang dipengaruhi oleh situasi yang berasal dari luar individu.

Persepsi keinginan (*perceive desirability*) didefinisikan sebagai suatu tingkat atau derajat dimana seseorang menemukan keinginan untuk memulai sebuah bisnis secara atraktif : intinya, merefleksikan pengaruh ke arah *entrepreneurship* (Krueger, 1993). Hal itu mencerminkan tingkat terhadap suatu pandangan yang berspekulasi terhadap *entrepreneurship* sebagai sesuatu yang bersifat memaksa dan menarik. Persepsi keinginan dipengaruhi oleh dimensi sikap yang terdiri dari keinginan inovasi, non konformitas dan kecendrungan proaktif (Florin et. al., 2007). Persepsi keinginan dalam konteks *entrepreneurial drive* menggambarkan kesan dan tanggapan seseorang, baik yang dipengaruhi oleh faktor internal maupun faktor eksternal terhadap keinginan mereka apabila terhadap tindakan kewirausahaan. Berdasarkan pada tinjauan konseptual diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis 1 sebagai berikut :

***Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh signifikan persepsi keinginan berwirausaha terhadap intensi berwirausaha.***

## **2.6 Dimensi Sikap Sebagai Prediktor *Entrepreneurial Drive***

Sikap dan kepribadian berhubungan erat pada saat diaplikasikan pada tujuan yang sama (Hatten dan Ruhland, 1995). Dengan adanya ketidakkonsistenan penelitian dalam mengidentifikasi *entrepreneurial personality* dan penekanan penelitian ini pada pengembangan wawasan *entrepreneurial*, pendekatan sikap pada penelitian *entrepreneurial drive* mengarahkan fokus pada apa yang kita butuhkan. Penelitian Hatten dan Ruhland (1995) menemukan bahwa sikap terhadap *entrepreneurship* dapat diukur dan diubah sepanjang waktu. Robinson dan Haynes (1991) mendukung bahwa faktor sikap dapat lebih mudah dipelajari dan diubah secara konseptual daripada ciri kepribadian (*personality traits*), yang menyarankan

bahwa sikap dapat dipengaruhi dengan adanya program pelatihan. Seorang pendidik sebaiknya dapat memberdayakan potensi *entrepreneur* melalui pengembangan sikap positif yang akan membantu mereka untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang (Krueger dan Brazeal, 1994).

Sikap pada umumnya dipahami sebagai sesuatu yang cenderung bisa dipelajari untuk memprediksi bagaimana seseorang merespon suatu objek (Ajzen, 1982; Fishbien dan Ajzen, 1975). Setiap sikap mempunyai satu objek, dan pengukurannya hanya valid sepanjang itu diamati dalam hubungannya dengan objek tersebut (Robinson et al, 1991). Disini peneliti memiliki perhatian terhadap sikap yang terdapat pada individual berhubungan dengan aktivitas *entrepreneurial*. Breckler (1984) mengusulkan model *tripartite* (hubungan tiga dimensi) dipandang mampu menjelaskan konsep yang kompleks tersebut. Menurut konsep tersebut, individu dapat bereaksi dengan tiga cara yang berbeda, yaitu : perasaan mereka terhadap objek (*affect*), keyakinan dan pemikiran yang tertanam tentang objek sikap (*cognition*), dan intensi untuk berperilaku dalam cara tertentu ketika berhadapan dengan objek (*conation*). Dalam konsep tersebut, sikap adalah kombinasi dari tiga dimensi dan akan dipahami lebih baik ketika ketiganya dipertimbangkan secara simultan (Breckler, 1984). Pendekatan tiga dimensi tersebut sebaiknya dipertimbangkan secara simultan dari individu yang peneliti coba pahami, yaitu mahasiswa dan lingkungan dimana mereka berinteraksi (dalam konteks pendidikan manajemen dan bisnis). Manfaat penting dari model *attitudinal* dibandingkan dengan model *personality* yang tradisional yang memiliki domain yang lebih spesifik, menurunkan *unexplained variability* dan peningkatan korelasi dengan perilaku (Robinson et al, 1991). Dengan demikian model *attitudinal* menjadi prediktor yang kuat terhadap intensi dibandingkan dengan *personality*.

Dengan menggunakan variabel *attitudinal* sebagai prediktor maka sikap individu terhadap perilaku *entrepreneurial* dapat dipahami lebih baik ketika sikap terhadap beberapa objek yang saling terkait membentuk suatu pola dan urutan yang komprehensif dan memperlihatkan derajat kemiripan dalam orientasi yang dimiliki seseorang terhadap aktivitas *entrepreneurial* (Robinson et al, 1991). Hal ini sejalan dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) yang mengungkapkan bahwa ketika ukuran sikap yang berbeda ditemukan berhubungan satu sama lain dan dipengaruhi oleh faktor yang sama, berupaya memberikan efek-efek yang sama terhadap variabel-variabel lain, generalisasi dari kesimpulan ini dan dengan demikian keyakinan dalam kesimpulan tersebut semakin meningkat.

Teori *planned behavior* yang dikemukakan Ajzen (1991) mendukung bahwa dampak intensi terhadap perilaku tergantung pada seperangkat *underlying attitude*. Secara spesifik, intensi untuk melakukan tindakan tertentu tergantung pada persepsi yang ada pada partisipan yang berkenaan dengan dorongan sosial dan personal dari perilaku dan persepsi partisipan apakah mereka akan sukses terhadap tindakan tersebut. Mengacu pada kajian-kajian yang dilakukan sebelumnya, pada bagian berikut, mengidentifikasi tiga konstruk sikap yang memperlihatkan hubungan yang konsisten dengan aktivitas *entrepreneurial* dan dapat diimplementasikan pada populasi mahasiswa. Pada gambar 2.1, terlihat bahwa dimensi-dimensi sikap tersebut sebagai konstruk laten dari *entrepreneurial drive*, dalam model hubungan *attitudes – intentions - behavior* yang model awalnya diusulkan oleh Ajzen (1991; lihat Krueger, 2000). Tiga dimensi sikap tersebut terdiri dari keinginan inovasi, non konformitas, dan kecenderungan proaktif, tinjauan teoritis dimensi tersebut didiskusikan pada bagian berikut ini.

### 2.6.1 Keinginan Inovasi

Inovasi pada intinya adalah suatu aktivitas konseptualisasi, serta ide menyelesaikan permasalahan dengan membawa nilai ekonomis bagi perusahaan dan nilai sosial bagi masyarakat. Jadi inovasi berangkat dari suatu barang atau jasa yang sudah ada sebelumnya, kemudian diberi nilai tambah terhadap barang atau jasa tersebut. Inovasi bermula dari hal yang tampak sederhana dengan membuka paradigma dan mendengarkan aspirasi atau keluhan konsumen, karyawan, lingkungan dan masyarakat. Subyek penerapan inovasi sendiri merupakan bias individu, kelompok atau perusahaan. Artinya bias terjadi dalam perusahaan, individu atau kelompok yang sangat brilian dan inovatif. Tetapi inovasi yang ideal bagi perusahaan adalah menjadi tempat yang terlembagakan bagi orang-orang yang berkumpul untuk mengeksploitasi ide-ide baru. (Myers dan Marquis, 2003). Menurut Damanpour (1991) inovasi merupakan sebuah pengenalan peralatan, sistem, hukum, produk atau jasa, teknologi proses produksi yang baru, sebuah struktur atau sistem administrasi yang baru, atau program perencanaan baru yang untuk diadopsi sebuah organisasi.

*Entrepreneur* adalah kombinasi antara kreativitas dan inovatifitas yang inheren (Drucker, 1985). Konsistensi hasil penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa keinginan untuk berinovasi secara jelas membedakan antara manajer dan *entrepreneur* (Stewart et al., 1999). Manajer cenderung untuk lebih adaptif dan menerima imbalan atas kompetensi dan efisiensi mereka (Schein, 1985). Dalam seting bisnis, keinginan untuk berinovasi (*preferences for innovation*) mengacu pada keinginan dan kecenderungan untuk bereksperimen dan berkreatifitas ketika mengembangkan dan memperkenalkan produk dan jasa yang baru (Lumpkin dan Dess, 2001). Dalam lingkungan institusi pendidikan manajemen dan bisnis, hal

tersebut mengacu kepada promosi dan pemberian *reward* atas kreatifitas, dan secara umum, pada promosi pemikiran inovatif sebagai suatu perilaku sosial yang diinginkan (*socially desirable behavior*). Berdasarkan pada tinjauan konseptual diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis 2 sebagai berikut :

***Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh signifikan keinginan inovasi terhadap persepsi keinginan berwirausaha.***

### 2.6.2 Non Konformitas

Non Konformitas (*non-conformity*) mencerminkan perilaku individu yang tidak dapat sepenuhnya menerima aturan atau konvensi sosial yang berlaku secara normal. Dengan kata lain, non konformitas berarti tidak adanya penyesuaian diri individu dengan masyarakat dengan cara tidak mengikuti norma dan nilai yang berlaku di masyarakat atau organisasi. Non konformitas juga dapat disimpulkan sebagai ketidakselarasan dan ketidaksesuaian perilaku individu-individu anggota masyarakat dengan harapan-harapan yang ada pada masyarakat atau kelompoknya, sejalan dengan kecenderungan manusia dalam kehidupan berkelompok untuk membentuk norma sosial. Hal ini dikarenakan tidak adanya sikap adaptif dari diri individu terhadap apa yang berlaku di lingkungannya.

Kirton (1976) mempertimbangkan inovasi dan adaptasi (penyesuaian) sebagai dua kontinum yang ekstrim. Konstruk tersebut diukur dengan *Kirton Adaptation Innovation Inventory*, yang terdiri dari tiga sub-skala: originalitas (*originality*), *rule conformity*, *efficiency*. Penelitian selanjutnya yang diterapkan pada *entrepreneurial* dan *non-entrepreneurial*, mengidentifikasi terdapat hubungan diantara konstruk yang diusulkan oleh Kirton, dimana *rule conformity* berperan sebagai variabel moderasi bagi *originality* (Mudd, 1996; Rosenfeld et al., 1993).

Dengan kata lain, individu yang menyalurkan kreatifitas mereka terhadap inovasi serta mereka yang menentang *status quo* dan mengembangkan inovasi yang dianggap original, mencerminkan suatu derajat kesesuaian (*conformity*) dan ketidaksesuaian (*non-conformity*) secara berturut-turut.

Bagi mahasiswa dari institusi pendidikan manajemen dan bisnis dengan sikap yang *non-conformist* terhadap aturan-aturan dan prosedur akan menyalurkan kreatifitas mereka terhadap inovasi original daripada yang bersifat adaptif (Florin et al., 2007). Dengan demikian peneliti memprediksi bahwa keinginan untuk berinovasi dan derajat kesesuaian akan menjadi konstruk yang berbeda dari dimensi *entrepreneurial drive*, dan bukan merupakan konstruk tunggal sebagaimana yang dulunya diusulkan oleh Robinson et al., (1991). Pada penelitian lain yang dilakukan oleh Seibert et al., (2001) mendukung bahwa penentu kesuksesan karir yang secara kritikal menentang status quo tanpa menawarkan alternatif inovasi mengganggu kesuksesan karir. Dengan kata lain, berbicara dalam kondisi yang kritikal perlu untuk disejalankan dengan ide-ide inovatif dan konstruktif (McCharthy, 2002), menuju kepada *socially desirable non-conformity*. Berdasarkan pada tinjauan konseptual diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis 3 sebagai berikut :

***Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh signifikan non konformitas terhadap persepsi keinginan berwirausaha.***

### **2.6.3 Kecenderungan Proaktif**

Perilaku proaktif dalam organisasi telah didefinisikan sebagai inisiatif yang ada pada individu untuk meningkatkan atau menciptakan suatu kondisi yang baru (Crant, 2000). Perilaku proaktif merupakan sumber penggerak manusia untuk

bertingkah laku yang berasal dari faktor internal. Bersikap proaktif berarti bertanggung-jawab atas perilaku diri sendiri dan membuat pilihan-pilihan berdasarkan prinsip-prinsip serta nilai-nilai daripada faktor-faktor yang lebih bersifat situasional. Orang yang bersikap proaktif memiliki kekuatan internal yang dominan untuk membuat suatu perubahan. Perilaku tersebut merupakan hasil dari pilihan sadar dari individu, berdasarkan nilai-nilai, dan bukan merupakan hasil yang bersifat kondisional dan situasional.

Dalam berbagai studi yang telah dilakukan, pandangan terhadap kecenderungan proaktif (*proactive disposition*) adalah sesuatu yang esensial dalam mengubah sikap menjadi suatu tindakan. *Proactive personality* dapat diartikan sebagai seseorang yang dapat mengantisipasi kekuatan situasional dan memberikan dampak terhadap perubahan lingkungan. Hal ini dicirikan oleh identifikasi kesempatan dan tindakan, memperlihatkan inisiatif, serta gigih dalam menghadapi segala perubahan (Bateman dan Crant, 1993).

Perilaku telah dihubungkan dengan kesuksesan karir individual (Seibert et al., 2001). Pendekatan tentang perilaku proaktif adalah sejalan dengan model *tripartite* yang dikondisikan dengan perbedaan individual dan tergantung pada konteks. Crant (2000) menghubungkan perilaku proaktif dengan watak personal yang meliputi: inisiatif, *self-efficacy*, peran, dan faktor-faktor kontekstual organisasi seperti: budaya dan norma organisasi, identitas organisasi, dukungan manajemen, dan seting organisasi publik atau swasta. Contoh-contoh dari perilaku proaktif sebagai hasil dari kecenderungan bersikap proaktif (*proactive disposition*) meliputi sosialisasi, pemahaman atas umpan balik, inovasi, manajemen karir, dan manajemen stres (Crant, 2000). Kompleksitas dari konstruk tersebut memberikan

panduan yang menarik mengenai inisiatif seseorang melalui pendidikan dalam rangka membangun perilaku proaktif sebagai indikator tindakan *entrepreneurial*.

Keselarasan antara *entrepreneurship* dan perilaku proaktif semakin jelas dalam definisi-definisi yang diungkapkan oleh berbagai peneliti. Orang-orang yang memperlihatkan perilaku proaktif dapat didefinisikan sebagai orang-orang yang melakukan tindakan untuk mempengaruhi lingkungannya, tidak terkendala oleh kekuatan-kekuatan situasional (Bateman dan Crant, 1993), karena mengambil inisiatif dan penantang status quo (Crant, 2000), dan kesempatan menangkap peluang, berpandangan jauh ke depan, danantisipasi tindakan kompetitor di masa yang akan datang (Lumpkin dan Dess, 2001). Individu yang kreatif menjajaki lingkungan untuk mendapatkan peluang, menunjukkan inisiatif, yang nantinya membawa perubahan. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian *entrepreneurship* menjelaskan *entrepreneur* sebagai individu yang mengidentifikasi dan menangkap peluang dengan mengabaikan sumber daya yang mereka kontrol (Timmons, 1994).

Studi yang dilakukan oleh Becherer dan Maurer (1999) terhadap pimpinan perusahaan kecil yang menguji hubungan antara perilaku inovatif dan tindakan *entrepreneurial*, menemukan hubungan yang signifikan antara tindakan proaktif pimpinan dan pertumbuhan penjualan serta daya saing perusahaan, dengan demikian hal ini membangun hubungan konseptual diantara konsep tersebut. Hasil studi tersebut secara jelas membuktikan bahwa kecenderungan bertindak proaktif berhubungan dengan tindakan *entrepreneurial* dalam hal kemampuan untuk menemukan cara-cara baru untuk bersaing dan bertumbuh. Penelitian lain juga menemukan hubungan yang signifikan antara kecendrungan bertindak proaktif dari pemilik usaha kecil dan tingkat inovasi, yang memberikan dukungan pada kajian hubungan tindakan proaktif dan perilaku seorang *entrepreneur*.

Kecendrungan untuk bertindak proaktif pada mahasiswa bisa didorong dengan pengembangan kurikulum yang fleksibel dengan menggunakan penelitian mahasiswa sebagai input dan menggunakan model pembelajaran dan tugas-tugas *experiential*. Dengan adanya kompleksitas dari konstruk proaktif, peneliti mencoba untuk menggambarkan kontribusi dari model yang ada pada gambar 2.1 yang memperlihatkan pengaruh variabel kecenderungan proaktif dan secara langsung mempengaruhi intensi. Berdasarkan pada tinjauan konseptual diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis 4 sebagai berikut :

***Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh signifikan kecenderungan proaktif terhadap persepsi keinginan berwirausaha.***

## **2.7 Tinjauan Konseptual Pendidikan Kewirausahaan**

Pendidikan berperan dalam membentuk jiwa, karakter, sikap, serta persepsi dari para peserta didik. Pengaruh pendidikan *entrepreneurship* selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dan Walstad, 1998). Teori telah membuktikan bahwa kesuksesan dalam belajar tergantung pada intensi perilaku. Teori mengasumsikan intensi sebagai yang mendahului perilaku (Ajzen, 1991). Studi yang dilakukan oleh Hatten dan Ruhland (1995) menemukan bahwa identifikasi dan potensi menumbuhkan *entrepreneur* melalui proses pendidikan yang menyeluruh akan mampu melahirkan *entrepreneur* yang sukses.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Knight (1987), para *entrepreneur* yang tamat pendidikan di Western Ontario University diyakini bahwa program pendidikan manajemen dan bisnis paling tidak telah mempersiapkan mereka untuk

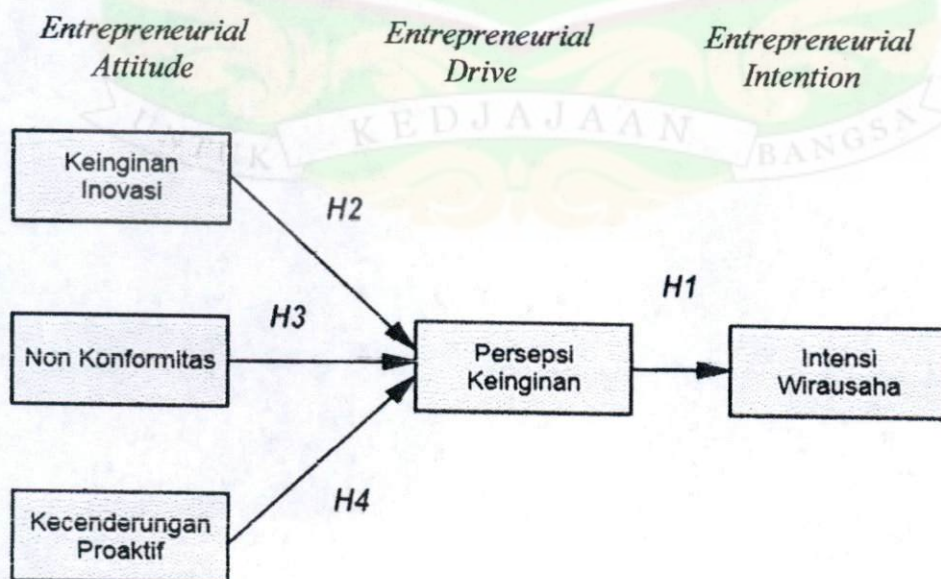
menjadi *entrepreneur*. Hal ini lebih lanjut diperkuat oleh penelitian yang diadakan oleh Hatten & Ruhland (1995) terhadap 220 mahasiswa perguruan tinggi yang mengikuti sebuah program yang dilaksanakan oleh *Small Business Institute* di Amerika Serikat. Riset tersebut menemukan bahwa mahasiswa tersebut memiliki keinginan lebih tinggi menjadi wirausaha setelah berkompetisi pada program *Small Business Institute* tersebut. Berdasarkan pada tinjauan konseptual diatas, maka dapat dikemukakan hipotesis 5 sebagai berikut :

**Hipotesis 5 : Terdapat perbedaan intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah/sedang mengikuti matakuliah kewirausahaan dan yang belum mengikuti matakuliah kewirausahaan.**

## 2.8 Model Teoritis Penelitian

Pengembangan model teoritis dilakukan berdasarkan tinjauan dan literatur yang relevan. Model tersebut menjelaskan hubungan antara faktor-faktor sikap, persepsi keinginan dan intensi berwirausaha. Berikut model teoritis penelitian.

**Gambar 2.1**  
**Model Teoritis Penelitian**



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dimaksudkan untuk menguji model yang menjelaskan hubungan antar konstruk *entrepreneurial drive* terhadap intensi mahasiswa untuk bertindak dan berperilaku sebagai *entrepreneur*. Data penelitian ini bersifat *cross sectional* dengan menggunakan pendekatan survei. Alat analisis yang dipakai adalah model *structural equation modeling* (SEM) dengan aplikasi AMOS (*analysis of moment structure*) dan *independent t-test* untuk melihat perbedaan antara dua sampel.

#### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian berkaitan dengan sumber data dan pemilihan metode yang digunakan untuk memperoleh data penelitian. Penentuan metode pengumpulan data dipengaruhi oleh jenis dan sumber data penelitian yang dibutuhkan. Data penelitian pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis, antara lain data subyek, data fisik, dan data dokumenter (Nunally, 1987).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data subyek, yaitu data berupa opini, sikap, pengalaman atau karakteristik dari seseorang atau sekelompok orang yang menjadi subyek penelitian (responden). Sedangkan sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti dengan diperoleh melalui pembagian atau penyebaran kuesioner kepada responden yang dalam hal ini adalah mahasiswa yang terdaftar aktif pada program S1 perguruan tinggi di Kota Padang pada

Fakultas Ekonomi. Perguruan Tinggi tersebut terdiri dari dua Perguruan Tinggi Negeri, yaitu Universitas Andalas dan Universitas Negeri Padang dan dua Perguruan Tinggi Swasta, yaitu Universitas Bung Hatta dan Universitas Putera Indonesia YPTK Padang.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa yang terdaftar aktif pada program S1 perguruan tinggi di Kota Padang pada Fakultas Ekonomi. Sampel penelitian ini diambil dari 250 subjek mahasiswa yang berasal dari dua Perguruan Tinggi Negeri, yaitu Universitas Andalas dan Universitas Negeri Padang dan dua Perguruan Tinggi Swasta, yaitu Universitas Bung Hatta dan Universitas Putera Indonesia YPTK.

Berdasarkan pada desain penelitian yang dimaksudkan untuk pengujian model dengan menggunakan *structural equation modeling* (SEM), maka jumlah sampel yang diisyaratkan oleh Hair et al. (2002) agar memperoleh model yang fit dengan sampel diharapkan kisaran sampel antara 200-400 responden. Penggunaan SEM dimaksudkan untuk menguji model teoritis yang diusulkan apakah memenuhi kriteria *goodness-of-fit* berdasarkan data hasil survei.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Identifikasi Calon Responden

Informasi mengenai calon responden diperoleh secara langsung pada saat melakukan penelitian terhadap responden untuk mengetahui karakteristik data

responden. Baik informasi terkait nama universitas, jurusan/program studi, semester, maupun informasi karakteristik responden lainnya.

## 2. Pengkodean

Agar memudahkan dalam pengadministrasian dan tabulasi data, maka daftar pertanyaan yang akan dikirimkan diberi kode tertentu yang menunjukkan kode tentang jurusan dan semester, serta kode mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

## 3. Persiapan Materi Daftar Pertanyaan/Kuisisioner

Daftar pertanyaan yang akan didistribusikan pada responden disiapkan dengan cermat. Selain item pengukuran, daftar pertanyaan ini dilengkapi juga dengan informasi tambahan mengenai demografi dan latar belakang responden dan keluarga. Daftar pertanyaan tersebut tidak mencantumkan nama responden dan diberikan dalam bentuk lembaran yang tertutup.

## 4. Distribusi dan Pengumpulan Data

Pendistribusian daftar pertanyaan dilakukan oleh peneliti secara langsung, yang mana sebelumnya calon responden telah diberikan penjelasan singkat tentang cara pengisian kuisisioner agar nantinya memperoleh jawaban yang valid.

### 3.5 Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel terhadap 250 subjek responden dilakukan menurut jenis *non-probability sampling* dengan metode sampel purposive (*purposive sampling*). *Purposive sampling* adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Penentuan kriteria ini dimungkinkan karena adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampel yang sesuai dengan ketentuan dan persyaratan sampel. Hal ini

dikarenakan berbedanya jumlah populasi dari masing-masing kelompok. Kriteria sampel berdasarkan kelompok antara lain, responden Universitas Andalas (80), Universitas Negeri Padang (70), Universitas Putera Indonesia YPTK dan Universitas Bung Hatta masing-masing 50 responden.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya bahwa kajian ini memfokuskan pada faktor-faktor penentuan *entrepreneurial drive* pada mahasiswa S1 institusi pendidikan manajemen dan bisnis. Pengembangan instrumen pada penelitian ini didasarkan pada dua pertimbangan. Pertama, pengembangan instrumen mengacu kepada *attitude theory* yang menjelaskan bagaimana sikap individu terhadap objek dan cara merespon situasi yang terjadi.

- a. Konsep sikap yaitu mencerminkan bagaimana individu merespon suatu objek dan persepsi yang ada pada diri individu. Variabel atau dimensi tersebut terdiri dari: (1) keinginan inovasi, (2) non konformitas, dan (3) kecendrungan proaktif, diukur dengan menggunakan skala likert 5 poin (1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju). Instrumen pengukuran diadopsi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Robinson et al. (1991) serta Bateman & Crant (1993) dengan jumlah item beberapa pertanyaan. Jumlah item pertanyaan pada masing-masing indikator antara lain: (1) keinginan berinovasi sebanyak 13 item pertanyaan, (2) *nonconformity* sebanyak 5 item pertanyaan, dan (3) kecendrungan proaktif sebanyak 9 item pertanyaan.
- b. Konsep *entrepreneurial drive*, yaitu dorongan yang memperlihatkan individu terstimulasi dan melanjutkannya pada tahap intensi.

Pengukuran variabel dikembangkan berdasarkan kepada penelitian yang dilakukan oleh Lumpkin dan Dess (2001). Pengukuran variabel Persepsi Keinginan (*Perceive Desirability*) diadopsi dari instrumen yang dikembangkan oleh Krueger (2000), terdiri dari 4 item pertanyaan dengan skala likert 5 poin (1=sangat tidak setuju – 5=sangat setuju).

- c. Variabel Intensi, yaitu hasrat yang muncul dalam diri individu untuk memperlihatkan atau memunculkannya dalam bentuk perilaku tertentu. Pengukuran variabel intensi diadopsi dari instrumen yang dikembangkan oleh Davidson (1995), terdiri dari 3 item pertanyaan dengan skala likert 5 poin (1=sangat tidak setuju – 5=sangat setuju).

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel & Pengukurannya**

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Jumlah Item	Skala	Sumber
1.	Keinginan Inovasi	Keinginan dan kecenderungan untuk bereksperimen dan kreatifitas ketika mengembangkan dan memperkenalkan suatu hal yang baru.	13	Likert (1-5)	Robinson et. al. (1991)
2.	Non Konformitas	Perilaku individu yang tidak dapat sepenuhnya menerima aturan atau konvensi sosial yang berlaku secara normal.	5	Likert (1-5)	Robinson et. al. (1991)
3.	Kecenderungan Proaktif	Inisiatif yang ada pada individu untuk meningkatkan atau menciptakan suatu kondisi baru.	9	Likert (1-5)	Bateman & Crant (1993)
4.	Persepsi Keinginan	Suatu tingkat atau derajat dimana seseorang menemukan prospek untuk memulai sebuah bisnis secara atraktif (ke arah wirausaha).	4	Likert (1-5)	Krueger (2000)
5.	Intensi Berwirausaha	Hasrat atau niat yang muncul dalam diri individu untuk memperlihatkan atau memunculkannya dalam bentuk perilaku berwirausaha.	3	Likert (1-5)	Davidson (1995)

### 3.7 Teknik Pengujian Instrumen

Dalam melakukan pengujian instrumen, ada 3 jenis teknik pengujian instrumen yang dilakukan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas & *variance extracted*, serta uji normalitas data.

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pertanyaan pada suatu instrumen mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan (*construct validity*). Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut maka data tersebut disebut valid.

Untuk menilai validitas pengukuran empiris dilakukan faktor analisis seperti yang disarankan oleh Nunnally (1987). Namun, perlu dicatat bahwa hasil faktor analisis diinterpretasikan dengan panduan teoritis. Faktor analisis yang digunakan disini terutama untuk membangun *construct validity* dari skala untuk mempertegas *internal consistency*. Faktor-faktor yang dianalisis dalam skala tersebut, item-item yang tidak memenuhi nilai *loading factor* (dibawah 0,5) dalam program AMOS tidak dimasukkan dalam tahap analisis berikutnya.

Penilaian *construct validity* didukung dengan hasil *confirmatory factor analysis* dari item-item. *Factor analysis* merupakan upaya untuk mengklarifikasi skala secara statistik dengan memilih item-item yang memiliki *factor loading* yang tinggi terhadap masing-masing faktor yang diekstraksi dari skala. *Content validity* dinilai dengan memastikan bahwa item masing-masing konstruk merupakan representasi sampel yang berhubungan dengan konstruk yang diukur.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas dan *Variance Extracted*

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah jawaban seorang responden konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Apabila responden konsisten dalam menjawab pertanyaan dalam angket, maka data tersebut adalah reliabel. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika *construct reliability* nya > 0,70 (Ghozali, 2008). Perhitungan reliabilitas dengan menggunakan rumus konstruk.

Nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah sebesar 0,70. Persamaan yang dipakai :

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standard Loading})^2}{(\sum \text{Standard Loading})^2 + \sum E_j}$$

*Variance extracted* menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variabel laten yang dikembangkan. Nilai *variance extract* yang dapat diterima adalah minimum 0,50. Persamaan *variance extract* adalah :

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{Standard Loading}^2}{\sum \text{Standard Loading}^2 + \sum E_j}$$

Keterangan :

- *Standard loading* diperoleh dari *standardized loading* untuk tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan AMOS.
- $\sum E_j$  adalah *measurement error* dari tiap indikator. *Measurement error* dapat diperoleh dari  $1 - \text{error}$ .

### 3.7.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui bagaimana penyebaran atau distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Dalam penelitian ini digunakan nilai skewness untuk mengetahui

bagaimana pendistribusian data secara normal dalam variabel dengan menilai kemiringan kurva. Jika sampel kecil dari 300 untuk uji normalitas maka dapat digunakan *absolute value* 2,58, jika nilai skewness besar dari 2,58 maka kemiringannya signifikan dan juga sebaliknya.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih untuk menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang diteliti.

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM atau *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS 18.0. Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat dimensional (yaitu mengukur apa indikator dari sebuah konsep) dan regresif (mengukur pengaruh atau derajat hubungan antara faktor yang telah diidentifikasi dimensinya).

Ferdinand (2002) menyatakan beberapa alasan penggunaan program SEM sebagai alat analisis adalah bahwa SEM sesuai digunakan untuk : mengkonfirmasi unit dimensionalisasi dari berbagai indikator untuk sebuah dimensi/konstruksi/konsep/faktor, menguji kesesuaian/ketepatan sebuah model berdasarkan data empiris yang diteliti, dan menguji kesesuaian model sekaligus hubungan kausalitas antar faktor yang dibangun/diamati dalam model penelitian.

Menurut Ferdinand (2002), terdapat tujuh langkah yang harus dilakukan apabila menggunakan permodelan *Structural Equation Model* (SEM). Sebuah permodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *Measurement Model* dan *Structure Model*. *Measurement Model* atau Model Pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi dimensi-dimensi yang dikembangkan pada sebuah faktor. *Structural Model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kausalitas antara faktor.

Untuk membuat permodelan SEM yang lengkap, beberapa langkah yang perlu dilakukan sebagai berikut :

1. Mengembangkan teori berdasarkan model

SEM berdasarkan pada hubungan sebab-sebab (*causal*), dimana perubahan yang terjadi pada satu variabel diasumsikan untuk menghasilkan perubahan pada variabel yang lain.

2. Memilih matriks input dan estimasi model

Pada penelitian ini, Hair dkk (1995) menyarankan agar menggunakan matriks varians/kovarians pada saat pengujian teori sebab varians/kovarians lebih memenuhi asumsi metodologi dimana standard error yang dilaporkan menunjukkan angka yang lebih akurat dibandingkan dengan matriks korelasi (dimana dalam matriks korelasi rentang yang umum berlaku adalah  $(0 \leq r \leq 1)$  ). Ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100-400 karena ukuran sampel akan menghasilkan dasar estimasi kesalahan sampling. Program komputer yang digunakan sebagai untuk mengestimasi model adalah program AMOS 18.0 dengan menggunakan teknik *maximum likelihood estimation*.

3. Menganalisis kemungkinan munculnya masalah identifikasi.

Masalah identifikasi adalah ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang baik. Bila estimasi tidak dapat dilakukan maka software AMOS 18.0 akan memunculkan pesan pada monitor komputer tentang kemungkinan penyebabnya. Salah satu cara untuk mengatasi identifikasi adalah dengan memperbanyak constrain pada model yang dianalisis dan berarti sejumlah *estimated coefficient* dieliminasi.

4. Mengevaluasi kriteria *Goodness-of-fit*

Pada langkah ini dilakukan evaluasi terhadap kesesuaian model melalui telaah terhadap berbagai kriteria *Goodness-of-fit* dengan uji kesesuaian dan uji statistik, Beberapa indeks kesesuaian dan *cut-off* untuk menguji apakah sebuah model dapat diterima atau ditolak adalah:

a. *Chi-square Statistic*

Pengukuran yang paling mendasar adalah *likelihood ratio chi-square statistic*. Model yang diuji akan dipandang baik apabila nilai *chi-square*nya rendah karena *chi-square* yang rendah/kecil dan tidak signifikanlah yang diharapkan agar hipotesis nol sulit ditolak dan dasar penerimaan adalah probabilitas dengan *cut-off value* sebesar  $p \geq 0,05$  atau  $p \geq 0,10$  (Ferdinand, 2002).

b. *Probability*

Nilai *probability* yang dapat diterima adalah  $p \geq 0,05$

c. *Goodness-of-fit index (GFI)*

Indeks ini akan menghitung proporsi tertimbang dari varians dalam matriks kovarian sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang tersetimasikan. GFI adalah sebuah ukuran non statistikal yang

mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks menunjukkan sebuah “*better fit*”.

d. *Adjusted Goodness-of-fit Index* (AGFI)

Tingkat penerimaan yang direkomendasikan adalah apabila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90 (Hair, et. al., 1995). Nilai sebesar 0,95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik-good overall model fit sedangkan besaran nilai antara 0,9 - 0,95 menunjukkan tingkatan cukup - adequate fit.

e. *Comparative Fit Index* (CFI)

Besaran indeks ini adalah pada rentang nilai sebesar 0 - 1, dimana semakin mendekati angka 1, mengindikasikan tingkat fit yang paling tinggi - *a very good fit* (Arbuckle, 1997). Nilai yang direkomendasikan adalah  $CFI \geq 0,95$ .

f. *Trucker Lewis Index* (TLI)

TLI adalah sebuah alternatif incremental fit index yang membandingkan sebuah model yang diuji terhadap sebuah baseline model. Nilai yang direkomendasikan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah penerimaan  $\geq 0,95$  (Hair, 1995) dan nilai yang sangat mendekati 1 menunjukkan *a very good fit*.

g. *The Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA)

RMSEA adalah sebuah indeks yang dapat digunakan untuk mengkompensasi chisquare statistic dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan goodness-of fit yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi. Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model

yang menunjukkan sebuah close fit dari model itu berdasarkan degrees of freedom (Browne, 1993 dalam Ferdinand, 2002).

**Tabel 3.2**  
**Goodness of Fit Index**

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut of Value</i>
$\chi^2 - Chi\ square$	Diharapkan kecil
<i>Significance probability</i>	$\geq 0,05$
RMSEA	$\leq 0,08$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
CMIN/DF	$\leq 2,0$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$

Sumber : Ferdinand (2002)

#### 5. Interpretasi dan modifikasi model

Pada tahap selanjutnya model diinterpretasikan dan dimodifikasi. Bagi model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residual kovariansnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekuensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik. Batas keamanan untuk jumlah residual yang dihasilkan oleh model adalah 1%. Nilai residual values yang lebih besar atau sama dengan 2,58 diinterpretasikan sebagai signifikan secara statis pada tingkat 1% dan residual yang signifikan ini menunjukkan adanya prediction error yang substansial untuk sepasang indikator.

### 3.9 Teknik Pengujian Hipotesis

Suatu penelitian membutuhkan analisis data dan interpretasinya yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih untuk

menganalisis data harus sesuai dengan pola penelitian dan variabel yang akan diteliti. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program *AMOS*. Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang bersifat dimensional (yaitu mengukur apa indikator dari sebuah konsep) dan regresif (mengukur pengaruh atau derajat hubungan antara faktor yang telah diidentifikasi dimensinya). Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menganalisis nilai C.R (*Critical Ratio*) dan nilai P, lalu dibandingkan dengan batasan statistik yang telah disyaratkan, yaitu di atas 2,0 untuk nilai CR dan di bawah 0,05 untuk nilai P. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Selanjutnya untuk menguji apakah terdapat perbedaan sikap dan motivasi berwirausaha antara mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan dan yang belum, maka dilakukan pengujian dengan *independent t-test*. Pengujian tersebut dimaksudkan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan secara statistik antara respon yang diberikan antar kelompok sampel.

# BAB IV

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan pengisian kuisioner oleh para responden. Kuisioner ini disebarikan kepada para mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Padang. Responden penelitian sebanyak 250 orang. Dari hasil kuisioner yang disebarikan, didapatkan data karakteristik demografi responden sebagai berikut.

#### 4.1.1 Perguruan Tinggi

Tabel berikut merupakan gambaran demografi responden dari segi perguruan tinggi tempat pendidikan responden saat ini.

**Tabel 4.1**  
**Perguruan Tinggi**

Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
Universitas Negeri Padang	70	28
Universitas Andalas	80	32
Universitas Putera Indonesia	50	20
Universitas Bung Hatta	50	20
Jumlah	250	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, responden terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi yang berasal dari 4 perguruan tinggi, masing-masing 2 Perguruan Tinggi Negeri dan 2 Perguruan Tinggi Swasta di Kota Padang. Perguruan Tinggi Negeri tersebut antara lain dari Universitas Andalas sebanyak 80 responden (32%), Universitas Negeri Padang sebesar 70 responden (28%), Perguruan Tinggi Swasta yaitu dari Universitas Bung Hatta sebesar 50 responden (20%), serta Universitas Putera Indonesia YPTK berjumlah 50 responden (20%).

#### 4.1.2 Jurusan/Program Studi

Responden yang diteliti adalah mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dari berbagai jurusan/program studi. Pada Universitas Andalas dan Universitas Bung Hatta terdapat 3 jurusan yaitu Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. Pada Universitas Negeri Padang memiliki 4 jurusan yaitu Pendidikan Ekonomi, Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi. Sedangkan pada Universitas Putera Indonesia YPTK hanya terdapat 2 jurusan yaitu Manajemen dan Akuntansi.

**Tabel 4.2**  
**Jurusan/Program Studi**

Jurusan	Frekuensi	Persentase
Manajemen	94	37,6
Akuntansi	96	38,4
Ilmu Ekonomi	38	15,2
Pendidikan Ekonomi	22	8,8
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, penyebaran responden berdasarkan teknik *random sampling* yang telah dilakukan, didapat sampel mahasiswa yang paling banyak berasal dari Jurusan Akuntansi sebesar 96 responden (38,4%), diikuti mahasiswa dari Jurusan Manajemen sebanyak 94 responden (37,6%), kemudian 38 orang mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi (15,2%), serta 22 orang mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi (8,8%).

**Tabel 4.3**  
**Penyebaran Perguruan Tinggi dan Program Studi**

		Program Studi				Total
		Manajemen	Akuntansi	Ilmu Ekonomi	Pendidikan Ekonomi	
Perguruan Tinggi	UNP	17	28	3	22	70
	UNAND	35	21	24	0	80
	UPI	28	22	0	0	50
	UBH	14	25	11	0	50
Total		94	96	38	22	250

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Tabel diatas memperlihatkan bahwa penyebaran responden berdasarkan perguruan tinggi dan program studi. Penyebaran responden dinyatakan sangat baik karena terdistribusi kepada berbagai jurusan di perguruan tinggi tersebut. Angka 0 pada tabel diatas menunjukkan bahwa perguruan tinggi tersebut tidak memiliki jurusan atau program studi tertentu.

#### 4.1.3 Semester

Responden yang diteliti adalah mahasiswa pada berbagai tingkat yang berada semester ganjil tahun ajaran 2011/2012, sesuai dengan waktu penelitian dilakukan. Penyebaran tersebut adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.4**  
**Semester**

Semester	Frekuensi	Persentase
1 (Satu)	34	13,6
3 (Tiga)	57	22,8
5 (Lima)	56	22,4
7 (Tujuh)	85	34,0
9 (Sembilan)	17	6,8
11 (Sebelas)	1	0,4
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa responden tersebar pada tingkat semester yang berbeda-beda. Responden yang paling banyak adalah mahasiswa semester VII yakni sebanyak 85 orang (34,0%), diikuti mahasiswa semester III sebanyak 57 responden (22,8%), mahasiswa semester V sebanyak 56 responden (22,4%), mahasiswa semester I sebanyak 34 responden (13,6%), mahasiswa semester IX sebanyak 17 responden (6,8%), serta mahasiswa semester XI sebanyak 1 responden (0,4%).

#### 4.1.4 Jenis Kelamin

Tabel berikut menjelaskan penyebaran demografi responden ditinjau dari segi jenis kelamin.

**Tabel 4.5**  
**Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	108	43,2
Perempuan	142	56,8
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, terlihat bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan, yaitu sebesar 142 orang (56,8%). Sedangkan mahasiswa yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 108 responden atau 43,2%.

#### 4.1.5 Usia Responden

Usia responden dibagi menjadi 3 kelompok usia, tabel berikut menjelaskan penyebaran usia responden.

**Tabel 4.6**  
**Usia Responden**

Usia	Frekuensi	Persentase
18 – 20 tahun	124	49,6
21 – 23 tahun	120	48
Diatas 23 tahun	6	2,4
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil kuisisioner yang disebarkan didapat mayoritas bahwa responden yang berusia 18 sampai 20 tahun sebanyak 124 orang atau sebesar 49,6 %, sebanyak 120 orang atau 48 % berusia 21 sampai 23 tahun, serta sebanyak 6 orang atau 2,4 % responden berusia di atas 23 tahun.

#### 4.1.6 Uang Saku/Pendapatan Responden Per Bulan

Tabel berikut menjelaskan jumlah uang saku responden (apabila belum bekerja) atau penghasilan responden (apabila sudah bekerja).

**Tabel 4.7**  
**Uang Saku/Pendapatan per bulan**

Uang Saku/Pendapatan	Frekuensi	Persentase
<Rp 500.000	91	36,4
Rp 500.000-Rp 1.000.000	129	51,6
>Rp 1.000.000	30	12,0
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, mahasiswa yang memiliki uang saku atau penghasilan dibawah Rp 500.000,00 sebanyak 91 orang (36,4%), sedangkan 129 mahasiswa atau 51,6 % memiliki uang saku atau penghasilan antara Rp 500.000,00 sampai Rp 1.000.000,00, serta 30 orang atau 12% diatas Rp 1.000.000,00.

#### 4.1.7 Pekerjaan Orang Tua

Pekerjaan orang tua responden dibagi atas 6 kelompok pekerjaan, yaitu :

**Tabel 4.8**  
**Pekerjaan Orang Tua**

Pekerjaan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
PNS/TNI/Polisi	101	40,4
Karyawan BUMN/BUMD	11	4,4
Petani	26	10,4
Nelayan	2	,8
Wiraswasta	76	30,4
Karyawan Swasta	17	6,8
Lain-lain	17	6,8
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas orang tua responden bekerja sebagai PNS/TNI/Polisi dengan frekuensi 101 atau 40,4%, diikuti sebagai Wiraswasta sebanyak 76 (30,4), kemudian Petani atau Nelayan sebanyak 28 (11,2%),

Karyawan Swasta sebanyak 17 (6,8%), Lain-lain sebanyak 17 (6,8%), serta Karyawan BUMN/BUMD sebanyak 11 (4,4%).

#### 4.1.8 Penghasilan Orang Tua Per Bulan

Tabel berikut menjelaskan tingkat penghasilan orang tua per bulan, yaitu :

**Tabel 4.9**  
**Penghasilan Orang Tua**

Penghasilan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
<Rp1.500.000	49	19,6
Rp1.500.000-Rp3.500.000	125	50,0
>Rp3.500.000	76	30,4
Jumlah	250	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS*

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, mayoritas orang tua responden memiliki penghasilan bulanan antara Rp 1.500.000 sampai Rp 3.500.000 dengan 125 frekuensi atau 50%. Lalu sebanyak 68 atau 30,4% memiliki penghasilan diatas Rp 3.500.000. Kemudian 49 atau 19,6% memiliki penghasilan dibawah Rp 1.500.000.

#### 4.1.9 Tingkat Pendidikan Orang Tua

Tabel berikut menjelaskan tingkat pendidikan orang tua responden. Tingkat pendidikan tersebut dibagi dalam 7 kelompok.

**Tabel 4.10**  
**Pendidikan Orang Tua**

Pendidikan Orang Tua	Frekuensi	Persentase
Tidak Sekolah	5	2,0
Tamat SD	25	10,0
Tamat SLTP/Sederajat	17	6,8
Tamat SLTA/Sederajat	98	39,2
Diploma	22	8,8
Sarjana (S1)	65	26,0
Pascasarjana (S2/S3)	18	7,2
Jumlah	250	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS*

Tabel 4.10 diatas memperlihatkan bahwa tingkat pendidikan orang tua responden paling banyak adalah tamatan SMA/Sederajat sebesar 98 (39,2%). Diikuti tingkat Sarjana sebanyak 65 (26%), kemudian tamatan SD sebanyak 25 (10%), tingkat Diploma sebesar 22 (8,8%), tamatan tingkat Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 18 atau 7,2%, tamatan SMP/Sederajat sebanyak 17 (6,8%), serta tidak sekolah sebanyak 5 atau 2%.

#### 4.1.10 Rencana Responden Setelah Kuliah

Tabel berikut menjelaskan mengenai rencana pekerjaan apabila mahasiswa tersebut telah menyelesaikan pendidikannya di Fakultas Ekonomi pada perguruan tinggi. Bidang pekerjaan tersebut dibagi dalam 6 kelompok.

**Tabel 4.11**  
**Rencana Setelah Kuliah**

Rencana Setelah Kuliah	Frekuensi	Persentase
Berwirausaha	96	38,4
PNS/TNI/Polisi	40	16,0
Karyawan BUMN/BUMD	79	31,6
Karyawan Swasta	23	9,2
Melanjutkan Usaha Orang Tua	5	2,0
Tidak Tahu	7	2,8
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, terlihat bahwa mahasiswa memiliki minat yang tinggi untuk menjadi wirausaha (*entrepreneur*). Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian diatas yang menunjukkan bahwa tingkat minat mahasiswa Fakultas Ekonomi pada berbagai perguruan tinggi tersebut untuk menjadi wirausaha adalah paling tinggi yaitu sebesar 96 responden atau 38,4%. Meskipun angka tersebut merupakan persentase yang paling tinggi, namun angka ini masih belum dominan atau belum cukup besar. Kemudian diikuti rencana mahasiswa lainnya yaitu menjadi karyawan BUMN/BUMD sebanyak 79 responden (31,6%). Mahasiswa

yang berkeinginan untuk menjadi PNS/TNI/Polisi sebesar 40 orang atau 16%, diikuti rencana untuk menjadi karyawan swasta sebanyak 23 orang atau 9,2%. Mahasiswa yang ingin melanjutkan usaha orang tua sebesar 5 responden (2%). Sedangkan mahasiswa yang belum tahu rencana masa depannya adalah sebanyak 7 orang atau 2,8%.

#### 4.1.11 Pekerjaan atau Usaha Mahasiswa

Diagram dibawah ini menunjukkan apakah mahasiswa tersebut bekerja sambil kuliah atau tidak bekerja.

**Tabel 4.12**  
**Mahasiswa Bekerja Sambil Kuliah**

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Ya	56	22,4
Tidak	194	77,6
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa mayoritas mahasiswa sebanyak 194 orang atau 77,6% tidak bekerja (*part-time*) sambil kuliah. Sedangkan yang bekerja sambil kuliah (*part-time*) adalah sebanyak 56 orang atau 22,4%.

Tabel 4.13 dibawah ini menunjukkan apakah mahasiswa tersebut saat ini memiliki usaha sendiri atau tidak.

**Tabel 4.13**  
**Mahasiswa Memiliki Usaha Disamping Kuliah**

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Ya	54	21,6
Tidak	196	78,4
Jumlah	250	100

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar mahasiswa sebanyak 196 orang atau 78,4% saat ini tidak memiliki usaha sendiri. Sedangkan yang memiliki usaha sendiri adalah sebanyak 54 orang atau 21,6%.

Tabel 4.14 dibawah ini menunjukkan apakah orang tua mahasiswa tersebut memiliki usaha sendiri atau tidak.

**Tabel 4.14**  
**Orang Tua Mahasiswa Memiliki Usaha**

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Ya	134	53,6
Tidak	116	46,4
Jumlah	250	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS*

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat dilihat bahwa orang tua responden/mahasiswa yang memiliki usaha sendiri sebanyak 134 orang atau 53,6% Sedangkan yang orang tua mahasiswa yang tidak memiliki usaha sendiri adalah sebanyak 116 orang atau 46,4%.

#### 4.1.12 Mata Kuliah Kewirausahaan

Upaya dalam menumbuhkembangkan jiwa dan pengetahuan kewirausahaan yang terdapat di perguruan tinggi, tercermin dari apakah perguruan tinggi tersebut memiliki pendidikan kewirausahaan atau tidak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui seluruh Jurusan atau Program Studi yang terdapat pada Fakultas Ekonomi, baik Universitas Andalas, Universitas Negeri Padang, Universitas Bung Hatta, maupun Universitas Putera Indonesia YPTK menawarkan mata kuliah Kewirausahaan kepada para mahasiswanya.

Tabel 4.15 dibawah ini menunjukkan apakah mahasiswa tersebut telah atau sedang mengambil mata kuliah kewirausahaan atau tidak.

**Tabel 4.15**  
**Responden Mengikuti Mata Kuliah Kewirausahaan**

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Ya	164	65,6
Tidak	86	34,4
Jumlah	250	100

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS*

Berdasarkan tabel diatas, dari 250 responden yang diteliti, sebanyak 164 responden atau 65,6% mahasiswa telah atau sedang mengikuti mata kuliah Kewirausahaan di perguruan tinggi masing-masing. Sedangkan 86 responden atau 34,4% mahasiswa belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Kaitan antara mahasiswa yang mengikuti kuliah kewirausahaan dengan rencana mahasiswa setelah lulus kuliah adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Crosstabulation Rencana dan Kuliah Kewirausahaan**

		Telah/Sedang Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan		Total
		Ya	Tidak	
Rencana Setelah Kuliah	Wirausaha	75	26	101
	Non Wirausaha	89	60	149
Total		164	86	250

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS*

Berdasarkan uji *chi-square* terhadap data diatas, didapat *p-value* sebesar 5,628, *asympt. sig (2-sides)* sebesar 0,018 (*sig < 0,05*). Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan antara mahasiswa yang mengikuti mata kuliah kewirausahaan dengan rencana masa depan mereka setelah lulus kuliah.

#### 4.1.13 Analisis Data Statistik Deskriptif

Data statistik deskriptif berikut ini menjelaskan gambaran penyebaran indikator yang diuji. Tabel 4.16 dibawah ini menunjukkan nilai skor rata-rata (*mean*) dan standar deviasi setiap variabel sebagai gambaran distribusinya.

**Tabel 4.17**  
**Statistik Deskriptif Indikator**

	N	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kecenderungan Proaktif 1	250	1060,00	4,2400	,91748	,842
Kecenderungan Proaktif 2	250	867,00	3,4680	,76637	,587
Kecenderungan Proaktif 3	250	884,00	3,5360	,96146	,924
Kecenderungan Proaktif 4	250	858,00	3,4320	,90368	,817
Kecenderungan Proaktif 5	250	945,00	3,7800	,88472	,783
Kecenderungan Proaktif 6	250	1027,00	4,1080	,85982	,739
Kecenderungan Proaktif 7	250	1081,00	4,3240	,83775	,702
Kecenderungan Proaktif 8	250	1044,00	4,1760	,82203	,676
Kecenderungan Proaktif 9	250	1006,00	4,0240	,90037	,811
Keinginan Inovasi 1	250	1031,00	4,1240	,92088	,848
Keinginan Inovasi 2	250	932,00	3,7280	,93031	,865
Keinginan Inovasi 3	250	960,00	3,8400	,93482	,874
Keinginan Inovasi 4	250	1024,00	4,0960	,82066	,673
Keinginan Inovasi 5	250	1003,00	4,0120	,91609	,839
Keinginan Inovasi 6	250	1001,00	4,0040	,99597	,992
Keinginan Inovasi 7	250	1012,00	4,0480	,84887	,721
Keinginan Inovasi 8	250	883,00	3,5320	,90568	,820
Keinginan Inovasi 9	250	1044,00	4,1760	,94901	,901
Keinginan Inovasi 10	250	832,00	3,3280	,95502	,912
Keinginan Inovasi 11	250	971,00	3,8840	,88185	,778
Keinginan Inovasi 12	250	991,00	3,9640	,81323	,661
Keinginan Inovasi 13	250	905,00	3,6200	1,25615	1,578
Non Konformitas 1	250	500,00	2,0000	,87811	,771
Non Konformitas 2	250	781,00	3,1240	1,07014	1,145
Non Konformitas 3	250	492,00	1,9680	1,02918	1,059
Non Konformitas 4	250	510,00	2,0400	,91748	,842
Non Konformitas 5	250	503,00	2,0120	,92914	,863
Persepsi Keinginan 1	250	959,00	3,8360	,88330	,780
Persepsi Keinginan 2	250	1013,00	4,0520	,76132	,580
Persepsi Keinginan 3	250	960,00	3,8400	,84929	,721
Persepsi Keinginan 4	250	1005,00	4,0200	,88017	,775
Intensi Berwirausaha 1	250	1038,00	4,1520	,93616	,876
Intensi Berwirausaha 2	250	978,00	3,9120	1,00213	1,004
Intensi Berwirausaha 3	250	906,00	3,6240	1,12413	1,264
Valid N (listwise)	250				

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Tabel 4.17 diatas menunjukkan gambaran statistik masing-masing indikator yang terdiri dari jumlah (sum) dari skala indikator, rata-rata (mean) skala indikator, standar deviasi dan varian skala indikator.

## 4.2 Hasil Pengujian Instrumen

Dalam melakukan pengujian instrumen penelitian, terdapat 3 jenis teknik uji pengujian instrumen penelitian yang dilakukan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas & *variance extracted*, serta uji normalitas data.

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pertanyaan pada suatu instrumen mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrumen tersebut. Untuk menilai validitas pengukuran empiris dilakukan faktor analisis seperti yang disarankan oleh Nunnally (1987). Faktor-faktor yang dianalisis dalam skala tersebut, item-item yang tidak memenuhi nilai *loading factor* (dibawah 0,5) tidak dimasukkan dalam tahap analisis berikutnya.

Untuk menilai validitas pengukuran empiris dilakukan faktor analisis seperti yang disarankan oleh Nunnally (1987). Namun, perlu dicatat bahwa hasil faktor analisis diinterpretasikan dengan panduan teoritis. Faktor analisis yang digunakan disini terutama untuk membangun *construct validity* dari skala untuk mempertegas *internal consistency*. Faktor-faktor yang dianalisis dalam skala tersebut, item-item yang tidak memenuhi nilai *loading factor* (dibawah 0,5) dalam program AMOS tidak dimasukkan dalam tahap analisis berikutnya.

#### 4.2.1.1 Uji Validitas Variabel Keinginan Inovasi

Berdasarkan faktor-faktor yang dianalisis, item-item yang tidak memenuhi nilai *loading factor* ( $< 0,5$ ) tidak dimasukkan kedalam tahap analisis berikutnya.

**Tabel 4.18**  
**Factor Loading Variabel Keinginan Inovasi**

Variabel Keinginan Inovasi		<i>Loading Factor</i> ( $\lambda$ )	Keterangan
PI1	Saya yakin pentingnya pendekatan yang unik dalam mencari peluang.	0,557	
PI2	Saya senang menjadi penggerak perubahan di perguruan tinggi.	0,488	
PI3	Saya biasanya menemukan teman/kolega yang senang untuk mencoba cara-cara baru dalam melakukan sesuatu.	0,480	
PI4	Saya benar-benar senang ketika memikirkan ide-ide baru untuk memicu kinerja kelompok dalam tugas kuliah.	0,507	
PI5	Saya yakin bahwa perlu terus menerus untuk mencari cara-cara baru untuk mengerjakan tugas kuliah.	0,751	Diterima (0,750)
PI6	Saya senang ketika mampu menyelesaikan tugas dengan cara yang tidak biasanya.	0,808	Diterima (0,833)
PI7	Saya menikmati kemampuan melakukan sesuatu dengan cara baru.	0,799	Diterima (0,841)
PI8	Saya sering menyelesaikan tugas kuliah dengan cara unik.	0,511	
PI9	Saya yakin untuk menjadi sukses, seseorang terkadang harus melakukan sesuatu dengan cara yang kelihatannya tidak biasa.	0,731	Diterima (0,767)
PI10	Saya biasanya memegang kendali dalam situasi yang kacau.	0,296	
PI11	Saya senang menemukan solusi masalah yang belum diketahui orang lain	0,489	
PI12	Saya yakin bahwa untuk sampai pada solusi masalah, perlu untuk membuat asumsi dalam mendefinisikan masalah.	0,431	
PI13	Saya yakin bahwa ketika berusaha mencapai tujuan, hasil akhir jauh lebih penting daripada mengikuti prosedur.	0,267	

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, item-item yang memenuhi nilai *loading factor* (diatas 0,5) setelah dilakukan beberapa kali analisis antara lain indikator PI5

dengan *loading factor* 0,750, PI6 dengan *loading factor* 0,833, PI7 dengan *loading factor* 0,841, dan dengan *loading factor* PI9 0,767. Item tersebut akan dianalisis lebih lanjut dalam *structural equation modeling*.

#### 4.2.1.2 Uji Validitas Variabel Non Konformitas

Berdasarkan faktor-faktor yang dianalisis, item-item atau indikator yang tidak memenuhi nilai *loading factor* ( $<0,5$ ) pada variabel non konformitas tidak dimasukkan kedalam tahapan analisis berikutnya.

**Tabel 4.19**  
**Factor Loading Variabel Non Konformitas**

Variabel Non Konformitas*		Loading Factor ( $\lambda$ )	Keterangan
NC1	Saya mengikuti kesepakatan yang telah saya buat dengan orang lain.	0,454	
NC2	Saya jarang menanyakan maksud/nilai-nilai dari prosedur yang dibuat.	0,163	
NC3	Saya yakin bahwa peraturan yang dibuat perguruan tinggi untuk alasan yang baik.	0,692	Diterima (0,690)
NC4	Saya merasakan pekerjaan saya menjadi baik ketika telah mengikuti prosedur yang ditetapkan.	0,746	Diterima (0,742)
NC5	Saya yakin bahwa untuk sukses, seseorang harus menyesuaikan terhadap praktik yang telah disepakati.	0,774	Diterima (0,780)

\*) *Reverse Questions*

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Pada tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa *loading factor* masing-masing item dari variabel non konformitas yang valid dan dapat dianalisis lebih lanjut dalam *structural equation modeling* antara lain NC3 dengan *loading factor* 0,690, NC4 dengan *loading factor* 0,690, dan NC5 dengan *loading factor* 0,690. Sedangkan indikator NC1 dan NC2 dihapus karena tidak memenuhi *loading factor* sehingga item-item tersebut tidak diuji dalam analisis berikutnya.

#### 4.2.1.3 Uji Validitas Variabel Kecenderungan Proaktif

Berdasarkan faktor-faktor yang dianalisis, item-item yang tidak memenuhi nilai *loading factor* ( $< 0,5$ ) tidak dimasukkan kedalam tahap analisis berikutnya.

**Tabel 4.20**  
**Factor Loading Variabel Kecenderungan Proaktif**

Variabel Kecenderungan Proaktif		<i>Loading Factor</i> ( $\lambda$ )	Keterangan
PD1	Saya selalu mencari cara yang lebih baik untuk melakukan sesuatu.	0,734	Diterima (0,730)
PD2	Saya mahir dalam mengidentifikasi peluang.	0,331	
PD3	Saya yakin bisa mewujudkan segala sesuatunya meskipun aneh.	0,426	
PD4	Saya bisa membaca peluang bagus, jauh sebelum orang mengetahuinya.	0,311	
PD5	Saya sangat senang memberi ide terobosan, bahkan mendapat tantangan dari yang lain.	0,463	
PD6	Saya akan mengubah sesuatu jika saya tidak menyukainya.	0,818	Diterima (0,860)
PD7	Apabila ide saya menjadi kenyataan, maka akan memberikan suatu gairah.	0,511	Diterima (0,521)
PD8	Saya tidak berhenti mencoba cara-cara baru untuk peningkatan hidup saya.	0,611	Diterima (0,605)
PD9	Saya senang melakukan hal baru yang tidak diajarkan di sekolah/kuliah.	0,806	Diterima (0,784)

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat dilihat bahwa *loading factor* masing-masing item dari variabel kecenderungan proaktif yang valid dan dapat dianalisis lebih lanjut dalam *structural equation modelling*, antara lain PD1 dengan *loading factor* 0,730, PD6 dengan *loading factor* 0,860, PD7 dengan *loading factor* 0,521. PD8 dengan *loading factor* 0,605, dan PD9 dengan *loading factor* 0,784. Sedangkan indikator PD2, PD3, PD4, dan PD5 dihapus dalam analisis berikutnya.

#### 4.2.1.4 Uji Validitas Variabel Persepsi Keinginan

Berdasarkan faktor-faktor yang dianalisis, item-item dibawah nilai *loading factor* ( $< 0,5$ ) tidak valid. Berikut adalah uji validitas variabel persepsi keinginan.

**Tabel 4.21**  
**Factor Loading Variabel Persepsi Keinginan**

Variabel Kecenderungan Proaktif		Loading Factor ( $\lambda$ )	Keterangan
ED1	Saya menjadi sangat atraktif untuk memulai suatu usaha/bisnis.	0,634	Diterima
ED2	Jika saya memulai suatu usaha, maka saya merasa mencintai pekerjaan itu.	0,772	Diterima
ED3	Jika saya memulai suatu usaha, maka saya akan merasa lebih rileks.	0,805	Diterima
ED4	Jika saya memulai suatu usaha, maka saya menjadi sangat antusias.	0,714	Diterima

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa *loading factor* seluruh item dari variabel persepsi keinginan adalah valid dan dapat dianalisis lebih lanjut dalam *structural equation modelling*, antara lain ED1 dengan *loading factor* 0,634, ED2 dengan *loading factor* 0,772, ED3 dengan *loading factor* 0,805, dan ED4 dengan *loading factor* 0,714. Sedangkan indikator yang dihapus tidak ada karena semua indikator memenuhi *loading factor* diatas 0,5.

#### 4.2.1.5 Uji Validitas Variabel Intensi Berwirausaha

**Tabel 4.22**  
**Factor Loading Variabel Intensi Berwirausaha**

Variabel Kecenderungan Proaktif		Loading Factor ( $\lambda$ )	Keterangan
EI1	Saya pernah berfikir dan berniat untuk memulai suatu usaha/bisnis.	0,667	Diterima
EI2	Saya kemungkinan akan memulai membangun usaha/bisnis dalam 5 tahun kedepan.	0,933	Diterima
EI3	Saya kemungkinan akan memulai membangun usaha/bisnis dalam 10 tahun kedepan.	0,626	Diterima

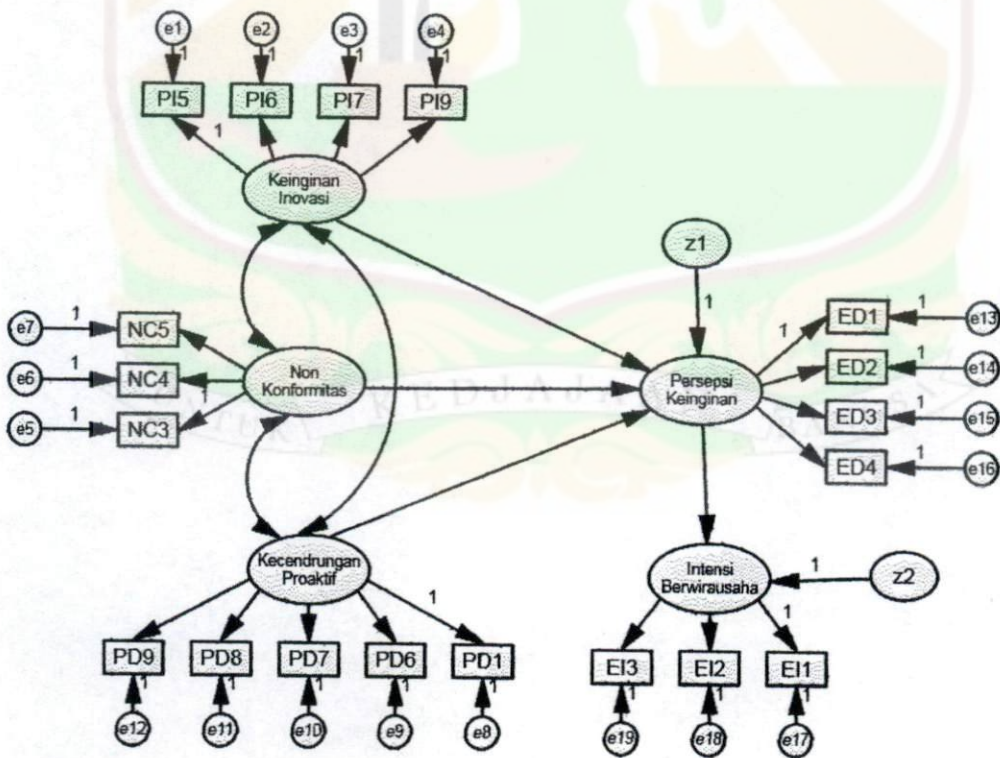
Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Berdasarkan tabel diatas, *loading factor* seluruh item dari variabel intensi berwirausaha adalah valid dan dapat dianalisis lebih lanjut dalam *structural equation modelling*, antara lain EI1 dengan *loading factor* 0,667, EI2 dengan *loading factor* 0,933, dan EI3 dengan *loading factor* 0,626. Sedangkan seluruh indikator intensi berwirausaha dipakai dalam tahapan analisis berikutnya karena semua indikator memenuhi *loading factor* diatas 0,5.

#### 4.2.1.6 Diagram Alur *Structural Equation Modeling*

Alur *structural equation modeling* (SEM) adalah alur persamaan yang dikembangkan berdasarkan indikator-indikator yang sudah valid sesuai dengan teori yang akan diuji. Berikut merupakan gambar *structural equation modeling* (SEM) dari Model *Entrepreneurial Intention*.

**Gambar 4.1**  
**Diagram Alur *Structural Equation Modeling***



Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas dan *Variance Extracted*

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang sama. Variabel dikatakan reliabel jika nilainya melebihi 0,7. Sedangkan *variance extract* menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variabel laten yang dikembangkan. Nilai *variance extract* yang dapat diterima adalah minimum 0,50. Keseluruhan hasil pengujian terhadap reliabilitas dan *variance extract* selanjutnya tersaji pada tabel 4.23.

**Tabel 4.23**  
**Uji Reliabilitas dan *Variance Extracted***

No	Variabel	Indikator	<i>Standardized Loading</i>	<i>Measurement Error</i>	Reliabilitas	<i>Variance Extracted</i>	
1	Keinginan	PI5	0,793	0,371	0,905	0,705	
		Inovasi	PI6	0,896			0,197
			PI7	0,837			0,299
			PI9	0,829			0,313
			Jumlah	3,355			1,181
2	Non Konformitas	NC3	0,664	0,559	0,784	0,549	
			NC4	0,739			0,454
			NC5	0,812			0,341
			Jumlah	2,215			1,354
3	Kecenderungan Proaktif	PD6	0,866	0,250	0,865	0,621	
			PD7	0,799			0,362
			PD8	0,596			0,645
			PD9	0,861			0,259
			Jumlah	3,122			1,515
4	Persepsi Keinginan	ED1	0,697	0,514	0,866	0,620	
			ED2	0,856			0,267
			ED3	0,844			0,288
			ED4	0,742			0,449
			Jumlah	3,139			1,519
5	Intensi Berwirausaha	EI1	0,745	0,445	0,881	0,713	
			EI2	0,957			0,084
			EI3	0,818			0,331
			Jumlah	2,520			0,860

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

#### 4.2.2.1 Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel 4.23 diatas, dapat dilihat bahwa reliabilitas seluruh variabel pengukuran berada diatas angka 0,7. Hal ini membuktikan bahwa seluruh variabel tersebut adalah reliabel. Hasil dari pengujian reliabilitas masing-masing variabel tersebut antara lain keinginan inovasi (0,905), non konformitas (0,784), kecenderungan proaktif (0,865), persepsi keinginan dengan angka 0,866, serta variabel intensi wirausaha sebesar 0,881.

#### 4.2.2.2 Variance Extracted

*Variance extract* menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh variabel laten yang dikembangkan. Pada pengukuran variance extracted, seluruh dimensi berada diatas 0,5, antara lain keinginan inovasi (0,705), non konformitas (0,549), kecenderungan proaktif (0,621), persepsi keinginan (0,620), serta intensi wirausaha (0,713).

#### 4.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendistribusian data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Pengujian normalitas dilakukan dengan mengamati nilai *critical ratio skewness* data yang digunakan, apabila nilai CR (*critical ratio*) pada *skewness* data berada pada rentang antara  $\pm 2,58$  pada tingkat signifikansi 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal. Selanjutnya hasil pengujian terhadap normalitas data ditampilkan pada Tabel 4.24 berikut ini.

**Tabel 4.24**  
**Uji Normalitas**

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
ED2	2,000	5,000	-,181	-,994	-,514	-1,413
PD1	2,000	5,000	-,688	-3,779	-,305	-,836
EI3	1,000	5,000	-,438	-2,406	-,570	-1,566
EI2	2,000	5,000	-,384	-2,109	-,844	-2,318
EI1	2,000	5,000	-,695	-3,815	-,474	-1,301
ED4	2,000	5,000	-,356	-1,955	-,582	-1,600
ED3	2,000	5,000	-,136	-,746	-,737	-2,024
ED1	2,000	5,000	-,240	-1,318	-,398	-1,093
PD9	2,000	5,000	-,494	-2,712	-,337	-,924
PD8	2,000	5,000	-,466	-2,558	-,198	-,545
PD7	2,000	5,000	-,802	-4,403	-,180	-,495
PD6	2,000	5,000	-,314	-1,723	-,800	-2,196
NC5	2,000	5,000	,432	2,375	-,462	-1,267
NC4	2,000	5,000	,203	1,117	-1,023	-2,810
NC3	2,000	5,000	,707	3,885	-,236	-,647
PI9	2,000	5,000	-,829	-4,553	-,125	-,345
PI7	2,000	5,000	-,739	-4,057	,347	,952
PI6	2,000	5,000	-,675	-3,709	-,182	-,500
PI5	2,000	5,000	-,659	-3,619	-,122	-,334
Multivariate					30,998	7,381

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

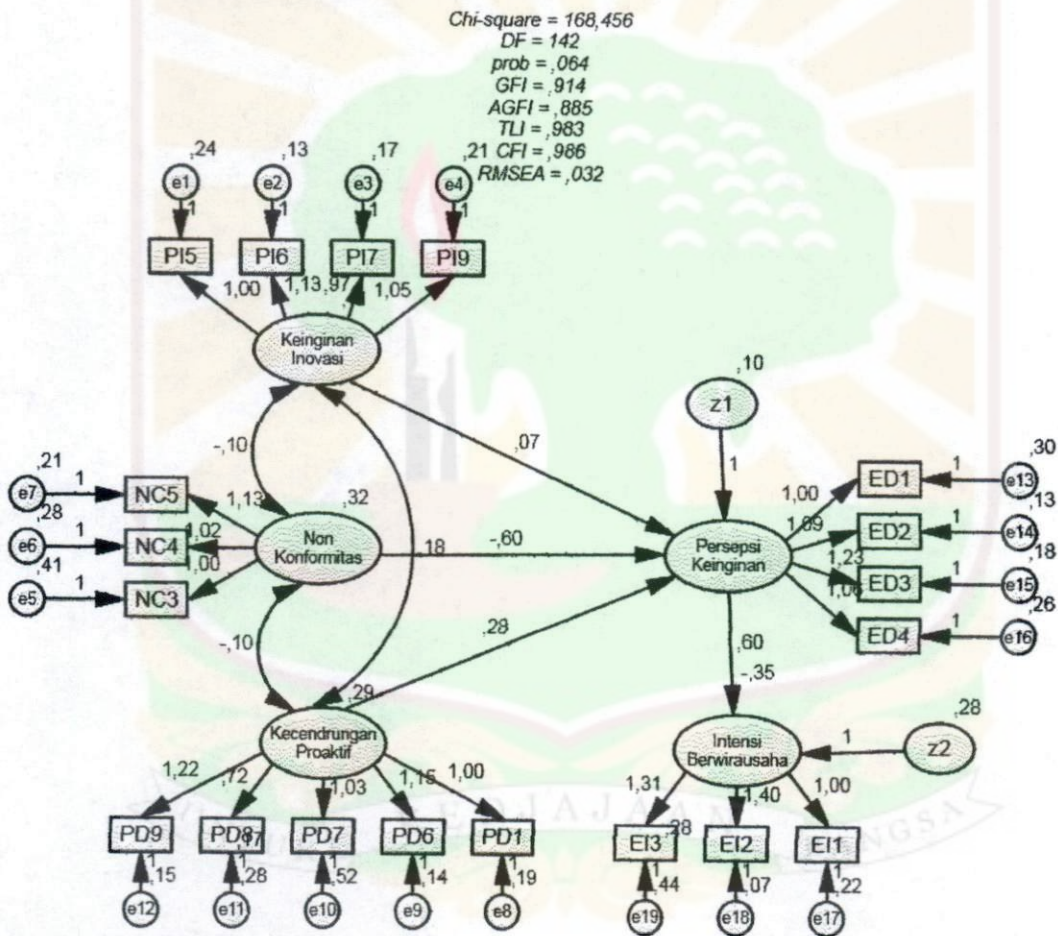
Berdasarkan tabel 4.24 diatas, nilai cr skewness value sebagian indikator atau 10 indikator menunjukkan distribusi normal karena nilainya antara  $\pm 2,58$ , diantaranya ED2, EI3, EI2, ED4, ED3, ED1, PD8, PD6, NC5 dan NC4. Sementara 9 indikator lainnya berdistribusi tidak normal. Sedangkan uji normalitas multivariat memberikan nilai cr 7,381, jauh diatas nilai 2,58, berarti tidak berdistribusi normal. Meskipun demikian, data tersebut tidak mempengaruhi hasil pengujian model. Data tersebut telah diuji dengan mengeluarkan data outlier dari model. Deteksi terhadap multivariate outlier dilakukan dengan memperlihatkan nilai *mahalanobis distance* dengan kriteria  $p < 0,05$ , baik p1 dan p2.

### 4.3 Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM)

#### 4.3.1 Hasil Pengujian *Structural Equation Modeling* (SEM)

Analisis selanjutnya adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara *Full Model* yang dimaksudkan untuk menguji model dan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pengujian model dilakukan dengan uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Pengujian *Structural Equation Model***



Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Dari Gambar 4.2 diatas dapat diketahui besarnya nilai koefisien regresi standar dan nilai *squared multiple correlation*. Misalnya nilai koefisien regresi standar antara variabel keinginan inovasi dengan persepsi keinginan 0.07, variabel

non konformitas dengan persepsi keinginan -0.60, dan variabel kecenderungan proaktif dengan persepsi keinginan 0.28. Sedangkan nilai *squared multiple correlation* pada persepsi keinginan sebesar 0.661 yang berarti kemampuan ketiga variabel independen untuk menjelaskan sikap terhadap persepsi keinginan hanya sebesar 66,1 % dan dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sedangkan nilai *squared multiple correlation* pada intensi berwirausaha sebesar 0.265.

### 4.3.2 Hasil Uji Kelayakan Model

Berikut merupakan hasil uji kelayakan *structural equation modeling* (SEM) berdasarkan kriteria *Goodness of Fit Index*.

**Tabel 4.25**  
***Goodness of Fit Index***

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut of Value</i>	<i>Hasil Analisis</i>	<i>Evaluasi Model</i>
$\chi^2 - Chi\ square$	Diharapkan kecil $\chi^2;df;142;5\%=170,809$	168,456	Baik
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,064	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,032	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,914	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,885	Marjinal
CMIN/DF	$\leq 2,0$	1,186	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,983	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,986	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa semua konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian berdasarkan kriteria model yang fit, maka proses analisis full model SEM tersebut telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Ukuran *goodness of fit* yang menunjukkan kondisi yang fit hal ini disebabkan oleh angka Chi-square sebesar 168,456 yang lebih kecil dari cut-off value yang ditetapkan (170,809) dengan nilai probability 0,065 atau diatas 0,05, nilai ini menunjukkan tidak adanya perbedaan antara

matriks kovarian sample dengan matriks kovarian populasi yang diestimasi. Ukuran goodness of fit lain juga menunjukkan pada kondisi yang baik yaitu TLI (0,983); CFI (0,986); CMIN/DF (1,186); RMSEA (0,032); GFI (0,914) telah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Sedangkan nilai AGFI (0,885) masih berada dalam batas toleransi sehingga dapat diterima.

Dari hasil ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten tersebut secara signifikan merupakan indikator dari faktor-faktor laten yang dibentuk. Selain itu semua hasil analisis pada Tabel 4.23 juga menunjukkan nilai *goodness of fit* yang dapat diterima karena telah memenuhi persyaratan dan kriteria walaupun terdapat nilai marjinal pada kriteria AGFI.

#### 4.3.3 Hasil Uji Koefisien Regresi

Pengujian selanjutnya adalah uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi (*regression weight*). Pengujian dilakukan melihat nilai CR, *loading factor* (*estimate*) dan probabilitasnya. Nilai CR yang disyaratkan adalah diatas  $\pm 2,0$  dan *loading factor* (*std. estimate*) diatas 0,05

**Tabel 4.26**  
**Hasil Uji Regression Weights**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Keinginan <--- Keinginan_Inovasi	,069	,062	1,108	,268	par_15
Persepsi_Keinginan <--- Non_Konformitas	-,604	,097	-6,254	***	par_16
Persepsi_Keinginan <--- Kecendrungan_Proaktif	,275	,081	3,379	***	par_17
Intensi_Wirausaha <--- Persepsi_Keinginan	,595	,105	5,656	***	par_18

Ket : \*\*\* = nilai P lebih kecil dari 0,001

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Dari pengolahan data diatas dapat dilihat bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan hasil yang baik, yaitu nilai CR diatas 2,0 kecuali pengaruh keinginan inovasi terhadap persepsi

keinginan yang menunjukkan angka yang tidak signifikan. Sebagian besar nilai *loading factor (std. estimate)* untuk masing-masing indikator lebih besar dari 0,05. Probabilitas masing-masing indikator juga dibawah 0,05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten konstruk telah menunjukkan sebagai indikator yang kuat dalam pengukuran variabel laten. Selanjutnya berdasarkan analisis faktor konfirmatori ini, maka model penelitian ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya berdasarkan modifikasi atau penyesuaian-penyesuaian yang telah dilakukan.

Intepretasi dan modifikasi model dilakukan untuk melihat apakah model yang dikembangkan perlu diperbaharui (modifikasi) atau tidak. Sebuah model digolongkan baik jika memiliki *Standardized Residual Covariance* yang kecil. Angka  $\pm 2,58$  merupakan batas nilai *standardized residual* yang diperkenankan. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dilakukanlah modifikasi dengan menambah hubungan dan korelasi beberapa indikator atau error. Hubungan yang ditambahkan dalam tahap modifikasi yaitu indikator PD1 terhadap ED1 dan indikator ED2 terhadap EI3. Sedangkan korelasi yang ditambahkan dalam tahap modifikasi antara lain error 10 dan kecenderungan proaktif. Sehingga *Standardized Residual Covariance*, didapat nilai *standardized residual* berada pada kisaran  $\pm 2,58$ .

#### **4.4 Pengujian Hipotesis dan Pembahasan**

##### **4.4.1 Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang telah diajukan pada Bab II. Pengujian hipotesis 1 sampai 4 ini dianalisis dengan aplikasi AMOS 18.0 dengan mengidentifikasi nilai C.R (*Critical Ratio*) dan nilai P hasil pengolahan data seperti pada Tabel 4.25, lalu dibandingkan dengan batasan

statistik yang telah disyaratkan, yaitu di atas 2,0 untuk nilai CR dan di bawah 0,05 untuk nilai P. Sedangkan pengujian hipotesis 5 menggunakan *independent t-test*. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima.

***Pengujian Hipotesis 1 = Persepsi Keinginan Berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha***

**Tabel 4.27**  
**Hasil Pengujian Hipotesis 1**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Intensi_Berwirausaha <--- Persepsi_Keinginan	,595	,105	5,656	***	par_18

Ket : \*\*\* = nilai P lebih kecil dari 0,001

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Hipotesis 1 pada penelitian ini adalah persepsi keinginan berwirausaha berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Sehingga semakin tinggi persepsi keinginan berwirausaha, maka semakin tinggi intensi berwirausaha. Berdasarkan data dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai C.R (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara intensi wirausaha seperti terlihat pada Tabel 4.30 adalah sebesar 5,656 dengan nilai P (*Probability*) dibawah 0,001. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 1,96 untuk C.R (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Sehingga dapat dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 pada penelitian ini dapat diterima.

***Pengujian Hipotesis 2 = Keinginan Inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Keinginan Berwirausaha***

**Tabel 4.28**  
**Hasil Pengujian Hipotesis 2**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Keinginan <--- Keinginan_Inovasi	,069	,062	1,108	,268	par_15

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Hipotesis 2 pada penelitian ini adalah keinginan inovasi tidak berpengaruh terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Berdasarkan data dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai C.R (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel keinginan inovasi seperti terlihat pada Tabel 4.27 adalah sebesar 1,108 dengan nilai P (*Probability*) sebesar 0,268. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat, yaitu dibawah 1,96 untuk C.R (*Critical Ratio*) dan diatas 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Sehingga dapat dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 pada penelitian ini tidak dapat diterima.

***Pengujian Hipotesis 3 = Non Konformitas berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Keinginan Berwirausaha***

**Tabel 4.29**  
**Hasil Pengujian Hipotesis 3**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Keinginan <--- Non_Konformitas	-,604	,097	-6,254	***	par_16

*Ket : \*\*\* = nilai P lebih kecil dari 0,001*

*Sumber : Hasil Pengolahan AMOS*

Hipotesis 3 pada penelitian ini adalah non konformitas berpengaruh terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Sehingga semakin tinggi sikap non konformitas, maka semakin tinggi persepsi keinginan berwirausaha. Berdasarkan data dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai C.R (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel non konformitas seperti terlihat pada Tabel 4.28 adalah sebesar -6,254 dengan nilai P (*Probability*) dibawah 0,001. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 1,96 untuk C.R (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Sehingga dapat dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 pada penelitian ini dapat diterima.

***Pengujian Hipotesis 4 = Kecenderungan Proaktif berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Keinginan Berwirausaha***

**Tabel 4.30**  
**Hasil Pengujian Hipotesis 4**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Keinginan <--- Kecendrungan_Proaktif	,275	,081	3,379	***	par_17

Ket : \*\*\* = nilai P lebih kecil dari 0,001

Sumber : Hasil Pengolahan AMOS

Hipotesis 4 pada penelitian ini adalah kecenderungan proaktif berpengaruh terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Sehingga semakin tinggi sikap kecenderungan proaktif, maka semakin tinggi persepsi keinginan berwirausaha. Berdasarkan data dari hasil pengolahan data diketahui bahwa nilai C.R (*Critical Ratio*) untuk pengaruh antara variabel kecenderungan proaktif seperti terlihat pada Tabel 4.29 adalah sebesar 3,379 dengan nilai P (*Probability*) dibawah 0,001. Kedua nilai ini menunjukkan hasil yang memenuhi syarat, yaitu diatas 1,96 untuk C.R (*Critical Ratio*) dan dibawah 0.05 untuk nilai P (*Probability*). Sehingga dapat dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 pada penelitian ini dapat diterima.

***Pengujian Hipotesis 5 = Tidak terdapat perbedaan Intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah Kewirausahaan***

Hipotesis 5 pada penelitian ini adalah tidak terdapat perbedaan Intensi berwirausaha antara yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Berikut adalah statistik rata-rata intensi berwirausaha mahasiswa.

**Tabel 4.31**  
**Statistik Variabel Intensi Berwirausaha**

Telah/Sedang Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
INTENSI	Ya	164	3,9004	,83725	,06538
	Tidak	86	3,8876	,87911	,09480

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Dari hasil diatas terlihat bahwa rata-rata intensi pada mahasiswa yang telah/sedang mengikuti mata kuliah kewirausahaan adalah 3,9004 dengan standar deviasi 0,83725 dengan jumlah sampel sebesar 164 responden, sedangkan pada mahasiswa yang belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan adalah 3,8876 dengan standar deviasi 0,87911 dengan jumlah sampel sebesar 86 responden. Hal ini menunjukkan perbedaan rata-rata intensi yang tipis antara mahasiswa yang telah dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

Tabel 4.32 dibawah ini menunjukkan perbedaan Intensi berwirausaha antara yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

**Tabel 4.32**  
**Uji Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means								
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
INTENSI	Equal variances assumed	1,557	,213	,113	248	,910	,01281	,11341	-,21056	,23618
	Equal variances not assumed			,111	165,558	,912	,01281	,11516	-,21455	,24017

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS

Berdasarkan *Levene's test* untuk uji homogenitas atau perbedaan varians tampak bahwa  $F=1,557$  dengan sig atau  $p=0,213$ . Karena  $p$  diatas  $0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan varians pada data intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

Pada lajur *equal variance assumed* (data diasumsikan homogen). Di sana tampak bahwa nilai  $t$   $0,113$ ,  $df=248$ , dengan sig. (2-tailed)  $0,910$  ( $p<0,01$ ). Dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan variabel intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan.

**Tabel 4.33**  
**Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis		Nilai CR/F dan P	Hasil Uji
H1	Persepsi Keinginan Berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap Intensi berwirausaha	CR = 5,656 P = 0,000	Diterima
H2	Keinginan Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Keinginan Berwirausaha	CR = 1,108 P = 0,268	Ditolak
H3	Non Konformitas berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Keinginan Berwirausaha	CR = -6,254 P = 0,000	Diterima
H4	Kecenderungan Proaktif berpengaruh signifikan terhadap Persepsi Keinginan Berwirausaha	CR = 3,379 P = 0,000	Diterima
H5	Terdapat perbedaan signifikan Intensi wirausaha antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah <i>Entrepreneurship</i>	F = 1,557 P = 0,213	Ditolak

#### 4.4.2 Pembahasan

Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan *structural equation modeling* (SEM), pada hipotesis 1 disimpulkan bahwa *entrepreneurial drive* ditinjau dari persepsi keinginan berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Florin, et. al. (2007) yang menyatakan adanya pengaruh *entrepreneurial drive* terhadap *entrepreneurial intention*. Seperti yang dinyatakan oleh Krueger dan Carsrud (2000), intensi telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, intensi merupakan pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami individu yang akan menjadi wirausaha.

Pada hipotesis 2 yang menyatakan variabel keinginan inovasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha, ditolak karena nilai CR dan P yang tidak signifikan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Florin, et. al. (2007) yang menyatakan adanya hubungan pengaruh keinginan inovasi terhadap *entrepreneurial drive*. Konsistensi hasil penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa keinginan untuk berinovasi secara jelas

membedakan antara manajer dan *entrepreneur* (Steward et al., 1999). Manajer cenderung untuk lebih adaptif dan menerima imbalan atas kompetensi dan efisiensi mereka (Schein, 1985). Dalam setting bisnis, keinginan untuk berinovasi (*preferences for innovation*) mengacu pada keinginan dan kecenderungan untuk bereksperimen dan kreatifitas ketika mengembangkan dan memperkenalkan produk dan jasa yang baru (Lumpkin dan Dess, 2001). Meskipun dalam konteks ini pengaruh keinginan inovasi tidak signifikan, variabel ini secara umum merupakan dimensi yang membentuk jiwa dan watak seorang wirausaha.

Pada hipotesis 3, disimpulkan bahwa variabel non konformitas berpengaruh signifikan terhadap variabel persepsi keinginan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Florin, et. al. (2007) yang menyatakan adanya hubungan pengaruh non konformitas terhadap *entrepreneurial drive*. Berdasarkan riset sebelumnya, bagi mahasiswa dari institusi pendidikan manajemen dan bisnis dengan sikap yang *non-conformist* terhadap aturan-aturan dan prosedur akan menyalurkan kreatifitas mereka terhadap inovasi original daripada yang bersifat adaptif (Florin et al., 2007).

Sedangkan pada hipotesis 4, disimpulkan bahwa kecenderungan proaktif berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Florin, et. al. (2007) yang menyatakan adanya pengaruh kecenderungan proaktif terhadap *entrepreneurial drive*. Orang yang bersikap proaktif memiliki kekuatan internal yang dominan untuk membuat perubahan. Perilaku tersebut merupakan hasil dari pilihan sadar individu, berdasarkan nilai, bukan merupakan hasil dari suatu kondisi sehingga memberikan pengaruh terhadap dorongan wirausaha (Florin et al., 2007).

Pada hipotesis terakhir, disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan *entrepreneurial intention* antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah *entrepreneurship*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Florin, et. al. (2007) yang menyatakan adanya perbedaan *entrepreneurial drive* dan *entrepreneurial intention* antara mahasiswa yang telah (*senior*) dan yang belum (*freshmen*) mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Hal ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Hatten dan Ruhland (1995) menemukan bahwa identifikasi dan potensi menumbuhkan *entrepreneur* melalui proses yang menyeluruh dari pendidikan akan mampu melahirkan *entrepreneur* yang sukses. Berdasarkan pengujian hipotesis tersebut, mahasiswa pada umumnya memiliki rata-rata intensi yang hampir sama, baik bagi mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah *entrepreneurship* maupun bagi mahasiswa yang belum. Sehingga tidak menghasilkan perbedaan yang signifikan. Hal ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kourilsky dan Walstad (1998), yang menyatakan pengaruh pendidikan *entrepreneurship* selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda. Ajzen (1991) membuktikan bahwa kesuksesan dalam belajar tergantung pada intensi perilaku.

# BAB V

## PENUTUP

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji pengaruh faktor-faktor sikap yang ditinjau dari: (1) kecenderungan inovasi, (2) non konformitas, dan (3) kecenderungan proaktif, terhadap persepsi keinginan berwirausaha (*perceive desirability*) serta pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis model persamaan struktural (*structural equation modeling*) dengan program aplikasi AMOS 18. Selanjutnya diteliti mengenai tingkat perbedaan intensi berwirausaha antara mahasiswa yang telah dan belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan dengan menggunakan pengujian *independent t-test*. Pengujian hipotesis-hipotesis yang diajukan, tidak semuanya yang mendukung ekspektasi peneliti. Hasil pengujian terhadap hipotesis disajikan pada tabel 4.33.

Analisis model yang ditawarkan peneliti memenuhi semua kriteria *goodness of fit* model yang disyaratkan. Ukuran *goodness of fit* yang menunjukkan kondisi yang fit dalam penelitian ini disebabkan oleh angka Chi-square sebesar 168,456 yang lebih kecil dari cut-off value yang ditetapkan (170,809) dengan nilai probability 0,064 atau diatas 0,05, nilai ini menunjukkan tidak adanya perbedaan antara matriks kovarian sample dengan matriks kovarian populasi yang diestimasi. Ukuran *goodness of fit* lain juga menunjukkan pada kondisi yang baik yaitu TLI (0,983); CFI (0,986); CMIN/DF (1,186); RMSEA (0,032); GFI (0,914) telah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Sedangkan nilai AGFI (0,885) masih berada dalam batas toleransi sehingga dapat diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa model ini sudah memenuhi semua kriteria *goodness of fit* dan sesuai dengan data, sehingga model ini dapat diterima sebagai model penelitian.

Secara spesifik, penelitian menghasilkan beberapa penemuan yang mendukung dan tidak mendukung hipotesis yang diajukan. Pertama, keinginan inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Kedua, disimpulkan bahwa non konformitas berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Ketiga, kecenderungan proaktif berpengaruh signifikan terhadap persepsi keinginan berwirausaha. Keempat, disimpulkan bahwa *entrepreneurial drive* ditinjau dari persepsi keinginan berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial intention*. Dan kelima, disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan *entrepreneurial intention* antara mahasiswa yang telah/sedang dan belum mengikuti mata kuliah *entrepreneurship*.

## 5.2 Implikasi

Pada penelitian ini, terlepas dari keterbatasan yang dimiliki, diharapkan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan terhadap mahasiswa dan kebijaksanaan pengelolaan perguruan tinggi, terutama yang memiliki fokus terhadap pendidikan kewirausahaan. Faktor-faktor yang memungkinkan adanya dorongan dan intensi berwirausaha patut dipertimbangkan dalam mengembangkan proses pendidikan. Untuk meningkatkan *entrepreneurial drive*, perguruan tinggi sebaiknya membuat suatu program pendidikan yang komprehensif sehingga terbentuk sebuah *entrepreneurial attitude* dan *entrepreneurial intention* dari para peserta didik.

Dalam meningkatkan *entrepreneurial drive*, bagi mahasiswa sebaiknya melakukan beberapa hal diantaranya menjadi anggota *entrepreneurship club (e-club)*, partisipasi dalam berbagai kompetisi termasuk kompetisi *business plan*, mengikuti kursus untuk memulai dan membangun *small business*, menciptakan atau memimpin *student organization*, mengikuti berbagai kursus profesional,

partisipasi dalam program *study abroad*, mengikuti pelatihan pengembangan diri ; termasuk *personal selling*, melakukan kerjasama dengan pebisnis lokal dimana mahasiswa tersebut bekerja dan melaksanakan suatu proyek yang diawasi oleh fakultas, dan menjadi relawan pada organisasi non profit.

Dalam upaya menumbuhkembangkan dorongan dan intensi berwirausaha, perguruan tinggi sebaiknya mengambil peran yang cukup dominan terutama menciptakan *entrepreneur university*. Untuk menciptakan *entrepreneur university*, strategi yang dapat dilakukan universitas : menawarkan *entrepreneurship training* atau *entrepreneurship course* dalam bentuk yang komprehensif dan dinamis, menciptakan peluang wirausaha dalam universitas, menyediakan bantuan permodalan, menyediakan mentor/pemandu/konsultan kepada mahasiswa selama melakukan praktek kewirausahaan di lapangan, membuat regulasi dan proses administratif yang mempermudah kegiatan *entrepreneurship*, serta mengefektifkan penggunaan sumber daya yang tersedia untuk *entrepreneurship*.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa keterbatasan penelitian, diantaranya :

1. Penelitian ini menggunakan objek yang terbatas. Objek yang diteliti terdiri dari 4 perguruan tinggi dari sekian banyak perguruan tinggi yang tersebar di kota Padang, baik perguruan tinggi negeri maupun swasta. Pada penelitian berikutnya diharapkan adanya objek penelitian yang lebih luas.
2. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang terbatas. Jumlah sampel yang diteliti adalah 250 responden dari ribuan populasi mahasiswa yang ada pada Fakultas Ekonomi di berbagai perguruan tinggi. Pada penelitian

berikutnya diharapkan adanya jumlah sampel yang lebih besar agar dihasilkan sebuah kajian dapat menjelaskan populasi secara lebih baik.

3. Penelitian ini hanya terbatas menguji pengaruh faktor-faktor sikap yang ditinjau dari kecenderungan inovasi, non konformitas, dan kecenderungan proaktif, terhadap persepsi keinginan (*perceive desirability*) serta pengaruhnya terhadap intensi berwirausaha. Sedangkan ada beberapa variabel lain yang sebaiknya diuji antara lain faktor lingkungan, faktor budaya, faktor pendidikan, norma subjektif, norma sosial, *self-efficacy*, motivasi berprestasi, faktor personal, faktor situasional, *entrepreneurial knowledge*, gender, usia dan sebagainya. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan adanya pengujian terhadap variabel-variabel lainnya tersebut dalam menguji faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha.
4. Daftar pertanyaan yang diajukan peneliti bersifat *self-report*, yaitu melalui kuisioner. Sehingga memungkinkan terjadinya *commond method bias*. Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menggunakan metode wawancara di samping kuisioner agar dapat memperoleh jawaban yang konkret dari responden.

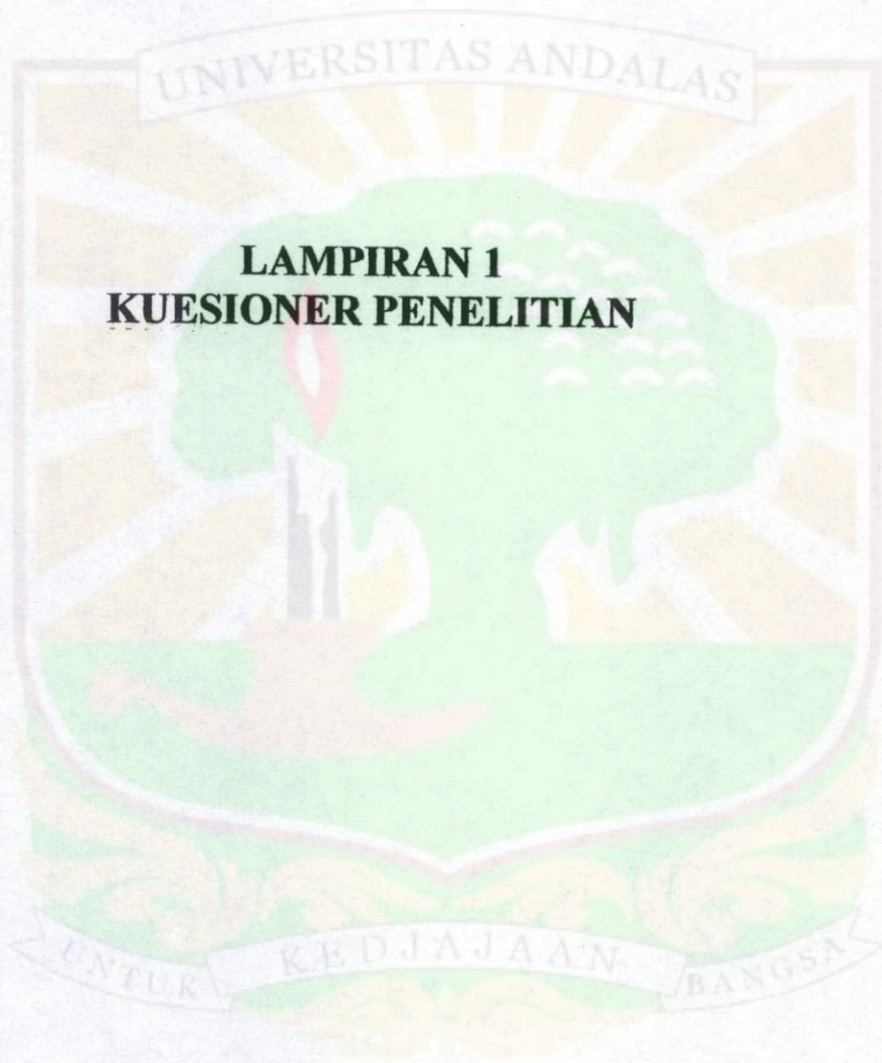
## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Amiri S. R. S., Kavousy E., dan Husaeini A. H. 2009. Strategies for creating entrepreneur university. *European Journal of Social Sciences*, 11 (3), 496-506.
- Bateman, T.S., dan Crant, J.M. 1993. The proactive component of organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 103-118.
- Becherer, R.C., dan Maurer, J.G. 1999. The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company president. *Journal of Small Business Management*, 37, 28-36.
- Bell, Joseph R. 2008. Utilization of Problem Based-Learning in an Entrepreneurship Business Planning Course, *New England Journal of Entrepreneurship*, pp 53.
- Brecker, S.J. 1984. Empirical validation of effect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality & Social Psychology*, 47, 1191-1205.
- Bygrave, W.D., dan Hofer, C.W. (1991). Theorizing about entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (2), 13-22.
- Caird, S. 1988. *Review of Methods Of Measuring Enterprise Attributes*. Makalah tidak dipublikasikan, Durham University Business School.
- Carr, J., dan Sequeira, J. 2007. Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60 (10), 1090-1098.
- Crant, J.M. 1996. The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurship intention. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42 – 49.
- Crant, J.M. 2000. Proactive behavior in organization. *Journal of Management*, 26 (3), 435-462.
- Cunningham, J.B., dan Lischeron, J. 1991. Defining entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, 29, 45-61.
- Damanpour, F. 1991. Organizational innovation : A meta-analysis of effect of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34, (3), 555-590.
- Davidsson, P. 1995. *Determinants of entrepreneurial intentions*. Rent IX. Workshop, Piacenza, Italy.

- Drucker, P. 1985. *Innovation and Entrepreneurship*. New York : Harper & Row.
- Ede, F.O., dan Panigrahi, B. 1998. African American students attitudes toward entrepreneurship education. *Journal of Education for Business*, 73 (5), 291-297.
- Ensley, M.D., Carland, J.W., dan Carland, J.A. 2000. Investigating the existence of the lead entrepreneur. *Journal of Small Business Management*, 38 (4), 59-77.
- Ferdinand, Augusty. 2002, *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbien, T., dan Ajzen, I. 1975. *Beliefs, attitude, intention, and behavior*. Reading, MA : Addison-Wesley.
- Florin, J., Karri, R., dan Rossiter, N. 2007. Fostering entrepreneurial drive in business education : An attitudinal approach. *Journal of Management Education*. 31, 17-42.
- Gartner, W. B., Shaver, K. G., Gatewood, E., dan Katz, J. A. (1994). Finding the entrepreneur in entrepreneurship, *Entrepreneurship : Theory & Practice*, 8 (3), 5-9.
- Ghozali, Imam. 2008. *Konsep & Aplikasi Dengan Program AMOS 16.0*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F, Black, W. C, Babin, B.J, Anderson, R. E., & Tatham, R. L. 2006, *Multivariate Data Analysis*, Sixth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Hatten, T.S., dan Ruhland, S.K. 1995. Student attitude toward entrepreneurship as predicted by participation in an SBI program. *Journal of Education for Business*, 70 (4), 224-228.
- Hmieleski, K., dan Corbett, A. 2006. Proclivity for improvisation as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 44 (1), 45-63.
- Junejo M. A., Rohra C. L., dan Chand M. N. 2009. Entrepreneur human capital inputs and growth of small-scale industry. A case study of sukkur estate area of sindh Pakistan, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 3 (3): 2389-2396.
- Kirton, M.J. 1976. Adaptor and innovators : A description and measure. *Journal of Applied Psychology*, 61, 622-629.
- Knight, R.M. 1987. Can business school produce entrepreneurs? In N.C. Churchill (Ed), *Frontiers of entrepreneurship research*, 603-604. Walleley : Babson College Press.
- Koh, H.C. 1996. Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students, *Journal of Managerial Psychology*, 11 (3), 12-18.

- Kourilsky, M. L. dan W. B. Walstad, 1998. Entrepreneurship and female youth : knowledge, attitude, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing* 13 (1): 77-88.
- Krueger, N.F. 1993. Impact of prior entrepreneurial exposure on perception of new venture feasibility & desirability. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(1), 5-22.
- Krueger, N.F., dan Brazeal, D.V. 1994. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 91-104.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D. dan Carsrud, A. L. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411-432.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S. dan Naffziger, D. W. 1997. An Examination of Owners Goals in Sustaining Entrepreneurship, *Journal of Small Business Management*, 35(1), 24-33.
- Lumpkin, G.T., dan Dess, G.G. 2001. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance : The moderating role environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16 (5), 429-451.
- McCharty, J.F. 2002. Does having a proactive personality to career success? *Academy of Management Executive*, 16 (2), 168-170.
- McClelland, D.C., dan Winter, D.G. 1969. *Motivating Economic Achievement*. New York : Free Press.
- Meredith, G.G. 1996. *Kewirausahaan, Teknik dan Praktek, Hakikat dan Ciri Wirausaha, Perencanaan dan Pengendalian Keuangan, Penggunaan Sumber Daya*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Mudd, S. 1996. Kirton's A-I theory: Evidence bearing on the style/level and factor composition issues. *The British Journal of Psychology*, 87, 241-254.
- Mulyani, Endang, dkk. 2010. *Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan*. Jakarta : Badan Penelitian dan Pengembangan Pusat Kurikulum, Kemendiknas.
- Myres, S., dan Marquis, D.G. 1969. Successful industrial innovation : A study of factors underlying innovation in selected firms. Washington : National Science Foundation
- Naffziger, D.W., Hornby, J.S., dan Kuratko D.F. (1994). A proposed research model of entrepreneurial motivation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 49 – 55.
- Nunnally, J. 1978. *Psychometric Theory*. New York : McGraw-Hill.

- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter, 2005, *Management. Eighth Edition*, New Jersey : Pearson Education Inc.
- Robichaud, Y., McGraw, E. dan Roger, A. 2001 "Toward the Development of a Measuring Instrument for Entrepreneurial Motivation", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 6 (1), 189-202.
- Robinson, P.B., Stimpson, D.V., Huefner, J.C., dan Hunt, H.K. 1991. An attitude approach prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 15 (4), 13-31.
- Robinson, P., Haynes, M. 1991. Entrepreneurship education in America's major universities. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 15 (3), 41-52.
- Rosenfeld, R.B., Winger-Bearskin, M., Marcic, D., dan Braun, C.L. 1993. Delineating entrepreneurs styles: Application of adaptation - innovation subscale. *Psychological Reports*, 72 (1), 287-298.
- Schein, E.H. 1985. *Organizational Culture and Leadership: A view*. SF : Jossey Bass.
- Scholten, V., Kemp, R., dan Omta, O. 2004. Entrepreneurship for life: The entrepreneurial intention among academics in the life sciences, *2nd European Summer University Conference 2004*, Enschede, The Netherlands, pp. 1-15.
- Seibert, S.E., Kraimer M.L., dan Crant, J.M. 2001. What do proactive people do? Longitudinal model linking proactive personality and career success. *Personnel Psychology*, 54 (4), 845-874.
- Sharif, M. N. M., dan Saud, M.B. 2009. An attitude approach to the prediction of the entrepreneurship on students at institution of higher learning in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 4 (4), 129-135
- Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C., & Carland, J.W. 1999. A proclivity for entrepreneurship : A comparison for entrepreneurship, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14, 189-214.
- Timmons, J. A. 1994. *Preface. New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. Boston, MA: Irwin.
- Zimmerer, T.W. & Scarborough, N.M. 1998. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.



**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER PENELITIAN**



## KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat, pertama-tama kami mengucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara untuk menjadi responden pada penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggali faktor-faktor yang menjadi pendorong wirausaha (enterpreneurial drive) mahasiswa terhadap niat menjadi wirausaha (enterpreneurial intention). Isilah kuesioner ini sejujurnya dan independen. Kuesioner ini tidak akan mempengaruhi kinerja anda sebagai mahasiswa. Terima kasih.

Peneliti menjamin kerahasiaan identitas Saudara sebagai pengisi kuesioner.

### BAGIAN A

**Petunjuk:** Pilihlah salah satu jawaban yang telah disediakan atas pertanyaan berikut. Berilah tanda **check list** (✓) pada kotak yang telah disediakan.

No. Responden :  (diisi oleh peneliti)

Perguruan Tinggi :

1. Fakultas :  Jurusan / Program Studi :

2. Semester :

3. Jenis kelamin:

- Laki-laki  
 Perempuan

7. Penghasilan orang tua dalam sebulan :

- < Rp1.500.000,-  
 Rp 1.500.000 – Rp.3.500.000,-  
 > Rp. 3.500.000,-

4. Usia:

- 18-20 tahun  
 21-23 tahun  
 > 23 tahun

8. Tingkat Pendidikan Orang Tua :

- Tidak sekolah  
 Tamat SD  
 Tamat SLTP/Sederajat  
 Tamat SLTA/Sederajat  
 Diploma  
 Sarjana (S1)  
 Pasca Sarjana (S2/S3)

5. Uang saku/pendapatan perbulan anda:

- < Rp.500.000,-  
 Rp.500.000 – Rp.1.000.000,-  
 > Rp. 1.000.000,-

6. Apakah pekerjaan orang tua anda :

- PNS/TNI/Polisi  
 Karyawan BUMN / BUMD  
 Petani  
 Nelayan  
 Wiraswasta  
 Karyawan swasta  
 Lain-lain

9. Apa rencana anda setelah tamat kuliah ?

- Berwirausaha  
 PNS/TNI/POLISI  
 Karyawan BUMN/BUMD  
 Karyawan swasta  
 Melanjutkan usaha orang tua  
 Tidak tahu

10. Apakah anda bekerja sambil kuliah (Part-Time/Kerja Paruh Waktu)?

- Ya  
 Tidak

11. Apakah anda memiliki usaha disamping kuliah ?

- Ya  
 Tidak

12. Apakah orang tua anda memiliki usaha sendiri (wirausaha)?

- Ya  
 Tidak

13. Apakah Jurusan/Program Studi di Kampus Anda menawarkan matakuliah Kewirausahaan ?

- Ya  
 Tidak

14. Jika Ya, apakah anda telah atau sedang mengambil matakuliah Kewirausahaan tersebut ?

- Ya  
 Tidak

## BAGIAN B

**Petunjuk:** Pilihlah salah satu angka yang mewakili pendapat anda.

Beri tanda **silang ( X )** pada bagian angka skala yang Saudara pilih sesuai dengan keterangan berikut.

**Keterangan :**

**1 = Sangat Tidak Setuju**

**3 = Cukup Setuju**

**5 = Sangat Setuju**

**2 = Tidak Setuju**

**4 = Setuju**

### A. Kecenderungan Proaktif

No	Pernyataan	Nilai				
1	Saya selalu mencari cara yang lebih baik untuk melakukan sesuatu	1	2	3	4	5
2	Saya mahir dalam mengidentifikasi peluang	1	2	3	4	5
3	Saya yakin bisa mewujudkan segala sesuatunya meskipun aneh	1	2	3	4	5
4	Saya bisa membaca peluang bagus, jauh sebelum orang mengetahuinya	1	2	3	4	5
5	Saya sangat senang memberi ide terobosan, bahkan mendapat tantangan dari yang lain	1	2	3	4	5
6	Saya akan mengubah sesuatu jika saya tidak menyukainya	1	2	3	4	5
7	Apabila ide saya menjadi kenyataan, maka akan memberikan suatu gairah	1	2	3	4	5
8	Saya tidak berhenti mencoba cara-cara baru untuk peningkatan hidup saya	1	2	3	4	5
9	Saya senang melakukan hal baru yang tidak diajarkan di sekolah/kuliah	1	2	3	4	5

### B. Keinginan Inovasi

No	Pernyataan	Nilai				
1	Saya yakin pentingnya pendekatan yang unik dalam mencari peluang	1	2	3	4	5
2	Saya senang menjadi penggerak perubahan di perguruan tinggi	1	2	3	4	5
3	Saya biasanya menemukan teman/kolega yang senang untuk mencoba cara-cara baru dalam melakukan sesuatu.	1	2	3	4	5
4	Saya benar-benar senang ketika memikirkan ide-ide baru untuk memicu kinerja kelompok dalam tugas kuliah	1	2	3	4	5
5	Saya yakin bahwa perlu terus menerus untuk mencari cara-cara baru untuk mengerjakan tugas kuliah	1	2	3	4	5

6	Saya senang ketika mampu menyelesaikan tugas dengan cara yang tidak biasanya	1	2	3	4	5
7	Saya menikmati kemampuan melakukan sesuatu dengan cara baru	1	2	3	4	5
8	Saya sering menyelesaikan tugas kuliah dengan cara unik	1	2	3	4	5
9	Saya yakin untuk menjadi sukses, seseorang terkadang harus melakukan sesuatu dengan cara yang kelihatannya tidak biasa	1	2	3	4	5
10	Saya biasanya memegang kendali dalam situasi yang kacau	1	2	3	4	5
11	Saya senang menemukan solusi masalah yang belum diketahui orang lain	1	2	3	4	5
12	Saya yakin bahwa untuk sampai pada solusi masalah, perlu untuk membuat asumsi dalam mendefinisikan masalah	1	2	3	4	5
13	Saya yakin bahwa ketika berusaha mencapai tujuan, hasil akhir jauh lebih penting daripada mengikuti prosedur.	1	2	3	4	5

### C. Non Konformitas\*

No	Pernyataan	Nilai				
1	Saya selalu mengikuti kesepakatan yang telah saya buat dengan orang lain	1	2	3	4	5
2	Saya jarang menanyakan maksud/nilai-nilai dari prosedur yang dibuat	1	2	3	4	5
3	Saya yakin bahwa peraturan yang dibuat perguruan tinggi untuk alasan yang baik	1	2	3	4	5
4	Saya merasakan pekerjaan saya menjadi baik ketika telah mengikuti prosedur yang ditetapkan	1	2	3	4	5
5	Saya yakin bahwa untuk sukses, seseorang harus menyesuaikan terhadap praktik yang telah disepakati	1	2	3	4	5

\*) Reverse Questions

### D. Persepsi Keinginan - Entrepreneurial Drive

No	Pernyataan	Nilai				
1	Saya menjadi sangat atraktif untuk memulai suatu usaha/bisnis	1	2	3	4	5
2	Jika saya memulai suatu usaha, maka saya merasa mencintai pekerjaan itu	1	2	3	4	5
3	Jika saya memulai suatu usaha, maka saya akan merasa lebih rileks	1	2	3	4	5
4	Jika saya memulai suatu usaha, maka saya menjadi sangat antusias	1	2	3	4	5

### E. Entrepreneurial Intentions (Intensi Berwirausaha)

No	Pernyataan	Nilai				
1	Saya pernah berfikir dan berniat untuk memulai suatu usaha/bisnis	1	2	3	4	5
2	Saya kemungkinan akan memulai membangun usaha/bisnis dalam 5 tahun kedepan	1	2	3	4	5
3	Saya kemungkinan akan memulai membangun usaha/bisnis dalam 10 tahun kedepan	1	2	3	4	5

Demikianlah beberapa item pertanyaan pada penelitian ini. Peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara yang telah meluangkan waktu untuk menjadi responden dan mengisi kuesioner pada penelitian ini.

## LAMPIRAN 2 DATA JAWABAN KUESIONER

No	PI 1	PI 2	PI 3	PI 4	PI 5	PI 6	PI 7	PI 8	PI 9	PI1 0	PI1 1	PI1 2	PI1 3	NC 1	NC 2	NC 3	NC 4	NC 5	PD 1	PD 2	PD 3	PD 4	PD 5	PD 6	PD 7	PD 8	PD 9	ED 1	ED 2	ED 3	ED 4	EI 1	EI 2	EI 3	
1	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3
2	5	5	4	5	5	4	4	4	5	2	4	4	3	2	3	1	2	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	2	
3	5	5	3	4	3	4	5	3	5	3	2	4	2	2	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	3	4	3	2
4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	2	3	1	1	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	
5	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	5	2	1	2	5	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
6	5	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	1	4	1	1	1	5	3	3	4	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	4	3	
7	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	1	3	2	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1
8	5	4	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	1	3	1	1	1	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2
9	4	4	5	5	5	4	4	3	5	3	3	5	5	1	4	1	1	1	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5
10	5	3	4	2	3	5	4	5	5	2	5	4	5	1	2	2	2	3	5	4	4	5	5	3	5	5	5	3	5	2	5	5	3	3	
11	4	3	5	4	5	5	4	3	5	4	3	5	3	3	4	1	1	2	5	3	3	2	2	5	4	5	5	4	4	3	5	5	3	5	
12	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	2	3	2	2	2	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
13	5	3	5	4	5	1	4	2	3	1	2	3	3	3	3	2	2	1	5	3	5	2	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	1	
14	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	2	2	5	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
15	5	3	3	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	1	3	1	1	1	5	2	5	2	2	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	1	
16	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	1	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	3	2	3	3	3	4	3	5	1	1	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	1	4	4	4	
19	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	3	5	1	1	1	5	3	5	3	3	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	3	
20	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	1	2	1	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
21	4	3	3	5	5	4	4	4	5	3	3	3	4	1	3	1	1	1	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
22	4	4	4	4	4	5	4	3	5	2	3	4	5	3	2	1	2	1	4	3	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
23	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	5	5	2	4	1	2	2	4	3	2	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	2	4	3	2
24	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	3	1	1	1	5	3	5	2	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	
25	5	5	2	5	5	5	4	4	5	2	5	5	1	3	2	1	1	1	5	2	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
26	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	1	2	1	1	2	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
27	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	2	2	1	2	1	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	1	1	1	1	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
29	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
30	5	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	5	5	2	5	2	2	2	4	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	3	4	4	4	2	4	3	5	2	2	5	5	3	2	1	1	1	4	2	4	2	3	4	5	5	3	4	3	3	4	4	5	5	5
32	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	3	1	1	1	5	3	3	2	2	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4











No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	1	2	3	
223	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	1	3	3	2	3	2	4	3	5	3	4	4	5	4	4	5	1	3	5	5	5	5	
224	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	
225	2	2	2	3	3	3	3	2	2	5	4	3	3	4	4	2	2	1	1	1	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	
226	2	2	2	3	3	3	3	2	2	5	4	3	3	4	4	2	2	1	1	1	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	2	
227	2	4	5	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	1	3	1	1	1	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	5	5	5	3	
228	4	3	3	3	2	3	4	5	5	3	2	3	4	1	3	4	3	2	4	3	5	3	2	3	4	2	3	4	3	3	4	5	5	5	
229	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	2	4	1	2	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
230	4	4	4	3	3	5	5	3	5	4	4	4	2	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	3	5	5	3	
231	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	1	1	1	1	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
232	4	3	3	3	5	4	5	4	5	3	3	5	3	2	4	3	2	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	4	5	3	3	
233	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	
234	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	2	1	2	2	4	4	3	3	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	
235	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	5	1	1	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	2	3	5	3	4	
236	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5	5	5	5	3	3	3	4	4	2	3	
237	5	4	3	5	4	2	3	3	2	2	4	3	3	2	4	2	3	3	4	2	4	2	3	4	5	5	4	3	4	5	3	4	4	3	
238	4	3	5	3	3	5	5	5	5	5	4	3	2	3	2	2	4	5	3	4	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	
239	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	2	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	3	3	3
240	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2	2	4	2	3	2	4	3	4	3	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	
241	5	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	3	5	2	3	1	3	3	4	2	4	2	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	
242	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	2	2	3	2	2	2	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
243	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3	3	5	2	2	4	3	2	3	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	2
244	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	5	4	2	5	5	5	1	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	
245	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
246	3	2	4	4	2	2	4	3	5	3	4	4	2	2	4	2	3	3	5	3	3	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	5	3	3	
247	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	3	4	1	1	2	5	3	3	2	4	4	4	3	5	4	3	4	5	3	3	3	
248	4	4	2	5	3	3	3	3	5	2	5	4	1	3	2	4	1	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	
249	5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	1	2	1	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	2	
250	5	5	4	5	5	5	5	3	5	2	5	5	2	2	5	1	1	1	5	3	2	3	3	5	5	5	5	2	3	3	3	4	5	4	



# LAMPIRAN 3 OUTPUT AMOS

## Analysis Summary

### Date and Time

Date: 04 Februari 2012

Time: 11:24:48

### Title

Sem modification: 04 Februari 2012 11:24

### Notes for Group (Group number 1)

The model is recursive.

Sample size = 181

### Variable Summary (Group number 1)

#### Your model contains the following variables (Group number 1)

Observed, endogenous variables	EI1	e6
PI5	EI2	e7
PI6	EI3	Kecendrungan_Proaktif
PI7	Unobserved, endogenous variables	e8
PI9		e9
NC3	Persepsi_Keinginan	e10
NC4	Intensi_Berwirausaha	e11
NC5		e12
PD1	Unobserved, exogenous variables	e13
PD6		e14
PD7	Keinginan_Inovasi	e15
PD8	e1	e16
PD9	e2	e17
ED1	e3	e18
ED2	e4	e19
ED3	Non_Konformitas	z1
ED4	e5	z2

### Variable counts (Group number 1)

Number of variables in your model:	45
Number of observed variables:	19
Number of unobserved variables:	26
Number of exogenous variables:	24
Number of endogenous variables:	21

**Parameter summary (Group number 1)**

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed	26	0	0	0	0	26
Labeled	0	0	0	0	0	0
Unlabeled	20	4	24	0	0	48
Total	46	4	24	0	0	74

**Notes for Model (Default model)****Computation of degrees of freedom (Default model)**

Number of distinct sample moments: 190  
 Number of distinct parameters to be estimated: 48  
 Degrees of freedom (190 - 48): 142

**Result (Default model)**

Minimum was achieved  
 Chi-square = 168,456  
 Degrees of freedom = 142  
 Probability level = ,064

**Model Fit Summary****CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	48	168,456	142	,064	1,186
Saturated model	190	,000	0		
Independence model	19	2037,922	171	,000	11,918

**RMR, GFI**

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,034	,914	,885	,683
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,210	,296	,217	,266

**Baseline Comparisons**

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,917	,900	,986	,983	,986
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

**Parsimony-Adjusted Measures**

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	,830	,762	,819
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1,000	,000	,000

**NCP**

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	26,456	,000	63,095
Saturated model	,000	,000	,000
Independence model	1866,922	1725,214	2016,025

**FMIN**

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	,936	,147	,000	,351
Saturated model	,000	,000	,000	,000
Independence model	11,322	10,372	9,585	11,200

**RMSEA**

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,032	,000	,050	,953
Independence model	,246	,237	,256	,000

**AIC**

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	264,456	276,456	417,984	465,984
Saturated model	380,000	427,500	987,714	1177,714
Independence model	2075,922	2080,672	2136,693	2155,693

**ECVI**

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1,469	1,322	1,673	1,536
Saturated model	2,111	2,111	2,111	2,375
Independence model	11,533	10,746	12,361	11,559

**HOELTER**

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	183	197
Independence model	18	20

**Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)**

**Maximum Likelihood Estimates**

**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Persepsi_Keinginan	<---	Keinginan_Inovasi	,069	,062	1,108	,268	par_15
Persepsi_Keinginan	<---	Non_Konformitas	-,604	,097	-6,254	***	par_16
Persepsi_Keinginan	<---	Kecendrungan_Proaktif	,275	,081	3,379	***	par_17
PD1	<---	Kecendrungan_Proaktif	1,000				
ED2	<---	Persepsi_Keinginan	1,094	,106	10,297	***	par_10
Intensi_Berwirausaha	<---	Persepsi_Keinginan	,595	,105	5,656	***	par_18
PI5	<---	Keinginan_Inovasi	1,000				
PI6	<---	Keinginan_Inovasi	1,126	,083	13,600	***	par_1
PI7	<---	Keinginan_Inovasi	,970	,078	12,397	***	par_2
PI9	<---	Keinginan_Inovasi	1,045	,086	12,115	***	par_3
NC3	<---	Non_Konformitas	1,000				
NC4	<---	Non_Konformitas	1,023	,127	8,048	***	par_4
NC5	<---	Non_Konformitas	1,128	,140	8,071	***	par_5
PD6	<---	Kecendrungan_Proaktif	1,154	,095	12,142	***	par_6
PD7	<---	Kecendrungan_Proaktif	1,026	,207	4,955	***	par_7
PD8	<---	Kecendrungan_Proaktif	,722	,092	7,881	***	par_8
PD9	<---	Kecendrungan_Proaktif	1,222	,102	12,015	***	par_9
ED1	<---	Persepsi_Keinginan	1,000				
ED3	<---	Persepsi_Keinginan	1,231	,123	10,033	***	par_11
ED4	<---	Persepsi_Keinginan	1,058	,117	9,032	***	par_12
EI1	<---	Intensi_Berwirausaha	1,000				
EI2	<---	Intensi_Berwirausaha	1,399	,109	12,785	***	par_13
EI3	<---	Intensi_Berwirausaha	1,314	,125	10,540	***	par_14
EI1	<---	PD1	,281	,055	5,079	***	par_22
EI3	<---	ED2	-,345	,091	-3,814	***	par_24

**Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	
Persepsi_Keinginan	<---	Keinginan_Inovasi	,083
Persepsi_Keinginan	<---	Non_Konformitas	-,642
Persepsi_Keinginan	<---	Kecendrungan_Proaktif	,278
PD1	<---	Kecendrungan_Proaktif	,780
ED2	<---	Persepsi_Keinginan	,856
Intensi_Berwirausaha	<---	Persepsi_Keinginan	,515
PI5	<---	Keinginan_Inovasi	,793
PI6	<---	Keinginan_Inovasi	,896
PI7	<---	Keinginan_Inovasi	,837
PI9	<---	Keinginan_Inovasi	,829
NC3	<---	Non_Konformitas	,664

		Estimate
NC4	<--- Non_Konformitas	,739
NC5	<--- Non_Konformitas	,812
PD6	<--- Kecendrungan_Proaktif	,856
PD7	<--- Kecendrungan_Proaktif	,799
PD8	<--- Kecendrungan_Proaktif	,596
PD9	<--- Kecendrungan_Proaktif	,861
ED1	<--- Persepsi_Keinginan	,697
ED3	<--- Persepsi_Keinginan	,844
ED4	<--- Persepsi_Keinginan	,742
EI1	<--- Intensi_Berwirausaha	,745
EI2	<--- Intensi_Berwirausaha	,957
EI3	<--- Intensi_Berwirausaha	,818
EI1	<--- PD1	,234
EI3	<--- ED2	-,238

**Covariances: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Keinginan_Inovasi	<--> Non_Konformitas	-,095	,035	-2,684	,007	par_19
Non_Konformitas	<--> Kecendrungan_Proaktif	-,098	,028	-3,449	***	par_20
Keinginan_Inovasi	<--> Kecendrungan_Proaktif	,180	,035	5,119	***	par_21
e10	<--> Kecendrungan_Proaktif	-,169	,054	-3,121	,002	par_23

**Correlations: (Group number 1 - Default model)**

		Estimate
Keinginan_Inovasi	<--> Non_Konformitas	-,259
Non_Konformitas	<--> Kecendrungan_Proaktif	-,319
Keinginan_Inovasi	<--> Kecendrungan_Proaktif	,516
e10	<--> Kecendrungan_Proaktif	-,433

**Variances: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Keinginan_Inovasi	,415	,067	6,215	***	par_25
Non_Konformitas	,324	,071	4,546	***	par_26
Kecendrungan_Proaktif	,293	,049	5,983	***	par_27
z1	,097	,023	4,216	***	par_28
e8	,189	,025	7,640	***	par_29
e14	,125	,019	6,483	***	par_30
z2	,282	,047	6,016	***	par_31
e1	,245	,031	7,935	***	par_32
e2	,129	,023	5,646	***	par_33

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e3	,167	,023	7,175	***	par_34
e4	,206	,028	7,454	***	par_35
e5	,412	,053	7,733	***	par_36
e6	,283	,040	6,992	***	par_37
e7	,214	,039	5,477	***	par_38
e9	,142	,023	6,132	***	par_39
e10	,521	,090	5,808	***	par_40
e11	,277	,031	8,806	***	par_41
e12	,152	,025	5,982	***	par_42
e13	,304	,036	8,417	***	par_43
e15	,176	,026	6,744	***	par_44
e16	,261	,032	8,091	***	par_45
e17	,219	,030	7,327	***	par_46
e18	,069	,037	1,875	,061	par_47
e19	,441	,056	7,931	***	par_48

**Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)**

	Estimate
Persepsi_Keinginan	,661
Intensi_Berwirausaha	,265
ED2	,733
PD1	,608
EI3	,554
EI2	,916
EI1	,683
ED4	,551
ED3	,712
ED1	,485
PD9	,742
PD8	,355
PD7	-,082
PD6	,733
NC5	,659
NC4	,545
NC3	,440
PI9	,687
PI7	,701
PI6	,803
PI5	,629

**Minimization History (Default model)**

Iteration	Negative eigenvalues	Condition #	Smallest eigenvalue	Diameter	F	NTries	Ratio
0	e	11	-,628	9999,000	2045,962	0	9999,000
1	e*	10	-,289	3,699	940,052	20	,365
2	e	4	-,114	,886	555,409	6	,924
3	e	3	-,087	,651	366,475	5	,890
4	e*	0	462,097	1,129	241,474	6	,640
5	e	0	81,404	,677	205,428	3	,000
6	e	0	104,143	,536	171,746	1	1,106
7	e	0	156,432	,212	168,574	1	1,095
8	e	0	176,504	,063	168,457	1	1,050
9	e	0	176,705	,006	168,456	1	1,006
10	e	0	176,601	,000	168,456	1	1,000

**Execution time summary**

Minimization:	,076
Miscellaneous:	1,694
Bootstrap:	,000
Total:	1,770

**Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)**

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
168	44,526	,001	,135
96	40,199	,003	,108
109	39,924	,003	,023
84	36,215	,010	,107
6	35,272	,013	,088
151	32,389	,028	,404
81	31,892	,032	,364
88	30,947	,041	,463
171	30,887	,042	,339
97	30,837	,042	,233
47	30,521	,046	,204
158	30,362	,047	,153
118	30,254	,049	,105
70	29,945	,052	,096
104	29,801	,054	,070
105	29,801	,054	,039
165	29,786	,055	,021
164	29,708	,056	,013
2	29,051	,065	,028
160	28,957	,067	,019

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
26	28,759	,070	,016
157	28,166	,080	,034
181	27,436	,095	,092
144	27,330	,097	,074
107	27,304	,098	,049
174	27,278	,098	,032
30	27,189	,100	,024
137	27,163	,101	,015
17	26,929	,106	,017
12	26,841	,108	,012
33	26,730	,111	,010
110	26,403	,119	,015
91	26,264	,123	,013
99	26,088	,128	,013
173	26,082	,128	,008
27	26,028	,129	,006
108	26,007	,130	,003
4	25,871	,134	,003
23	25,761	,137	,003
153	25,651	,140	,002
1	25,627	,141	,001
147	25,425	,147	,002
145	25,262	,152	,002
163	25,094	,157	,002
25	24,810	,167	,003
5	24,681	,171	,003
42	24,671	,172	,002
175	24,557	,176	,002
16	24,445	,180	,002
65	24,294	,185	,002
149	24,257	,186	,001
159	24,068	,194	,002
127	24,051	,194	,001
95	24,001	,196	,001
55	23,975	,197	,000
100	23,973	,197	,000
98	23,632	,211	,001
37	23,522	,215	,001
36	23,431	,219	,001
34	23,088	,233	,002
119	22,981	,238	,002
133	22,748	,249	,003
129	22,517	,259	,005
51	22,501	,260	,003

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
114	22,261	,271	,006
50	22,055	,282	,009
52	22,052	,282	,006
177	22,033	,283	,004
58	21,972	,286	,003
146	21,774	,296	,005
152	21,769	,296	,003
73	21,687	,300	,003
45	21,429	,314	,007
117	21,427	,314	,004
57	21,381	,316	,003
32	21,113	,331	,007
87	21,023	,336	,007
131	20,992	,337	,005
9	20,628	,358	,017
167	20,594	,360	,014
123	20,278	,378	,033
82	20,113	,388	,043
134	20,054	,391	,039
148	20,023	,393	,031
124	19,819	,406	,047
15	19,613	,418	,070
135	19,554	,422	,064
161	19,489	,426	,059
162	19,330	,436	,075
31	19,307	,437	,061
85	18,826	,468	,194
46	18,731	,474	,199
178	18,508	,489	,275
7	18,464	,492	,251
19	18,407	,495	,236
3	18,378	,497	,207
83	18,139	,513	,296
69	18,106	,515	,265
122	17,864	,532	,367
13	17,750	,539	,389

**Sample Moments (Group number 1)**

**Sample Covariances (Group number 1)**

	ED2	PD1	EI3	EI2	EI1	ED4	ED3	ED1	PD9	PD8	PD7	PD6	NC5	NC4	NC3	PI9	PI7	PI6	PI5
ED2	,466																		
PD1	,145	,481																	
EI3	,084	,047	,988																
EI2	,256	,150	,618	,817															
EI1	,247	,236	,434	,576	,696														
ED4	,316	,144	,098	,257	,249	,580													
ED3	,392	,161	,088	,251	,249	,393	,606												
ED1	,311	,184	,132	,289	,301	,291	,327	,589											
PD9	,186	,357	,084	,170	,230	,195	,192	,223	,589										
PD8	,182	,193	,026	,108	,120	,200	,183	,197	,256	,429									
PD7	,125	,123	,039	,085	,166	,163	,110	,128	,153	,142	,481								
PD6	,174	,348	,067	,159	,224	,160	,156	,227	,414	,232	,148	,532							
NC5	-,301	-,102	-,094	-,190	-,226	-,239	-,336	-,266	-,093	-,068	-,105	-,097	,627						
NC4	-,224	-,092	-,162	-,184	-,185	-,235	-,263	-,225	-,073	-,072	-,140	-,061	,379	,623					
NC3	-,258	-,151	-,063	-,164	-,195	-,234	-,303	-,235	-,130	-,155	-,179	-,176	,347	,349	,737				
PI9	,155	,189	,075	,186	,243	,234	,155	,147	,223	,188	,183	,216	-,090	-,062	-,161	,659			
PI7	,154	,179	,078	,128	,201	,200	,166	,161	,231	,195	,171	,215	-,083	-,064	-,169	,428	,557		
PI6	,134	,176	,076	,143	,209	,214	,140	,135	,258	,189	,197	,226	-,080	-,093	-,190	,493	,443	,654	
PI5	,131	,195	,090	,164	,184	,184	,148	,163	,207	,210	,173	,198	-,093	-,139	-,206	,410	,407	,478	,659

Condition number = 40,269

Eigenvalues

4,251 1,625 1,330 ,878 ,580 ,389 ,371 ,345 ,308 ,259 ,226 ,208 ,181 ,169 ,161 ,142 ,125 ,115 ,106

Determinant of sample covariance matrix = ,000

**Sample Correlations (Group number 1)**

	ED2	PD1	EI3	EI2	EI1	ED4	ED3	ED1	PD9	PD8	PD7	PD6	NC5	NC4	NC3	PI9	PI7	PI6	PI5
ED2	1,000																		
PD1	,305	1,000																	
EI3	,124	,068	1,000																
EI2	,415	,239	,688	1,000															
EI1	,434	,408	,523	,764	1,000														
ED4	,608	,273	,130	,373	,392	1,000													
ED3	,737	,299	,114	,357	,384	,663	1,000												
ED1	,594	,346	,173	,417	,470	,498	,548	1,000											
PD9	,356	,672	,110	,245	,359	,335	,321	,379	1,000										
PD8	,408	,425	,040	,183	,219	,401	,358	,392	,509	1,000									
PD7	,265	,256	,057	,135	,287	,309	,203	,241	,288	,313	1,000								
PD6	,349	,688	,093	,242	,368	,288	,274	,405	,740	,485	,293	1,000							
NC5	-,556	-,186	-,119	-,265	-,342	-,396	-,545	-,438	-,153	-,131	-,192	-,168	1,000						
NC4	-,416	-,167	-,207	-,257	-,281	-,390	-,428	-,372	-,120	-,140	-,255	-,106	,607	1,000					
NC3	-,440	-,254	-,074	-,212	-,273	-,358	-,453	-,357	-,197	-,275	-,300	-,281	,511	,515	1,000				
PI9	,280	,337	,093	,253	,358	,378	,245	,236	,359	,353	,325	,365	-,141	-,096	-,231	1,000			
PI7	,302	,347	,105	,190	,323	,352	,285	,281	,403	,398	,329	,394	-,140	-,109	-,264	,706	1,000		
PI6	,243	,314	,095	,196	,310	,348	,223	,217	,415	,356	,351	,383	-,124	-,146	-,274	,752	,734	1,000	
PI5	,236	,347	,112	,224	,272	,298	,234	,262	,332	,395	,308	,334	-,144	-,217	-,296	,622	,671	,728	1,000

Condition number = 45,906

Eigenvalues

7,030 2,495 1,720 1,531 ,967 ,776 ,624 ,515 ,503 ,418 ,395 ,361 ,305 ,286 ,266 ,249 ,214 ,192 ,153

**Matrices (Group number 1 - Default model)**

**Implied (for all variables) Covariances (Group number 1 - Default model)**

	Kecendrungan_Proaktif	Non_Konformitas	Keinginan_Inovasi	Persepsi_Keinginan	Intensi_Berwirausaha	E D 2	P D 1	EI 3	EI 2	EI 1	E D 4	E D 3	E D 1	P D 9	P D 8	P D 7	P D 6	NC5	NC4	NC3	PI 9	PI 7	PI 6	PI 5
Kecendrungan_Proaktif	,293																							
Non_Konformitas	-,098	,324																						
Keinginan_Inovasi	,180	-,095	,415																					
Persepsi_Keinginan	,152	-,229	,135	,287																				
Intensi_Berwirausaha	,091	-,137	,081	,171	,383																			
ED2	,166	-,251	,148	,314	,187	,469																		
PD1	,293	-,098	,180	,152	,091	,166	,481																	
EI3	,062	-,093	,055	,116	,439	,084	,062	,989																
EI2	,127	-,191	,113	,239	,536	,261	,227	,614	,818															
EI1	,173	-,164	,131	,213	,409	,234	,226	,456	,571	,691														
ED4	,161	-,243	,143	,304	,181	,332	,161	,123	,253	,226	,582													
ED3	,187	-,282	,167	,353	,210	,386	,187	,143	,294	,263	,373	,610												
ED1	,152	-,229	,135	,287	,171	,314	,152	,116	,239	,239	,304	,353	,591											
PD9	,357	-,120	,219	,186	,111	,203	,357	,075	,155	,211	,197	,229	,186	,589										
PD8	,211	-,071	,130	,110	,065	,120	,111	,044	,091	,125	,116	,135	,110	,258	,429									
PD7	,131	-,101	,184	,109	,065	,120	,131	,044	,091	,102	,116	,135	,109	,609	,944	,481								
PD6	,338	-,113	,207	,176	,105	,192	,338	,071	,146	,199	,186	,176	,105	,134	,444	,511	,532							
NC5	-,111	,366	-,107	-,259	-,154	,283	,111	,105	,115	,185	,274	,318	,259	,135	,808	,114	,128	,627						
NC4	-,100	,332	-,097	-,235	-,140	,22	,100	,0	,1	,1	,2	,2	,2	-,1	,0	,1	,1	,374	,623					



	Kecendrung an_Proaktif	Non_Kon formitas	Keinginan _Inovasi	Persepsi_ Keinginan	Intensi_Ber wirausaha	E D2	P D1	EI 3	EI 2	EI 1	E D4	E D3	E D1	P D9	P D8	P D7	P D6	N C5	N C4	N C3	PI 9	PI 7	PI 6	PI 5	
ED4	,390	-,558	,292	,742	,382	,6 36	,3 04	,1 62	,3 66	,3 56	1, 00 0														
ED3	,443	-,634	,332	,844	,435	,7 22	,3 46	,1 84	,4 16	,4 05	,6 26	1, 00 0													
ED1	,366	-,524	,274	,697	,359	,5 96	,2 85	,1 52	,3 43	,3 34	,5 17	,5 88	1, 00 0												
PD9	,861	-,274	,444	,452	,233	,3 87	,6 72	,0 99	,2 23	,3 31	,3 36	,3 82	,3 15	1, 00 0											
PD8	,596	-,190	,307	,313	,161	,2 68	,4 65	,0 68	,1 54	,2 29	,2 32	,2 64	,2 18	,5 13	1, 00 0										
PD7	,349	-,255	,412	,295	,152	,2 52	,2 72	,0 64	,1 45	,1 77	,2 19	,2 49	,2 05	,3 00	,2 08	1, 00 0									
PD6	,856	-,273	,441	,450	,232	,3 85	,6 68	,0 98	,2 22	,3 29	,3 34	,3 79	,3 13	,7 37	,5 10	,2 98	1, 00 0								
NC5	-,259	,812	-,211	-,610	-,314	- 22	- 02	- 33	- 01	- 81	- 53	- 15	- 25	- 23	- 54	- 07	- 21	1, 00 0							
NC4	-,235	,739	-,192	-,555	-,286	,4 75	,1 83	,1 21	,2 74	,2 56	,4 12	,4 69	,3 87	,2 03	,1 40	,1 88	,2 01	,5 99	1, 00 0						
NC3	-,211	,664	-,172	-,499	-,257	,4 27	,1 65	,1 09	,2 46	,2 30	,3 71	,4 21	,3 48	,1 82	,1 26	,1 69	,1 81	,5 39	,4 90	1, 00 0					
PI9	,427	-,215	,829	,326	,168	,2 79	,3 33	,0 71	,1 61	,2 03	,2 42	,2 75	,2 27	,3 68	,2 55	,3 42	,3 66	,1 75	,1 59	,1 43	1, 00 0				
PI7	,432	-,217	,837	,329	,169	,2 82	,3 36	,0 72	,1 62	,2 05	,2 44	,2 77	,2 29	,3 72	,2 57	,3 45	,3 69	,1 76	,1 60	,1 44	,6 94	1, 00 0			
PI6	,462	-,233	,896	,352	,181	,3 01	,3 60	,0 77	,1 74	,2 19	,2 61	,2 97	,2 45	,3 98	,2 75	,3 69	,3 96	,1 89	,1 72	,1 54	,7 43	,7 50	1, 00 0		
PI5	,409	-,206	,793	,312	,160	,2 67	,3 19	,0 68	,1 54	,1 94	,2 31	,2 63	,2 17	,3 52	,2 44	,3 27	,3 50	,1 67	,1 52	,1 37	,6 57	,6 64	,7 11	1, 00 0	



	ED2	PD1	EI3	EI2	EI1	ED4	ED3	ED1	PD9	PD8	PD7	PD6	NC5	NC4	NC3	PI9	PI7	PI6	PI5
PD8	,268	,465	,068	,154	,229	,232	,264	,218	,513	1,000									
PD7	,252	,272	,064	,145	,177	,219	,249	,205	,300	,208	1,000								
PD6	,385	,668	,098	,222	,329	,334	,379	,313	,737	,510	,298	1,000							
NC5	-,522	-,202	-,133	-,301	-,281	-,453	-,515	-,425	-,223	-,154	-,207	-,221	1,000						
NC4	-,475	-,183	-,121	-,274	-,256	-,412	-,469	-,387	-,203	-,140	-,188	-,201	,599	1,000					
NC3	-,427	-,165	-,109	-,246	-,230	-,371	-,421	-,348	-,182	-,126	-,169	-,181	,539	,490	1,000				
PI9	,279	,333	,071	,161	,203	,242	,275	,227	,368	,255	,342	,366	-,175	-,159	-,143	1,000			
PI7	,282	,336	,072	,162	,205	,244	,277	,229	,372	,257	,345	,369	-,176	-,160	-,144	,694	1,000		
PI6	,301	,360	,077	,174	,219	,261	,297	,245	,398	,275	,369	,396	-,189	-,172	-,154	,743	,750	1,000	
PI5	,267	,319	,068	,154	,194	,231	,263	,217	,352	,244	,327	,350	-,167	-,152	-,137	,657	,664	,711	1,000

### Residual Covariances (Group number 1 - Default model)

	ED2	PD1	EI3	EI2	EI1	ED4	ED3	ED1	PD9	PD8	PD7	PD6	NC5	NC4	NC3	PI9	PI7	PI6	PI5
ED2	-,003																		
PD1	-,022	,000																	
EI3	,000	-,014	-,001																
EI2	-,005	,023	,004	-,002															
EI1	,013	,011	-,022	,005	,005														
ED4	-,016	-,017	-,025	,004	,023	-,003													
ED3	,005	-,026	-,054	-,043	-,013	,020	-,004												
ED1	-,003	,032	,016	,050	,087	-,013	-,026	-,003											
PD9	-,017	,000	,009	,015	,019	-,001	-,037	,038	,000										
PD8	,062	-,018	-,018	,017	-,005	,084	,047	,087	-,002	,000									
PD7	,006	-,008	-,005	-,006	,064	,047	-,025	,019	-,006	,048	,000								
PD6	-,019	,010	-,004	,013	,025	-,026	-,061	,051	,002	-,012	-,003	,000							
NC5	-,017	,008	,011	,026	-,041	,035	-,018	-,007	,042	,012	,008	,031	,000						
NC4	,033	,009	-,067	,012	-,017	,014	,026	,009	,050	,000	-,037	,055	,005	,000					
NC3	-,007	-,053	,030	,027	-,031	,009	-,021	-,006	-,010	-,084	-,078	-,063	-,019	,017	,000				
PI9	,000	,002	,018	,068	,106	,084	-,020	,005	-,006	,052	-,009	-,001	,022	,040	-,062	,000			
PI7	,010	,005	,025	,019	,074	,061	,004	,030	,018	,069	-,008	,013	,021	,030	-,077	,007	,000		
PI6	-,033	-,026	,014	,016	,062	,053	-,047	-,018	,011	,043	-,010	-,008	,041	,016	-,083	,006	-,010	,000	
PI5	-,018	,016	,036	,051	,053	,041	-,019	,028	-,012	,081	-,011	-,009	,015	-,042	-,111	-,024	,004	,011	,000

**Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)**

	ED2	PD1	EI3	EI2	EI1	ED4	ED3	ED1	PD9	PD8	PD7	PD6	NC5	NC4	NC3	PI9	PI7	PI6	PI5	
ED2	-,061																			
PD1	-,584	,000																		
EI3	,003	-,279	-,012																	
EI2	-,105	,482	,044	-,020																
EI1	,289	,232	-,318	,064	,070															
ED4	-,356	-,402	-,428	,073	,460	-,046														
ED3	,110	-,603	-,922	-,745	-,254	,375	-,059													
ED1	-,067	,772	,270	,914	1,734	-,259	-,493	-,040												
PD9	-,407	,001	,152	,280	,376	-,026	-,769	,814	,000											
PD8	1,796	-,487	-,374	,379	-,114	2,190	1,202	2,271	-,053	,000										
PD7	,151	-,206	-,096	-,134	1,474	1,168	-,597	,466	-,155	1,385	,000									
PD6	-,467	,223	-,070	,263	,518	-,586	-1,333	1,164	,033	-,302	-,075	,000								
NC5	-,380	,201	,183	,462	-,801	,707	-,340	-,148	,910	,308	,195	,698	,000							
NC4	,734	,215	-1,144	,215	-,343	,284	,512	,191	1,082	,004	-,879	1,262	,085	,000						
NC3	-,141	-1,177	,468	,449	-,574	,173	-,380	-,109	-,193	-1,989	-1,737	-1,320	-,332	,301	,000					
PI9	,003	,041	,291	1,221	2,059	1,764	-,402	,108	-,119	1,279	-,207	-,013	,450	,832	-1,176	,000				
PI7	,247	,127	,451	,366	1,571	1,395	,086	,677	,400	1,832	-,197	,310	,474	,683	-1,593	,135	,000			
PI6	-,766	-,581	,239	,297	1,207	1,110	-,964	-,375	,216	1,043	-,234	-,162	,850	,339	-1,593	,092	-,170	,000		
PI5	-,409	,357	,591	,929	1,041	,857	-,379	,583	-,253	1,973	-,244	-,198	,301	-,861	-2,119	-,401	,083	,185	,000	

**Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)**

	ED2	PD1	EI3	EI2	EI1	ED4	ED3	ED1	PD9	PD8	PD7	PD6	NC5	NC4	NC3	PI9	PI7	PI6	PI5
Kecendrungan_Proaktif	,020	,166	,000	,002	,001	,009	,016	,008	,252	,082	,017	,255	,004	,002	,002	,009	,010	,015	,007
Non_Konformitas	-,080	,004	-,001	-,010	-,002	-,037	-,063	-,030	,005	,002	-,022	,006	,288	,197	,132	,001	,001	,001	,001
Keinginan_Inovasi	,007	,009	,000	,001	,000	,003	,006	,003	,014	,005	,031	,014	,001	,000	,000	,178	,205	,308	,144
Persepsi_Keinginan	,251	,010	,004	,030	,007	,116	,200	,094	,019	,006	,006	,019	-,048	-,033	-,022	,004	,005	,007	,003
Intensi_Berwirausaha	,039	-,031	,074	,504	,113	,006	,010	,005	,001	,000	,000	,001	-,002	-,002	-,001	,000	,000	,000	,000