

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI MEDIATOR PADA MAHASISWA STRATA 1 (S1) SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

Tesis



Diajukan oleh

WULAN NGESTININGRUM

162103305

Kepada

MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2019

PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN *SELF EFFICACY* TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI MEDIATOR PADA MAHASISWA STRATA 1 (S1) SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

Tesis

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana S-2
Program Studi Magister Manajemen



Diajukan oleh

WULAN NGESTININGRUM

162103305

Kepada

MAGISTER MANAJEMEN

STIE WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA

2019

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 23 Maret 2019

Wulan Ngestiningrum

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan baik. Untuk tercapainya penyelesaian tesis ini tidak luput dari peran berbagai pihak yang membantu. Maka dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
2. Dr. Zaenal Mustofa, EQ, MM selaku dosen pembimbing I yang telah membantu bimbingan dalam penyusunan tesis ini.
3. Drs. Amin Wibowo, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah membantu dengan arahan serta bimbingan guna selesainya tesis ini.
4. Semua pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu dalam penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa sepenuhnya penyusunan tesis ini masih kurang dari sempurna. Maka dari itu penulis mengharapkan saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna menyempurnakan tesis ini.

Yogyakarta, 23 Maret 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	3
1.3.Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4.Tujuan Penelitian.....	5
1.5.Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Kompetensi Kewirausahaan.....	7
2.2. <i>Self Efficacy</i>	16
2.3. Motivasi.....	20
2.4. Minat Berwirausaha.....	27
2.5. Penelitian Terdahulu.....	35
2.6. Pola Hubungan.....	38
2.7. Kerangka Pemikiran.....	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian	41
3.2. Definisi Operasional	42
3.3. Populasi dan Sampel	45
3.4. Instrumen Penelitian	47
3.5. Pengumpulan Data	50
3.6. Metode Analisa Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Instrumen	54
4.1.1. Hasil Uji Validitas	54
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	56
4.2. Analisis Data	57
4.2.1. Deskriptif Penelitian	57
a. Deskriptif Responden	57
b. Deskriptif Variabel Penelitian	59
4.2.2. Inferensial	68
a. Hasil Uji Asumsi Klasik	69
b. Hasil Uji Regresi 1	72
c. Hasil Uji Regresi 2	75
d. Analisis Pengaruh	80
4.3. Pembahasan	82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Penelitian Sebelumnya	35
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.3 Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
Tabel 4.4 Rekap Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan	59
Tabel 4.6 Rekap Kuesioner <i>Self Efficacy</i>	62
Tabel 4.7 Rekap Kuesioner Motivasi.....	64
Tabel 4.8 Rekap Kuesioner Minat Berwirausaha.....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi 1	72
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi 2	76
Tabel 4.14 Analisa Pengaruh Total	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 40

**STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Angket Penelitian

Lampiran 3 Data Hasil Penelitian

Lampiran 4 Uji Instrumen Penelitian

Lampiran 5 Deskriptif Variabel

Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik

Lampiran 7 Analisis Regresi Berganda

Lampiran 8 Analisis Jalur

STIE Widya Wiwaha
Jangan Plagiat

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN DAN *SELF EFFICACY*
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN MOTIVASI SEBAGAI
MEDIATOR PADA MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
WIDYA WIWAHA YOGYAKARTA**

Oleh

Wulan Ngestiningrum

162103305

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kompetensi kewirausahaan dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai mediator pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta yang telah menyelesaikan semester 4 tahun ajaran 2010-2019. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 104 responden. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dengan skala *likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel motivasi (Y_1) memediasi hubungan antara variabel kompetensi kewirausahaan (X_1) terhadap variabel minat berwirausaha (Y_2) dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung variabel kompetensi kewirausahaan (X_1) terhadap minat berwirausaha (Y_2) melalui variabel motivasi (Y_1) senilai 0,324 lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsung antara variabel kompetensi kewirausahaan (X_1) terhadap minat berwirausaha (Y_2) senilai 0,020. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel motivasi (Y_1) memediasi hubungan antara variabel *self efficacy* (X_2) terhadap variabel minat berwirausaha (Y_2) dibuktikan dengan pengaruh tidak langsung variabel *self efficacy* (X_2) terhadap minat berwirausaha (Y_2) melalui variabel motivasi (Y_2) senilai 0,388 lebih besar dibandingkan dengan pengaruh langsung antara variabel *self efficacy* (X_2) terhadap minat berwirausaha (Y_2) senilai 0,077. Diharapkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta dapat menjadi sarana pendidikan yang dapat mendorong mahasiswa untuk memahami pentingnya motivasi, kompetensi kewirausahaan dan *self efficacy* dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa.

Kata kunci: Kompetensi Kewirausahaan, *Self Efficacy*, Motivasi dan Berwirausaha.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha didirikan pada tanggal 17 Juni 1982 di bawah pengelolaan Yayasan Widya Wiwaha. Program studi yang diselenggarakan adalah program Strata 2 (S2) Magister Manajemen dan Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen dengan konsentrasi Pemasaran dan Jurusan Akuntansi dengan konsentrasi Akuntansi Manajemen dan Akuntansi Keuangan. Dibukanya penerimaan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) oleh pemerintah masih menjadi hal yang paling dinantikan para lulusan perguruan tinggi. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017 menunjukkan terdapat kurang lebih 7 juta pengangguran yang ada di Indonesia, sedangkan formasi penerimaan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) tahun 2017 hanya 17.928 kursi dengan total pelamar mencapai 3.735.598 orang. Fenomena ini menunjukkan bahwa lapangan pekerjaan yang ada belum berhasil mengentaskan masalah pengangguran terdidik di Indonesia. Salah satu upaya untuk mengatasi masalah pengangguran yaitu dengan cara berwirausaha. Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha diantaranya lingkungan internal, budaya organisasi, sikap dan mata kuliah kewirausahaan. Faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah kompetensi kewirausahaan, *self efficacy* dan motivasi.

Chandler dan Hanks (sebagaimana dikutip dalam penelitian Syarief, 2016) berpendapat bahwa kompetensi kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kompetensi yang melibatkan penciptaan, manajemen, dukungan dan pengembangan ide-ide dari pengusaha secara konsekuen serta berorientasi ke pasar. Kompetensi kewirausahaan yang masih kurang pada mahasiswa akan menimbulkan kurangnya keberanian untuk membuka usaha sendiri. Kurangnya ketekunan mahasiswa dalam berwirausaha hal ini dibuktikan dengan mudahnya mahasiswa menyerah jika mengalami suatu kegagalan dalam menjalankan suatu usaha.

Alwisol (2009: 13) yang mengemukakan bahwa *Self efficacy* adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan. *Self efficacy* pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha masih tergolong rendah. Hal ini dapat dilihat dari beberapa mahasiswa yang mendapatkan nilai tinggi pada mata kuliah kewirausahaan lebih memilih untuk melamar pekerjaan setelah lulus daripada membuka usaha.

Robbins (2015: 127) mengartikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan dalam upaya untuk mencapai tujuan. Kurangnya motivasi mahasiswa untuk berani mengambil resiko berdampak pada minimnya minat berwirausaha. Padahal kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka.

Dalam penelitiannya, Subandono (2007) mengemukakan bahwa minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Minat wirausaha berarti keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

Latar belakang penelitian ini yaitu belum adanya penelitian tentang minat berwirausaha di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta dengan Kompetensi sebagai variabel independen dan motivasi sebagai variabel mediasi. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan mengenai minat berwirausaha, kompetensi, *self efficacy* dan motivasi, maka penelitian ini akan diberi judul **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha dengan Motivasi sebagai Mediator Pada Mahasiswa Strata 1 (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitaian ini adalah kurangnya pemahaman mahasiswa terhadap hal-hal yang harus dimiliki oleh pengusaha, yaitu kompetensi kewirausahaan, *self efficacy* dan motivasi.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan pertanyaan penelitiannya adalah:

- 1.3.1. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?
- 1.3.2. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap motivasi pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?
- 1.3.3. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?
- 1.3.4. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?
- 1.3.5. Apakah *self efficacy* berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?
- 1.3.6. Apakah motivasi memediasi kompetensi kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?
- 1.3.7. Apakah motivasi memediasi *self efficacy* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

- 1.4.1. Menguji dan menganalisis hubungan antara kompetensi kewirausahaan dengan motivasi pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.
- 1.4.2. Menguji dan menganalisis hubungan antara *self efficacy* dengan motivasi pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.
- 1.4.3. Menguji dan menganalisis hubungan antara motivasi dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.
- 1.4.4. Menguji dan menganalisis hubungan antara kompetensi kewirausahaan dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.
- 1.4.5. Menguji dan menganalisis hubungan antara *self efficacy* dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.
- 1.4.6. Menguji hubungan antara kompetensi kewirausahaan dengan minat berwirausaha yang dimediasi oleh motivasi pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

1.4.7. Menguji hubungan antara *self efficacy* dengan minat berwirausaha yang dimediasi oleh motivasi pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat baik bagi beberapa pihak yang berperan sebagaimana berikut ini :

1.5.1. Bagi peneliti.

Dengan dilaksanakannya penelitian ini maka diharapkan dapat memberikan manfaat yang berharga bagi peneliti khususnya dalam menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta. Sehingga mahasiswa setelah lulus akan lebih condong untuk memilih menjadi pengusaha dari pada menjadi karyawan. Jika hal itu terwujud, maka dapat mengurangi angka pengangguran terdidik di Yogyakarta.

1.5.2. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

Manfaat penelitian bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta yaitu diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai bahan pertimbangan dalam proses belajar mengajar dan tentunya dalam pengembangan minat berwirausaha di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta sehingga dapat mencetak pengusaha-pengusaha baru yang siap bersaing di dunia bisnis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Kompetensi Kewirausahaan

2.1.1. Pengertian Kompetensi Kewirausahaan

Ada beberapa teori mengenai kompetensi menurut para ahli, diantaranya teori kompetensi menurut Fahmi (2016: 45) mengemukakan pendapat bahwa kompetensi adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh individu yang memiliki nilai jual dan itu teraplikasi dari hasil kreatifitas serta inovasi yang dihasilkan. Seberapa besar tingkat kompetensi yang dimiliki seseorang semakin besar pula nilai jualnya. Dalam hal ini berkaitan dengan penghasilan yang diperoleh seseorang seharusnya sesuai dengan tingkat kompetensi yang dia miliki.

Mulyasa (2008: 26) mengartikan kompetensi sebagai komponen utama dari standar profesi disamping kode etik sebagai regulasi perilaku profesi yang ditetapkan dalam prosedur dan sistem pengawasan tertentu. Kompetensi diartikan dan dimaknai sebagai perangkat perilaku efektif yang terkait dengan eksplorasi dan investigasi, menganalisis dan memikirkan, serta memberikan perhatian, dan mempersepsi yang mengarahkan seseorang menemukan cara-cara untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif

dan efisien. Kompetensi bukanlah suatu titik akhir dari suatu upaya melainkan suatu proses yang berkembang dan belajar sepanjang hayat.

Tannady (2017: 388) berpendapat bahwa kompetensi adalah sifat dasar yang dimiliki atau bagian kepribadian yang mendalam yang melekat pada seseorang. Serta perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan sebagai dorongan untuk mempunyai prestasi dan keinginan berusaha agar melaksanakan tugas dengan efektif. Sehingga pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Edison (2017: 140) mengemukakan bahwa kompetensi adalah kemampuan individu untuk melaksanakan suatu pekerjaan dengan benar dan memiliki keunggulan yang didasarkan pada hal-hal yang menyangkut pengetahuan, keahlian dan sikap. Menurutnya kompetensi yang dimiliki seseorang harus sesuai dengan bidang pekerjaannya. Semakin sesuai semakin efisien dan efektif dalam operasional perusahaannya.

Wibowo (2016: 171-172) mengartikan kompetensi sebagai kemampuan dan kecakapan sumber daya manusia dalam berbagai bidang spesifik dan ditunjukkan oleh berbagai karakteristik. Kompetensi juga disebut sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan pada tingkat yang memuaskan di tempat kerja. Termasuk diantaranya kemampuan seseorang untuk mentransfer dan

mengaplikasikan keterampilan dan pengetahuan tersebut dalam situasi yang baru dan meningkatkan manfaat yang disepakati.

Klemp (sebagaimana dikutip dalam Edison 2017: 141) mengartikan kompetensi sebagai karakteristik yang mendasari seseorang menghasilkan pekerjaan yang efektif dan kinerja yang unggul. Seseorang yang memegang jabatan belum tentu memiliki kompetensi terhadap semua pekerjaan yang ada di bagiannya. Tetapi dia harus memiliki kompetensi sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Boulter (sebagaimana dikutip dalam Fahmi 2016: 45) mengartikan kompetensi sebagai karakteristik dasar dari seseorang yang memungkinkan mereka mengeluarkan kinerja superior dalam pekerjaannya. Dalam dunia kerja semakin tinggi kompetensi seseorang maka tinggi nilai jual orang tersebut. Termasuk jika hal ini dihubungkan dengan nilai finansial.

Spencer dan Spencer (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 385) menjelaskan bahwa kompetensi adalah karakteristik dasar yang dimiliki oleh seorang individu yang berhubungan secara kausal dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam menduduki suatu jabatan. Kompetensi terdiri dari lima tipe karakteristik, yaitu motif (kemauan konsisten sekaligus menjadi sebab dari tindakan), faktor bawaan (karakter dan respon yang konsisten), konsep diri (gambaran diri), pengetahuan (informasi dalam bidang tertentu) dan keterampilan (kemampuan untuk melaksanakan tugas).

Becker dan Ulrich (sebagaimana dikutip dalam Wibowo, 2016: 173) menerangkan bahwa kompetensi mengandung aspek-aspek pengetahuan, ketrampilan (keahlian) dan kemampuan ataupun karakteristik kepribadian yang mempengaruhi kinerja. Fogg (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 386) membagi kompetensi menjadi dua kategori yaitu kompetensi dasar dan kompetensi pembeda. Kompetensi dasar (*threshold competencies*) adalah karakteristik utama, yang biasanya berupa pengetahuan atau keahlian dasar seperti kemampuan untuk membaca, sedangkan kompetensi *differentiating* adalah kompetensi yang membuat seseorang berbeda dari yang lain.

Powell (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 386) mengartikan kompetensi sebagai kecakapan, kemampuan, kompetensi dan wewenang. Kata sifat dari *competence* adalah *competent* yang berarti cakap, mampu, dan tangkas. Kecakapan, kemampuan dan ketangkasan untuk mengerjakan suatu tugas. Robbins (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 386) mengemukakan bahwa kompetensi adalah kemampuan (*ability*) atau kapasitas seseorang untuk mengerjakan berbagai tugas dalam suatu pekerjaan, dimana kemampuan ini ditentukan oleh dua faktor yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik.

Roe (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 386) yang berpendapat bahwa kompetensi dapat digambarkan sebagai

kemampuan untuk melaksanakan suatu peran atau tugas, kemampuan mengintegrasikan pengetahuan, ketrampilan-ketrampilan, sikap-sikap pribadi, kemampuan untuk membangun pengetahuan dan keterampilan yang didasarkan pada pengalaman serta pembelajaran yang dilakukan.

Selanjutnya dalam penelitian Wibowo (2007) menjelaskan bahwa kompetensi diartikan sebagai kemampuan untuk melaksanakan atau melakukan suatu pekerjaan yang dilandasi oleh keterampilan dan pengetahuan kerja yang dituntut oleh pekerjaan tersebut. Dengan demikian kompetensi menunjukkan keterampilan atau pengetahuan yang dicirikan oleh profesionalisme dalam suatu bidang tertentu sebagai suatu yang terpenting. Kompetensi sebagai karakteristik seseorang berhubungan dengan kinerja yang efektif dalam suatu pekerjaan atau situasi.

Chandler dan Hanks (sebagaimana dikutip dalam penelitian Syarif, 2016) berpendapat bahwa kompetensi kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai kompetensi yang melibatkan penciptaan, manajemen, dukungan dan pengembangan ide-ide dari pengusaha secara konsekuen serta berorientasi ke pasar. Bird (sebagaimana dikutip dalam penelitian Sihombing, 2013) berpendapat bahwa kompetensi kewirausahaan didefinisikan sebagai karakteristik yang mendasar seperti pengetahuan yang umum dan spesifik, motivasi, sifat, citra diri, peran sosial dan ketrampilan yang menyebabkan

kelahiran usaha, kelangsungan hidup usaha dan pertumbuhan usaha. Sedangkan Ahmad dan Wilson (sebagaimana dikutip dalam penelitian Sihombing, 2013) berpendapat bahwa kompetensi kewirausahaan adalah karakteristik individu yang termasuk sikap dan kebiasaan, dimana wirausaha dapat mencapai dan mempertahankan kesuksesan bisnisnya.

Dari pengertian kompetensi kewirausahaan di atas, terlihat bahwa fokus kompetensi adalah untuk memanfaatkan pengetahuan dan ketrampilan kerja guna mencapai kinerja optimal. Dengan demikian kompetensi kewirausahaan adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh seseorang berupa pengetahuan ketrampilan tentang berwirausaha dan faktor-faktor internal individu yang mendukung kesuksesan bisnisnya. Dengan kata lain, kompetensi kewirausahaan adalah kemampuan melaksanakan tugas berdasarkan pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki setiap individu dalam menjalankan bisnisnya. Kompetensi kewirausahaan dapat diukur melalui uji kompetensi yang diadakan oleh lembaga tertentu yang berkepentingan. Semakin tinggi kompetensi kewirausahaan yang dimiliki seseorang maka semakin besar kemungkinan orang tersebut untuk berani berwirausaha. Biasanya seorang pengusaha yang memiliki kompetensi kewirausahaan akan lebih berhati-hati dalam menjalankan bisnisnya, karena mempertimbangkan segala sesuatu

dengan matang sehingga memperkecil resiko kerugian yang akan terjadi.

2.1.2. Jenis-Jenis Kompetensi Kewirausahaan

Jenis-jenis kompetensi kewirausahaan ada bermacam-macam sebagaimana berikut ini menurut Jhonson (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 392) membagi kompetensi kedalam 3 bagian. Pertama kompetensi pribadi, yakni kompetensi yang berhubungan dengan pengembangan kepribadian. Kedua kompetensi profesional, yakni kompetensi atau kemampuan yang berhubungan dengan penyelesaian tugas-tugas tertentu. Ketiga kompetensi sosial, yakni kompetensi yang berhubungan dengan kepentingan sosial.

Talim (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 393) mengatakan kompetensi kewirausahaan dapat meliputi aspek pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku karyawan. Dalam arti luas kompetensi ini akan terkait dengan strategi organisasi dan pengertian kompetensi ini dapat dipadukan dengan ketrampilan dasar (*soft skill*), ketrampilan baku (*hard skill*), ketrampilan sosial (*social skill*), dan ketrampilan mental (*mental skill*). Ketrampilan baku mencerminkan pengetahuan dan keterampilan fisik SDM, ketrampilan dasar menunjukkan intuisi, kepekaan SDM meliputi ketrampilan sosial menunjukkan keterampilan dalam hubungan sosial SDM, ketrampilan mental menunjukkan ketahanan mental SDM.

Spencer dan Spencer (sebagaimana dikutip dalam Manara, 2014) membagi kompetensi menjadi *soft skill* dan *hard skill*. *Soft skill* diartikan sebagai kepribadian seperti etiket, bergaul dengan orang lain, mendengarkan dan terlibat dalam pembicaraan kecil. Pendidikan *Soft skill* atau *soft competency* adalah keahlian yang tidak nampak atau lebih dikenal dengan kearah pengembangan kemampuan sikap dan kepribadian yang mendasar untuk mendukung dalam sosialisasi kehidupan manusia. Spencer menyatakan bahwa *soft competency* dibagi menjadi 3 bagian yaitu tentang kepribadian, konsep diri, sikap mental. *Hard skill* mengacu pada kemampuan teknis yang dimiliki calon pekerja seperti kemampuan menggunakan suatu alat, mengolah data, mengoperasikan komputer, atau mengetahui pengetahuan tertentu. *Hard skill* yang juga sering disebut kemampuan teknis ini sangat diperlukan oleh pekerja dalam rangka melaksanakan serangkaian tugas-tugas pokok untuk mencapai tujuan pekerjaan.

Spencer dan Spencer menyatakan bahwa *soft skill* menyumbang 70% dalam menunjang keberhasilan seseorang dan *hard skill* (pengetahuan, keterampilan, dan keahlian) hanya menyumbang 30% saja. Hal ini berbanding terbalik dengan pengembangannya di sekolah-sekolah dan perguruan tinggi, *soft skill* hanya diberikan rata-rata 10% saja dari kurikulumnya. Seharusnya perlu diadakan penyesuaian kurikulum yang mendukung peningkatan pendidikan *soft skill* bagi para pelajar atau mahasiswa.

2.1.3. Dasar Pengukuran Kompetensi Kewirausahaan

Ada dua aspek yang digunakan untuk pengukuran kompetensi kewirausahaan, diantaranya menurut Spencer dan Spencer (Sebagaimana dikutip dalam Fahmi, 2016: 46-47) yang mengemukakan lima karakteristik dasar yang dapat digunakan sebagai pengukuran kompetensi kewirausahaan yaitu pertama motif yaitu yaitu hal-hal yang seseorang pikir atau inginkan secara konsisten yang menimbulkan tindakan. Kedua sifat yaitu karakteristik fisik dan respon-respon konsisten terhadap situasi atau informasi. Ketiga onsep diri yaitu sikap dan nilai-nilai yang dimiliki seseorang. Keempat pengetahuan yaitu informasi yang dimiliki seseorang dalam bidang tertentu. Kelima ketrampilan yaitu kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas tertentu baik secara fisik maupun mental.

Sedangkan Wirasamita (sebagaimana dikutip dalam Hasan, 2011: 42) mengemukakan bahwa indikator-indikator kompetensi kewirausahaan meliputi pertama *self knowledge* (memiliki pengetahuan) yaitu memiliki kemampuan tentang usaha yang akan dilakukannya atau ditekuninya. Kedua *Practical knowledge* (pengetahuan praktik) yaitu memiliki pengetahuan praktis misalnya pengetahuan teknis, desain, pemrosesan, pembukuan, administrasi, dan pemasaran. Ketiga *communication skill* (keahlian berkomunikasi) yaitu kemampuan untuk berkomunikasi, bergaul, dan berhubungan dengan orang lain.

2.2. *Self Efficacy*

2.2.1. Pengertian *Self efficacy*

Ada beberapa pengertian *self efficacy* diantaranya menurut Alwisol (2009: 13) yang mengemukakan bahwa *Self efficacy* adalah penilaian diri, apakah dapat melakukan tindakan yang baik atau buruk, tepat atau salah, bisa atau tidak bisa mengerjakan sesuai dengan yang dipersyaratkan. *Self efficacy* berbeda dengan aspirasi (cita-cita), karena cita-cita menggambarkan sesuatu yang ideal yang seharusnya dapat dicapai, sedang *self efficacy* menggambarkan penilaian kemampuan diri. Ghufron dan Risnawita (2010: 77) menyatakan bahwa *self efficacy* secara umum adalah keyakinan seseorang mengenai kemampuannya dalam mengatasi beraneka ragam situasi yang muncul dalam hidupnya. *Self efficacy* dapat juga diartikan sebagai suatu bentuk keyakinan individu dalam meyakini kemampuannya sendiri dalam melakukan suatu tindakan. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi juga memiliki kepercayaan diri yang tinggi pula dalam melakukan suatu tindakan.

Ormrod (2008: 20) menjelaskan bahwa *self efficacy* adalah penilaian seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu. *Self efficacy* memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perkembangan *self efficacy* menurut Ormrod (2008: 23-27) yaitu keberhasilan dan kegagalan pembelajar sebelumnya, pesan

dari orang lain, kesuksesan dan kegagalan orang lain, serta kesuksesan dan kegagalan dalam kelompok yang lebih besar.

Woolfolk (2009: 127) berpendapat bahwa *self efficacy* adalah perasaan yang ada pada diri seseorang bahwa dirinya mampu menangani tugas tertentu dengan efektif, dapat dikatakan juga *self efficacy* mengacu pada pengetahuan seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menyelesaikan tugas tertentu tanpa perlu membandingkan dengan kemampuan orang lain dan tetap percaya pada dirinya sendiri. Baron dan Byrne (Sebagaimana dikutip dalam penelitian Handaru, 2014) mengemukakan bahwa *self efficacy* adalah evaluasi seseorang terhadap kemampuan atau kompetisinya untuk melakukan sebuah tugas, mencapai tujuan atau mengatasi hambatan. Semakin sering seseorang melakukan evaluasi diri dan menganggap bahwa dia memiliki banyak kemampuan yang positif, semakin besar pula *self efficacy* yang dimilikinya. *Self efficacy* mempengaruhi secara kuat motivasi individu untuk memperoleh keberhasilan atau tujuan yang ingin dicapai.

Menurut Bandura (sebagaimana dikutip dalam penelitian Harjanto, 2010) mengemukakan bahwa *self efficacy* adalah keyakinan tentang sejauhmana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau melakukan suatu tindakan yang diperlukan untuk mencapai suatu hasil tertentu. Bagaimana orang berperilaku sering dapat diprediksi berdasarkan keyakinan seseorang

tentang kemampuannya. Keyakinan ini membantu individu menentukan apa yang akan dilakukannya dengan pengetahuan dan ketrampilan yang ia miliki. Kekuatan keyakinan seseorang terhadap efektivitas dirinya mempengaruhi keinginannya untuk mencoba beradaptasi dengan situasi dihadapannya.

Bandura (sebagaimana dikutip dalam penelitian Harjanto, 2010) berpendapat bahwa keyakinan yang kuat tentang kemampuan seseorang sangat menentukan usahanya dalam menghadapi situasi yang mengandung kekaburan, penuh dengan tekanan dan tidak terduga. Individu yang kurang yakin dengan ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki tidak akan suka terlibat dalam tugas-tugas yang membutuhkan ketrampilan dan pengetahuan tersebut, ia akan kurang berusaha dan kurang tahan dalam menghadapi kesulitan. Apabila seseorang meyakini kemampuannya, maka ia dapat menggunakan pengetahuan dan ketrampilannya secara efektif untuk mengatasi situasi yang dihadapinya.

2.2.2. Macam-macam sumber informasi *self efficacy*

Beberapa macam sumber informasi menurut Bandura (sebagaimana dikutip dalam penelitian Harjanto, 2010) yaitu pertama pencapaian prestasi, sumber informasi ini adalah yang paling penting dan berpengaruh, karena didasarkan pada pengalaman-pengalaman yang dialami langsung oleh individu. Apabila individu pernah berhasil mencapai suatu prestasi tertentu, maka pengalaman ini akan

meningkatkan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya. Kedua pengalaman orang lain, pada umumnya orang tidak hanya mendasarkan diri pada pengalaman pribadinya saja sebagai sumber informasi tentang tingkat *self efficacy* mereka, tetapi dari pengalaman orang lain juga. Pengetahuan tentang kesuksesan orang lain dapat meningkatkan kinerja dan *self efficacy* individu, terutama jika individu merasa mempunyai kemampuan yang sebanding dengan orang tersebut. Ketiga persuasi verbal, individu diyakinkan bahwa ia dapat mengatasi hal-hal yang dihadapi dengan kemampuannya melalui persuasi verbal atau sugesti. Orang yang mengalami persuasi mempunyai kemampuan untuk mengatasi situasi sulit dan mampu melakukan usaha yang lebih besar. Keempat keadaan emosional, emosi merupakan sumber informasi lain yang dapat mempengaruhi *self efficacy* dalam mengatasi situasi yang mengancam atau penuh dengan tekanan. Saat seseorang berada pada tingkat emosional yang tinggi kinerjanya akan mengalami penurunan.

2.2.3. Aspek-aspek *self efficacy*

Beberapa aspek *self efficacy* menurut Bandura (sebagaimana dikutip dalam penelitian Harjanto, 2010) yaitu yang pertama tingkat besaran (*magnitude*) yaitu berkaitan dengan tingkat kesulitan tugas. Kedua luas bidang perilaku (*generality*) yaitu berhubungan dengan luas atau cangkupan bidang yang dilakukan. Ketiga tingkat kekuatan (*strength*) yaitu berkaitan dengan tingkat kemantapan keyakinan. *Self efficacy* dapat mengatasi perilaku pengatasan, seberapa keras usaha

yang dilakukan individu untuk mengatasi persoalan atau menyelesaikan tugas dan seberapa lama individu akan mampu bertahan dengan hambatan-hambatan yang tidak diinginkan. Seseorang yang memiliki *self efficacy* yang tinggi yakin bahwa ia mampu berperilaku tertentu untuk mendapatkan hasil yang diinginkan pada situasi tersebut, lebih giat dan lebih tekun dalam berusaha.

2.2.4. Dasar Pengukuran *Self Efficacy*

Dasar pengukuran *self efficacy* yang tinggi menurut Bandura (sebagaimana dikutip dalam penelitian Harjanto, 2010) yaitu meliputi Suka memikul tanggung jawab secara pribadi dan menginginkan hasil yang diperoleh dari kemampuan optimalnya, suka pada tantangan dan tidak suka melakukan tugas yang mudah atau sedang-sedang saja, merasa dikejar-kejar waktu sehingga ia tergerak untuk mengerjakan semua yang dapat dikerjakan hari ini, kreatif dan inovatif dalam mencari cara mengatasi masalah secara lebih baik, menyukai segala sesuatu yang mengandung resiko, karena ia percaya diri dan yakin bahwa dirinya mampu melakukan sesuatu sesulit apapun.

2.3. Motivasi

2.3.1. Pengertian Motivasi

Ada beberapa teori menurut para ahli diantaranya menurut Robbins (2015: 127) mengartikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan mengenai kekuatan, arah, dan ketekunan dalam upaya

untuk mencapai tujuan. Oleh karena motivasi secara umum adalah berkaitan dengan upaya menuju setiap tujuan, kita akan mempersempit fokus menjadi tujuan organisasi terhadap perilaku terkait dengan pekerjaan. Mudjiarto (2008: 39-40) berpendapat bahwa motivasi adalah dorongan untuk berbuat sesuatu (*drive*) didalam memenuhi kebutuhan. Motivasi merupakan satu penggerak dari dalam hati seseorang untuk melakukan atau mencapai suatu tujuan. Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupan.

Wukir (2013: 115) mengartikan motivasi sebagai proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seseorang dalam berusaha mencapai tujuannya. Semakin tekun seseorang dalam mencapai tujuannya berarti semakin kuat pula motivasinya. Motivasi seseorang bergantung pada seberapa kuat motif mereka. Fahmi (2016: 87-89) mengemukakan pendapat bahwa motivasi adalah aktivitas perilaku yang bekerja dalam usaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang diinginkan. Fahmi menjelaskan dua bentuk dasar motivasi yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah manakala sifat pekerjaan itu sendiri yang membuat seorang termotivasi, orang tersebut mendapat kepuasan dengan melakukan pekerjaan tersebut

bukan karena rangsangan lain seperti status ataupun uang atau bisa juga dikatakan seorang melakukan hobinya. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah manakala elemen-elemen diluar pekerjaan yang melekat di pekerjaan tersebut menjadi faktor utama yang membuat seorang termotivasi seperti status ataupun kompensasi.

Tannady (2017: 388) mengartikan motivasi sebagai kemauan yang bersumber dari dalam diri yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku positif dan bersemangat dalam memberikan kontribusi maksimalnya untuk menyelesaikan suatu tugas. Dengan kata lain motivasi menjelaskan mengapa sumber daya manusia dalam organisasi berperilaku sedemikian rupa dalam pola kerjanya. Oleh sebab itu maka memotivasi anggota organisasi adalah kunci penting dalam mencapai tujuan organisasi.

Maslow (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 192-194) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia memiliki kebutuhan pokok. Beliau menunjukkan dalam lima tingkatan yang berbentuk piramid. Lima tingkat kebutuhan itu dikenal dengan sebutan Hirarki Kebutuhan Maslow, dimulai dari kebutuhan biologis dasar sampai motif psikologis yang lebih kompleks, yang hanya akan penting setelah kebutuhan dasar terpenuhi.

Kebutuhan pada suatu peringkat paling tidak harus terpenuhi sebagian sebelum kebutuhan pada peringkat berikutnya menjadi penentu tindakan yang penting. Pertama kebutuhan fisiologis (rasa lapar

dan rasa haus). Kedua kebutuhan rasa aman (merasa aman, terlindung dan jauh dari bahaya). Ketiga kebutuhan akan rasa cinta dan rasa memiliki (berafiliasi dengan orang lain, diterima dan memiliki). Keempat kebutuhan akan penghargaan (berprestasi, berkompetensi, dan mendapatkan dukungan serta pengakuan). Kelima, kebutuhan aktualisasi diri yang dikelompokkan menjadi dua yaitu kebutuhan kognitif (mengetahui, memahami, dan menjelajahi) dan kebutuhan estetik (keserasian, keteraturan, dan keindahan). Kebutuhan aktualisasi diri meliputi mendapatkan kepuasan diri dan menyadari potensinya).

Bila makanan dan rasa aman sulit diperoleh, pemenuhan kebutuhan tersebut akan mendominasi tindakan seseorang dan motif-motif yang lebih tinggi akan menjadi kurang signifikan. Orang hanya akan mempunyai waktu dan energi untuk menekuni minat estetika dan intelektual, jika kebutuhan dasarnya sudah dapat dipenuhi dengan mudah. Karya seni dan karya ilmiah tidak akan tumbuh subur dalam masyarakat yang anggotanya masih harus bersusah payah mencari makan, perlindungan, dan rasa aman.

Sedangkan Herzberg (sebagaimana dikutip dalam Thoha, 2012: 230-232) mengemukakan bahwa ada dua jenis faktor yang mendorong seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan dan menjauhkan diri dari ketidakpuasan. Dua faktor itu disebutnya faktor *hygiene* (faktor ekstrinsik) dan faktor motivator (faktor intrinsik). Faktor *hygiene* memotivasi seseorang untuk keluar dari ketidakpuasan, termasuk

didalamnya adalah hubungan antar manusia, imbalan dan kondisi lingkungan (faktor ekstrinsik). Sedangkan faktor motivator memotivasi seseorang untuk berusaha mencapai kepuasan, yang termasuk didalamnya adalah *achievement*, pengakuan dan kemajuan tingkat kehidupan (faktor intrinsik).

Alderfer (sebagaimana dikutip dalam Siagian, 2015: 289) menentang teori motivasi ERG yang didasarkan pada kebutuhan manusia akan keberadaan (*Existence*), hubungan (*Relatedness*), dan pertumbuhan (*Growth*). Teori ini sedikit berbeda dengan teori Maslow. Disini Alderfer mengemukakan bahwa jika kebutuhan yang lebih tinggi tidak atau belum dapat dipenuhi maka manusia akan kembali pada gerak yang fleksibel dari pemenuhan kebutuhan dari waktu ke waktu dan dari situasi ke situasi.

Vroom (sebagaimana dikutip dalam Edison, 2017: 168) mengemukakan pendapat bahwa motivasi adalah suatu pilihan alternatif dari suatu proses yang dikendalikan oleh individu itu sendiri berdasarkan perkiraan seberapa baik hasil yang diharapkan. Semakin maksimal hasil yang diharapkan maka semakin besar pula motivasi yang dibutuhkan untuk mencapainya.

Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa motivasi berasal dari dalam diri manusia masing-masing. Akan tetapi motivasi juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang dapat menyebabkan seseorang menjadi bertambah maupun berkurang

motivasi. Untuk memelihara motivasi agar tetap ada perlu dukungan dari lingkungan sekitar. Misalnya seorang pengusaha yang baru saja memulai membuka usahanya perlu bergabung dalam komunitas pengusaha yang sudah lebih dulu memiliki pengalaman mengenai dunia wirausaha agar dapat segera bangkit jika usahanya mengalami keterpurukan. Tentunya dengan dukungan yang kuat antar pengusaha tersebut dapat memberikan motivasi kepada anggota-anggotanya. Sehingga dapat tercapai apa yang menjadi tujuannya.

2.3.2. Jenis-jenis motivasi

Memotivasi orang lain bukan sekedar mendorong atau bahkan memerintahkan seseorang melakukan sesuatu, melainkan sebuah seni yang melibatkan berbagai kemampuan dalam mengenali dan mengelola emosi diri sendiri dan orang lain. Paling tidak kita harus tahu bahwa seseorang melakukan sesuatu karena didorong oleh motivasinya. Mangkunegara (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 198) mengemukakan adanya tiga jenis kebutuhan manusia, meliputi yang pertama *Need for Achievement* yaitu kebutuhan untuk berprestasi yang merupakan refleksi dan dorongan akan tanggung jawab untuk menemukan pemecahan masalah. Seorang pegawai yang mempunyai kebutuhan akan perprestasi tinggi cenderung untuk berani mengambil resiko. Kebutuhan untuk berprestasi adalah kebutuhan untuk melakukan pekerjaan lebih baik dari sebelumnya, dan selalu berkeinginan mencapai prestasi yang lebih tinggi. Kedua *Need for Affiliation* yaitu

kebutuhan untuk berafiliasi yang merupakan dorongan untuk berinteraksi dengan orang lain, berada bersama orang lain, tidak mau melakukan sesuatu yang merugikan orang lain. Ketiga *Need for Power* yaitu kebutuhan untuk kekuasaan yang merupakan refleksi dan dorongan untuk mencapai otoritas untuk memiliki pengaruh terhadap orang lain.

2.3.3. Dasar Pengukuran Motivasi

Dasar-dasar pengukuran motivasi menurut Hasibuan (2014: 96-97) ada dua, yaitu aspek motivasi yang dikenal dengan aspek aktif (dinamis) dan aspek pasif (statis). Aspek aktif (dinamis) yaitu motivasi tampak sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan dan mengarahkan sumber daya manusia agar secara produktif berhasil mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan aspek pasif (statis) yaitu motivasi akan tampak sebagai kebutuhan dan juga sekaligus sebagai perangsang untuk dapat mengarahkan dan menggerakkan potensi sumber daya manusia itu ke arah tujuan yang diinginkan.

McClelland (sebagaimana dikutip dalam Hasibuan, 2014: 97) mengemukakan empat hal yang dapat digunakan untuk dasar pengukuran motivasi yaitu pertama *achievement motivation* yaitu suatu keinginan untuk mengatasi atau mengalahkan suatu tantangan untuk kemajuan dan pertumbuhan. Kedua *affiliation motivation* yaitu dorongan untuk melakukan hubungan-hubungan dengan orang lain. Ketiga *competence motivation* yaitu dorongan untuk berprestasi baik

dengan melakukan pekerjaan yang bermutu tinggi. Keempat *power motivation* yaitu dorongan untuk dapat mengendalikan suatu keadaan dan adanya kecenderungan mengambil risiko dalam menghancurkan rintangan-rintangan yang terjadi. Sifat ini sering dilakukan oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang politik.

2.4. Minat Berwirausaha

2.4.1. Pengertian Minat

Minat adalah kecenderungan yang menetap dalam diri individu untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu. Individu yang berminat pada sesuatu hal akan mendorongnya untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa paksaan. Minat juga dapat didefinisikan sebagai rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, sehingga menjadi kekuatan pendorong untuk mencurahkan perhatian dan berhubungan secara lebih aktif dengan suatu objek atau aktivitas.

Ada beberapa teori mengenai minat diantaranya menurut Djaali (2017: 121) berpendapat bahwa minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu

aktifitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.

Slameto (2010: 182) berpendapat bahwa minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Berarti minat berasal dari dalam diri seseorang dengan sukarela, tanpa adanya paksaan dari luar. Ketertarikan ini yang akan mendorong seseorang untuk melakukan apa yang dirinya suka. Gerungan (2009: 145) mengemukakan pendapat bahwa minat merupakan penerahan perasaan dan menafsirkan untuk sesuatu hal (ada unsur seleksi). Minat cenderung menggunakan perasaan yang mendasari seseorang untuk melakukan sesuatu. Selektif dalam menentukan langkah apa yang akan diambil.

Kartono (1996: 23) mengemukakan bahwa minat merupakan momen-momen dari kecenderungan jiwa yang terarah secara intensif kepada suatu objek yang dianggap paling efektif (perasaan, emosional) yang didalamnya terdapat elemen-elemen efektif (emosi) yang kuat, minat juga berkaitan dengan kepribadian. Sedangkan Winkel (1983: 89) berpendapat bahwa minat adalah perasaan tertarik dan senang ini dapat membuat seseorang untuk mulai dapat menikmati sesuatu yang dihadapi atau dikerjakannya.

2.4.2. Pengertian Wirausaha

Pengertian wirausaha menurut Zimmerer (2008: 2) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dalam menghadapi resiko dan

hal yang tidak menentu untuk tujuan pencapaian keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan merancang sumber-sumber yang penting untuk menuliskannya pada peluang-peluang. Ringkasnya wirausaha yaitu seseorang atau sekelompok orang yang memulai atau mengoperasikan bisnis untuk mencapai tujuan tertentu.

Daryanto (2012: 4-5) berpendapat bahwa wirausaha adalah orang yang mengombinasikan dan mengorganisasikan faktor-faktor produksi untuk tujuan memproduksi barang dan jasa, sehingga meningkatkan nilai yang lebih tinggi dari sebelumnya. Dengan menggunakan kemampuan untuk melihat kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Esensi dari kewirausahaan adalah menciptakan nilai tambah dengan cara-cara agar dapat bersaing.

Mudjiarto (2008: 2-3) mengemukakan bahwa wirausaha adalah seorang yang mempunyai kemampuan didalam melihat peluang mencari dana, serta sumber dana lain yang diperlukan untuk meraih peluang tersebut dan berani mengambil resikonya dengan tujuan tercapainya kesejahteraan individu dan nilai tambah bagi masyarakat. Mereka melakukan upaya-upaya inovatif dengan mengembangkan ide, kemudian meramu sumber daya untuk menemukan peluang dan perbaikan hidup. Dengan demikian maka kata kunci kewirausahaan

adalah inovatif dan kreatif, seseorang yang mempunyai sifat tersebut berarti orang itu telah mempunyai jiwa wirausaha.

Daryanto (2013: 5) mengartikan wirausaha sebagai orang yang berani memaksa diri untuk menjadi pelayan orang lain. Seorang pakar tentang dirinya sendiri dan mereka yang berhasil mendapatkan perbaikan pribadi, keluarga, masyarakat dan bangsanya. Wirausaha disebut juga sebagai orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dalam memperkenalkan barang dan jasa dalam menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Sunyoto (2013: 2) menyatakan bahwa wirausaha adalah seseorang yang bebas dan memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya atau hidupnya. Dia bebas merancang, menentukan, mengelola, mengendalikan semua usahanya. Semua masalah mengenai usaha dan hidupnya menjadi tanggung jawabnya sendiri.

Sukardi (2001: 45) mengemukakan bahwa wirausaha merupakan gabungan kata wira yang berarti gagah dan usaha. Jadi wirausaha berarti orang yang gagah berani atau perkasa dalam usaha. Berani mengambil resiko dalam pasang surut usahanya. Meredith (1996: 89) yang berpendapat bahwa wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis dari sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil

keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.

2.4.3. Pengertian Minat Berwirausaha

Ada dua pendapat mengenai minat berwirausaha yang dapat digunakan sebagai acuan. Pertama penelitian oleh Subandono (2007) mengemukakan bahwa minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Kedua, penelitian oleh Santoso (2003) yang berpendapat bahwa minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami.

Dari dua pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut yang didukung dengan keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari

kegagalan yang dialami. Pengusaha selalu memiliki semangat untuk bangkit dari kegagalan yang dialami, tidak takut mengambil keputusan dan berani menanggung resiko dalam berwirausaha. Selain itu perlu adanya komunitas wirausaha sebagai tempat bagi para pengusaha untuk bertukar pikiran, saling memberikan masukan, motivasi, dan solusi atas masalah yang sedang dihadapi oleh pengusaha. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan minat berwirausaha bagi para lulusan baru untuk memilih menjadi pengusaha.

Berdasarkan penjabaran tersebut diatas mengenai minat, wirausaha dan minat berwirausaha maka pengertian dari minat berwirausaha yang dimaksud yaitu keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat wirausaha tersebut tidak hanya keinginan dari dalam diri saja tetapi harus melihat ke depan dalam potensi mendirikan usaha.

2.4.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk wirausaha diantaranya mengacu pada pendapat Djaali (2017: 123) yaitu yang pertama kemauan, kemauan yang

dimaksud adalah suatu kegiatan yang menyebabkan seseorang mampu untuk melakukan tindakan dalam mencapai tujuan tertentu. Dengan adanya kemauan seseorang untuk mencoba berwirausaha merupakan suatu hal yang baik. Kedua ketertarikan, yaitu perasaan senang, terpicat, menaruh minat kepada sesuatu. Saat ada ketertarikan dari diri seseorang maka ada daya juang untuk meraih yang ingin dicapai. Dalam hal ini adalah ketertarikan untuk mau berwirausaha, maka mahasiswa tersebut mempunyai minat untuk berwirausaha. Ketiga berkaitan dengan lingkungan keluarga, maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak. Keempat lingkungan sekolah menjadi tanggung jawab guru. Jadi pada dasarnya yang berpengaruh terhadap perkembangan mahasiswa yaitu proses pendidikan di sekolah sebagai bekal untuk diterapkan dalam kehidupan di lingkungan masyarakat. Seorang guru dalam proses pendidikan juga dapat memberikan motivasi dan dorongan kepada mahasiswa dalam menumbuhkan minatnya.

Sedangkan menurut McClelland (sebagaimana dikutip dalam Rozikin, 2014) mengemukakan bahwa kewirausahaan ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan

atau keberhasilan. Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi hak kepemilikan, kemampuan atau kompetensi dan insentif, sedangkan faktor eksternal yaitu lingkungan.

Menurut Soedjono (sebagaimana dikutip dalam penelitian Rozikin, 2014) mengemukakan kemampuan afektif mencakup sikap, nilai, aspirasi, perasaan, efikasi diri dan emosi yang semuanya sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang ada maka dimensi kemampuan afektif dan kemampuan kognitif merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan. Dapat disimpulkan dari penggabungan kedua pendapat diatas bahwa bagian atau komponen berwirausaha terdiri dari kognitif, emosi (perasaan) dan konasi atau kehendak.

2.4.5. Dasar Pengukuran Minat Berwirausaha

Dasar pengukuran minat berwirausaha menurut penelitian Mudjiarto (2018) menyatakan bahwa umumnya orang berminat membuka usaha sendiri karena beberapa alasan diantaranya mempunyai kesempatan untuk memperoleh keuntungan, memenuhi minat dan keinginan pribadi, membuka diri untuk berkesempatan menjadi bos bagi diri sendiri dan adanya kebebasan dalam manajemen. Sedangkan Meredith (sebagaimana dikutip dalam penelitian Anggoro, 2009) berpendapat bahwa dasar pengukuran minat berwirausaha yaitu percaya diri, berorientasi pada tugas dan

hasil, pengambilan resiko dan suka tantangan, kepemimpinan dan keorisinilan, berorientasi pada masa depan.

2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Telaah Penelitian Sebelumnya

No.	Peneliti/Pengarang dan Judul Jurnal	Tujuan Penelitian	Pendapat/ Temuan
2.5.1	Ardianti, (2012): Hubungan Kompetensi Sosial Guru dengan Motivasi Belajar Siswa Kelas XI Ilmu Pengetahuan Sosial pada Madarasah Aliyah Darul Hikmah Pekanbaru.	Kompetensi berpengaruh terhadap motivasi.	Kompetensi guru berpengaruh positif terhadap motivasi belajar siswa.
2.5.2	Sihombing, (2013): Pengaruh Kompetensi Wirausaha dan Lingkungan Bisnis terhadap Motivasi Membuka Usaha Kecil di wilayah Jakarta Timur.	Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap motivasi.	Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap motivasi.
2.5.3	Kristiadi, (2016): Pengaruh Sikap Berperilaku, Norma Subjektif dan Efikasi Diri terhadap Intensi Kewirausahaan pada Siswi melalui Motivasi di SMK Negeri 1 Pati.	Efikasi diri berpengaruh terhadap motivasi.	Efikasi diri berpengaruh positif terhadap motivasi.

2.5.4	Andryan, (2016): Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan <i>Self Efficacy</i> terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Ciputra.	<i>Self efficacy</i> berengaruh terhadap motivasi.	<i>Self efficacy</i> berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
2.5.5	Sari, (2014): Pengaruh Ekspektasi Pendapatan, Motivasi, Pendidikan Kewirausahaan dan Norma Subjektif terhadap Minat Berwirausaha.	Motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha.	Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
2.5.6	Wahyudi, (2018): Pengaruh Kompetensi, Motivasi dan Lingkungan Internal terhadap Minat Berwirausaha.	Kompetensi dan motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha	Kompetensi dan motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.
2.5.7	Aidha, (2016): Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha	Motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha

2.5.8	Supriyanto, (2014): Hubungan Antara Praktik Kerja Lapangan dan Penguasaan Kompetensi Pengelasan Terhadap Minat Siswa Untuk Berwirausaha di Bidang Pengelasan di SMKN 1 Sedayu Bantul.	Kompetensi berpengaruh terhadap minat berwirausaha.	Kompetensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.
2.5.9	Evaliana, (2015): Pengaruh Efikasi Diri dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Siswa.	Efikasi diri berpengaruh terhadap minat berwirausaha	Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha
2.5.10	Peng, (2012): <i>Entrepreneurial Intention and It's Influencing Factors: A Survey of the University Student in Xi'an China.</i>	<i>Self efficacy</i> berpengaruh terhadap minat berwirausaha	<i>Self efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dijabarkan, belum ada penelitian mengenai pengaruh kompetensi kewirausahaan dan *self efficacy* terhadap minat berwirausaha dengan motivasi sebagai mediator pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

2.6. Pola Hubungan

2.6.1. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap motivasi.

Kompetensi kewirausahaan yang didapatkan mahasiswa melalui mata kuliah kewirausahaan dan studi kelayakan bisnis didorong dengan impian menjadi pengusaha dapat membangkitkan motivasi untuk berwirausaha setelah lulus dari perguruan tinggi. Didukung hasil penelitian Ardianti (2012) dan Sihombing (2013) yang menyatakan kompetensi berpengaruh positif terhadap motivasi maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_1 = Kompetensi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi.

2.6.2. Pengaruh *self efficacy* terhadap motivasi.

Mahasiswa dengan tingkat *self efficacy* yang tinggi serta di dorong dengan lingkungan keluarga yang mendukung akan lebih termotivasi untuk berwirausaha. Bahkan mahasiswa tersebut biasanya sudah memulai usahanya sewaktu masih berada di bangku kuliah. Didukung hasil penelitian Kristiadi (2016) dan Andryan (2016) yang menyatakan adanya pengaruh positif antara efikasi diri dengan motivasi, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H_2 = *Self efficacy* mempunyai pengaruh positif terhadap motivasi.

2.6.3. Pengaruh motivasi terhadap minat berwirausaha.

Seseorang yang mempunyai cita-cita menjadi pengusaha akan terdorong motivasinya untuk mencari tahu hal-hal apa saja yang

mendukung untuk jadi pengusaha. Besarnya motivasi untuk mewujudkan cita-citanya ini yang akan mendorong minatnya dalam berwirausaha. Didukung hasil penelitian Sari (2014), Wahyudi (2018) dan Aidha (2016) yang menyatakan adanya pengaruh positif antara motivasi dengan minat berwirausaha, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₃ = Motivasi mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

2.6.4. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap minat berwirausaha.

Seorang siswa SMK jurusan tata boga dengan kompetensi keahlian memasak yang ia dapatkan di sekolah dan memiliki hobi memasak akan terdorong minatnya untuk berwirausaha setelah lulus nanti. Didukung hasil penelitian Wahyudi (2018) dan Supriyanto (2014) yang menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kompetensi kewirausahaan dengan minat berwirausaha, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₄ = Kompetensi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

2.6.5. Pengaruh *self efficacy* terhadap minat berwirausaha.

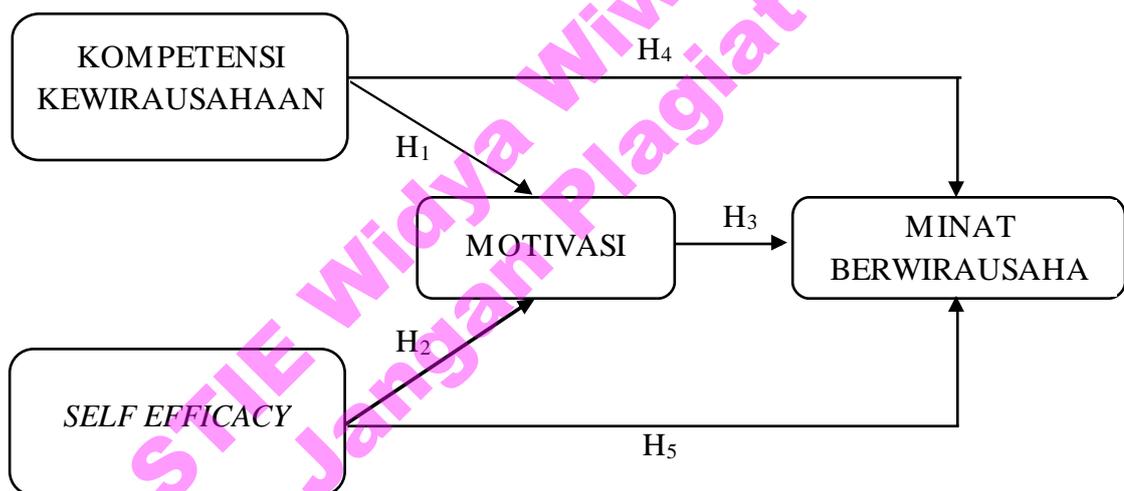
Seorang anak pedagang yang terbiasa membantu orang tuanya untuk menjalankan usahanya akan mempunyai *self efficacy* yang tinggi sehingga membentuk intuisi-intuisi bisnis di dalam dirinya. Hal ini yang akan mendorong anak tersebut untuk memiliki minat untuk

melanjutkan bisnis milik orang tuanya atau membuka bisnisnya sendiri. Didukung hasil penelitian Evaliana (2015) dan Peng (2012) yang menunjukkan adanya pengaruh positif antara *self efficacy* terhadap intensi kewirausahaan, maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₅ = *Self efficacy* mempunyai pengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

2.7. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Kerangka pemikiran ini diadaptasi dari penelitian Andryan, (2016) yang berjudul Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan *Self Efficacy* terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Universitas Ciputra dan divariasikan dengan penelitian saya yang berjudul Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan *Self Efficacy* terhadap Minat Berwirausaha dengan Motivasi sebagai Mediator Pada Mahasiswa Strata 1 (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuan dan manfaat dalam penelitian ini, maka metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Nazir (sebagaimana dikutip dalam Prastowo, 2014: 175) metode survei adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah. Penelitian ini dilakukan pada Prodi Strata 1 (S1) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi tersebut karena adanya kurikulum muatan lokal mata kuliah kewirausahaan dan studi kelayakan bisnis.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengertian deskriptif menurut Whitney (sebagaimana dikutip dalam Prastowo, 2014: 201) merupakan pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Surakhmad (sebagaimana dikutip dalam Prastowo, 2014: 214) berpendapat bahwa analisis kuantitatif pada dasarnya adalah untuk mendapatkan gambaran sistematis mengenai isi suatu dokumen, yaitu ketika dilakukan dengan metode historis, dinilai kurang tepat. Caranya dokumen tersebut diteliti isinya, diklasifikasi menurut kriteria atau pola tertentu dan dianalisis atau dinilai.

3.2. Definisi Operasional

Sugiyono (sebagaimana dikutip dalam Sari, 2014) berpendapat bahwa definisi operasional adalah menentukan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik. Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.1. Kompetensi Kewirausahaan

Spencer dan Spencer (sebagaimana dikutip dalam Tannady, 2017: 385) menjelaskan bahwa kompetensi adalah karakteristik dasar yang dimiliki oleh seorang individu yang berhubungan secara kausal dalam memenuhi kriteria yang diperlukan dalam menduduki suatu jabatan. Dapat diperjelas bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan segala sesuatu yang dimiliki oleh seseorang berupa pengetahuan ketrampilan tentang berwirausaha dan faktor-faktor internal individu untuk mendukung kesuksesan bisnisnya. Indikator kompetensi kewirausahaan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Wirasmita (sebagaimana dikutip dalam Hasan, 2011: 42) yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu:

a. Self knowledge

b. Practical knowledge

- c. Motif
- d. Pengetahuan
- e. *Communication skill*.

3.2.2. *Self Efficacy*

Woolfolk (2009: 127) berpendapat bahwa *self efficacy* adalah perasaan yang ada pada diri seseorang bahwa dirinya mampu menangani tugas tertentu dengan efektif, dapat dikatakan juga *self efficacy* mengacu pada pengetahuan seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menyelesaikan tugas tertentu tanpa perlu membandingkan dengan kemampuan orang lain dan tetap percaya pada dirinya sendiri. Indikator *self efficacy* mengacu pada pendapat Bandura (sebagaimana dikutip dalam penelitian Harjanto, 2010) yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu meliputi:

- a. Percaya diri
- b. Pencapaian prestasi
- c. Merasa dikejar-kejar waktu
- d. Kreatif dan inovatif dalam memecahkan masalah
- e. Yakin bahwa dirinya mampu melakukan sesuatu sesulit apapun.

3.2.3. Motivasi

Tannady (2017: 388) mengartikan motivasi sebagai kemauan yang bersumber dari dalam diri yang dapat menyebabkan seseorang berperilaku positif dan bersemangat dalam memberikan kontribusi maksimalnya untuk menyelesaikan suatu tugas. Indikator motivasi

dalam penelitian ini mengacu pada pendapat Hasibuan (2014: 97) yang telah dijabarkan sebelumnya yaitu:

- a. *Achievement motivation*
- b. *Affiliation motivation*
- c. Aktif
- d. *Competence motivation*
- e. *Power motivation.*

3.2.4. Minat Berwirausaha

Meredith (sebagaimana dikutip dalam Anggoro, 2009) berpendapat bahwa minat berwirausaha adalah perasaan suka atau ketertarikan yang timbul karena adanya motivasi untuk melakukan pekerjaan sebagai pengusaha yang mempunyai kemampuan dalam melihat dan menilai kesempatan bisnis, mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang atau jasa baru untuk mencapai suatu tujuan. Indikator minat berwirausaha menurut Meredith dan Mudjiarto (sebagaimana dikutip dalam penelitian Anggoro, 2009) yaitu:

- a. Mempunyai keinginan untuk berwirausaha
- b. Suka tantangan
- c. Menetapkan
- d. Merencanakan dan berusaha mewujudkan bisnis
- e. Inovatif dan berani berwirausaha.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel merupakan sumber utama untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam mengungkapkan fenomena atau realitas yang dijadikan fokus penelitian. Dalam kegiatan penelitian yang berkaitan dengan data, harus ada sumber data. Sebelum diuraikan lebih lanjut mengenai populasi dan sampel yang akan diambil, maka perlu diketahui pengertian dari populasi dan sampel.

3.3.1. Populasi

Pengertian populasi menurut Neolaka (2014: 25) mengemukakan bahwa populasi adalah keseluruhan atau totalitas objek yang diteliti. Ciri-ciri populasi disebut parameter. Oleh karena itu populasi juga sering diartikan sebagai kumpulan objek penelitian dari mana data akan dijaring atau dikumpulkan. Kriteria penentuan populasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa Strata 1
- b. Telah menyelesaikan semester 4
- c. Aktif
- d. Tidak sedang mengerjakan Skripsi
- e. Tidak sedang cuti pendidikan

Dari data yang diperoleh dari bagian akademik, mahasiswa yang memenuhi kriteria diatas sejumlah 486 orang. Mengingat jumlah populasi yang besar yaitu 486 responden maka di ambil sampel. Dalam menentukan ukuran sampel, dilakukan dengan mempertimbangkan

pendapat yang dikemukakan oleh Arikunto (sebagaimana dikutip dalam Prastowo 2014: 223) yang berpendapat bahwa apabila subyeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subyeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 20-25% dari populasi yaitu 3 kelas yang memenuhi kriteria sehingga didapatkan 104 responden yang mengisi kuesioner.

3.3.2. Sampel

Pengertian sampel menurut Neolaka (2014: 26) yaitu sebagian unsur populasi yang dijadikan objek penelitian. Sampel atau juga disebut contoh adalah wakil dari populasi yang ciri-cirinya akan diungkapkan dan akan digunakan untuk menaksir ciri-ciri populasi. Oleh karena itu, jika kita menggunakan sampel sebagai sumber data, maka yang akan kita peroleh adalah ciri-ciri sampel bukan ciri-ciri populasi. Tetapi ciri-ciri sampel itu harus dapat digunakan untuk menaksir populasi. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* seperti yang dikemukakan oleh Neolaka (2014: 75) yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak dijadikan sampel. Diambilnya sampel dari mahasiswa tingkat akhir karena mereka yang sebentar lagi atau dalam waktu dekat akan lulus dan akan segera menentukan pilihan akan bersaing untuk melamar pekerjaan atau bersaing untuk membuka

usaha baru. Pengambilan sampel pada penelitian ini diperoleh dari 2 kelas reguler pagi dan 1 kelas ekstensi malam karena dianggap telah mewakili populasi yang ada dan lebih efektif. Dari 3 kelas tersebut didapatkan 104 data responden yang mengisi kuesioner.

3.4. Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data yang benar dibutuhkan alat pengumpul data yang benar pula, alat pengumpul data ini disebut instrumen. Neolaka (2014: 65) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu atau alat ukur yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian. Adapun instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan atas pokok permasalahan dengan mengacu pada variabel-variabel penelitian yang akan dibagikan kepada sampel untuk mendapatkan data.

Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban dari setiap item instrumen akan diberi skor 1-5. Pengukuran skor akan menggunakan Skala Likert yaitu skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan Skala Likert ini responden diminta untuk melengkapi kuisisioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Nama skala ini diambil dari nama penciptanya yaitu Rensis Likert, seorang ahli psikologi sosial dari Amerika Serikat. Tingkat persetujuan yang dimaksud dalam Skala Likert ini terdiri dari lima pilihan skala yang mempunyai gradasi dari Sangat Setuju

(SS) skor 5, Setuju (S) skor 4, Netral (N) skor 3, Tidak Setuju (TS) skor 2 hingga Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1. Keabsahan atau kesahihan suatu hasil penelitian sosial sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu *test of validity* (uji validitas atau kesahihan) dan *test of reliability* (uji kehandalan atau reliabilitas) yang akan dijabarkan sebagai berikut:

3.4.1. Uji Instrumental

Penelitian ini menggunakan data primer. Data dikumpulkan dengan teknik kuisisioner, yaitu dengan memberikan pernyataan tertulis kepada responden. Selanjutnya responden memberikan tanggapan atas pernyataan yang diberikan. Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisisioner, kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian. Kuisisioner yang diberikan dirancang dengan menggunakan skala likert. Keabsahan atau kesahihan suatu hasil penelitian sosial sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu *test of validity* (uji validitas atau kesahihan) dan *test of reliability* (uji kehandalan atau reliabilitas).

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2009: 172) bahwa valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa

yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* suatu data dikatakan valid jika nilai *p-value* kurang dari 0,05.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Reliabilitas data pada penelitian ini diuji dengan melihat *Cronbach's coefficient alpha* sebagai koefisien dari reliabilitas yang terdapat dalam program *Statistical Package for the Social Science (SPSS)*. Cronbach's alpha adalah koefisien reliabilitas yang menunjukkan bagaimana bagian-bagian dari suatu set berkorelasi secara positif satu sama lainnya. (Sekaran, 2003: 307) menyatakan bahwa suatu instrumen dianggap reliabel jika memiliki koefisien alpha (α) sebesar 0,6 atau lebih. Dasar pengambilan keputusan menurut Sekaran (2003: 307) untuk instrumen yang reliabel adalah jika koefisien alpha (α) pengujian lebih besar dari (\geq) 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner layak digunakan (reliable). Sedangkan Jika koefisien alpha (α) pengujian kurang dari ($<$) 0,6 maka pertanyaan dalam kuesioner tidak layak digunakan (tidak reliable).

3.5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Tika (2014: 57) berpendapat bahwa data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau obyek yang diteliti. Pada penelitian ini data primer diperoleh langsung dari sumbernya yaitu melalui kuesioner yang diajukan kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penyebaran kuesioner secara langsung dimaksudkan agar tingkat pengembalian kuesioner tinggi. Penyebaran kuesioner akan langsung di bagikan kepada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha Yogyakarta.

Menurut Tika (2014: 57), data sekunder adalah data yang telah dahulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh instansi di luar dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan itu sesungguhnya adalah data yang asli. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan dari hasil *tracer study* yang dilakukan oleh (STIE) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha.

3.6. Metode Analisa Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Sugiyono (2010: 297) berpendapat bahwa analisis jalur merupakan pengembangan dari analisis regresi, sehingga analisis regresi dapat dikatakan sebagai bentuk khusus dari analisis jalur. Analisis jalur

digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat. Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independen yang dalam hal ini disebut variabel eksogen (*exogenous*), dan variabel dependen yang disebut variabel endogen (*endogenous*). Melalui analisis jalur ini akan dapat ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel independen menuju variabel dependen yang terakhir.

Analisis jalur dalam penelitian ini akan dihitung dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang terdapat pada program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen untuk minat berwirausaha pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Widya Wiwaha baik secara parsial maupun secara simultan. Uji analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F akan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 \text{ yang akan menghasilkan koefisien determinasi } 1$$

$$Y_2 = b_3Y_1 + b_4X_1 + b_5X_2 \text{ yang akan menghasilkan koefisien determinasi } 2$$

Sedangkan uji analisis jalur akan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = b_1 \times b_3$$

$$X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = b_2 \times b_3$$

Kemudian uji pengaruh total akan dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$X_1 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = (b_1 \times b_2) + b_4$$

$$X_2 \rightarrow Y_1 \rightarrow Y_2 = (b_2 \times b_3) + b_5$$

Keterangan:

X_1 = Kompetensi kewirausahaan

X_2 = *Self efficacy*

Y_1 = Motivasi

Y_2 = Minat berwirausaha

b_1 = H_1

b_2 = H_2

b_3 = H_3

b_4 = H_4

b_5 = H_5

Pendapat Ghozali (2011: 105) menyatakan bahwa sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik. Tujuan pemenuhan asumsi klasik ini dimaksudkan agar variabel bebas sebagai estimator atas variabel terikat tidak bias.

3.6.1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan kenormalan suatu distribusi. Ghozali (2011: 160-165) berpendapat bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar

maka uji statistik menjadi tidak valid. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu uji untuk memastikan data yang diolah bebas dari gejala multikolinieritas. Ghazali (2011: 105-106) berpendapat bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF (*variance inflation factor*) masing-masing variabel independen, jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk memastikan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak terjadi kesamaan. Ghazali (2011: 139-143) berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji spearman dengan bantuan SPSS.