

# Pengaruh *Perceived desirability* dan *Perceived feasibility* Terhadap *Entrepreneurial intention*

Wafiatun Mukharomah<sup>1\*</sup>, Soepatini<sup>2</sup>, Aflit Nuryulia Praswati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Manajemen/Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

\*Email: wm146@ums.ac.id

---

## Abstrak

**Keywords:**  
*Entrepreneurial intention, Perceived desirability, Perceived Feasibility, students of double degree program)*

*The aim of this study is to understand the phenomenon of entrepreneurial intention among students of Double Degree Program UMS and examine the effect of perceived desirability and perceived feasibility on entrepreneurial intention. The research study upon which this research is based has employed descriptive and causal approach. The primary data obtained from thirty-three students of double degree program in UMS by using survey. Purposive sampling method applied for this research. The analysis of the questionnaires found that students perceived career in entrepreneurship is good for them. In line with this, students found high support from parents to start their own business. Although the score for entrepreneurial intention indicate strong commitment for being entrepreneurs, students found themselves not quite capable in handling main aspects of running business. The regression analysis shows that there are positive significant effects of perceived desirability and perceived feasibility on entrepreneurial intention*

---

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dengan kondisi perekonomian Indonesia di era ini, kewirausahaan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan menciptakan banyak pekerja. Kegiatan kewirausahaan dikenal sebagai mesin pertumbuhan ekonomi jangka panjang suatu bangsa [22]. Kewirausahaan menyediakan sumber pendapatan, ketika ekonomi tidak dapat menyediakan lapangan kerja yang cukup atau alternatif lain untuk menghasilkan upah atau gaji, dan memberikan nilai sosial yang positif dalam masyarakat [14].

Kewirausahaan merupakan bagian penting bagi negara berkembang seperti Indonesia, Sebuah masalah besar yang dihadapi oleh pemerintah Indonesia adalah pengangguran. Masalah ini dapat dikurangi dengan menaikkan jumlah pengusaha yang

dapat mengurangi pengangguran. Selain itu Indonesia masih dirasa kurang untuk memiliki daya saing yang tinggi dibanding Malaysia dan Thailand [10]. Para ahli percaya bahwa negara dianggap sebagai negara maju jika jumlah pengusaha minimal 2% dari total penduduk. Pada tahun 2008, statistik menunjukkan hanya 0,18% populasi menjadi kami pengusaha (Kementerian Usaha Kecil dan Koperasi, 2008[23]). Ini berarti bahwa Indonesia masih kekurangan jumlah pengusaha.

Mahasiswa adalah sumber yang paling menjanjikan untuk kewirausahaan[18]. Oleh karena itu, mahasiswa adalah sumber ideal wirausaha baru, baik dari yang masih berkuliah atau yang baru saja lulus. Meskipun siswa merupakan sumber yang menjanjikan, fakta bahwa jumlah pengusaha di Indonesia

masih belum mencapai 2%, berarti bahwa lingkungan kita masih kurang pengusaha.

*Entrepreneurial intention* adalah prediktor terbaik untuk memprediksi minat seseorang untuk menjadi seorang pengusaha. Beberapa ahli telah sepakat dengan hal ini [16] Dua faktor yang paling penting untuk mempengaruhi *Entrepreneurial intention* adalah *perceived desirability* dan *perceived feasibility*.

### 1.2. Perumusan Masalah dan Tujuan

#### Penelitian

Penelitian ini mencoba untuk menggambarkan dan menjelaskan fenomena *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa, terutama mahasiswa *Double Degree*. *Perceived desirability* mengacu pada sejauh mana dia merasakan suatu daya tarik untuk menjadi seorang pengusaha [6]. Ini juga bisa diartikan sejauh mana individu memegang memberikan penilaian pribadi bisa positif atau negatif tentang menjadi seorang pengusaha dan norma sosial yang dirasakan, tekanan sosial yang dirasakan untuk tidak melakukan aktivitas kewirausahaan.

*Perceived feasibility* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menganggap diri mereka mampu melaksanakan perilaku tertentu [6]. Jika dibandingkan dengan pendapat Shapero, *perceived feasibility* dianggap sebagai variabel kontrol perilaku dalam *planned behavior theory* [26]. *Perceived feasibility* sebagai faktor non-motivasi untuk *entrepreneurial intention*. *Perceived feasibility* dan *perceived desirability* dalam banyak studi digunakan dalam mengukur *entrepreneurial intention* [4]

Dengan demikian permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana *perceived desirability* dan *perceived feasibility* mampu menjelaskan fenomena *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa program *Double Degree* Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menggambarkan tingkat *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa program *Double Degree* UMS.
2. Menggambarkan persepsi mahasiswa program *Double Degree* UMS terhadap *perceived desirability*.
3. Menggambarkan persepsi mahasiswa program *Double Degree* UMS terhadap *perceived feasibility*.
4. Menguji secara empirik dan menganalisis pengaruh *perceived desirability* terhadap *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa program *Double Degree* UMS.
5. Menguji secara empirik dan menganalisis pengaruh *perceived feasibility* terhadap niat *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa program *Double Degree* UMS.

### 1.3. Manfaat Penelitian

Dengan adanya data terkait *entrepreneurial intention* dan faktor-faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya yang berupa *perceived desirability* dan *perceived feasibility*, maka perguruan tinggi dapat berperan aktif dalam meningkatkan calon wirausaha baru melalui kebijakan yang bersifat akademik maupun non-akademik. Pendidikan kewirausahaan yang diikuti dengan penumbuhan nilai-nilai dan budaya kewirausahaan di lingkungan kampus akan efektif apabila perguruan memiliki data terkait dengan *entrepreneurial intention* dan faktor-faktor yang mendorong terbentuknya minat berwirausaha yang mungkin berasal dari persepsi diri mahasiswa terhadap kemampuannya dalam mengelola sebuah bisnis maupun kurangnya dukungan moral menjadi wirausaha yang berasal dari keluarga, teman maupun institusi perguruan tinggi itu sendiri. Dengan demikian penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pada UMS dalam rangka meningkatkan pertumbuhan wirausaha baru di kalangan mahasiswa melalui pemahaman yang baik

terkait *entrepreneurial intention*, *perceived desirability* dan *perceived feasibility*.

## 2. METODE

Pentingnya Kewirausahaan bagi Indonesia. Pada kondisi perekonomian Indonesia di era ini, Kewirausahaan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan untuk negara. Romer (1994) menyatakan bahwa kegiatan kewirausahaan dikenal sebagai sebuah mesin pertumbuhan ekonomi nasional jangka panjang. Kelley dkk (2010) menyatakan bahwa kewirausahaan menyediakan sumber pendapatan, ketika ekonomi tidak dapat menyuplai lapangan pekerjaan yang cukup atau alternatif pekerjaan lainnya untuk menghasilkan upah atau gaji, dan menyediakan nilai sosial yang positif pada tempatnya. Kewirausahaan adalah bagian penting bagi negara berkembang karena dapat membantu mengembangkan dan memberikan kontribusi penting bagi sebuah negara. Kewirausahaan adalah proses mengintegrasikan masyarakat, peluang dan sumber daya (Timmons & Spinelli, 2008). Masalah besar yang dihadapi pemerintah Indonesia adalah pengangguran. Masalah ini dapat dikurangi dengan menaikkan jumlah pengusaha.

Pada kenyataannya, universitas adalah tempat dimana pengetahuan baru diciptakan dan disebarluaskan. Dengan demikian universitas memberikan dan mengkonsolidasikan pondasi firma dan perusahaan baru. Mahasiswa adalah sumber kewirausahaan yang paling menjanjikan [30]. Sementara itu pada tahun 2008, statistik menunjukkan hanya 0,18% dari populasi kita yang menjadi pengusaha (*entrepreneur*) [23]. Para ahli percaya bahwa sebuah negara dianggap berkembang jika jumlah pengusahanya setidaknya 2% dari total populasinya. Meskipun mahasiswa adalah sumber yang menjanjikan, tetapi jumlah pengusaha di Indonesia masih belum

mencapai 2%. Ini berarti bahwa lingkungan kita masih kekurangan pengusaha-pengusaha baru.

Intensi dianggap sebagai prediktor perilaku tunggal yang paling baik [1]. Dapat juga dikatakan bahwa intensi adalah kemungkinan subjek individu untuk melakukan perilaku tertentu. Hal ini akan menjadi sesuatu yang penting bagi kebutuhan pemerintah untuk meningkatkan intensi kewirausahaan, sehingga jumlah pengusaha akan meningkat.

*Entrepreneurial intention* adalah keadaan pikiran yang mengarahkan dan membimbing tindakan individu terhadap pengembangan dan implementasi sebuah konsep bisnis baru [8]. Niat untuk melaksanakan perilaku tertentu (*intention*) dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor yang berbeda, seperti, kebutuhan, nilai-nilai, keinginan, kebiasaan dan keyakinan [5]. Selain itu niat melakukan perilaku tertentu akan tergantung pada sikap orang terhadap perilaku tersebut [1]. Para peneliti dibidang keperilakuan telah sepakat bahwa *intention* adalah prediktor terbaik dari perilaku. Niat untuk melaksanakan perilaku tertentu dapat diprediksi oleh sikap orang terhadap perilaku yang [25] yaitu, apakah kinerja perilaku ini dihargai positif atau negatif. Sikap-sikap ini menyatu dengan faktor situasional untuk mendorong atau menghambat pembentukan bisnis baru [9].

### 2.1. *Entrepreneurial intention*

*Entrepreneurial intention* adalah keadaan pikiran yang mengarahkan dan membimbing tindakan individu terhadap pengembangan dan implementasi sebuah konsep bisnis baru [8]. Niat untuk melaksanakan perilaku tertentu (*intention*) dibentuk dan dipengaruhi oleh faktor yang berbeda, seperti, kebutuhan, nilai-nilai, keinginan, kebiasaan dan keyakinan [5]. Selain itu niat melakukan perilaku tertentu akan tergantung pada sikap orang terhadap perilaku tersebut [1]. Para peneliti dibidang keperilakuan telah sepakat bahwa *intention*

adalah prediktor terbaik dari perilaku. Niat untuk melaksanakan perilaku tertentu dapat diprediksi oleh sikap orang terhadap perilaku yang [25], yaitu, apakah kinerja perilaku ini dihargai positif atau negatif. Sikap-sikap ini menyatu dengan faktor situasional untuk mendorong atau menghambat pembentukan bisnis baru.

Penggunaan Intention Model sangat berguna dalam menyusun program-program kewirausahaan kampus dan sekaligus menjadi dasar evaluasi keberhasilan [4]. Para pengajar mata kuliah kewirausahaan perlu memahami proses pembentukan *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa sebelum mereka mampu menetapkan peran kunci dari variabel-variabel yang mempengaruhi *entrepreneurial intention*. Dengan demikian para pengajar mampu mempengaruhi pencapaian *entrepreneurial intention* yang tinggi dan stabil dalam berbagai tahapan kewirausahaan yang dialami oleh mahasiswa. Selanjutnya dengan memahami motivasi dan *entrepreneurial intention*, para pengajar mata kuliah kewirausahaan akan mampu menyusun learning outcome yang benar dan kegiatan-kegiatan dalam setiap minggunya yang akan mengarah pada pencapaian learning outcome yang telah ditetapkan.

Penelitian terkait *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa sudah banyak dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya baik di dalam maupun luar negeri. Seperti yang dilakukan oleh Susetyo dan Lestari (2014) pada mahasiswa di beberapa universitas di Semarang. Sementara Linan & Rodriguez (2010) mengukur *entrepreneurial intention* di kalangan mahasiswa di Spanyol. Peneliti-peneliti lain adalah Kristiansen dan Indarti (2004), Matlay et al. (2013), Farashah (2015), Adekiya dan Ibrahim (2016)..

## 2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Entrepreneurial Intention*

Kelayakan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana orang menganggap mereka pribadi mampu melaksanakan perilaku tertentu. Kehadiran peran model, mentor atau mitra akan menjadi unsur yang menentukan dalam membangun tingkat kelayakan kewirausahaan individu. Selain itu, Di Krueger dan model Brazeal ini, kelayakan yang dirasakan dalam terminologi Shapero ini, sesuai dengan kontrol perilaku yang dirasakan dalam teori perilaku terencana, [26].

Keinginan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana dia merasa tertarik pada perilaku tertentu (untuk menjadi seorang pengusaha) [6] Daya tarik tumbuh dari pandangan atas konsekuensi personal pengalaman kewirausahaan, dan tingkat dukungan dari lingkungan (masyarakat, teman-teman dan keluarga) untuk mencerminkan dukungan dari orang di sekitarnya terhadap kewirausahaan (Shapero dan Sokol, 1982).

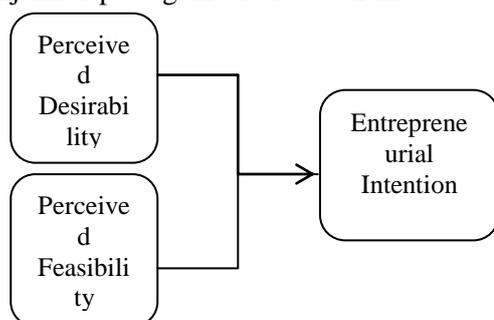
Bahwa kelayakan yang dirasakan dan keinginan yang dirasakan merupakan faktor utama dalam menjelaskan niat kewirausahaan, banyak penelitian lain juga telah menemukan hasil yang serupa [6] (Autio et al, 2001;. Kolvereid 1996; Krueger et al . 2000; linan dan Chen 2009; linan et al 2010;. Tkachev andKolvereid 1999). Oleh karena itu, mungkin cukup dikatakan bahwa mendorong kewirausahaan melalui pendidikan harus mempertimbangkan unsur-unsur ini. Penelitian ini juga menjelaskan keinginan yang dirasakan dalam hal sikap pribadi dan norma sosial yang dirasakan, sedangkan kelayakan yang dirasakan diamati dalam hal efikasi diri (*self-efficacy*).

Ada 3 faktor yang mempengaruhi niat kewirausahaan, diantaranya adalah keinginan yang dirasakan, kelayakan dirasakan dan kredibilitas [1]. Studinya mengadopsi konsep model milik Krueger

dan Brazeal, model Potensi Wirausaha yang menekankan konstruksi dari keinginan usaha yang dirasakan dan kelayakan usaha yang dirasakan, mengintegrasikan di dalam konseptualisasi konstruksi ini model *Entrepreneurial Event Model* dan Teori *Planned Behavior*. Dalam studinya, ia juga menyarankan dampak yang signifikan kredibilitas, kelayakan yang dirasakan dan keinginan yang dirasakan terhadap niat kewirausahaan.

### 2.3. Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual

Pengetahuan kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap niat kewirausahaan [6]. Keinginan yang dirasakan dan kelayakan yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap niat kewirausahaan. Di dalam penelitian ini mengadopsi model dari mereka. Namun, penelitian ini hanya membahas tiga variabel. Model yang digunakan dalam studi ini dapat ditunjukkan pada gambar di bawah ini:



- H1 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari keinginan yang dirasakan terhadap niat kewirausahaan.
- H2 : Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari kelayakan yang dirasakan terhadap niat kewirausahaan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kausal dengan menggunakan metode survei dalam proses pengumpulan

data. Data primer dikumpulkan dengan mendistribusikan langsung kuesioner. Metode analisis deskriptif dan statistik digunakan dalam penelitian ini. Populasi penelitian ini terdiri dari semua mahasiswa program Double Degree yang masih aktif per Januari 2017 di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini dengan kriteria mahasiswa double degree yang belum mengikuti mata kuliah kewirausahaan. Kriteria ini dipilih karena ingin melihat existing condition dari *entrepreneurial intention* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu *perceived desirability* dan *perceived feasibility* sebelum ada intervensi dari universitas yaitu pemberian mata kuliah kewirausahaan. Hal ini menjadi titik berangkat untuk penelitian berikutnya dengan sampel yang sama dimana pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap *entrepreneurial intention* akan diidentifikasi dan diuji. Sekaligus nantinya akan menjadi dasar evaluasi bagi efektivitas mata kuliah kewirausahaan dan juga ingin membuktikan pendapat dari Shapero and Sokol (1982) bahwa pendidikan akan mampu meningkatkan persepsi mahasiswa terhadap profesi wirausaha dan kelayakan menjadi seorang wirausaha.

Kuesioner menggunakan pertanyaan tertutup (*close-ended*) dengan skala 5 poin milik likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur perilaku, opini, dan persepsi seseorang atau sekelompok kondisi sosial atau fenomena (Sugiyono, 2009). Skala Likert diberikan dalam lima pilihan, pada skala satu sampai lima, dari sangat tidak setuju sangat setuju. Kuesioner juga mengungkapkan nama dari responden, jenis kelamin, usia, jurusan, tingkat orang tua studi, pendapatan dan pekerjaan orang tua responden.

Untuk mengukur kualitas kuesioner, uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk penelitian ini. t-test juga digunakan untuk menganalisis seberapa jauh pengaruh dari keinginan yang dirasakan dan kelayakan yang

dirasakan terhadap niat kewirausahaan. Uji F digunakan untuk menentukan apakah model bermakna atau tidak dalam menggambarkan variabel dependen. Akhirnya Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependen.

Mereka mengatur kuesioner menjadi dua bagian. Kuesioner yang dirancang untuk memperjelas efek pengetahuan kewirausahaan, keinginan yang dirasakan, dan kelayakan yang dirasakan dalam niat wirausaha. Namun demikian dalam penelitian ini, struktur kuesioner ini disorot sebagai berikut[6]:

1. Bagian 1 untuk mengklarifikasi elemen yang paling berpengaruh dalam membentuk keputusan individu untuk memulai suatu perusahaan.
2. Bagian 2 berisi informasi latar belakang peserta, seperti nama, usia, dan jenis kelamin responden.

Definisi variabel memberikan uraian yang lebih detail tentang masing-masing indikator pembentuk dan skala pengukuran tampak pada tabel di bawah ini

### 3.1. PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum Responden dan Deskripsi Data

Berdasarkan data dari responden, berikut adalah gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin, umur, tahun masuk, jurusan, pekerjaan orang tua, pendidikan terakhir orang tua serta pendapatan orang tua.

**Tabel 1.1** Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	24	73%
Perempuan	9	27%

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa responden laki-laki mencakup hampir tiga kali lipat dari responden perempuan.

**Tabel 1.2** gambaran umum responden berdasarkan program studi asal

Program Studi	Jumlah	Prosentase
Management	12	37%
Electrical	8	24%
Mesin	13	39%

Dari tabel di atas menunjukkan responden hampir merata di tiga jurusan.

**Tabel 1.3** Gambaran umum responden berdasarkan umur

Umur (tahun)	Jumlah	Prosentase
18	1	3%
19	20	60%
20	9	28%
23	1	3%
Tidak mengisi	2	6%

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden berumur 19 tahun.

**Tabel 1.4** Gambaran umum responden berdasarkan tahun angkatan

Angkatan (tahun)	Jumlah	Prosentase
2015	4	12%
2016	29	88%

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa responden sebagian besar berasal dari angkatan 2016.

**Tabel 1.5** Gambaran umum responden berdasarkan jumlah pendapatan orang tua

Range pendapatan	Jumlah	Prosentase
< 5 juta	9	27%
5 – 10 juta	11	33%
10 – 20 juta	6	19%
20 – 40 juta	4	12%
40 – 70 juta	3	9%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar orang tua responden berpenghasilan di atas 5 juta perbulan.

**Tabel 1.6** Gambaran umum responden berdasarkan pendidikan terakhir Ayah

Range Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	3	9.1%
SMA	9	27.3%
SMP	2	6.1%
D3	1	3.0%
S1	11	33.3%
S2	6	18.2%
S3	1	3.0%

**Tabel 1.7** Gambaran umum responden berdasarkan pendidikan terakhir Ibu

Range Pendidikan	Jumlah	Prosentase
SD	2	6.1%
SMA	8	24.2%
SMP	4	12.1%
D3	4	12.1%
S1	14	42.4%
S2	1	3.0%

### **Persepsi Responden terhadap Daya Tarik menjadi Pengusaha**

Dari analisis deskriptif dapat diketahui bahwa mahasiswa program double degree memiliki sikap yang positif terhadap profesi wirausaha. Hal itu ditunjukkan oleh nilai rata-rata jawaban yang lebih besar dari 4. Kondisi ini memberi harapan yang positif bagi profesi wirausaha dimana hal ini bertolak belakang dengan kondisi sebelum tahun 2009 dimana secara umum masyarakat Indonesia masih memiliki sikap yang kurang mendukung terhadap profesi wirausaha, seperti yang dikemukakan oleh Purwadi and Tantra (2007), Biro Pusat Statistik (2009) dan laporan APEC (2004). Selain itu kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat khususnya mahasiswa *Double Degree* UMS mulai melihat profesi wirausaha sebagai

profesi yang menarik karena perannya yang besar dalam perekonomian negara dan secara khusus mereka percaya bahwa profesi wirausaha akan mampu memberi mereka penghasilan yang lebih besar daripada profesi lain seperti karyawan atau guru. Temuan ini seakan membantah pendapat dari Whyte and Braun (1965) yang mengatakan bahwa di negara berkembang seorang pengusaha belum dianggap sebagai pahlawan bahkan kurang mendapat penghargaan yang cukup. Kondisi yang bertolak belakang ini tampaknya disebabkan oleh perkembangan arus informasi yang luar biasa dimana semua orang khususnya remaja bisa terpapar berita tentang hebatnya dan kerennya profesi wirausaha baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri.

### **Persepsi Responden terhadap bagaimana orang-orang terdekat mereka memandang profesi Wirausaha**

Dari analisis deskriptif dapat diketahui bahwa mahasiswa program Double Degree merasa orang-orang terdekat mereka (orang tua, teman dan kerabat) memberikan dukungan yang cukup besar untuk memilih karir sebagai wirausaha. Temuan ini membantah pendapat Whyte and Braun (1965) bahwanya di negara berkembang para orang tua dan kerabat cenderung tidak mendorong anak-anak dan saudara mereka untuk memilih karir sebagai wirausaha. Temuan ini menarik karena ternyata dukungan orang tua dan keluarga untuk menjadi seorang wirausaha dirasakan lebih tinggi dibandingkan dukungan yang berasal dari teman-teman mereka.

### **Persepsi Responden terhadap kemampuan mereka untuk memulai usaha**

Dari analisis deskriptif dapat diketahui bahwa mahasiswa internasional merasa kurang percaya diri terkait kemampuan mereka di berbagai aspek penting dalam memulai dan mengelola usaha. Temuan ini sejalan dengan pendapat Vesper (2004)

bahwa seorang pengusaha membutuhkan pengetahuan dan ketrampilan-ketrampilan memulai dan menjalankan bisnis yang meliputi *business-general knowledge, venture-general knowledge, opportunity-specific knowledge, and venture-specific knowledge*. Selain itu menurut Fisher, Graham and Compeau (2008) kombinasi dari *business-specific content* dengan *interpersonal/personal content* adalah strategi terbaik untuk membekali mahasiswa yang bercita-cita baik menjadi wirausaha maupun karyawan yang ingin bekerja di *entrepreneurial companies*. Namun demikian pentingnya teori dan nilai-nilai sosial dalam keberhasilan memulai dan menjalankan bisnis juga tidak boleh dianggap remeh. Dengan begitu pembekalan terkait pengetahuan tentang sejarah kewirausahaan dan kewirausahaan sosial wajib diberikan kepada mahasiswa yang memiliki semangat berwirausaha (Hindle, 2007).

#### **Persepsi Responden terhadap tekad mereka untuk memulai usaha dan menjadi wirausaha**

Dari analisis deskriptif dapat diketahui bahwa mahasiswa internasional memiliki minat dan tekad yang cukup kuat untuk menjadi wirausaha. Temuan ini mendukung pendapat Ducheneaut (2001) yang mengatakan bahwa motivasi menjadi seorang wirausaha mungkin telah mencul jauh sebelum mereka memasuki perguruan tinggi. Dengan demikian implikasi peran perguruan tinggi menjadi jelas yaitu mengidentifikasi dan membekali mahasiswa yang serius ingin menjadi wirausaha (Kent, 1990). Caranya menurut Ducheneaut (2001) adalah dengan memberikan pelatihan yang akan menumbuhkembangkan karakteristik kewirausahaan dan ketrampilan-ketrampilan teknis yang meningkatkan peluang mereka untuk sukses dalam bisnis yang mereka tekuni. Pendidikan kewirausahaan tampaknya menjadi strategi terbaik untuk

menindaklanjuti semangat kewirausahaan yang tinggi ini dengan menyediakan sebanyak mungkin role model baik dari dalam maupun luar kampus. Dengan seringnya mereka berinteraksi dengan role model kewirausahaan juga menjadi sarana network bagi pengembangan bisnis mereka. Pendidikan kewirausahaan yang diterapkan di perguruan tinggi juga seharusnya bercirikan *entrepreneurial learning* yang berbasis project dan pengalaman. Dengan demikian perlu adanya inovasi dalam hal pengajaran dan pembelajaran kewirausahaan dengan nilai-nilai moral dan spiritual sebagai pemagarnya. Hal ini selaras dengan pendapat Gibb (2002) bahwasanya aktivitas kewirausahaan harus sesuai dengan aturan dan norma-norma yang ada dalam masyarakat. Dengan demikian akan bisa dicegah kekhawatiran yang dikemukakan oleh Baumol dan Storm sebagai berikut:

“... *enterprising individuals who employ new approaches to rent-seeking, criminal, and other unproductive or even socially damaging activities. In addition, these are the entrepreneurs who seek to obtain a larger slice of the pie for themselves, rather than increasing the size of the pie for everyone.*” (Baumol and Storm, 2010, p.530)..

### **3.2. Hasil dan Analisis Data Uji Instrumen Penelitian**

#### **a. Uji Validitas**

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item konstruk dinyatakan memenuhi uji validitas. Semua item pertanyaan memiliki nilai sig di bawah 0.05, maka semua item pertanyaan dinyatakan valid

#### **b. Uji Reliabilitas**

Hasil uji reliabilitas untuk item-item pertanyaan dari variabel *perceived desirability* dan *perceived feasibility* dan *entrepreneurial intention* dapat diketahui bahwa semua koefisien alpha berada di atas 0,7, sehingga semua pertanyaan dikategorikan sebagai reliabel.

c. Uji Hipotesis Penelitian

Dari hasil analisis regresi linier berganda dengan bantuan program komputer SPSS 16.0 for windows diperoleh sebagai berikut.

Variable Independent	Variable Dependent: Entrepreneurial Intention				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.075	3.491		.308	.760
Perceived Desirability	.168	.062	.435	2.715	.011
Perceived Feasibility	.221	.099	.357	2.229	.033
R square			.501		
Standard Error of Estimation			2.85870		
Standard Deviation of Dependent Variable			3.91844		
F Test			15.061		
Significance F			0.000		

**Table 2.** Hasil analisis regresi linier ganda

**Pembahasan**

Dari Uji validitas, keseluruhan item-item pertanyaan dikatakan valid, sehingga untuk selanjutnya data dapat diolah dan dianalisis. Pada uji reliabilitas, semua variabel dinyatakan reliabel.

Dari uji t, dapat diambil kesimpulan bahwa kedua variabel independen (keinginan yang dirasakan dan kelayakan yang dirasakan) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap niat kewirausahaan.

Lebih lanjut, penjelasan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

**Hipotesis 1: ada pengaruh yang positif dan signifikan dari keinginan yang dirasakan (*Perceived desirability*) terhadap niat kewirausahaan.**

Temuan ini mendukung pendapat Ajzen (1991) bahwa niat melakukan perilaku tertentu akan tergantung pada sikap orang terhadap perilaku tersebut. Niat untuk melaksanakan perilaku tertentu dapat diprediksi oleh sikap orang terhadap perilaku (Santi dkk, 2017), yaitu apakah kinerja perilaku ini dihargai positif atau negatif. Dalam konteks penelitian ini, sikap-sikap ini menyatu dengan faktor situasional untuk mendorong atau menghambat pembentukan bisnis baru (Boyd & Vozikiz, 1994). Menurut Linan dan Rodriguez

(2011), keinginan yang dirasakan mengacu pada sejauh mana dia merasa tertarik pada perilaku tertentu, dalam hal ini menjadi seorang pengusaha. Daya tarik tumbuh dari pandangan atas konsekuensi personal pengalaman kewirausahaan, dan tingkat dukungan dari lingkungan (masyarakat, teman-teman dan keluarga) untuk mencerminkan dukungan dari orang di sekitarnya terhadap kewirausahaan (Shapero dan Sokol, 1982).

**Hipotesis 2: ada pengaruh yang positif dan signifikan dari kelayakan yang dirasakan (*Perceived Feasibility*) terhadap niat kewirausahaan.**

Secara khusus temuan ini mendukung The Entrepreneurial Potential Model yang diusulkan Krueger & Brazeal (1994). Selain itu temuan itu sejalan hasil penelitian G Mai Ngoc Khuong and Nguyen Huu An (2016) bahwasanya ketika responden merasa mereka memiliki kemampuan menjalankan bisnis yang baik maka semakin kuat keinginan mereka untuk memulai bisnis atau memilih profesi sebagai wirausaha. Dengan mengacu pada temuan tentang persepsi terhadap *perceived feasibility* di atas dimana mahasiswa Double Degree belum memiliki keyakinan yang tinggi terhadap kemampuan mereka mengelola bisnis, maka universitas memiliki tanggung jawab untuk membekali ketrampilan-ketrampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengelola bisnis dengan berhasil. Hal ini karena menurut Shapero and Sokol (1982) tinggi rendahnya persepsi terhadap kemampuan mengelola bisnis adalah sebagai hasil dari proses pendidikan dan pengajaran. Dalam ini menurut Vesper (2004), perlunya pendidikan khusus yaitu pendidikan kewirausahaan yang akan membekali mahasiswa untuk mampu dengan cepat mengenali peluang bisnis dan mengeksekusi dalam bentuk pendirian bisnis.

Namun demikian harus disadari bahwa faktor lingkungan ekonomi, politik dan

hukum menurut Veciana, Aponte and Urbano (2005) juga memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi masyarakat dalam hal ini mahasiswa Double Degree terhadap kemampuan mereka memulai dan mengelola bisnis hingga sukses. Dengan demikian upaya peningkatan *perceived feasibility* juga seharusnya menjadi tanggung jawab pemerintah.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel *Perceived desirability* dan *Perceived feasibility* terhadap *Entrepreneurial intention*. Sementara itu dari analisis deskriptif tentang persepsi responden *Perceived desirability* menunjukkan bahwa mahasiswa Double Degree UMS memiliki sikap yang positif terhadap profesi wirausaha. Selain itu mereka juga berkeyakinan akan memperoleh dukungan penuh dari orang tua dan kerabat jika mereka memutuskan untuk menekuni profesi wirausaha. Namun demikian dari sisi kelayakan untuk memulai dan memulai bisnis, mahasiswa Double Degree belum sepenuhnya yakin bahwa mereka memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk memulai bisnis dan mengelolanya hingga berhasil. Sementara dari hasil analisis deskriptif mengenai *Entrepreneurial Intention* menunjukkan bahwa mahasiswa Double Degree memiliki tekad yang cukup tinggi untuk memulai bisnis mereka sendiri dan memilih karir menjadi wirausaha.

##### Implikasi Teoritis Dan Praktis

1. Temuan ini mendukung pendapat Ajzen (1991) bahwa niat melakukan perilaku tertentu akan tergantung pada sikap orang terhadap perilaku tersebut. Secara khusus penelitian ini mendukung temuan dari peneliti-peneliti sebelumnya bahwa *Entrepreneurial intention* dipengaruhi oleh *Perceived desirability* dan *Perceived feasibility* (G Mai Ngoc Khuong and

Nguyen Huu An, 2016; Linan dan Rodriguez 2011; Krueger dkk 2000).

2. Temuan ini juga memperkuat pendekatan Sosiologi terkait pembentukan kewirausahaan, yang mana teori Sosiologi berkeyakinan bahwa nilai-nilai masyarakat dan individu serta sikap yang terbentuk terhadap aktivitas berwirausaha sangat berpengaruh terhadap proses kewirausahaan (Wickham, 2006).
3. Hasil penelitian ini memberi implikasi praktis berupa:
  - a. Pentingnya intervensi universitas yang berupa pendidikan kewirausahaan dalam rangka meningkatkan minat berwirausaha melalui bertambahnya dukungan masyarakat luas termasuk civitas akademika terhadap karir kewirausahaan dan meningkatnya kepercayaan diri mahasiswa dalam memulai bisnis dan mengelolanya hingga berhasil. Bagaimanapun harus diyakini bahwa pendidikan kewirausahaan merupakan cara yang efisien dan efektif untuk meningkatkan jumlah wirausaha yang dibutuhkan Indonesia (Matlay, 2006, 2009, 2011).
  - b. Pemerintah perlu mengambil peran yang lebih besar dalam mendukung gerakan menambah jumlah wirausaha secara umum maupun graduate entrepreneur khususnya melalui kestabilan ekonomi dan politik serta kejelasan dan peraturan dan hukum terkait pengelolaan bisnis. Karena bagaimanapun Menurut Veciana, Aponte and Urbano (2005), faktor-faktor lingkungan formal mempengaruhi *Perceived desirability* dan *Perceived feasibility* yang pada gilirannya akan mempengaruhi *Entrepreneurial intention*.

## Saran

Penelitian ini telah menghasilkan temuan-temuan yang berguna untuk mengetahui existing condition terkait intensi kewirausahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya menurut teori *Planned Behavior*. Dengan demikian perlu ada penelitian lanjutan terkait intensi kewirausahaan dengan variabel pendidikan kewirausahaan sebagai variabel mediating. Selain itu pendekatan yang digunakan untuk penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan longitudinal design atau experimental design yang akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif dari fenomena intensi kewirausahaan di kalangan mahasiswa *Double Degree UMS*..

## REFERENSI

- [1] Ajzen, I. *The theory of planned behaviour. Organisational Behaviour and Human Decision Processes*. 1991.50. p.179-211.
- [2] Dissanayake, D. The impact of *perceived desirability* and *perceived feasibility* on *entrepreneurial intention* among undergraduate students in Sri Lanka: An extended model. *The Kelaniya Journal of Management*.2013. 2 (1): 39-57.
- [3] Fayolle, A. And Gailly, B. From craft to science: *Teaching models and learning processes in entrepreneurship education. Journal of European Industrial Training*. 2008. 32 (7). pp.569-593
- [4] Krueger, N. F. And Carsrud, A. L. *Competing Models of Entrepreneurial intentions. Journal of Business Venturing*. 2000. 15: 411-432.
- [5] Lee, L. And Wong, P. K. *Entrepreneurship education: A compendium of related issues. NUS Entrepreneurship Centre. Working Paper*.2005.
- [6] Linan, F., Rodriguez-Cohard, J.C And Rueda-Cantuche, J.M. *Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. International Entrepreneurship and Management Journal*, 2011. 7(2), 195-218.
- [7] Matlay, H. Entrepreneurship education in the UK: A critical analysis of stakeholder involvement and expectations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 16 (2). 2009.pp.183-210.
- [8] Bird, B *Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention*. *Academy of Management Review*. 1998. 13 (3) pp.442-453.
- [9] Boyd, N And Vozikiz. *The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. Entrepreneurship Theory and Practice*;1994. 18: 63-77
- [10] Daquila, T. C.*The economies of South east Asia: Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore and Thailand*. New York: Noval Science Publishers, Inc.2005
- [11] Ducheneaut, B. *Entrepreneurship and higher education from real-life context to pedagogical challenge*. In BROCHAUS, R. H., HILLS, G. E. And WELSCH, H. P. (eds.), *Entrepreneurship Education: A Global View*. Aldershot: Asghate Publishing Ltd.2001
- [12] Fisher, S. L., Graham, M. E., And Compeau, M. Starting from scratch: Understanding the learning outcomes of undergraduate entrepreneurship education. In Harrison, R.T. And Leitch, C.M. (eds.). *Entrepreneurial Learning: Conceptual Frameworks and Applications*. London: Routledge. 2008.
- [13] Hindle, K. *Teaching entrepreneurship at university: From the wrong building to the right philosophy. In Fayolle, A. (ed.). Handbook of Research in Entrepreneurship Education*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.2007.
- [14] Kelley, Donna J. *Global Entrepreneurship Monitor Special Report: A global perspective on entrepreneurship education and training*.2010.
- [15] Kent, C. A. *Entrepreneurship education at collegiate level: A synopsis and evaluation*.

- In KENT, C. A. (ed.). *Entrepreneurship Education*. Westport, CT: Quorum Books.1990
- [16] Matlay, H. *Researching entrepreneurship and education: Part 1: What is entrepreneurship and does it matter? Education and Training*. 47 (8/9). 2005. pp.665-677
- [17] Matlay, H. *Researching entrepreneurship and education: Part 2: What is entrepreneurship and does it matter? Education and Training*. 48 (8/9). 2006. pp.704-718.
- [18] Matlay, H. (2011) The influence of stakeholders on developing enterprising graduates in UK HEIs. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. 17 (2). pp.166-182.
- [19] Mai Ngoc Khuong and Nguyen Huu An (2016) The Factors Affecting *Entrepreneurial intention* the Students of Vietnam National University — A Mediation
- [20] Analysis of Perception toward Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 4, No. 2, February 2016
- [21] Purwadi, A. And Tantra, D. K. The Role of Indonesian University in Community Development. 11th UNESCO-APEID Conference. *Reinventing Higher Education: Toward Participatory and Sustainable Development*. Bangkok, Thailand, 12-14 December 2007. Available from: <http://209.85.229.132/search>. (Accessed 12 December 2009).
- [22] Romer, P. (1994) The origins of endogenous growth. *Journal Economic perspectives*, 8(1), 3-22
- [23] Sembiring, I., Sandjaja, I. A. And Antonio, T. (2011) *Ciputra's Way in Shaping Entrepreneurship Spirit in Indonesia: Best Practice of Entrepreneurship Education Programme in Universitas Ciputra Surabaya*. Paper presented in 15th UNESCO-APEID International Conference, Inspiring education: Creativity and entrepreneurship. Jakarta 6-8 December.
- [24] Shapero, A. And Sokol, L. Some social dimensions of entrepreneurship. In KENT, C.A. (ed.). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.1982.
- [25] Shanti, R., Hamzah, A. And Rahmawati, T. *Pengaruh Efikasi Diri, Norma Subyektif, Sikap berperilaku, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Intensi Berwirausaha*. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*.2007. 1 (1): 63-74
- [26] Singh, I., T. Prasad And R.D. Raut (2012) *Entrepreneurial Intent- A review of literature*. *Proceedings of the Ninth AIMS International Conference on Management*, Maharashtra, India.
- [27] Statistics indonesia. 2009. *Population 15 Years of Age and Over By Main Employment Status 2004, 2005, 2006, 2007 and 2008*. Available from: <http://www.bps.go.id/sector/employ/table3.shtml>. (Accessed 25 February 2009).
- [28] Sugiyono (2009) *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta: Bandung
- [29] Timmons, J And Spinelli, S (2008) *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill Education.
- [30] Veciana, J. M., Aponte, M. And Urbano, D. (2005) University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 1. pp.165-182.
- [31] Vesper, K. H. *Unfinished business (entrepreneurship) of the twentieth century*. In Welsch, H. P. (Ed.). *Entrepreneurship The Way Ahead*. London: Routledge.2004.
- [32] Whyte, W. F. And Braun, R. R. *Heroes, homework and industrial growth*. *Columbia Journal of World Business*, 1 (2).1965. pp.51-57.
- [33] Wickham, P. A. *Strategic entrepreneurship*. Essex: Pearson Education Limited.2006.
- [34] Apec (Asia-Pacific Economic Cooperation) (2004) *Indonesia Experience on*

Entrepreneurship Development: on the perspective of regulation. Small and Medium Enterprise Working Group, Canada, 2004/SMEWG/006. Available from [http://209.85.229.132/search q=cache:9\\_vtzADGmRkJ:www.apec.org/apec/documents\\_reports/small\\_medium\\_enterprises\\_working\\_group/2004](http://209.85.229.132/search?q=cache:9_vtzADGmRkJ:www.apec.org/apec/documents_reports/small_medium_enterprises_working_group/2004)

.MedialibDownload.v1.html%3Furl%3D/etc/medialib/apec\_media\_library/downloads/workinggroups/smewg/mtg/2004/pdf.Par.0006.File.v1.1+%22Indonesia+entrepreneurship+education+and+training%22&cd=10&hl=en&ct=clnk&gl=uk. (Accessed 20 March 2009).

