

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT MAHASISWA BERWIRAUSAHA START UP

¹Gusmia Arianti, ²Yoedo Shambodo, ³Wildan Hakim, ⁴Alifa Aulia

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Al Azhar Indonesia,
Jl. Sisingamangaraja, Kebayoran Baru, Jakarta 12110

¹gusmia.arianti@uai.ac.id, ²yoedo.shambodo@uai.ac.id, ³wildan.hakim@uai.ac.id
⁴alifaaulia404@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mengalami masalah kemiskinan serta pengangguran. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak ekonomi di Indonesia. UMKM bukan hanya memberikan keuntungan bagi pemilik usahanya tetapi juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat. UMKM memberikan ruang untuk peningkatan perekonomian masyarakat yang salah satunya dilakukan dengan berwirausaha. Menumbuhkan jiwa wirausaha dikalangan generasi muda merupakan hal krusial mengingat tingginya angka pengangguran dan pencari kerja serta dalam rangka mendukung program pemerintah yang mencanangkan 1000 lapangan pekerjaan bagi angkatan kerja dimasa usia produktif. Penelitian ini berusaha mengisi celah dari penelitian-penelitian sebelumnya dengan membahas komunikasi intrapersonal wirausaha muda, khususnya wirausaha yang berbasis digital yang memanfaatkan transformasi digital untuk mendukung usahanya. Urgensi dari penelitian adalah melihat sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku dalam diri seseorang untuk berniat melakukan wirausaha. Niat berwirausaha merupakan suatu proses pencarian informasi untuk mencapai tujuan usaha. Semakin besar niat berwirausaha seseorang maka semakin besar kemungkinan untuk mencapai tujuan usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis besaran tingkat niat berwirausaha menggunakan Teori Perilaku Ajzen yang terdiri dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memberikan prngaruh terhadap niat. Fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat berwirausaha bagi wirausaha muda.

Keywords: *Digital Entepreneurship*; Komunikasi Intrapersonal; Niat; Wirausaha Muda

ABSTRACT

Indonesia is a developing country that experiences problems of poverty and unemployment. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) are the driving force of the economy in Indonesia. UMKM not only provide profits for business owners but also open up job opportunities for the community. UMKM provides space for improving the community's economy, one of which is done through entrepreneurship. Fostering an entrepreneurial spirit among the younger generation is crucial considering the high unemployment and job seeker rates and supporting the government's program that proclaims 1000 jobs for the workforce in the productive age period. This research seeks to fill the gaps in previous studies by discussing the intrapersonal communication of young entrepreneurs, especially digital-based entrepreneurs who utilize digital transformation to support their businesses. The urgency of the research is to look at attitudes, subjective norms, and behavioral control within a person who intends to undertake entrepreneurship. Entrepreneurial intention is a process of searching for information to achieve business goals. The greater a person's entrepreneurial intention, the greater the possibility of achieving his business goals. This

study aims to analyze the level of entrepreneurial intention using Ajzen's Behavioral Theory which consists of attitudes toward behavior, subjective norms, and perceptions of behavioral control influencing intentions. The focus of the research is to analyze the influence of attitudes, subjective norms, and perceptions of behavioral control on entrepreneurial intentions for young entrepreneurs.

Keywords: Digital Entrepreneurship; Intrapersonal Communication; Intention; Young Entrepreneur

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang mengalami masalah kemiskinan serta pengangguran. Pemerintah menargetkan 30 juta UMKM digitalisasi hingga 2024 (Kemenkopukm, 2021). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penggerak ekonomi di Indonesia. UMKM bukan hanya memberikan keuntungan bagi pemilik usahanya tetapi juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat (Yasmin, 2018). UMKM memberikan ruang untuk peningkatan perekonomian masyarakat dengan berwirausaha memanfaatkan perkembangan teknologi.

Perkembangan teknologi informasi membantu menjangkau pelanggan dan memberikan layanan yang terbaik, hal ini merupakan peluang bagi wirausaha untuk dapat meningkatkan profit usahanya. Perkembangan TI sebagian besar dimanfaatkan oleh generasi muda untuk menjalankan usahanya karena mereka dapat mengikuti tren dan mudah adaptasi terhadap perubahan teknologi, selain itu mereka dapat menjalankan bisnis dengan sumber daya yang banyak dan berbiaya rendah.

Saat ini berkembang kewirausahaan berbasis digital atau *digital entrepreneurship* yang merupakan suatu peluang seseorang dapat membuka usaha baru menggunakan *platform digital* untuk meningkatkan bisnis dengan strategi bertahan dalam segala situasi dan kondisi. Dalam menjalankan usaha dibutuhkan jiwa wirausaha yang menciptakan kemandirian untuk mencari sumber penghasilan dengan membuka usaha ataupun menyalurkan kreatifitas yang dimiliki. Menumbuhkan jiwa wirausaha dikalangan generasi muda merupakan hal krusial mengingat tingginya angka pengangguran dan dalam rangka mendukung program pemerintah yang mencanangkan 1000 lapangan pekerjaan bagi angkatan kerja dimasa usia produktif (Perwita, 2021).

Digital entrepreneurship pada media sosial merupakan salah satu penunjang pada aspek pemasaran yang dimanfaatkan oleh para pelaku usaha, jadikan media sosial sebagai penghasil uang bukan penghabis uang. Manfaat dari media sosial untuk berbisnis ialah memudahkan cara pemasaran. Selain didukung oleh media sosial, dalam pelaksanaan *digital*

entrepreneurship juga ditemukan beberapa sikap yang mendukung, seperti: kreativitas, pandai berinovasi, percaya diri, berani mengambil resiko, berorientasi ke masa depan atas semua kebijakan atau keputusan yang diambilnya (Wijaya & Mada, 2008).

Penelitian berusaha mengisi celah dari penelitian sebelumnya yang membahas komunikasi intrapersonal wirausaha muda yang berbasis digital dengan memanfaatkan transformasi digital untuk mendukung usahanya. Penelitian sebelumnya membahas peran teknologi digital dalam mendukung wirausaha atau UMKM yang ada. Belum melihat sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku dalam diri seseorang untuk berniat melakukan wirausaha.

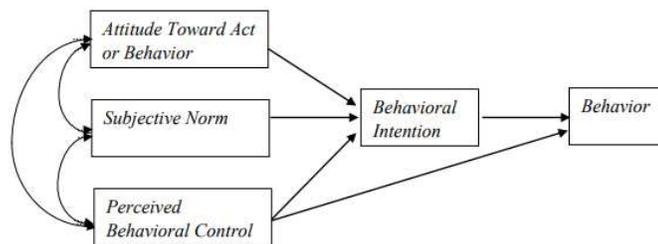
Niat menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba dan upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukannya (Ferreira et al., 2012). Untuk melihat seberapa besar tingkat niat berwirausaha, menarik untuk menggunakan Teori Perilaku Ajzen (Turker & Selcuk, 2009). Variabel pertama yaitu norma subyektif yang merupakan dukungan dari orang sekitar, semisal keluarga, teman dan pengajar. Kemudian sikap berwirausaha yaitu keinginan seseorang dalam menjalankan perilaku tersebut. Ketiga adalah persepsi kontrol perilaku, keyakinan seseorang akan kemampuannya sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat wirausaha muda dengan mengacu pada model teori perilaku terencana Ajzen.

Penelitian terdahulu membahas faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha mahasiswa yaitu pendidikan dan struktural (Liñán et al., 2011). Penelitian lain menganalisis faktor yang mempengaruhi tingkat niat berwirausaha dengan melihat peran pendidikan untuk mempromosikan dan mengembangkan sikap dan niat terhadap kewirausahaan. EIQ dapat digunakan sebagai instrumen evaluasi program pendidikan kewirausahaan (Fatoki, 2010).

Salah satu contoh kewirausahaan siswa menunjukkan bahwa niat kewirausahaan siswa di Afrika Selatan sangat lemah. Lima motivator niat berwirausaha, yaitu lapangan kerja, otonomi, kreativitas, ekonomi dan permodalan. Hambatan untuk niat kewirausahaan lulusan Afrika Selatan adalah modal, keterampilan, dukungan, risiko, ekonomi, dan kejahatan (Fishbein & Ajzen, 1975).

Penelitian memiliki kesamaan yaitu niat berwirausaha namun penelitian akan menggunakan model perilaku terencana dan dari sisi ilmu komunikasi untuk melihat adanya pengaruh terhadap niat berwirausaha muda. Selain itu penelitian ini juga melihat penggunaan teknologi untuk berwirausaha berbasis digital atau *digital entrepreneurship*.

Theory of planned behavior merupakan teori yang dikembangkan oleh Ajzen dengan fokus utama intensi individu untuk melakukan perilaku tertentu dengan dua faktor penentu yaitu sikap pribadi dan norma subjektif. Sikap merupakan evaluasi positif atau negatif individu terhadap perilaku tertentu. Sedangkan norma subjektif adalah persepsi seseorang terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Pada *theory of planned behavior* Ajzen menambahkan satu faktor yang menentukan intensi yaitu *perceived behavioral control* yang merupakan persepsi individu terhadap kontrol yang dimilikinya sehubungan dengan perilaku tertentu (Ajzen, 2005).



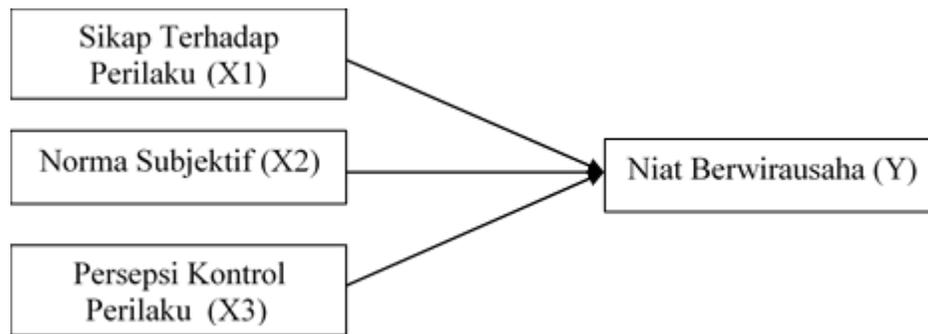
Gambar 1. Model Theory Planned Behavior

Niat merupakan probabilitas subjektif yang dimiliki seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Niat akan tetap menjadi kecenderungan berperilaku sampai pada saat yang tepat ada usaha sikap terhadap perilaku, norma subjektif, *perceived behavioral control*, niat perilaku yang dilakukan untuk mengubah niat tersebut menjadi sebuah perilaku. Sikap merupakan suatu disposisi untuk merespon secara positif atau negatif suatu perilaku (Ajzen, 2005).

Norma Subjektif yaitu belief mengenai kesetujuan dan atau ketidaksetujuan yang berasal dari referen atau orang dan kelompok yang berpengaruh bagi individu (significant others) seperti orang tua, pasangan, teman dekat, rekan kerja atau lainnya terhadap suatu perilaku. Persepsi kontrol atas perilaku yaitu belief individu mengenai ada atau tidak

adanya faktor yang mendukung atau menghalangi individu untuk memunculkan sebuah perilaku (Ajzen, 2005).

Niat berwirausaha menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba dan upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukannya. Niat berwirausaha merupakan suatu proses pencarian informasi untuk mencapai tujuan usaha (Ajzen, 2005). Untuk melihat seberapa besar tingkat niat berwirausaha, menarik untuk menggunakan Teori Perilaku Ajzen yang terdiri dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memberikan pengaruh terhadap niat.



Gambar 2 Kerangka pemikiran penelitian

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah perencanaan mendetail yang digunakan sebagai panduan untuk mencapai tujuan penelitian. Penelitian didesain sebagai penelitian survei deskriptif eksplanatori yang bersifat korelasional dan pengaruh. Metode survei merupakan metode yang mengambil sampel dari satu kelompok populasi dan menggunakan kuesioner yang terstruktur sebagai alat pengumpulan data yang pokok untuk mendapatkan informasi yang spesifik. Fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat berwirausaha.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif berwirausaha di beberapa universitas di DKI Jakarta. Jumlah responden yang diambil sebagai sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebanyak 100 responden yang menjadi wirausaha terutama yang dibidang teknologi digital.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah purposive sampling dengan menetapkan kriteria, adalah mahasiswa aktif beberapa universitas di DKI Jakarta yaitu Universitas Al Azhar Indonesia, Universitas Bina Nusantara,

Universitas Paramadina, LSPR dan Universitas Moestopo Beragama dan merupakan mahasiswa yang memiliki usaha (wirausaha) baik kelompok maupun individu.

Data yang digunakan pada penelitian adalah data primer dan data sekunder baik secara deskriptif dan kuantitatif. Data primer berasal dari isi pesan yang diteliti, berupa pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat mahasiswa berwirausaha. yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner. Responden yang dipilih adalah 100 mahasiswa Universitas Al Azhar Indonesia, Universitas Bina Nusantara, Universitas Paramadina, LSPR dan Universitas Moestopo Beragama dengan pembagian 20 mahasiswa yang berwirausaha pada setiap perguruan tinggi. Data primer dalam penelitian digunakan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat mahasiswa berwirausaha. Data sekunder diperoleh melalui penelusuran dokumentasi referensi atau kepustakaan melalui buku, literatur, internet dan tulisan-tulisan ilmiah yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitian. Data sekunder merupakan data yang digunakan untuk melengkapi dan mendukung data-data primer yaitu data yang didapat dari literatur dan instansi terkait.

Instrumentasi merupakan proses penyusunan instrumen yang digunakan sebagai alat ukur dalam suatu penelitian. Instrumen yang digunakan pada penelitian ini berupa kuesioner yang berisi daftar pertanyaan dan pernyataan yang berhubungan dengan peubah-peubah penelitian. Instrumen penelitian sangat menentukan kualitas data yang dikumpulkan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian meliputi sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku serta niat berwirausaha.

Hasil perolehan data dari lapangan dilakukan pembersihan data (*cleaning data*), dikoding dan ditabulasikan dengan menggunakan *Microsoft Excel 2010*. Hasil tabulasi data, akan diolah menggunakan *software* SPSS versi 19.0. Analisis data pada pendekatan penelitian kuantitatif, menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang disajikan dalam bentuk tabel, bagan dan uraian. Pengujian dengan menggunakan regresi linier digunakan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap niat mahasiswa berwirausaha. Selain itu, peneliti juga akan menggunakan *software* Smart PLS untuk menguji apakah model dari teori perilaku terencana dapat diaplikasikan dalam niat wirausaha muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan kepada mahasiswa aktif Universitas Al Azhar Indonesia, Universitas Bina Nusantara, Universitas Paramadina, LSPR dan Universitas Moestopo Beragama yang melakukan wirausaha selama masa perkuliahan. Responden dalam penelitian ini tersebar dari beberapa Prodi. Jenis usaha yang dilakoni mahasiswa sebagian besar (55%) adalah pada bidang makanan. Beberapa mahasiswa menjalankan usaha yang bergerak dibidang makanan salah satunya olahan pisang yang awalnya hanya dilakukan secara home industry, hingga saat ini usaha sudah memiliki beberapa outlet yang berada di wilayah Jabodetabek. Mahasiswa sebagian besar memulai usaha pada usia 19 tahun, yang dilakukan pada saat masuk bangku perkuliahan.

Pada Teori Perilaku Berencana, intensi individu mempertimbangkan tiga dimensi, yaitu sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku. Intensi merupakan prediktor yang kuat atau anteseden langsung untuk perilaku (Ajzen, 1991). Dengan perkataan lain, intensi wirausaha merupakan prediktor yang kuat untuk perilaku kewirausahaan. Intensi dapat digunakan untuk meramalkan seberapa kuat keinginan individu, dan seberapa banyak usaha yang dilakukannya untuk menampilkan suatu perilaku. Menurut Zimmerman & Scarborough intensi yang kuat adalah hal utama yang sangat dibutuhkan untuk aktivitas berwirausaha. Intensi akan membawa individu pada seberapa besar dan seberapa kuat usaha untuk mewujudkannya (Zampetakis, 2008).

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana yang dilakukan untuk diperoleh hasil pengujian variabel sikap terhadap niat (Intensi) memiliki pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap intensi wirausaha mahasiswa, dengan demikian Hipotesis satu DITERIMA. Hipotesis dua menyatakan, norma subjektif memiliki pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap intensi tidak dukung/ DITOLAK, sama halnya dengan kendali perilaku. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif, dan kendali perilaku secara bersama-sama memiliki pengaruh, positif dan signifikan terhadap intensi wirausaha kecil agribisnis adalah DITOLAK (nilai-fhitung < Nilai-ftabel).

Tabel 1 Hasil analisis regresi pengaruh sikap terhadap perilaku terhadap niat mahasiswa berwirausaha

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.229a	.053	.000	.39404

a. Predictors: (Constant), Sikap terhadap perilaku

Hasil penelitian dari analisis regresi diketahui, sikap signifikan mempengaruhi intensi sebesar 5,3 persen. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan variabel sikap, akan meningkatkan 5,3 persen perubahan pada niat, dengan asumsi pengaruh yang lain tetap (*ceteris paribus*). Sikap terhadap perilaku berwirausaha mahasiswa ditentukan oleh indikator bekerja keras, kejujuran, pantang menyerah dan menjadi kreatif dan inovatif serta rajin berdoa.

Menurut Ajzen sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*) merupakan evaluasi positif atau negatif individu sebagai perwujudan ketertarikan terhadap perilaku tertentu. Sikap terhadap perilaku ditentukan oleh kepercayaan/ keyakinan dan evaluasi terhadap konsekuensi dari suatu perilaku, disebut juga keyakinan berperilaku (*behavioral beliefs*) (Ajzen, 1991). Dengan demikian, sikap terhadap perilaku refleksi oleh dua determinan, yaitu keyakinan konsekuensi perilaku dan evaluasi terhadap konsekuensi perilaku. Dengan perkataan lain, sikap merupakan fungsi dari keyakinan terhadap perilaku yang akan dilaksanakan.

Menurut Mulyana, sikap adalah keyakinan/ kepercayaan dan nilai yang dianut dan mempengaruhi perilaku secara berulang-ulang (Mulyana, 2008). Dijelaskannya bahwa, kepercayaan bersifat kognitif, sedangkan nilai bersifat evaluatif. Kepercayaan merujuk pada pandangan bahwa sesuatu memiliki ciri-ciri atau kualitas tertentu, terlepas apakah hal itu logis atau tidak. Nilai merujuk pada kepercayaan yang relatif bertahan lama akan suatu benda, tindakan, peristiwa dan fenomena berdasarkan kriteria tertentu.

Keyakinan konsekuensi perilaku dapat diungkapkan dengan cara menghubungkan suatu perilaku atau perilaku yang diprediksi, dengan berbagai manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh, apabila melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Evaluasi konsekuensi perilaku adalah konsekuensi logis yang akan didapat dari perilaku tertentu.

Apabila dengan berperilaku tertentu individu yakin bahwa, akan menghasilkan konsekuensi positif baginya, maka individu tersebut akan menganggap bahwa perilaku tersebut adalah sesuatu yang positif baginya (menyenangkan, menguntungkan atau baik), demikian juga sebaliknya. Dengan demikian, apabila berdasarkan evaluasi konsekuensi suatu perilaku dinilai dapat memberikan keuntungan, maka sikapnya akan meningkat.

Berdasarkan hasil analisis univariat untuk variabel sikap terhadap perilaku, terdapat beberapa indikator yang menggambarkan bahwa sikap dalam berwirausaha terlihat pada keinginan untuk bekerja keras, menjadikan wirausahawan untuk selalu menjunjung tinggi kejujuran, menjadi individu yang pantang menyerah dan menjadi kreatif dan inovatif serta mendorong wirausahawan untuk rajin berdoa. Hal ini menunjukkan bahwa menjadi wirausaha dapat mendorong individu untuk melakukan sesuatu secara berulang-ulang. Evaluasi konsekuensi perilaku menjadikan wirausahawan dapat menghargai waktu, mampu bekerja keras, menghargai informasi, kejujuran, tidak mudah menyerah, mengembangkan kepemimpinan dan rajin berdoa.

Bekerja keras menurut penilaian para wirausaha merupakan faktor konsekuensi penting dari berwirausaha. Aktivitas usaha yang dilakukan mahasiswa biasanya sangat membutuhkan semangat, perhatian, waktu dan tenaga yang relatif besar. Wirausaha harus senantiasa bekerja keras untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Pada umumnya, usaha mahasiswa adalah usaha keluarga, sehingga banyak aktivitas mengandalkan kinerja seluruh anggota keluarga, kalau harus serba mengandalkan tenaga kerja dari luar keluarga, selain meningkatkan biaya juga kontrol kualitas dapat terganggu. Mahasiswa selalu bekerja dengan tidak mengenal lelah, tujuh hari dalam seminggu. Mereka berupaya untuk mengerjakan hal-hal yang dapat menjaga kelangsungan dan meningkatkan keberhasilan usahanya. Mereka selalu belajar dan berlatih sepanjang hidup.

Mahasiswa yang berwirausaha sangat membutuhkan banyak informasi dari luar, tidak cukup hanya mengandalkan pengalaman dari anggota keluarga. Mereka menyadari usaha yang dilakoni banyak berkaitan dengan selera konsumen yang cenderung semakin meningkat, baik karena faktor pendidikan, perbaikan penghasilan maupun akses informasi yang semakin mudah dilakukan. Dengan demikian, para wirausaha sangat menghargai informasi yang berkaitan dengan kemajuan usahanya.

Sikap individu dibentuk oleh informasi yang diperolehnya (*the attitudes of the individual are shaped by the information to which he is exposed*). Informasi tambahan yang positif tentang sikap yang telah diambil akan memperkuat sikap tersebut, sedangkan jika memperoleh informasi yang negatif akan memperlemah sikapnya. Kekeliruan mungkin terjadi pada sikap, jika informasi yang dimiliki kurang cukup. Informasi yang diperoleh seorang atau sekelompok orang, dapat membentuk atau menentukan sikap seseorang atau sekelompok orang. Informasi tersebut hendaknya berhubungan dengan sikap-sikap lain. Informasi baru sering membentuk sikap, bila terdapat kesesuaian dengan sikap yang sudah ada. Peran media sosial menjadi penting dalam mendapatkan informasi bagi mahasiswa dalam menjalankan usahanya, seperti penggunaan Instagram dan Tiktok. Selain itu mereka juga bergabung dalam kelompok-kelompok wirausaha, salah satunya Tajeer, yang merupakan inkubator bisnis yang dikembangkan oleh UAI.

Afiliasi kelompok dari individu membantu menentukan pembentukan sikap (*the group affiliations of the individual help determine the formation of his attitudes*). Sikap individu cenderung mencerminkan kepercayaan kelompok (*group beliefs*), nilai-nilai kelompok (*group values*) dan norma-norma kelompok (*group norms*).

Setiap anggota dari kelompok bersifat saling mempengaruhi. Oleh karenanya, anggota-anggota kelompok cenderung memiliki sikap yang sejenis, antara lain dalam kepercayaan tentang objek, manusia, kejadian-kejadian, atau persoalan-persoalan. Sikap yang ditimbulkan karena afiliasi kelompok cenderung tetap dalam waktu yang cukup lama. Hal ini terjadi karena adanya saling menjaga keterikatan setiap anggota pada kepercayaan kelompoknya.

Mahasiswa yang berwirausaha menilai faktor kejujuran merupakan sikap yang penting dalam mengelola usaha. Mereka berpendapat dengan bersikap jujur, baik terhadap diri sendiri dan keluarga maupun kepada relasi usaha, dapat membantu menjaga kelangsungan usahanya, bahkan bisa meningkatkan hasil usaha. Hubungan dengan pelanggan sangat dijaga untuk kelangsungan dan kemajuan usaha mereka. Hal yang menarik dari faktor kejujuran, adalah adanya kecenderungan para pelanggan mendapat informasi lebih dari para wirausaha tentang produk yang dijual kepada mereka. Hal ini dikarenakan kemampuan wirausaha dalam penggunaan teknologi komunikasi, sehingga dapat memanfaatkan perkembangan tersebut untuk mendukung usaha mereka. Kejujuran

dalam proses komunikasi antara wirausaha dengan para pelanggannya sangat dibutuhkan, karena komunikasi pada dasarnya bersifat transaksional. Pribadi-pribadi yang jujur cenderung lebih mampu menampilkan pesan-pesan non verbal yang lebih menarik, sehingga lebih disukai konsumen.

Para wirausaha memiliki penilai tentang pentingnya sikap kreatif- inovatif dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan usaha mereka. Terutama saat ini banyak sekali usaha-usaha kreatif yang menjamur dan dapat diakses dengan mudah melalui media sosial. Para mahasiswa meyakini bahwa setiap saat mereka harus mengasah kreatifitas dalam mendesain produk maupun pemasarannya. Para wirausaha harus meningkatkan kualitas, serta kreatif-inovatif untuk mendapatkan hasil yang lebih tinggi dan mengembangkan pasar.

Rajin berdoa merupakan sikap yang harus dimiliki oleh para mahasiswa yang berwirausaha. Berdoa merupakan perwujudan adanya ketergantungan orang-orang yang beriman terhadap Tuhannya. Berdoa juga merupakan bentuk kepasrahan manusia setelah berusaha semaksimal mungkin. Berdoa bisa menimbulkan jiwa optimisme karena mampu menimbulkan kesadaran dan semangat untuk melihat masa depan. Selanjutnya dikatakan bahwa, Tuhan menjamin untuk mengabulkan setiap doa orang-orang yang beriman, sebagaimana yang tertulis dalam kitab suci Al-Quran surat Al Mu'min ayat 60. Tentang cara-cara berdoa yang terbaik dijelaskan dalam Firman Allah pada surat al-Araaf ayat 55-56.

Ilmu komunikasi memandang berdoa sebagai bagian dari komunikasi transedental, yaitu berkomunikasi dengan yang sesuatu abstrak atau diyakini keberadaannya, meskipun tidak dapat dilihat atau tidak bisa diraba. Keberadaan Tuhan merupakan keyakinan dan bentuk keimanan, sehingga berdoa adalah bagian dari ibadah kepada Tuhan.

SIMPULAN

Analisis sikap, norma subjektif dan kendali perilaku secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap intensi mahasiswa dalam berwirausaha. Sikap mempunyai pengaruh langsung, positif dan signifikan terhadap intensi mahasiswa berwirausaha sebesar 5,3%. Sedangkan norma subjektif dan kendali perilaku tidak memberikan kontribusi pengaruh terhadap intensi mahasiswa berwirausaha. Indikator-indikator

penting yang dipertimbangkan dalam intensi mahasiswa yang berwirausaha yang mempresentasikan variabel sikap adalah konsekuensi kerja keras, menghargai informasi, kejujuran, kreatif-inovatif, dan spiritual/ rajin berdoa. Rekomendasi dari penelitian ini adalah melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan objektif/deduktif (kuantitatif) perlu dilakukan kepada mahasiswa dan alumni yang berwirausaha dengan populasi yang lebih luas, dan lebih beragam aspek hubungan (antara lain: wirausaha, aktivitas berwirausaha, lingkungan usaha, intervensi kewirausahaan), sehingga aspek-aspek yang belum tergambar menjadi diketahui. Serta pengayaan pemahaman terhadap perilaku mahasiswa berwirausaha, harus dilakukan pula dengan pendekatan subjektif/induktif (kualitatif). Kajian-kajian pendalaman terhadap indikator-indikator yang signifikan, perlu dilaksanakan dengan seksama, sehingga pemahaman kewirausahaan menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality and Behavior*, (2nd edition). Open University Press-McGraw Hill Education.
- Fatoki, O. O. (2010). Graduate entrepreneurial intention in South Africa: motivations and obstacles. *International Journal of Business and Management*, 5(9), 87–98.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3), 424–440.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Kemenkopukm, S. P. (2021). *RI Kejar 30 Juta UMKM Go Digital Hingga 2024*. RI Kejar 30 Juta UMKM Go Digital Hingga 2024.
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Perwita, D. (2021). Telaah Digital Entrepreneurship: Suatu Implikasi Dalam Mengatasi Permasalahan Ekonomi. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 9(2), 40–51. <https://doi.org/10.24127/pro.v9i2.4511>

- Turker, D., & Selcuk, S. S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2), 142–159. <https://doi.org/10.1108/03090590910939049>
- Wijaya, T., & Mada, U. G. (2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 10(2), 93-104–104. <https://doi.org/10.9744/jmk.10.2.pp.93-104>
- Yasmin, P. A. (2018). *Jadi Penggerak Ekonomi, Begini Kondisi UMKM RI*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4119386/jadi-penggerak-ekonomi-begini-kondisi-umkm-ri>
- Zampetakis, L. A. (2008). The role of creativity and proactivity on perceived entrepreneurial desirability. *Thinking Skills and Creativity*, 3(2), 154–162. <https://doi.org/10.1016/J.TSC.2008.07.002>