

PENGARUH FAKTOR PERILAKU PADA KELOMPOK MILLINEAL TERHADAP KEINGINAN UNTUK BERWIRAUSAHA

Michael Christian

Manajemen, Universitas Bunda Mulia
Alamat surel: michaelchristianid@gmail.com

Abstract

The Indonesian government is pushing for an increasing number of entrepreneurs, one of them through the National Entrepreneurship Movement (GKN) which started six years ago. This study aims to explain the influence of attitude and character on entrepreneurship intentions in the millennial group. A total of 53 respondents with millennial group characters that have no experience in entrepreneurship are used on this research. Data of this research is processed using SMART PLS 3. This study explains the entrepreneurship intention in the millennial group is influenced by the attitude and the character of the group. Meanwhile, the character is not influenced by the attitude of the group. The limitation of this research is not including the leading styles that can strengthen the explanation of its relation with the entrepreneurship intention. Sample size factors can also be considered further. This research suggests to increase the role of educational institutions and individuals also in the formation of character for entrepreneurship (taking actions and risks) by participating in training and community both on a small scale and with government financing.

Keywords: *attitude, decision, entrepreneurship, millennial*

Abstrak

Pemerintah Indonesia mendorong untuk peningkatan jumlah wirausahawan, salah satunya melalui Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) sejak enam tahun lalu. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh perilaku dan karakter terhadap keinginan untuk berwirausaha pada kelompok millennial. Sebanyak 53 sampel dengan karakter kelompok millennial yang belum berwirausaha digunakan dan diolah dengan menggunakan SMART PLS 3. Penelitian ini menjelaskan bahwa keinginan untuk berwirausaha pada kelompok millennial dipengaruhi oleh perilaku dan karakter kelompok tersebut, namun karakter tidak dipengaruhi oleh perilaku. Keterbatasan pada penelitian ini adalah tidak mengikutsertakan faktor karakter dari gaya menjalankan usaha yang dapat memperkuat penjelasan mengenai keterkaitannya dengan keinginan untuk berwirausaha. Faktor ukuran sampel juga dapat menjadi pertimbangan selanjutnya. Penekanan saran pada penelitian ini adalah perlu ditingkatkannya peran serta insitusi pendidikan dan individu dalam pembentukan karakter untuk berwirausaha khususnya keberanian dalam bertindak dan mengambil risiko dengan mengikuti pelatihan dan komunitas baik dalam skala kecil maupun dengan pembiayaan pemerintah.

Kata kunci: *perilaku, keputusan, kewirausahaan, millennial*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pemerintah Indonesia terus mendorong peningkatan jumlah wirausahawan, salah satunya melalui Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) yang dicetuskan sejak tahun 2011. Program kewirausahaan ini dapat menjadi salah satu sektor andalan pencipta kesempatan kerja di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat

Statistik (BPS), sampai tahun 2012 jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan peningkatan di berbagai indikator, salah satunya pertumbuhan jumlah tenaga kerja UMKM yang tumbuh menjadi 6,03 persen dalam periode 5 tahun. Hal ini menjelaskan bahwa gairah usaha pada sektor ini dapat memberikan kontribusi tidak hanya bagi lahirnya wirausahawan baru namun juga berdampak pada sumbangan pendapatan nasional.

Tabel 1. Perkembangan UMKM Periode 2008-2012

Indikator	Satuan	2009	2010	2011	2012	2013
Jumlah UMKM	Unit	52.764.603	53.823.732	55.206.444	56.534.592	57.895.721
Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	2,64	2,01	2,57	2,41	2,41
Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	96.211.332	99.401.775	101.722.458	107.657.509	114.144.082
Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja	Persen	2,33	3,32	2,33	5,83	6,03
Sumbangan PDB UMKM	Rp. Miliar	1.212.599	1.282.572	1.369.326	1.451.460	1.536.919
Pertumbuhan Sumbangan PDB UMKM	Persen	4,02	5,77	6,76	6,00	5,89

Sumber: (<https://www.bps.go.id>, 2016)

Berdasarkan data di atas, salah satu indikator Pendapatan Domestik Bruto (PDB) berada di angka 5,89 persen di tahun 2013. PDB berkaitan dengan jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh seluruh unit ekonomi. Hal ini dapat menjelaskan peran UMKM sebagai distributor hasil-hasil pembangunan yang ada di suatu negara (LPPI & Bank Indonesia, 2015). Artinya, selama terjadi distribusi maka keberadaan UMKM tetap dibutuhkan sebagai media saluran. Keberhasilan UMKM di Indonesia didukung erat oleh peranan pelaku usaha atau yang dikenal dengan wirausahawan. Sejalan dengan program GKN yang merupakan gerakan yang tumbuh dari bawah (UKM, 2017), maka tahun 2017 program Wirausaha Pemula (WP) kembali digulirkan (<http://www.depkop.go.id>, 2016) guna mendapatkan hasil yang ditargetkan yaitu 5,8 juta pengusaha muda baru yang baru berkisar di bawah 2 persen dari jumlah penduduk Indonesia (<https://m.tempo.co/>, 2016). Angka tersebut memang mengalami peningkatan dari periode sebelumnya namun menurut data Bank Indonesia angka tersebut masih di bawah negara-negara di Asia Tenggara seperti Malaysia, Thailand, dan Singapura yang jumlah wirausahawannya sudah mencapai lebih dari 4 persen (Julianto, 2016). Padahal, semakin besar jumlah wirausahawan maka serapan tenaga kerja di Indonesia yang bertumbuh sebesar 6,03 persen tahun 2013 dapat semakin

meningkat seiring dengan semakin terbukanya kesempatan kerja.

Keberhasilan peningkatan jumlah UMKM yang salah satunya didukung oleh program GKN nyatanya masih dibayangi dengan kebutuhan serapan tenaga kerja di Indonesia. Data BPS menunjukkan bahwa jumlah penganggur di Indonesia, berdasarkan penduduk yang berusia 15 tahun ke atas per bulan Agustus 2016, masih berada di angka 7,03 juta orang. Angka ini bersifat fluktuatif walaupun tidak signifikan karena pada periode yang sama dari tahun 2014-2016 masih bertahan pada angka 7 jutaan penganggur. Dari sisi pemerintah, hal ini memang bukan pekerjaan yang mudah untuk dapat mengurangi angka penganggur di Indonesia. Berbagai program yang dapat merangsang serapan tenaga kerja terus digalakkan, seperti informasi penerimaan lapangan kerja secara terbuka, baik pegawai negeri sipil maupun swasta, pameran lowongan pekerjaan, dan program GKN. Namun demikian, dari sisi perkembangan teknologi informasi (TI), angka penganggur tersebut dapat terus bertambah seiring dengan upaya perampingan SDM dan efisiensi perusahaan melalui TI.

Dari sisi SDM, hal di atas menyebabkan dituntutnya kompetensi SDM terhadap perkembangan TI yang dibutuhkan dunia industri. Seberapa tinggi tingkat kesiapan generasi muda Indonesia untuk berwirausaha masih menjadi pertanyaan yang harus dijawab bersama melalui beberapa kajian dan pendekatan. Tahun

2016 diperkirakan Indonesia memiliki populasi penduduk dengan usia muda yang banyak yaitu sebesar 66,5% (<https://www.indonesia-investments.com>, 2017). Angka tersebut secara tidak langsung menjelaskan bahwa Indonesia memiliki bonus demografi besar yang diukur dari jumlah angka usia angkatan kerja. Bila mengaitkan angka tersebut dengan program WP pemerintah, dapat dijelaskan bahwa Indonesia memiliki sumber daya manusia yang cukup dari segi jumlah SDM untuk menciptakan para WP baru di Indonesia. Rentang usia yang memiliki potensi besar dalam berwirausaha tersebut secara tidak langsung mengarah pada generasi Y atau generasi millennial, kelompok yang lahir setelah tahun 1980 sampai dengan sebelum tahun 2000 (Henley, 2017).

Gonzales (2011) menjelaskan kelompok ini memiliki kemampuan lebih untuk mendapatkan informasi publik dan menciptakan kesempatan kerja yang sesuai dengan karakter pelaku pasar. Namun demikian kesiapan kelompok ini dalam berwirausaha harus diikuti dengan kemampuan melakukan analisis berwirausaha (Arrighetti, Fabio, & Lasagni, 2014). Salah satu faktor penting dalam merangsang kemampuan tersebut adalah pembentukan karakter individu dalam memandang konsep kewirausahaan (Westhead, Wright, & McElwee, 2011). Salah satu yang berkaitan dengan faktor tersebut adalah daya kreativitas. Dalam berwirausaha, kreativitas diperlukan untuk membuat inovasi (Van & Versloot, 2007) yang mampu memberikan nilai daya saing. Olaleye (2016) berpendapat bahwa pemahaman dalam kesiapan berwirausaha dapat dilihat dari keterampilan dan atribut dalam ragam perspektif individu melalui proses belajar, berlatih dan mengembangkan perilaku. Perilaku yang dipengaruhi oleh lingkungan dan perkembangan kecenderungan berwirausaha menjadi faktor pendukung keinginan untuk berwirausaha. Hal ini sejalan dengan Ingabo (2017) yang menyatakan bahwa kemampuan tersebut berguna untuk menciptakan nilai tambah pada pemberdayaan sumber daya yang ada dalam berwirausaha dan telah menjadi

kajian dalam penelitian akademis dan praktis.

Pengembangan perilaku dalam memandang konsep kewirausahaan dan kemampuan karakter untuk berwirausaha dapat dimulai dari jenjang perkuliahan. Jenjang ini dipandang sebagai periode dan lingkungan dimana individu dapat lebih mengenal konsep kewirausahaan, baik secara teoritis maupun praktis. Institusi pendidikan seperti universitas dapat menjadi tempat yang mendukung individu dalam mengembangkan ketertarikannya dalam berwirausaha (Otuya, Kibas, Gichira, & Martin, 2013). Pembahasan-pembahasan mengenai konsep kewirausahaan dapat memberikan kemampuan dan visi untuk menciptakan ide-ide untuk direalisasikan (Enu, 2012). Rencana usaha atau dikenal dengan konsep *business plan* atau *business start-up* yang inovatif akan mampu menjawab kebutuhan pasar yang sering tidak terpenuhi. Ditambah lagi bagi kelompok millennial, konsep tersebut akan banyak melibatkan perkembangan TI dalam penggunaan strategi pemasaran berbasis TI (Saxena, 2012).

Menurut Purwana (2017), institusi pendidikan diharapkan dapat mengejawantahkan kegiatan-kegiatan kewirausahaan. Dalam praktiknya, institusi pendidikan harus berlandaskan pada tujuan peningkatan daya saing dan kemandirian nasional, adanya upaya untuk meningkatkan relevansi hasil riset dan kewirausahaan, terbentuknya peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia, inovasi, dan kewirausahaan di institusi pendidikan, dapat meningkatkan kerjasama institusi pendidikan dengan dunia usaha, dan dapat menjadi jembatan untuk mempromosikan diri sebagai institusi pendidikan yang berbasis pada pengajaran, penelitian, dan kewirausahaan. Oleh karena itu, peran serta institusi pendidikan dirasa perlu untuk menggeser atau paling tidak meredam pandangan mengenai pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*).

Karakter individu dalam memutuskan untuk berwirausaha pada prosesnya akan berkaitan erat dengan keputusan untuk mengambil risiko (Bessant & Tidd, 2011). Pengambilan risiko tidak

jarang dilatarbelakangi oleh faktor kecemasan atau rasa kuatir yang tinggi dalam pengambilan keputusan (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2010). Andriole (2016) menyebutkan dalam sikap dan perilaku, faktor penyebab kegagalan berwirausaha salah satu disebabkan oleh ketidakmampuan melihat peluang pasar dengan teliti. Hal ini secara tidak langsung mengingatkan bahwa keinginan individu dalam memutuskan untuk berwirausaha seringkali tidak dilatarbelakangi oleh pertimbangan analisis yang memadai. Namun disisi lain, dari faktor usia, kelompok millennial dikenal juga memiliki keberanian yang bersifat spontan dalam memutuskan untuk memulai usaha. Sisi positif juga dapat dilihat pada faktor melek pada lingkungan yang berhubungan dengan perkembangan TI, khususnya pada karakter yang cerdas dan kritis pada industri usaha dan tantangan dalam menghasilkan produk/jasa yang sesuai dengan pergeseran selera pasar yang cenderung dinamis dan cepat (Henley, 2017). Lebih lanjut dijelaskan juga bahwa kelompok ini tidak lagi mudah terpengaruh oleh iklan suatu produk, namun lebih cenderung berdasarkan informasi pengalaman (keluarga, teman, lingkungan).

Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh perilaku pribadi mengenai berwirausaha terhadap karakter bertindak dalam berwirausaha pada kelompok millennial di Jabodetabek?
2. Apakah ada pengaruh antara karakter bertindak dalam berwirausaha terhadap keinginan untuk berwirausaha pada kelompok millennial di Jabodetabek?
3. Apakah ada pengaruh antara perilaku pribadi mengenai berwirausaha terhadap keinginan untuk berwirausaha pada kelompok millennial di Jabodetabek?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara pengaruh antara

perilaku pribadi mengenai berwirausaha terhadap karakter bertindak dalam berwirausaha pada kelompok millennial di Jabodetabek

2. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara karakter bertindak dalam berwirausaha terhadap keinginan untuk berwirausaha pada kelompok millennial di Jabodetabek
3. Mengetahui dan menjelaskan pengaruh antara perilaku pribadi mengenai berwirausaha terhadap keinginan untuk berwirausaha pada kelompok millennial di Jabodetabek

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku dan Keterkaitannya Dalam Berwirausaha

Dalam perspektif ekonomi, wirausahawan dapat diartikan sebagai individu yang mengelola sumber daya, tenaga kerja, dan material lainnya termasuk aset di dalamnya untuk menciptakan nilai yang lebih tinggi hingga pada hal membuat perubahan dan inovasi (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2010). Hal ini menjelaskan juga bahwa keragaman karakter yang dimiliki individu dalam kaitannya dengan wirausaha harus mampu menciptakan nilai pembeda. Diferensiasi seyogyanya dapat dimulai dari gaya atau karakter dalam menjalankan usaha. Orang-orang yang berhasil menjadi wirausaha (misalnya: Bill Gates, Richard Brenson, Jeff Bezos, Larry Page) cenderung bersifat ambisius, menjalankan misi yang telah dibuat, melakukan persiapan strategis (tidak impulsif), memiliki banyak akal, dan berorientasi pada hasil (Bessant & Tidd, 2011). Oleh karena itu kewirausahaan dapat dikatakan sebagai proses menciptakan sesuatu menjadi baru yang bernilai menggunakan waktu dan upaya, strategi keuangan, mengambil risiko atas kondisi yang belum pasti dan pada akhirnya menghasilkan imbalan uang dan kepuasan pribadi.

Dalam hal kewirausahaan dijelaskan bahwa individu memiliki sikap pribadi yang dilatarbelakangi oleh persepsi yang diperoleh dari pengalaman, proses belajar, pengamatan terhadap orang lain (Ahmad,

Ramayah, & Tuan Muda , 2013). Persepsi juga dapat dibentuk dari bagaimana pemahaman individu dalam memandang perkembangan yang terjadi. Selain itu juga sejauh mana persepsi terbentuk dapat dilatarbelakangi oleh sejauh mana individu

mendeteksi tantangan yang ada memungkinkan untuk dijadikan peluang dalam berwirausaha terutama dalam strategi apakah usaha tersebut menjadikan produk/jasa lebih baik dari yang sudah ada atau menjadikannya berbeda.

Tabel 2. Tantangan Perubahan

Deskripsi	Cara yang Lebih Baik	Cara yang Berbeda
Produk/Jasa	Meningkatkan produk	Sampai sekarang masih berbeda dengan pesaing
Proses	Melakukan perampingan (efisiensi) yang memiliki keunggulan	Proses perubahan yang radikal
Keadaan	Melebarkan atau memperdalam segmen pasar yang ada	Mencari “tempat baru”
Konsep Bisnis	Mengganti model bisnis	Konsep penggunaan produk/jasa yang berbeda

Sumber: Bessant & Tidd, 2011, hal. 34

Bessant & Tidd (2011) menjelaskan bahwa perilaku dalam kewirausahaan berkaitan dengan faktor daya kreativitas. **Kreativitas** dijelaskan sebagai bentuk atau cara untuk membentuk hubungan komunikasi yang tepat, membantu berpikir dan melakukan sesuatu dengan berbagai cara dari perspektif yang berbeda atau bahkan tidak biasa, dan untuk membantu

menghasilkan alternatif solusi yang baru. Dalam dunia usaha, hasil kreativitas identik dengan inovasi. Disebutkan juga bahwa inovasi dapat dibentuk dari berbagai hal seperti pada produk, proses, posisi, dan paradigma. Penggunaan strategi yang tepat dapat mendukung keberhasilan inovasi yang ada. Beberapa manfaat strategi dari bentuk inovasi yang ada dijelaskan dalam tabel 3.

Tabel 3. Bentuk Manfaat Strategik Melalui Inovasi

No	Mekanisme Inovasi	Implementasi Strategis
1	Kebaruan dalam menawarkan produk atau jasa	Menawarkan sesuatu yang berbeda terhadap pesaing
2	Kebaruan dalam proses	Menawarkan cara melakukan atau membuat produk atau jasa yang lebih sesuai, lebih cepat, lebih efisien dibanding pesaing
3	Kompleksitas	Menawarkan sesuatu yang pesaing sulit lakukan/buat
4	Perlindungan hukum atas kekayaan intelektual	Menawarkan sesuatu yang resmi, berlisensi atau terdaftar secara hukum yang pesaing tidak punya
5	Meningkatkan kemampuan daya saing	Menetapkan standar persaingan berdasarkan harga, mutu, ataupun ketersediaan ragam produk.
6	Pertimbangan Waktu	Menjadi yang pertama sebagai faktor yang signifikan pada pangsa pasar yang ada. Menjadi pengikut terkadang dapat memberikan sinyal dalam menghindari potensi kesalahan dan masalah lainnya yang mungkin tidak diprediksi.
7	Mendesain platform yang kuat	Menawarkan sesuatu dengan platform yang dapat menghasilkan variasi, tipe, atau generasi berikutnya
8	Kebaruan dalam proses/konsep penggunaan	Menawarkan sesuatu yang sudah ada dengan konsep yang sama sekali baru dimana akan membuat konsep yang sudah ada menjadi berlebihan
9	Konsosokasi ulang	Membuat kembali strategi yang dapat menciptakan efisiensi, efektivitas dan hasil dengan kuantitas yang lebih banyak (misal: dengan memaksimalkan dan mengembangkan sistem jaringan, penggunaan sistem alih daya untuk sumber daya insani)

Sumber: Bessant & Tidd, 2011, hal. 31

Faktor kedua yang memengaruhi adalah **kendali diri**. Proses membentuk ide berguna untuk menciptakan pilihan dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan ataupun pemecahan masalah yang bersifat strategis (Bessant & Tidd, 2011). Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa keputusan dalam mengambil tindakan pada kelompok millennial tidak jarang terhambat oleh kemunculan pertimbangan-pertimbangan. Salah satu hambatan yang muncul berasal dari pengaruh lingkungan. Namun di sisi lain faktor ini juga dapat memperkuat kreativitas yang memiliki nilai dalam melakukan inovasi karena ragam masukan yang ada. Prinsip nilai secara umum dilihat sebagai kepercayaan dalam mempertimbangkan benar-salah atau preferensi yang ada. Hal ini sangat berguna bagi individu yang ingin berwirausaha dengan latar belakang usia muda.

Faktor selanjutnya adalah adanya **norma sosial** yang berlaku. Berbagai penelitian mengonfirmasi bahwa latar belakang keluarga dan agama turut memengaruhi kecenderungan individu dalam berwirausaha, misalnya pada etnis Tionghoa di Asia (Bessant & Tidd, 2011). Faktor **keberanian** bertindak untuk mengambil risiko menjadi faktor terakhir. Dijelaskan lebih lanjut bahwa toleransi akan ketidakpastian dan kebingungan akan membentuk tindakan mengambil risiko. Dalam hal-hal tertentu (berisiko tinggi), faktor inisiatif (berdasarkan intuisi spontan) akan digunakan walau pun hasilnya masih belum jelas. Tindakan mengambil risiko dikaitkan dengan suatu bentuk kebaruan atau inovasi yang berbeda dari sebelumnya yang dianggap memberikan manfaat.

Keterkaitan antara perilaku terhadap keinginan berwirausaha secara keseluruhan dapat dilihat dari kemampuan kelompok millennial dalam memanfaatkan peran serta

lingkungan dan perkembangan TI. Bagaimana perubahan konsep usaha pada ceruk pasar yang potensial, persaingan usaha pada bidang yang diminati, hingga pada pertimbangan refleksi hasil yang dapat diperoleh (Ingabo, 2017; (Moi, Adeline , & Dyana , 2011; Wu & Wu , 2008).

Keterkaitan karakter dalam keinginan berwirausaha juga memberikan hubungan pendukung yang penting. Faktor-faktor lahiriah yang terbentuk sebagai karakter dalam memandang konsep kewirausahaan yang dilatarbelakangi faktor-faktor seperti keberanian mengambil keputusan dan risiko, kemampuan daya saing dalam kreativitas, peran lingkungan sosial dan kendali diri atas preferensi yang ada dapat memberikan dampak tinggi rendahnya keinginan untuk berwirausaha (Bessant & Tidd, 2011).

Penelitian Sebelumnya

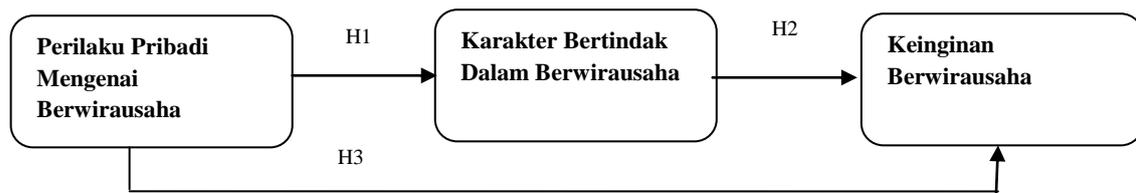
Berbagai penelitian mengenai keinginan untuk berwirausaha dilatarbelakangi oleh faktor perilaku dan karakter, walau pun dengan ragam perspektif seperti dominasi peran sosok wirausahawan dalam keluarga (Carr & Sequeira, 2007). Hal ini dapat memberikan dorongan perilaku individu dalam mengejawantahkan usaha atau menjadi faktor pembentuk karakter menjadi wirausahawan. Penelitian-penelitian yang ada juga menjelaskan bahwa faktor informasi pengalaman (Chen, Jing, & Sung, 2012), lingkungan sosial (Shook & Bratianu, 2010; (Ahmad, Ramayah, & Tuan Muda , 2013). menjadi salah satu penentu perilaku individu dalam keinginan untuk berwirausaha. Hal ini disebabkan karena perilaku dibentuk dari pandangan kepercayaan dan persepsi (Wu & Wu , 2008) yang memberikan preferensi bagi individu dalam pandangan kewirausahaan.

Tabel 4. Penelitian Sebelumnya

Peneliti (Tahun)	Negara Penelitian	Hasil Penelitian
Carr & Sequeira (2007)	US	Pengaruh perilaku dalam memandang dan memahami konsep berwirausaha memberikan dampak pada keinginan untuk berwirausaha khususnya pada individu yang memiliki latar belakang keluarga sebagai wirausahawan
Wu & Wu (2008)	China	Perilaku memberikan pengaruh pada pandangan kepercayaan dan persepsi yang dianut individu
Shook & Bratianu (2010)	Roma	Dorongan diri secara pribadi dan faktor lingkungan sosial menjadi faktor yang memengaruhi keinginan individu untuk berwirausaha
Moi, Adeline , & Dyana (2011)	Malaysia	Perilaku menjadi faktor penting yang turut memengaruhi keinginan individu untuk berwirausaha
Chen, Jing, & Sung (2012)	Taiwan	Pengalaman dan minat pada bidang tertentu menjadi faktor yang memengaruhi keinginan untuk berwirausaha
(Ahmad, Ramayah, & Tuan Muda , 2013)	Malaysia	Perilaku yang meliputi faktor norma yang berlaku, kendali diri atas keinginan berwirausaha menjadi faktor utama yang memengaruhi keinginan untuk berwirausaha
Ingabo (2017)	Kenya	Faktor-faktor dalam karakter khususnya kecenderungan mengambil tindakan memberikan pengaruh pada keinginan berwirausaha

Sumber: data primer

Hipotesis dan Model Penelitian



Sumber: Ingabo (2017) &Moi, Adeline , & Dyana (2011)

Gambar 1. Hipotesis dan Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan karakter populasi kelompok millennial (lahir pada tahun 1980 dan setelahnya) yang belum berwirausaha pada cakupan wilayah Jabodetabek. Menggunakan karakter yang sudah dijelaskan sebelumnya, penelitian ini menggunakan 53 sampel (jumlah indikator dikali 5-10) yang diperoleh secara acak. Data diolah dengan model SEM dengan

menggunakan SMART PLS 3. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data lapangan adalah kuesioner dengan pengukuran skala *likert* pada rentang 1-5 dimana angka 3 dinyatakan dengan notasi netral. Menggunakan angka galat sebesar 5 penelitian ini menganalisis statistik deskriptif pada sampel yang dilibatkan, uji kesahihan dan keandalan, kesesuaian model struktural, koefisien determinasi, dan uji signifikansi pada hipotesis.

Operasionalisasi Peubah

Tabel 5. Instrumen Penelitian

Peubah	Indikator	Skala Pengukuran
Perilaku Pribadi Mengenai Berwirausaha	Perilaku Terhadap Konsep Berwirausaha	Likert 1 s/d 5
	Perilaku Terhadap Perubahan	
	Perilaku Memandang Penghasilan	
	Perilaku Menghadapi Persaingan	
Karakter Bertindak Dalam Berwirausaha	Daya Kreativitas	
	Kendali Diri	
	Norma Sosial	
	Keberanian Mengambil Risiko	
Keinginan Berwirausaha	Keputusan Dalam Berwirausaha	
	Rencana berwirausaha dalam waktu dekat	

Sumber: Ingabo (2017)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Profil Responden

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa responden masih didominasi oleh *gender* laki-laki sebanyak 31 orang (58,5%), sedangkan responden perempuan sebanyak 22 orang (41,5%). Latar belakang ilmu dan pengetahuan yang didapat responden dengan latar belakang program studi dengan bidang ilmu sosial dan humaniora sebanyak 19 orang (35,8%) dan teknik/desain 34 orang (64,2%). Peranan lingkungan khususnya keluarga dalam keinginan berwirausaha tidak terlepas dari sosok yang ada. Penelitian

ini menjelaskan bahwa peran sosok untuk dijadikan contoh dalam berwirausaha seperti sosok ayah, memiliki peran yang dominan yaitu sebesar 58,5% kemudian diikuti peran sosok Ibu sebesar 20,8%. Adanya andil dari saudara juga terlihat walaupun masih dalam angka yang relatif kecil yaitu peran sosok dari saudara laki-laki sebesar 11,3% dan saudara perempuan hanya sebesar 1,9%. Hal ini menjelaskan bahwa keberhasilan peran sosok ayah dalam merefleksikan proses berwirausaha dan hasil yang diperoleh dari bidang ini ternyata memberikan pengaruh pada gaya dan peran sosok yang menjadi panutan dalam keinginan berwirausaha.

Tabel 6. Profil Responden (n=53)

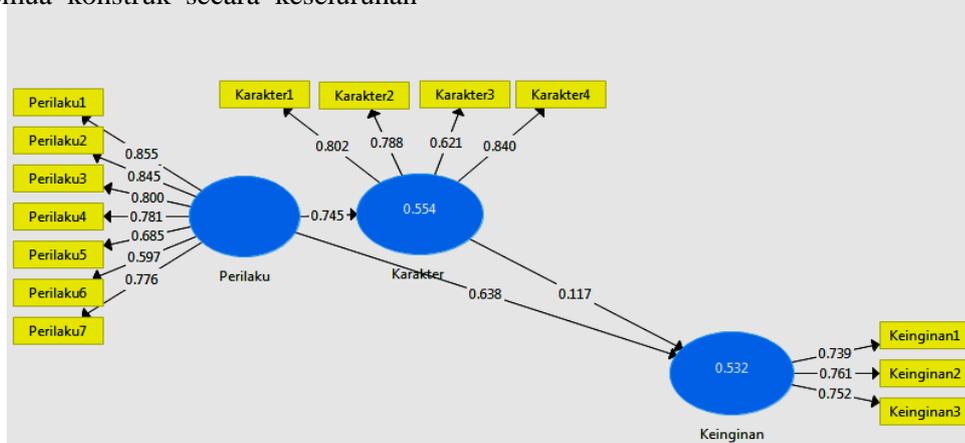
Deskripsi	%
Laki-laki	58,5
Perempuan	41,5
Latar belakang dengan program studi	
- Ilmu sosial & humaniora	35,8
- Tekni & desain	64,2
Peran sosok yang dicontoh dalam berwirausaha	
- Ayah	58,5
- Ibu	20,7
- Saudara laki-laki	11,3
- Saudara perempuan	1,9

Sumber: data primer

Hasil Uji

Evaluasi model pengukuran pada hasil *output* diagram jalur menjelaskan bahwa semua konstruk secara keseluruhan

berada pada angka di atas 0,5 (kesahihan) dan 0,6 (keandalan). Model yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0

Gambar 2. Model PLS-Algorithm (n=53)

Uji Kesahihan

Kesahihan dapat dinyatakan dengan besaran angka pada model bagian luar dan *Average Variance Extracted (AVE)* diatas 0,5 walaupun dengan angka ideal di atas 0,7.

Penelitian ini menunjukkan hasil yang diperoleh masih dapat dinyatakan sah dimana semua konstruk menunjukkan angka di atas 0,5.

Tabel 7. Uji Kesahihan Model Bagian Luar (n=53)

	Perilaku	Karakter	Keinginan
Per1	0,855		
Per2	0,845		
Per3	0,800		
Per4	0,781		
Per5	0,685		
Per6	0,597		
Per7	0,776		
Kar1		0,802	
Kar2		0,788	
Kar3		0,621	
Kar4		0,840	
Kei1			0,739
Kei2			0,761
Kei3			0,752

Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0

Tabel 8. Average Variance Extracted (AVE) (n=53)

	AVE
Peri	0,589
Karakter	0,589
Keinginan	0,563

Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0

Uji Keandalan

Keruntutan atau keajegan dari serangkaian alat ukur dalam suatu penelitian dapat dikatakan sebagai suatu bentuk keandalan. Bila angka pada *Alpha Cronbach* menunjukkan angka kurang dari 0,6 maka

keandalan perangkat alat ukur yang digunakan cenderung buruk. Penelitian ini menunjukkan hasil yang dapat dinyatakan andal yaitu *Alpha Cronbach* dan *Composite Reliability* yang seluruhnya berada di atas 0,6.

Tabel 9. Alpha Cronbach & Composite Reliability (n=53)

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Perilaku	0,883	0,908
Karakter	0,762	0,850
Keinginan	0,621	0,795

Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0

Kesesuaian Model Struktural

Keragaman konstruk endogen yang mampu dijelaskan oleh konstruk eksogen dalam model bagian dalam dilihat dari angka *R Square*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa keterubahan Keinginan Berwirausaha

pada kelompok millennial dapat dijelaskan oleh Karakter kelompok millennial sebesar 55,4% dan keterubahan Keinginan Berwirausaha pada kelompok millennial dapat dijelaskan oleh Perilaku kelompok millennial sebesar 53,2%.

Tabel 10. R-Square (n=53)

	<i>R-Square</i>
Karakter	0,554
Keinginan	0,532

Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0

Uji Signifikansi

Korelasi pada konstruk dapat dijelaskan dari angka *t statistic* yang dihasilkan. Uji signifikansi yang dilakukan setelah dilakukan proses *bootstrap* menjelaskan hasil sebagai berikut:

Hipotesis 1

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa angka perilaku \rightarrow karakter sebesar 13,819 ($1,96 < 13,8$). Hal ini menjelaskan bahwa H1 diterima yang artinya Karakter pribadi kelompok millennial dalam bertindak pada hal-hal yang berkaitan dengan proses berwirausaha dipengaruhi oleh Perilaku kelompok itu sendiri dalam memahami konsep berwirausaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wu & Wu, (2008). Perilaku kelompok millennial dalam memandang konsep berwirausaha cenderung dipengaruhi oleh faktor lingkungan (salah satunya keluarga) dan perkembangan tren berwirausaha (teman/komunitas). Faktor karakter dalam hal ini dijelaskan sebagai faktor yang

mungkin memberikan pengaruh pada gaya menjalankan/memimpin usaha yang pada penelitian kali ini tidak dilibatkan.

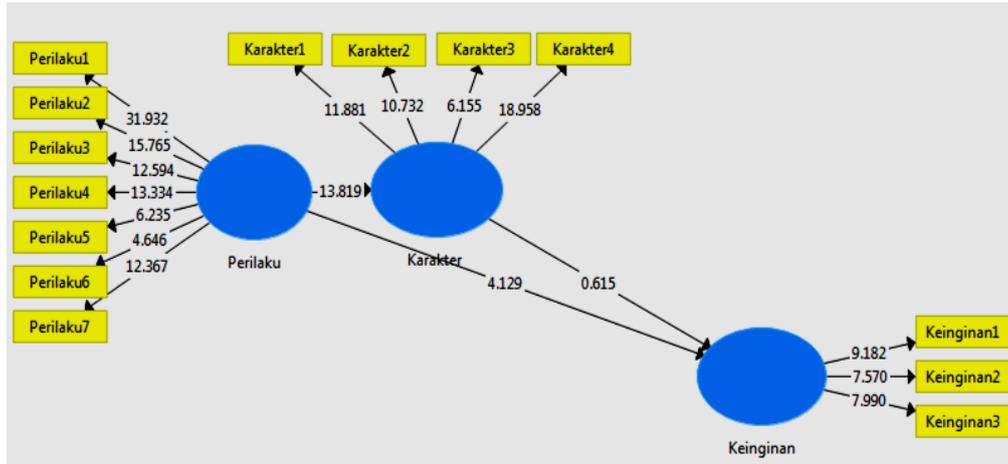
Hipotesis 2

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa angka karakter \rightarrow keinginan sebesar 0,615 ($1,96 > 0,615$). Hal ini menjelaskan bahwa H2 ditolak yang artinya Keinginan Berwirausaha pada kelompok millennial tidak dipengaruhi oleh Karakter pribadi kelompok tersebut dalam bertindak pada hal-hal yang berkaitan dengan proses berwirausaha. Hal ini menolak hasil yang pernah diteliti oleh (Ingabo, 2017). Hal ini mengindikasikan bahwa faktor-faktor dalam Karakter yang digunakan merupakan karakter lahiriah (bawaan) sejak kecil seperti keberanian mengambil risiko dan daya kreativitas dalam ide usaha. Dengan kata lain karakter bukan faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan atau perkembangan kecenderungan berwirausaha di kalangan millenials.

Hipotesis 3

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa angka perilaku → keinginan sebesar 4,129 ($1,96 < 4,129$). Hal ini menjelaskan bahwa H3 diterima yang artinya Keinginan Berwirausaha pada kelompok millennial dipengaruhi oleh Perilaku kelompok itu sendiri dalam memahami konsep berwirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Moi, Adeline

, & Dyana (2011). Perilaku yang cenderung disebabkan oleh lingkungan sosial dan perkembangan teknologi informasi menjadi faktor penting dalam menumbuh kembangkan keinginan kelompok millennial untuk berwirausaha. Semakin banyaknya konsep usaha yang menarik dan berbasis pemanfaatan teknologi informasi cenderung memberikan dorongan berwirausaha pada kelompok tersebut.



Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0
Gambar 2. Model PLS-Algorithm Dengan Bootstrapping (n=53)

Tabel 11. Uji Signifikansi (n=53)

Deskripsi	T Statistic (/STDEV)
Karakter → Kar1	11,881
Karakter → Kar2	10,732
Karakter → Kar3	6,155
Karakter → Kar4	18,958
Keinginan → Kei1	9,182
Keinginan → Kei2	7,570
Keinginan → Kei3	7,990
Perilaku → Per1	31,932
Perilaku → Per2	15,765
Perilaku → Per3	12,594
Perilaku → Per4	13,334
Perilaku → Per5	6,235
Perilaku → Per6	4,646
Perilaku → Per7	12,367
Perilaku → Karakter	13,819
Karakter → Keinginan	0,615
Perilaku → Keinginan	4,129

Sumber: Hasil Pengolahan SMART PLS 3.0

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa Keinginan berwirausaha pada kelompok millennial dipengaruhi oleh perilaku dan karakter kelompok tersebut dalam memahami konsep berwirausaha. Karakter dalam bertindak pada hal-hal yang berkaitan dengan proses berwirausaha tidak dipengaruhi oleh Perilaku kelompok tersebut. Penelitian ini menyarankan pada rangsangan yang bersifat lebih positif pada pembentukan karakter kelompok millennial supaya berani berwirausaha. Pemerintah dan institusi pendidikan telah melaksanakan kegiatan seminar atau *workshop* sebagai langkah awal untuk membuka keberanian dalam berwirausaha. Untuk tahapan selanjutnya kelompok millennial dapat bergabung atau mengikuti pelatihan dan ajang kewirausahaan yang dikhususkan untuk generasi muda seperti program Wirausaha Pemula (WP) dari Kementerian Koperasi dan UKM atau Wirausaha Muda Mandiri yang dipayungi oleh Bank Mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. H., Ramayah, T., & Tuan Muda, S. A. 2013. *Unlocking The Entrepreneurial Propensity Among Prime-Age Malaysians: A Multi-Ethnic Analysis*. *ResearchersWorld - Journal of Arts, Science & Commerce*, 4(1), 1-6.
- Ahmed, I., Nawaz, M. M., Ahmad, Z., Shaukat, M. Z., Usman, A., Rehman, W., & Ahmed, N. 2010. *Determinants of students entrepreneurial career intentions: Evidence from business graduates*. *European Journal of Social Sciences*, 15(2), 14-22.
- Alves, J. E., Cavenaghi, S., & Martine, G. 2013. *Population and Changes in Gender Inequalities in Latin America*. The XXVII CONFERENCE DA IUSSP. Busan.
- Amorós, J. E., Bosma, N., Kelley, D. J., & Association, G. E. (2011). *Global Entrepreneurship Monitor: 2010 Global Report*. Fribourg: Institute for Entrepreneurship & Small and Medium Size Enterprises.
- Andriole, S. 2016, April 1. <https://www.forbes.com>. Dipetik Juli 3, 2017, dari <https://www.forbes.com>: <https://www.forbes.com/sites/steveandriole/2016/04/01/10-reasons-why-entrepreneurs-fail/#201668e042d9>
- Arrighetti, A., Fabio, L., & Lasagni, A. 2014. *Intangible assets and firm heterogeneity: Evidence from Italy*. *Research Policy*, 43, 202-213.
- Bessant, J., & Tidd, J. 2011. *Innovation And Entrepreneurship*. 2nd Ed. John Wiley & Sons Ltd, West Sussex.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. 2007. *Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A Theory of Planned Behavior approach*. *Journal of Business Research*, 60, 1090-1098.
- Chen, S.-C., Jing, L.-L., & Sung, M.-H. 2012. *University students personality traits and entrepreneurial intention: Using entrepreneurship and entrepreneurial attitude as mediating variable*. *International Journal of Economic Research*, 3(3), 76 - 82.
- Elmansori, E. 2014. *Business Incubators in the Arab World*. *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, 11(4), 282-293.
- Enu, D. B. 2012. *Enhancing The Entrepreneurship Education in Nigeria*. *American Journal of Social Issues & Humanities*, 2(4), 232-239.

- Furstenberg Jr, F. F. 2010. *On a New Schedule: Transitions to Adulthood and Family Change*. *The Future of Children*, 20 (1), 67-87.
- Gelard, P., & Saleh, K. 2011. *Impact of some contextual factors on entrepreneurial intention of university students*. *African Journal of Business Management*, 5(26), 10707-10717.
- Gonzales, R. G. 2011. *Learning to be illegal undocumented youth and shifting legal contexts in the transition to adulthood*. *American Sociological Review*, 76(4), 602-619.
- Henley , W. 2017, Mei 15. <http://www.republika.co.id>. Dipetik Juli 3, 2017, dari <http://www.republika.co.id>: <http://www.republika.co.id/berita/jurnalisme-warga/wacana/17/05/15/opziw5396-generasi-millennial-umkm-dan-media-pemasaran-digital>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. 2010. *Entrepreneurship*. 8th Ed. McGraw-Hill/Irwin, Singapore.
- <http://www.depkop.go.id>. 2016, Agustus 2016. Dipetik Juli 3, 2017, dari <http://www.depkop.go.id>: <http://www.depkop.go.id/content/read/2017-program-wirusaha-pemula-bakal-kembali-digulirkan/>
- <https://m.tempo.co/>. 2016, Mei 23. Dipetik Juli 3, 2017, dari <https://m.tempo.co/>: <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/23/092773404/menangkan-mea-jokowi-ri-perlu-5-8-juta-pengusaha-muda-baru>
- <https://www.bps.go.id>. 2016, Desember Sabtu. Dipetik Juli Senin, 2017, dari <https://www.bps.go.id>: <https://www.bps.go.id>: <https://www.bps.go.id/index.php/linkTabelStatistis/1322>
- <https://www.indonesia-investments.com>. 2017, Juni 28. Dipetik Juli 3, 2017, dari <https://www.indonesia-investments.com>: <https://www.indonesia-investments.com/id/budaya/penduduk/item67?>
- Ingabo, O. R. 2017. *Effect Of University Support, Societal Values And Propensity To Act On Entrepreneurial Intentions Among Students From Two Kenyan Universities*. *Researchers World - Journal Of Arts, Science & Commerce*, 1, 108-116.
- Julianto, P. A. 2016, Desember 8. <http://ekonomi.kompas.com>. Dipetik Juli 3, 2017, dari <http://ekonomi.kompas.com>: <http://ekonomi.kompas.com/read/2016/12/08/064604126/jumlah.wirusaha.baru.di.indonesia.kalah.dari.malaysia.dan.singapura>
- LPPI & Bank Indonesia . 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia Bekerjasama dengan Bank Indonesia. Dipetik Juli Senin, 2017, dari <http://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/Profil%20Bisnis%20UMKM.pdf>.
- Malik, B. K. 2015. *Youth Development in India: Does Poverty Matter?* *Malik SpringerPlus*, 4(613), 1-10.
- Moi, T., Adeline, Y. L., & Dyana, M. L. 2011. *Young Adults Responses to Entrepreneurial Intent*. *Journal of Art, Science & Commerce*, II(3), 2231-4172.
- Money, U. 2016. *The Creation and Development of Job in Nigeria: Entrepreneurship Enlightenment*. *Researchers World - Journal of Arts, Science & Commerce*, 3(1), 96-100.

- Money, U., & Odibo, E. E. 2012. *Application of Discrete Potential Theory for Human Capital Movement in The Nigeria Oil Industry*. Journal of Finance and Banking Review, 6(1&2).
- Nasirifard, E., Allahyari, M. S., & Masouleh, D. Z. 2015. *An analysis of rural cooperatives manager's entrepreneurial spirit in Guilan Province*. Science & Research Quarterly Journal of Co-operation and Agriculture, 3(12), 133-155.
- Olaleye, F. O. 2016. *The Creation and Development of Job in Nigeria: Entrepreneurship Enlightenment*. Researchers Wolrd - Journal of Arts, Science & Commerce, 7(1), 96-100.
- Otuya, R., Kibas, P., Gichira, R., & Martin, W. 2013. *Entrepreneurship education: Influencing students' entrepreneurial intentions*. International Journal of Innovative Research & Studies, 2(4), 132-148.
- Purwana, D. 2017. *Implementasi Kewirausahaan Dalam Meningkatkan Daya Saing Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. Diskusi Panle Nasional Pendidikan Kewirausahaan (hal. 1-11).LPPM Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta.
- Saxena, S. 2012. *Problems Faced by Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve It*. Journal of Business and Management, 3(1), 23-29.
- Shal, F. K., Amar, T., Allahyari, M. S., & Ramezani, B. 2016. *Socio-economic Factors Affecting Spatial Planning of Entrepreneurship in Rural Area (Evidence from Masal County, Iran)*. Journal of Current Research in Science, 4(1), 40-46.
- Shook, C., & Bratianu, C. 2010. *Entrepreneurial intent in a transitional economy: an application of the theory of planned behavior to Romanian students*. Management Journal, 231-247.
- Stromquist, N. P., & Monkman, K. 2014. *Globalization and Education: Integration and Contestation Across Cultures*. R&L Education.
- UKM, H. K. 2017. *Ratio Wirausaha Indonesia Naik Jadi 3,1 Persen*. Kementerian Koperasi dan UKM . Dipetik Juli 3, 2017, dari <http://www.depkop.go.id/content/read/ratio-wirausaha-indonesia-naik-jadi-31-persen/>
- Van, P., & Versloot, P. 2007. *What is the value of entrepreneurship? A review of recent research*. Small Business Economics, 29(4), 351-382.
- Westhead, P., Wright, M., & McElwee, G. 2011. *Entrepreneurship: Perspectives and cases*. Pearson, England.
- Wu , S., & Wu , L. 2008. *The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 15(4), 752-774.