

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan)

Peran Simanihuruk¹, Darwis Tamba², Roslinda Sagala³

^{1,2,3} Universitas Katolik Santo Thomas Medan Jl. Setia Budi No. 479F, 20132, Indonesia

Email : peran_manihuruk@ust.ac.id

Abstract

The research objective was to analyze the influence of attitudes, subjective norms and perceived behavioral control on student interest in entrepreneurship. The number of samples was 96 students using questionnaire data collection methods and documentation and analysis techniques for the application of the Theory Of Planned Behavior model. The results showed that $B \gg BI = 0.443Ab + 0.299SN + 0.257 PBC$ with $w1 = 0.443$ or 44.3%, $w2 = 0.299$ or 29.9% and $W3 = 0.257$ or 25.7%. This means that attitudes, subjective norms and perceived behavioral control have a positive effect on interest in entrepreneurship. However, what is more influential on the interest in entrepreneurship is the attitude then subjective norms. To further increase student interest in entrepreneurship, it is better if you need to increase the number of SKS in Entrepreneurship courses and make various training to create products, how to determine the cost of products, how to sell / market products, how to promote products and distribute them to increase student insight so that entrepreneurial interest will be formed his mind. With this, students who have graduated are not merely job seekers but as job creators.

Keywords: Attitudes, subjective norms, control behavior, interest and entrepreneurship

PENDAHULUAN

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia *entrepreneur*. Menumbuhkan minat kewirausahaan pada mahasiswa merupakan langkah alternatif mengurangi pengangguran. Mahasiswa diharapkan menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usaha masa depan, serta mampu membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain (Zimmerer, 2008). Pembangunan akan berhasil jika di dorong oleh pengusaha baru yang dapat membuka lapangan kerja karena kemampuan pemerintah yang sangat terbatas.

Pemerintah tidak akan mampu menyelesaikan semua masalah pembangunan karena banyak menyerap anggaran belanja dan sumber daya. Oleh karena itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Indonesia dihadapkan pada kenyataan bahwa jumlah wirausaha yang ada masih sedikit serta mutu yang dimiliki belum dapat diandalkan, sehingga persoalan tentang kewirausahaan di Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi perkembangan dan tumbuhnya perekonomian Indonesia (Alma Buchari, 2007).

Kementerian Koperasi dan UKM melalui Sekretaris Menteri Koperasi dan UKM Rully Indrawan menyampaikan orasi ilmiah pada acara wisuda Universitas Pelita Bangsa Tahun ajaran [2019/2020](#) dan mengharapkan generasi muda menciptakan karya-karya kreatif dan inovatif dalam membangun perekonomian bangsa. Dalam sambutannya Prof. Dr Rully Indrawan menyampaikan bahwa ditengah ketidakpastian ekonomi global tentunya berdampak pada ekonomi RI yang hanya berkisar pada 5%. Pertumbuhan tersebut hanya mampu menciptakan lapangan kerja 2 juta angkatan kerja baru setiap tahunnya. Namun,

Indonesia masih mempunyai tanggungan 7,05 juta pengangguran berdasarkan data Badan Pusat Statistik.

Maka perguruan tinggi memiliki peran penting untuk mendorong dan meningkatkan jumlah wirausahawan di Indonesia. Jadi, lulusan perguruan tinggi itu harus disiapkan menjadi job creator bukan job seeker. Kurangnya wirausahawan ini bisa berakibat pada jumlah lapangan pekerjaan yang tidak sebanding dengan pencari kerja," kata Rully Indrawan di Kampus Pelita Bangsa, Cikarang, Bekasi, Jawa Barat, Sabtu (22/2/2020).

Bangsa Indonesia sedang mengalami bonus demografi, dimana jumlah penduduk usia produktif mendominasi jumlah populasi penduduk, dengan perkiraan penambahan jumlah penduduk usia produktif hingga tahun 2030 mencapai 70%. Dimana Struktur penduduk usia produktif didominasi oleh generasi milenial yaitu generasi yang lahir pada tahun [1980-1997](#). Generasi inilah yang akan berperan besar pada era bonus demografi, dan memegang kendali atas roda pembangunan ekonomi bangsa. Karena itu generasi millennial harus mampu memiliki kemampuan dan keahlian yang lebih. Jika tidak bonus demografi ini akan menjadi ancaman bagi para millennial yang mengakibatkan pengangguran massal dan berdampak pada kemiskinan dan peningkatan akan kriminalitas.

Dalam menghadapi peran dalam membangun perekonomian bangsa, para generasi millennial akan memunculkan beberapa profesi dari karya - karya kreatif dan inovatif para generasi millennial, seperti Start Up, Conten Creator, Barista, Fotografer, Youtuber, dan masih banyak lagi. Semua ini merupakan bentuk-bentuk usaha yang dilakukan para millennial untuk mencapai kesuksesan. Karena itu berwirausaha atau membuka usahanya sendiri sangat penting bagi generasi millennial selain untuk mencapai keuntungan dan mengekspresikan diri melalui usaha sendiri, berwirausaha juga dapat membuka lapangan pekerjaan dan bermanfaat untuk masyarakat.

Kementerian Koperasi dan UKM telah menetapkan 6 program strategis untuk mendukung pengembangan UMKM antara lain, Perluasan akses pasar, Peningkatan daya saing, Pengembangan Kewirausahaan, Akselerasi Pembiayaan, Kemudahan dan kesempatan berusaha, dan terakhir Koordinasi lintas sektor. Koperasi dan UMKM akan menjadi penopang perekonomian bangsa dan diharapkan para generasi milenial ikut berkontribusi dalam menaikkan skala UMKM dan mewarnai bidang-bidang usaha UMKM dengan ide-ide kreativitas dan inovatif para generasi milenial. Berdasarkan data Global Entrepreneurship Index 2018, dari 137 negara, Indonesia berada di peringkat 94 dalam hal kewirausahaan. Posisi tersebut masih tertinggal dibandingkan beberapa negara di Asia Tenggara lainnya. Sebab, Vietnam berada di urutan ke 87, Filipina di posisi 76, Thailand di 71, Malaysia peringkat 58, Brunei Darussalam di 53, serta Singapura berada di urutan ke 27. Wirausaha memegang peranan penting dalam menyokong pertumbuhan ekonomi nasional. Mulai dari menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan nasional, menciptakan nilai tambah barang dan jasa, mengurangi kesenjangan ekonomi dan sosial, serta terciptanya masyarakat adil Makmur.

Dari uraian di atas perlu dilakukan penelitian untuk memprediksi minat mahasiswa berwirausaha sebagai salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran kemasa yang akan datang, dengan judul : Pengaruh sikap , norma subjektif dan *perceived behavioral control* terhadap minat berwirausaha dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behaviour*. Rumusan masalah dalam penelitian ini : Bagaimana pengaruh sikap , norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sikap

Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku Yang Dirasakan Terhadap Minat Berwirausaha dengan Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Medan) 99
Oleh : Peran Simanihুরু, Darwis Tamba, Roslinda Sagala

Sikap merupakan pernyataan atau pertimbangan evaluatif mengenai objek, orang, atau peristiwa (Robin, dalam Amaliah, 2008). Sikap terhadap tingkah laku ditentukan oleh keyakinan (*belief*) akan akibat dari tingkah laku yang akan dilakukan (Ajzen, 2005). *Belief* ini disebut sebagai *behavioral belief* yang menghubungkan tingkah laku dengan konsekuensi tertentu dari munculnya tingkah laku tersebut, atau kepada beberapa atribut lain seperti keuntungan/kerugian yang mungkin muncul ketika melakukan tingkah laku tersebut. Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar yang berhubungan dengan suatu objek, dan sikap biasanya memberikan penilaian (menerima/ menolak) terhadap objek yang dihadapi (Dharmmesta, 1999).

Seorang individu sangat erat hubungannya dengan sikapnya masing-masing sebagai ciri pribadinya. Sikap pada umumnya sering diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan individu untuk memberikan tanggapan pada suatu hal.

Menurut Azwar (2012: 3), "sikap diartikan sebagai suatu reaksi atau respon yang muncul dari seseorang individu terhadap objek yang kemudian memunculkan perilaku individu terhadap objek tersebut dengan cara-cara tertentu". Menurut Gerungan (2004: 160), sikap atau attitude, yaitu: "Sikap sebagai suatu reaksi pandangan atau perasaan seorang individu terhadap objek tertentu. Walaupun objeknya sama, namun tidak semua individu mempunyai sikap yang sama, hal itu dapat dipengaruhi oleh keadaan individu, pengalaman, informasi dan kebutuhan masing-masing individu berbeda. Sikap seseorang terhadap objek akan membentuk perilaku individu terhadap objek".

Sedangkan menurut Sarlito dan Eko (2009: 151), "Sikap adalah suatu proses penilaian yang dilakukan oleh seorang individu terhadap suatu objek. Objek yang disikapi individu dapat berupa benda, manusia atau informasi. Proses penilaian seorang terhadap suatu objek dapat berupa penilaian positif dan negatif.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli mengenai sikap, maka dapat disimpulkan bahwa sikap adalah suatu reaksi atau respon berupa penilaian yang muncul dari seorang individu terhadap suatu objek. Sikap juga dapat dikatakan sebagai suatu perwujudan adanya kesadaran terhadap lingkungannya. Proses yang mengawali terbentuknya sikap adalah adanya objek disekitar individu memberikan stimulus yang kemudian mengenai alat indra individu, informasi yang ditangkap mengenai objek kemudian diproses di dalam otak dan memunculkan suatu reaksi. Penilaian yang muncul, positif atau negatif dipengaruhi oleh informasi sebelumnya, atau pengalaman pribadi individu.

Faktor-faktor Pembentuk Sikap

Sikap manusia tidak terbentuk sejak manusia dilahirkan. Sikap manusia terbentuk melalui proses sosial yang terjadi selama hidupnya, dimana individu mendapatkan informasi dan pengalaman. Proses tersebut dapat berlangsung di dalam lingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat. Saat terjadi proses sosial terjadi hubungan timbal balik antara individu dan sekitarnya. Adanya interaksi dan hubungan tersebut kemudian membentuk pola sikap individu dengan sekitarnya.

Azwar (2012: 31-38) menguraikan faktor pembentuk sikap yaitu: "Pengalaman yang kuat, pengaruh orang lain yang dianggap penting, pengaruh kebudayaan, media masa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, pengaruh faktor emosional".

Sarlito dan Eko (2009: 152-154) juga menjelaskan pembentukan sikap, yaitu:

1. Pengondisian klasik, proses pembentukan ini terjadi ketika suatu stimulus atau rangsangan selalu diikuti oleh stimulus yang lain, sehingga rangsangan yang pertama akan menjadi isyarat bagi rangsangan yang kedua.

2. Pengondisian instrumental, yaitu apabila proses belajar yang dilakukan menghasilkan sesuatu yang menyenangkan maka perilaku tersebut akan diulang kembali, namun sebaliknya apabila perilaku mendatangkan hasil yang buruk maka perilaku tersebut akan dihindari.
3. Belajar melalui pengamatan atau observasi. Proses belajar ini berlangsung dengan cara mengamati orang lain, kemudian dilakukan kegiatan serupa.
4. Perbandingan sosial, yaitu membandingkan orang lain untuk mengecek pandangan kita terhadap suatu hal tersebut benar atau salah.

Pembentukan sikap seorang individu juga dipengaruhi oleh adanya interaksi dengan sekitarnya melalui proses yang kompleks. Gerungan (2004: 166-173) menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap seorang individu yang berasal dari faktor internal dan eksternal.

1. Faktor internal pembentuk sikap adalah pemilihan terhadap objek yang akan disikapi oleh individu, tidak semua objek yang ada disekitarnya itu disikapi. Objek yang disikapi secara mendalam adalah objek yang sudah melekat dalam diri individu. Individu sebelumnya sudah mendapatkan informasi dan pengalaman mengenai objek, atau objek tersebut merupakan sesuatu yang dibutuhkan, diinginkan atau disenangi oleh individu kemudian hal tersebut dapat menentukan sikap yang muncul, positif maupun negatif.
2. Faktor eksternal mencakup dua pokok yang membentuk sikap manusia, yaitu:
 - a) Interaksi kelompok, pada saat individu berada dalam suatu kelompok pasti akan terjadi interaksi. Masing-masing individu dalam kelompok tersebut mempunyai karakteristik perilaku. Berbagai perbedaan tersebut kemudian memberikan informasi, atau keteladanan yang diikuti sehingga membentuk sikap.
 - b) Komunikasi, melalui komunikasi akan memberikan informasi. Informasi dapat memberikan sugesti, motivasi dan kepercayaan. Informasi yang cenderung diarahkan negatif akan membentuk sikap yang negatif, sedangkan informasi yang memotivasi dan menyenangkan akan menimbulkan perubahan atau pembentukan sikap positif.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pembentukan sikap dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa pengalaman pribadi dan keadaan emosional. Pengalaman terhadap suatu objek yang memberikan kesan menyenangkan atau baik akan membentuk sikap yang positif, pengalaman yang kurang menyenangkan akan membentuk sikap negatif. Sedangkan faktor emosional, lebih pada kondisi secara psikologis seorang individu, perasaan tertarik, senang, dan perasaan membutuhkan akan membentuk sikap positif, sedangkan perasaan benci, acuh, dan tidak percaya akan membentuk sikap negatif. Sedangkan faktor eksternal pembentuk sikap, mencakup pengaruh komunikasi, interaksi kelompok, dan pengaruh kebudayaan.

Karakteristik Sikap

Sikap merupakan fenomena kejiwaan, yang biasanya termanifestasi dalam bentuk tindakan atau perilaku. Sikap tidak dapat diamati secara langsung. Untuk mengamati sikap dapat dilihat melalui perilaku, tetapi berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa apa yang nampak dalam perilaku tidak selalu menunjukkan sikap. Begitu juga sebaliknya, sikap seseorang tidak selamanya tercermin dalam perilakunya. Menurut Walgito (2004: 110) terdapat beberapa karakteristik sikap yang diuraikan sebagai berikut.

- a. Sikap seseorang tidak dibawa sejak lahir, tetapi harus dipelajari selama perkembangan hidupnya, jadi sikap itu berubah-ubah.
- b. Sikap pada umumnya memiliki segi-segi motivasi dan emosi.

- c. Sikap itu dapat berlangsung lama dan sebentar.
 - d. Sikap itu mengandung faktor perasaan dan motif.
 - e. Sikap tidak hilang meski kebutuhan sudah terpenuhi.
 - f. Sikap itu tidak berdiri sendiri, melainkan selalu berhubungan dengan suatu objek. Sikap terhadap suatu objek selalu ada yang menyertainya, baik itu positif dan negatif.
Adapun yang dimaksud sikap positif dan negatif di uraikan sebagai berikut:
1. Sikap positif adalah sikap yang menunjukkan dan memperlihatkan menerima, menyetujui, menyukai, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku di mana individu berada.
 2. Sikap negatife adalah sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma yang berlaku dimana individu berada.

Dari pendapat di atas jelas dikatakan bahwa sikap tidak dibawa sejak lahir, maka seseorang pada waktu dilahirkan belum mempunyai sikap tertentu, selanjutnya sikap terhadap objek tertentu ditentukan oleh perkembangan individu yang bersangkutan, oleh karena itu sikap dapat berubah-ubah dan dapat dipelajari. Reaksi sikap dapat berupa respon positif jika seseorang merasa nyaman dan senang bila berada dalam lingkungan suatu objek, atau sebaliknya respon negatif apabila seseorang merasa tidak nyaman berada dekat objek. Jika dikaitkan dalam penelitian ini sikap positif ditunjukkan dari kecenderungan untuk wirausaha. Hal ini menjadi penting mengingat sikap wirausaha dapat merubah pola pikir mahasiswa "lulus dan mencari pekerjaan" menjadi "lulus dan menciptakan lapangan pekerjaan". Selain itu, lahirnya para wirausahawan tersebut adalah salah satu bentuk terciptanya lapangan kerja yang akan memiliki kontribusi positif untuk mengentaskan pengangguran.

Dinamika Sikap Terhadap Intensi Berwirausaha

Sikap adalah disposisi untuk merespon secara *favorable* atau *unfavorable* terhadap benda, orang, institusi atau kejadian yang ditentukan oleh keyakinan (*belief*) akan akibat dari tingkah laku yang akan dilakukan (Ajzen, 2005). *Behavioral belief* ini menghubungkan tingkah laku dengan konsekuensi tertentu dari munculnya tingkah laku tersebut, atau kepada beberapa atribut lain seperti keuntungan/kerugian yang mungkin muncul ketika melakukan tingkah laku tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Muchlis H. Mas'ud (2012) mengenai Pengaruh Sikap, Norma-Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Nasabah Bank Terhadap Keinginan Untuk Menggunakan *Automatic Teller Machine* (ATM) Bank BCA di Kota Malang, memberikan contoh bahwa sikap nasabah bank berpengaruh signifikan dan positif terhadap keinginan menggunakan ATM, yang bermakna bahwa semakin baik sikap nasabah bank terhadap produk layanan bank maka keinginan untuk menggunakan ATM BCA semakin meningkat.

Pengertian Norma Subyektif

Norma subjektif adalah persepsi seseorang akan tekanan sosial untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan tingkah laku dengan pertimbangan tertentu (Fishbein & Ajzen, 2005). Norma subjektif juga diartikan sebagai persepsi tentang tekanan sosial dalam melaksanakan perilaku tertentu (Feldman, 1995). Norma subjektif adalah produk dari persepsi individu tentang *beliefs* yang dimiliki oranglain (Hogg & Vaughan, 2005). Dalam *theory of planned behavior* Ajzen (2005), norma subjektif ditentukan oleh adanya keyakinan normatif (*normative belief*) dan keinginan untuk mengikutinya (*motivation to comply*).

Normative belief yaitu *belief* seseorang bahwa individu atau kelompok tertentu setuju atau tidak setuju bila dia melakukan tingkah laku tersebut. Individu dan kelompok tertentu

ini disebut juga *referent*. *Referent* adalah orang atau kelompok sosial yang berpengaruh bagi individu, baik itu orangtua, pasangan (suami/istri), teman dekat, rekan kerja atau yang lain, tergantung pada tingkah laku yang dimaksud.

Dinamika Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha

Norma subjektif sebagai persepsi seseorang akan tekanan sosial untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan tingkah laku dengan pertimbangan tertentu, muncul dilatarbelakangi oleh *normative belief*, bahwa orang lain atau kelompok tertentu (yang berpengaruh bagi individu) akan setuju atau tidak setuju bila individu melakukan tingkah laku tersebut (Fishbein & Ajzen, 2005). Tidak hanya ditentukan oleh setuju/tidak setujunya orang lain atau kelompok yang berpengaruh bagi individu, tetapi norma subjektif juga dipengaruhi oleh *motivation to comply*, yaitu kekuatan/kekuasaan yang dimiliki orang lain atau kelompok tersebut terhadap individu, dan seberapa jauh individu akan mengikuti pendapat orang lain atau kelompok tersebut tersebut. Orang lain/kelompok yang berpengaruh ini disebut *referent*.

Dengan kata lain, individu yang percaya bahwa *referent* akan mendukungnya untuk melakukan tingkah laku tersebut, maka hal ini akan menjadi tekanan sosial bagi individu tersebut untuk melakukannya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jessvita Anggelina dan Edwin Japarianto (2014) tentang Analisis Pengaruh Sikap, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Purchase Intention* Pelanggan SOGO *Department Store* di Tunjungan Plaza Surabaya. Hasilnya konsumen mempertimbangkan kembali rencana belanja apabila kebanyakan orang melakukan pembelian di SOGO *department store* Surabaya, semakin banyak orang melakukan pembelian di SOGO *department store* menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian di SOGO *department store*.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Dharmmesta dan Khasanah (1999) tentang *Theory of Planned Behavior: an Application to Transport Service Consumers*, memperoleh hasil bahwa niat untuk menggunakan Kereta Api Argo Lawu dipengaruhi secara signifikan oleh norma subjektif. Sejalan dengan penelitian tersebut, maka keyakinan akan adanya pengaruh dari *referent* yang memotivasi untuk menimbulkan intensi menggunakan *homeschooling* sebagai jalur pendidikan akan membentuk norma subjektif (persepsi seseorang akan tekanan sosial) yang kuat, yang nantinya akan menguatkan intensi untuk berwirausaha sebagai pilihan terbaik untuk membangun masa depan. Sedangkan, keyakinan akan adanya pengaruh dari *referent* yang tidak memotivasi agar berwirausaha sebagai pilihan kurang tepat akan membentuk norma subjektif yang lemah terhadap intensi untuk berwirausaha sebagai pilihan yang kurang tepat, yang nantinya juga akan berpengaruh melemahkan intensi berwirausaha.

Pengertian Perceived Behavioral Control

Perceived behavioral control sebagai perasaan *self efficacy* atau kesanggupan seseorang untuk menunjukkan tingkah laku yang diinginkan (Ajzen, 2005). *Perceived behavioral control* hampir sama dengan konsep *self efficacy*, yaitu persepsi orang untuk kemampuannya pada saat melakukan tindakan atau perilaku (Grizzell, 2003).

Kontrol keperilakuan yang dirasakan merupakan kondisi pada saat orang percaya bahwa suatu tindakan itu mudah atau sulit dilakukan (Dharmmesta, 1998). Sehingga *perceived behavioral control* dapat dikatakan merupakan faktor persepsi tentang kemampuan seseorang dalam mengendalikan perilaku yang akan dikerjakan. Persepsi tersebut ditentukan oleh keyakinan (*beliefs*) seseorang, yang disebut *control beliefs*, untuk mengendalikan faktor-faktor yang menghambat ataupun yang mendorong munculnya

perilaku (Ajzen, 1991). Keyakinan- keyakinan ini dapat diakibatkan oleh pengalaman masa lalu dengan tingkah laku tersebut, namun juga dapat dipengaruhi oleh informasi yang tidak langsung akan tingkah laku tersebut yang diperoleh dengan mengobservasi pengalaman orang yang dikenal atau teman, sedangkan faktor-faktor yang dikontrol adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal seperti keahlian, kemampuan, informasi, dan emosi, dan lain-lain. Sedangkan faktor eksternal yaitu faktor situasi atau faktor lingkungan. *Perceived behavioral control* dibentuk oleh dua aspek, yaitu: (1) keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam bertingkah laku (*control beliefs*); (2) persepsi individu terhadap seberapa kuat kontrol tersebut untuk mempengaruhi dirinya dalam bertingkah laku (*perceived power*), apakah faktor kontrol tersebut dapat memfasilitasi atau menghalangi timbulnya perilaku.

Dinamika Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Berwirausaha

Perceived behavioral control sebagai perasaan *self efficacy* atau kesanggupan seseorang untuk menunjukkan tingkah laku yang diinginkan (Ajzen, 2005). Dua komponen yang membentuk *perceived behavioral control* adalah keyakinan individu tentang kehadiran kontrol yang berfungsi sebagai pendukung atau penghambat individu dalam bertingkah laku (*control beliefs*), dan persepsi individu terhadap seberapa kuat kontrol tersebut untuk mempengaruhi dirinya dalam bertingkah laku (*perceived power*).

Perceived behavioral control berperan dalam meningkatkan terwujudnya intensi ke dalam tingkah laku pada saat yang tepat. Misalnya saja perilaku untuk tidak menyontek, individu bisa saja memiliki sikap yang positif dan persepsi bahwa orang lain akan sangat mendukung tindakannya tersebut atau bahkan ia sudah memiliki keinginan untuk tidak menyontek, namun ia mungkin saja tidak dapat melakukannya karena ia terhambat oleh faktor seperti tidak perlu banyak menghafal pelajaran atau faktor dari dalam/luar lainnya. Contoh tersebut menunjukkan bahwa walaupun individu memiliki sikap, dan norma subyektif yang mendukungnya untuk melaksanakan suatu tingkah laku, namun eksekusi tingkah laku itu sendiri masih bergantung pada faktor *perceived behavioral control* yang dimiliki.

Secara sederhana, semakin besar persepsi mengenai kesempatan dan sumber daya yang dimiliki, maka semakin kecil *perceived behavioral control* yang dimiliki orang tersebut. Serta semakin kecil persepsi tentang hambatan yang dimiliki seseorang, maka semakin besar *perceived behavioral control* yang dimiliki orang tersebut

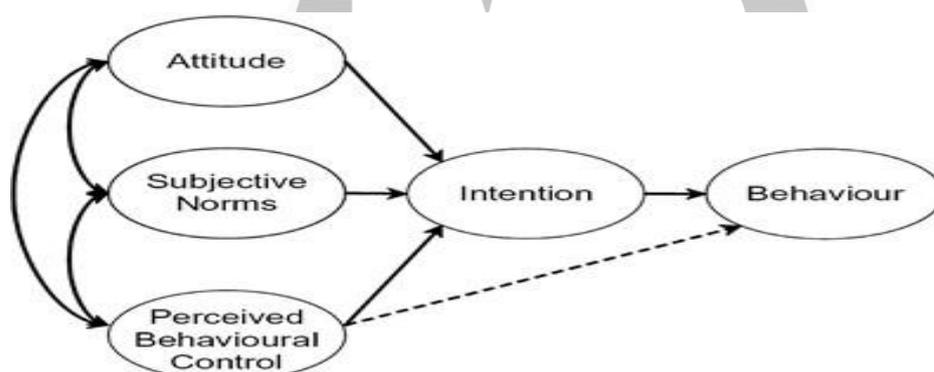
Penelitian oleh Laili Istiana, Suci Paramitasari Syahlani, dan Sudi Nurtini (2013) mengenai Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat dan Perilaku Beli Produk Susu *Ultra High Temperature*(UHT) memperoleh hasil bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh sangat besar terhadap munculnya niat dan perilaku konsumen untuk membeli susu UHT, karena kesempatan dan sumber daya konsumen harus ada, dan apabila tidak ada maka niat konsumen akan lemah (KIT, 1998; dalam Istiana, 2013). Sesuai dengan hasil penelitian tersebut, maka keyakinan akan adanya kontrol yang cukup kuat untuk mendukung munculnya intensi untuk berwirausaha sebagai pilihan terbaik akan menguatkan intensi seseorang berwirausaha. Sedangkan keyakinan akan adanya kontrol yang cukup kuat untuk menghambat munculnya intensi untuk berwirausaha sebagai pilihan kurang tepat akan melemahkan intensi seseorang berwirausaha.

Pengertian Intensi

Dalam *theory of planned behavior* (Fishbein & Ajzen, 1975) intensi adalah kemungkinan seseorang bahwa ia akan menampilkan suatu tingkah laku, dan merupakan fungsi dari tiga

determinan dasar yang bersifat personal (sikap), sosial (norma subjektif), dan kontrol (*perceived behavioral control*). Intensi dapat digunakan untuk memprediksi seberapa kuat keinginan individu untuk menampilkan tingkah laku dan seberapa banyak usaha yang direncanakan atau dilakukan individu untuk melakukan tingkah laku tersebut, lalu intensi yang telah dibentuk ini akan tetap menjadi disposisi tingkah laku, yang hingga terdapat waktu dan kesempatan yang tepat, akan diwujudkan dalam bentuk tindakan sebagai usaha untuk merealisasikan intensi tersebut (Ajzen, 1988). Maka berdasarkan pengertian intensi menurut Fishbein dan Ajzen tersebut, intensi adalah prediktor yang baik tentang bagaimana kita berperilaku di masa depan, karena intensi merupakan niat individu untuk melakukan sesuatu di masa depan.

Intensi merupakan fungsi dari tiga faktor yaitu faktor personal, faktor sosial, dan faktor kontrol/kendali (Ajzen, 2005). Faktor personal merupakan sikap individu terhadap perilaku berupa evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku yang akan ditampilkan. Faktor sosial diistilahkan dengan kata norma subjektif yang meliputi persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku. Yang terakhir merupakan faktor kendali yang disebut *perceived behavioral control* yang merupakan perasaan individu akan mudah atau sulitnya menampilkan perilaku tertentu. Hubungan antara intensi dan ketiga faktor yang mempengaruhinya dapat dilihat dalam gambar berikut ini.



Gambar 1. Theory of planned behavior

Umumnya, seseorang menunjukkan intensi terhadap suatu perilaku jika mereka telah mengevaluasinya secara positif, mengalami tekanan sosial untuk melakukannya, dan ketika mereka percaya bahwa mereka memiliki kesempatan dan mampu untuk melakukannya. Sehingga dengan menguatnya intensi seseorang terhadap perilaku tersebut, maka kemungkinan individu untuk menampilkan perilaku juga semakin besar (Ajzen, 2005). Aspek Pengukuran Intensi Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) intensi memiliki empat aspek, yaitu:

- a. Perilaku (behavior), yaitu perilaku spesifik yang nantinya akan diwujudkan.
- b. Sasaran (target), yaitu objek yang menjadi sasaran perilaku. Objek yang menjadi sasaran dari perilaku spesifik dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu orang tertentu/objek tertentu (particular object), sekelompok orang/sekelompok objek (a class of object), dan orang atau objek pada umumnya (any object).
- c. Situasi (situation), yaitu situasi yang mendukung untuk dilakukannya suatu perilaku (bagaimana dan dimana perilaku itu akan diwujudkan).

d. Waktu (time), yaitu waktu terjadinya perilaku yang meliputi waktu tertentu, dalam satu periode atau jangka waktu yang tidak terbatas.

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) untuk mengidentifikasi tingkat kekhususan pada target, situasi, dan dimensi waktu relatif mudah, tapi dimensi perilaku relatif lebih sulit untuk diidentifikasi. Pengukuran intensi yang terbaik agar dapat memprediksi perilaku adalah dengan memasukkan keempat aspek intensi yaitu perilaku, target, situasi, dan waktu (Fishbein & Ajzen, 1975) dalam [http:// repository .usu.ac.id/ bitstream /handle/ 123456789/ 43562/Chapter%20II. pdf?sequence=4&isAllowed=y](http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/43562/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y).

Dinamika Sikap, Norma Subyektif dan Perceived Behavioral Control Terhadap Intensi Berwirausaha

Intensi diasumsikan sebagai faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. Intensi merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk menampilkan suatu perilaku. Sebagai aturan umum, semakin keras intensi seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku, semakin besar kecenderungan ia untuk benar-benar melakukan perilaku tersebut. Intensi untuk berperilaku dapat menjadi perilaku sebenarnya hanya jika perilaku tersebut ada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Individu memiliki pilihan untuk memutuskan perilaku tertentu atau tidak sama sekali (Ajzen, 1991). Selanjutnya, variabel yang mempengaruhi intensi/niat individu dalam melakukan sesuatu (Ajzen, 1991), adalah:

- a. Sikap, disposisi untuk merespon secara *favorable* atau *unfavorable* terhadap benda, orang, institusi atau kejadian. Semakin positif sikap yang dimiliki individu terhadap suatu perilaku, maka semakin besar pula intensinya untuk melakukan perilaku tersebut. Di latar belakang oleh komponen *behavioral beliefs*, yaitu keyakinan akan konsekuensi dari kemunculan tingkah laku serta evaluasi terhadap konsekuensi tersebut.
- b. Norma subjektif, persepsi seseorang akan tekanan sosial untuk menunjukkan atau tidak menunjukkan tingkah laku dengan pertimbangan tertentu. Semakin adanya tekanan sosial yang menekan individu untuk melakukan suatu, maka intensi individu akan semakin besar pula. Dilatarbelakangi oleh komponen *normative beliefs*, yaitu keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain (*referent*) dan motivasi untuk memenuhi (*motivation to comply*) harapan *referent* tersebut.
- c. *Perceived behavioral control*, kesanggupan seseorang untuk menunjukkan tingkah laku yang diinginkan. Semakin adanya kemudahan dan keuntungan individu untuk melakukan suatu perilaku, maka intensinya akan semakin tinggi. Dilatarbelakangi oleh komponen *control beliefs*, yaitu keyakinan tentang adanya faktor yang dapat mendorong atau menghambat munculnya tingkah laku dan persepsi terhadap kekuatan faktor tersebut.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Asrori, Noorca Agus, dan Lilis Mardiana (2013) tentang Analisis Intensi Perilaku Pelayanan Prima Melalui Aspek Sikap, Norma Subyektif, dan *Perceived Behavioral Control* dalam Rangka Peningkatan Kualitas Layanan, penelitian yang dilakukan oleh Jessvita Anggelina J.P dan Edwin Japarianto (2014) tentang Analisis Pengaruh Sikap, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* Terhadap *Purchase Intention* Pelanggan SOGO *Department Store* di Tunjungan Plaza Surabaya, dan juga penelitian oleh Burhanudin (2007) mengenai *Theory of Planned Behavior*: Aplikasi Pada Niat Konsumen Untuk Berlangganan Surat Kabar Harian Kedaulatan Rakyat di Desa Donotirto, Kecamatan Kretek, Kabupaten Bantul, ketiga penelitian ini memperoleh hasil yang sama mengenai hubungan sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* yang berpengaruh secara signifikan terhadap intensi melakukan suatu perilaku.

Hubungan sikap (AB) , Norma Subjektif (SN) dan *perceived behavioral control* (PBC) dapat dirumuskan :

$$B-BI= W1 (Ab) + W2(SN) + W3PBC$$

Keterangan : B = Perilaku, BI = Minat berperilaku, W1 = Bobot empiris pada Ab, W2 = Bobot empiris pada SN, W3 = Bobot empiris pada PBC, Ab = Sikap terhadap perilaku , SN = Norma Subyektif, PBC = *Perceived Behavioral Control*

Sesuai dengan beberapa hasil penelitian tersebut, maka sikap, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* dapat digunakan dalam melihat intensi orangtua untuk menggunakan *homeschooling* sebagai jalur pendidikan untuk anak mereka. Semakin adanya sikap yang positif, norma subjektif yang mendukung, dan *perceived behavioral control* yang positif terhadap intensi berwirausaha sebagai pilihan terbaik, maka intensinya untuk berwirausaha akan semakin tinggi, dan sebaliknya, semakin adanya sikap yang negatif, norma subjektif yang tidak mendukung, dan *perceived behavioral control* yang negatif terhadap intensi berwirausaha pilihan yang kurang tepat , maka akan semakin rendah juga intensi orangtua terhadap intensi berwirausaha.

Variabel lain yang mempengaruhi Intensi

Disamping faktor-faktor utama tersebut, terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi atau berhubungan dengan *belief*. Beberapa faktor tersebut dikelompokkan ke dalam tiga kelompok: (1) kategori *personal*, termasuk didalamnya sikap secara umum, kepribadian, nilai-nilai, emosi, inteligensi, , dan lain-lain; (2) kategori *social*, termasuk didalamnya usia, jenis kelamin, etnis, ras, pendidikan, penghasilan, agama, dan lain-lain; dan (3) kategori *informational*, termasuk didalamnya pengalaman, pengetahuan, tayangan media, dan lain-lain. Keberadaan faktor tambahan ini memang masih menjadi pertanyaan empiris mengenai seberapa jauh pengaruhnya terhadap *belief*, maupun terhadap intensi. Namun pada dasarnya faktor ini tidak menjadi bagian dari *theory of planned behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen, melainkan hanya sebagai pelengkap untuk menjelaskan lebih dalam determinan tingkah laku manusia (Ajzen, 2005).

Pengertian Kewirausahaan

Menurut Hisrich - Peters dalam Siswadi (2013:5) kewirausahaan merupakan proses menciptakan sesuatu yang lain dengan menggunakan waktu dan kegiatan disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa dan kepuasan serta kebebasan pribadi. Sedangkan Geoffrey G. Meredith et. all dalam Siswadi (2013:4) mengatakan bahwa para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat. Kesuksesan seorang wirausaha selalu tidak terpisahkan dari kreativitas dan inovasi. Inovasi tercipta karena adanya daya kreativitas yang tinggi.

Kreativitas adalah kemampuan untuk membawa sesuatu yang baru dalam kehidupan yang merupakan sumber penting dari kekuatan persaingan, karena lingkungan cepat berubah. Menurut Mun'im dalam Siswadi(2013:4) Adapun ciri-ciri sikap mental para wirausahawan yaitu :

1. Memiliki kepribadian yang unggul, yaitu berdaya pikir positif, mampu merumuskan tentang apa yang dicita-citakan, serta mampu menempatkan waktu pencapaian dan kesempatan, serta melakukannya.
2. Mengenal diri sendiri, berarti dapat memilih dan menentukan kegiatan yang sesuai, serasi dengan kemampuan diri sendiri, mengetahui kesempatan, kecakapan dan kemampuan

diri sendiri, mengakui, mengetahui dan menyadari kekurangan diri sendiri, dapat menilai, menghargai dan memanfaatkan modal atau kekayaan dan kekuatan yang dimiliki diri sendiri.

3. Mempunyai keahlian khusus atau faktor tertentu. Memiliki keahlian tertentu merupakan salah satu modal yang dimiliki calon wirausahawan. Karena dengan modal keahlian, seseorang lebih mengetahui secara pasti bisnis apa yang sedang dijalankan dan bagaimana mengatur dengan baik bisnis tersebut.
4. Kemauan dan kesediaan untuk belajar terus dan bekerja keras. Etos kerja yang bagus membuat sebuah bisnis akan berusaha bertahan di tengah tantangan para kompetitor, dan terus belajar membuat bisnis mengalami kemajuan dan menumbuhkan inovasi baru dalam membuat sebuah produk.
5. Memiliki kekayaan berupa kekayaan mental, spiritual serta kekayaan material.
6. Mengetahui dan memperhatikan hambatan yang ada dan kemungkinan hambatan yang mungkin terjadi. Dengan inovasi, kreatifitas, teknologi yang memadai disertai dengan kepribadian yang kokoh maka proses pembelajaran akan dapat menghasilkan sarjana yang tidak hanya menunggu lapangan pekerjaan, namun bisa menciptakan lapangan kerja baru.

Menurut Suryana (2008) ada enam hakekat penting kewirausahaan yaitu sebagai berikut:

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis.
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda .
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreatifitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan.
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (start-up phase) dan perkembangan usaha (venture growth).
5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru , dan sesuatu yang berbeda yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah diciptakan dengan mengembangkan tekologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemuakan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kesimpulannya wirausaha adalah setiap orang yang memulai sesuatu bisnis baru dengan proses penerapan kreatifitas dan inovasi yang baru dan berbeda dengan para pesaingnya, memanfaatkan peluang dengan menggunakan waktu, modal dan resiko serta menerima balas jasa.

Perumusan Hipotesis

Hipotesis penelitian, sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini mahasiswa Fakultas Ekonomi yang sedang menyusun tugas akhir. Sampel penelitian ini sebagian dari anggota populasi. Berdasarkan tingkat

keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$, $Z^{1/2\alpha} = 1,96$), kesalahan maksimum (ε) = 0,1 dan standar deviasi (σ) = 0,5 maka rumus penentuan sampel (Supranto, 2001: 113):

$$\begin{aligned}n &= \left(\frac{Z_{\alpha/2}^2 \times \sigma}{\varepsilon} \right)^2 \\ &= \left(\frac{1,96 \times 0,5}{0,1} \right)^2 \\ &= 96,04 \text{ orang}\end{aligned}$$

Operasionalisasi Variabel

1. Sikap Berperilaku (AB) adalah kecenderungan untuk bereaksi secara efektif dalam menanggapi resiko yang akan dihadapi dalam suatu objek. Indikatornya, tertarik dengan peluang usaha, pekerjaan yang menantang, keinginan menjadi seorang pemimpin dalam usaha sendiri dan senang berpartisipasi dalam dunia bisnis.
2. Norma Subjektif (SN) adalah keyakinan individu untuk mematuhi arahan kelompok referen untuk melakukan suatu tindakan. Indikatornya, keyakinan peran keluarga dalam memulai usaha, keyakinan dukungan dalam usaha dari orang yang dianggap penting, keyakinan dukungan teman dalam usaha.
3. Kontrol Perilaku Yang Dirasakan (PBC), dispesifikasikan dalam bentuk efikasi diri merupakan kondisi dimana individu percaya bahwa suatu perilaku mudah atau sulit untuk dilakukan. Indikatornya, kepercayaan diri akan kemampuan mengelola wirausaha, memilih jalur wirausaha dari pada bekerja pada orang lain dan kepemimpinan sumber daya manusia
4. Minat atau intensi berwirausaha (BI) merupakan tendensi keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan resiko. Indikator, memilih jalur wirausaha daripada bekerja pada orang lain, memilih karir sebagai wirausahawan dan perencanaan untuk memulai usaha.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner dan dokumentasi.

Teknik Analisis

Teknik analisis data yaitu penerapan *Theory of Planned Behavioral* yang dapat formulasikan sebagai berikut:

- a. Sikap Konsumen (Ab), dengan rumus:

$$Ab = \sum_{t=1}^n bi. ei$$

Keterangan : Ab = Sikap terhadap objek tertentu, bi = Keyakinan konsumen bahwa objek memiliki atribut i, ei = Evaluasi mengenai atribut i, n = Jumlah kriteria atribut yang relevan.

- b. Norma Subjektif (SN), dengan rumus:

$$SN = \sum_{t=1}^n Ni. Mi$$

Keterangan : SN = Norma subjektif, Ni = Keyakinan normatif individu, Mi = Motivasi konsumen, n = Banyaknya referen yang relevan.

- c. Perceived behaviour control (PBC), dengan rumus:

$$PBC = \sum_{t=1}^n C_i . P_i$$

Keterangan : PBC = perceived behaviour control, C_i = Keyakinan bahwa i adalah faktor yang mendorong P_i = Persepsi tentang seberapa kuat pengaruh kontrol i

d. Minat Berwirausaha (BI)

$BI \approx B = W_1 Ab + W_2 + W_3 SN$ atau

$BI \approx B = W_1 \sum e_i . b_i + W_2 \sum N_i . M_i + W_3 \sum C_i . P_i$

Untuk mencari W_1, W_2, W_3 GM Ab, GM SN dan GM PBC yaitu:

$$W_1 = \frac{GM Ab}{GM Ab + GMSN + GMPBC} \quad W_2 = \frac{GMSN}{GM Ab + GMSN + GMPBC} \quad W_3 = \frac{GMPBC}{GM Ab + GM SN + GMPBC}$$

$$GM Ab = \frac{\text{Total } b_i + \text{total } e_i}{2 \times \text{jumlah atribut}}$$

$$GMSN = \frac{\text{Total } N_i + \text{Total } M_i}{2 \times \text{jumlah atribut}}$$

$$GMPBC = \frac{\text{Total } c_i + \text{Total } P_i}{2 \times \text{jumlah atribut}}$$

Keterangan: B = Perilaku, BI = Minat Berperilaku, Ab = Sikap terhadap pelaksanaan berwirausaha B, SN = Norma subjektif, PBC = Perceived behaviour control W_1, W_2, W_3 = Bobot yang ditentukan secara empiris yang menggambarkan pengaruh relatif dari komponen sikap dan norma subjektif, perceived behaviour control GM Ab = *Grand mean* sikap mahasiswa, GM SN = *Grand mean* norma subjektif GM PBC = *Grand mean* perceived behaviour control.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Sikap Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha

Nilai sikap 23,32 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Artinya sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif. Maka dapat dikatakan sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendasarinya.

Pengaruh Subyektive Norms Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha

Nilai norma sunjektif 15,73 atau 15,7352 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Artinya sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif. Dengan kata lain norma subjektif mempengaruhi minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendasarinya.

Pengaruh Percaived Behaviour Control Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha

Nilai kontrol perilaku 18,1 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Artinya kontrol perilaku mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif. Dengan demikian kontrol perilaku mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendasarinya.

Pengaruh Attitude, Subyektive Norms, Percaived Behaviour Control Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha

Sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha dapat didefinisikan dalam kualifikasi baik. Sedangkan untuk norma subjektif dan kontrol perilaku dianggap sama nilainya terhadap minat perilaku karena nilainya hanya sedikit perbedaannya. Berdasarkan angka dari ketiga komponen yang membentuk perilaku atau minat perilaku, maka dalam pengambilan keputusan mahasiswa memilih berwirausaha lebih dominan dipengaruhi faktor sikap dengan nilai ideal sebesar $33,39 > 23,32$. Untuk mendefinisikan minat perilaku perlu dihitung besarnya nilai minat perilaku. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap (*attitude*), norma subjektif (*subyektive norms*) dan kontrol perilaku (*Perceived Behaviour Control*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha.

KESIMPULAN

1. Nilai sikap 23,32 terletak antara +2 dan +3 artinya sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif. Semakin positif sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha semakin meningkat pula niat berwirausaha. Semakin positif terhadap kegagalan usaha yang dialami semakin meningkat minat berwirausaha. Semakin berani mengambil risiko apapun yang datang semakin meningkat pula minat berwirausaha.
2. Nilai norma subjektif 15,73 terletak antara +2 dan +3 artinya norma subjektif mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif. Semakin positif norma subjektif mahasiswa terhadap kelompok referen, maka semakin positif minat berwirausaha. Semakin positif motivasi dalam usaha semakin meningkat minat berwirausaha. Semakin positif dukungan dari kelompok referen semakin meningkat minat berwirausaha..
3. Nilai kontrol perilaku 18,1 adalah terletak antara +2 dan +3 artinya kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha adalah positif.
4. Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh secara positif terhadap Minat berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari nilai bobot $w_1 = 0,443$ atau 44,3%, $w_2 = 0,299$ atau 29,9% dan $w_3 = 0,257$ atau 25,7% dengan persamaan $B \sim BI = 0,443 Ab + 0,299SN + 0,257PBC$. Namun yang lebih dominan berpengaruh terhadap minat berwirausaha adalah sikap kemudian norma subjektif.

SARAN

Untuk meningkatkan minat mahasiswa berwirausaha perlu untuk menambah jumlah SKS mata kuliah kewirausahaan dan membuat berbagai pelatihan untuk menciptakan produk, cara menentukan harga pokok produk, cara menjual/ memasarkan produk, cara mempromosikan produk dan mendistribusi kannya untuk dapat menambah wawasan mahasiswa sehingga minat berwirausaha akan terbentuk sehingga mahasiswa yang sudah tamat tidak semata-mata sebagai pencari kerja melainkan sebagai pencipta lapangan kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. New York: Open University Press.
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (2005) *The Influence of Attitudes on Behavior*. In: Albarracín, D., Johnson, B.T. and Zanna, M.P., Eds., *The Handbook of Attitudes*, Erlbaum, Mahwah, 173-221.
- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Amaliah, K. (2008). *Peranan Sikap, Norma Subyektif dan Perceived Behavioral Control dalam Memprediksi Intensi Mahasiswa untuk Bersepeda di Kampus*. Depok: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.

- Basu Swastha Dharmmesta, 1999. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No.3
- Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung CV. Alfabeta
- Buchari Alma, 2014 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Dharmmesta dan Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, BPFE, Yogyakarta
- Engel. James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 1995., *Perilaku Konsumen*.Jakarta. Bina Rupa Aksara.Hal. 3.
- Gerungan, 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung, Refika Aditama.
- Kotler dan Keller. 2009. *Prinsip-PrinsipPemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2007. *Manajemen PemasaranJasa: Teoridan Praktik*. EdisiPertama, Cetakan Pertama, Jakarta: SalembaEmpat.
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, 2008.
- Indri Hastuti Listyawati Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Yogyakarta JBMA - Vol. IV, No. 1, Maret 2017
- Feldman, Robert S. (1995). *Social Psychology*. New Jersey : A Simaon & Schuster Company. Englewood Cliffs.
- Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: SalembaEmpat
- Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.