

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 SU)

Peran Simanihuruk, SE, M.Si

Universitas Katolik Santo Thomas Medan Jl. Setia Budi No. 479F, 20132, Indonesia
e-mail:peran@cumandiri.or.id

Abstract

The purpose of this study is to analyze the influence of attitudes, subjective norms and behavioral control that are felt partially and simultaneously on student interest in entrepreneurship. The benefit of this research is seeing the Theory of Planned Behavior Application to predict entrepreneurial students' interests and for other researchers, it is expected to be a reference and reference for conducting further research on the Theory of Planned Behavior Approach to find out entrepreneurial interests. The number of samples was 96 respondents, the method of data collection through questionnaires and documentation and analytical techniques used by applying the Theory of Planned Behavior model.

The results of this study stated that attitude, subjective norms and behavioral control had a positive and partially significant effect on the interests of entrepreneurship in economics students. Simultaneously also showed that attitudes, subjective norms (subjective norms) and behavioral control (Perceived Behavior Control) have a positive and significant effect on entrepreneurial interest in students of the faculty of economics.

The conclusions in this study indicate that student attitudes, subjective norms and perceived behavioral control have positive or partially simultaneous positive effects on entrepreneurial interest. Judging from the calculations it is known that the weights W1, W2 and W3 have positive values, which means that there is a positive influence on the Attitude, Subjective Norms, Trust Behavior Control variables on entrepreneurial interest, but the more dominant influence on entrepreneurial interest in students is the Attitude variable with position the value of attitude 23.32 is located between the numbers +2 and +3. Greater than subjective norm variables and perceived behavioral control.

Suggestions that can be given to the managers of the Faculty of Economics, St. Thomas Catholic University of North Sumatra should increase the number of SKS Entrepreneurship courses and conduct 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 insights so that the interest in entrepreneurship will form in his mind. With this, students who have graduated are not solely as job seekers but as field creators

Keywords: *Attitudes, subjective norms, behavioral control and entrepreneurial interest*

PENDAHULUAN

Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang menganggur, maka semakin dirasakan pentingnya dunia *entrepreneur*. Persaingan dunia bisnis membuat masyarakat lebih sulit dalam mencari sebuah pekerjaan (Listiyani, 2010). Menumbuhkan minat kewirausahaan pada mahasiswa perguruan tinggi dipercaya merupakan langkah alternatif mengurangi pengangguran. Karena mahasiswa diharapkan dapat menjadi wirausahawan muda terdidik yang mampu merintis usahanya sendiri, serta mampu membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain (Zimmerer, 2008). Pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh peran 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 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 SU). Oleh : Peran Simanihuruk

merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sekarang 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).

Menurut Penelitian program tracer study Universitas Indonesia tahun 2013 menyebutkan bahwa hanya 1,4% lulusan sarjana yang berwirausaha (Limbong & Simarmata, 2020). Karena syarat negara maju harus ada minimal 2% wirausahawan dari total penduduk negara (Indri Hastuti Listyawati 2017). Hal ini sama seperti pendapat Alma dalam Satria dan Suwandana (2014) menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun perekonomiannya apabila memiliki wirausaha minimal 2% dari jumlah penduduknya. Begitu pula seperti yang dikemukakan oleh Deputy Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Prakoso Budi Susetyo, minimal jumlah wirausahawan adalah dua persen dari jumlah angkatan kerja.

Jumlah angkatan kerja pada Februari 2018 sebanyak 133,94 juta orang, naik 2,39 juta orang disbanding Februari 2017. Sejalan dengan itu, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 69,20 persen, meningkat 0,18 persen poin. Dalam setahun terakhir, pengangguran berkurang 140 ribu orang, sejalan dengan TPT yang turun menjadi 5,13 persen pada Februari 2018. Dilihat dari tingkat pendidikan, TPT untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tertinggi diantara tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 8,92 persen.

Penduduk yang bekerja sebanyak 127,07 juta orang, bertambah 2,53 juta orang dibanding Februari 2017. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase penduduk yang bekerja terutama pada Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,68 persen poin), Jasa Lainnya (0,40 persen poin), dan Industri Pengolahan (0,39 persen poin). Sementara lapangan pekerjaan yang mengalami penurunan adalah Pertanian (1,41 persen poin), Konstruksi (0,20 persen poin), dan Jasa Pendidikan (0,16 persen poin).

Sebanyak 73,98 juta orang (58,22 persen) penduduk bekerja di kegiatan informal, akan tetapi persentasenya menurun sebesar 0,13 persen poin disbanding Februari 2017. Dari 127,07 juta orang yang bekerja, sebesar 7,64 persen masuk kategori setengah menganggur dan 23,83 persen pekerja paruh waktu. Dalam setahun terakhir, setengah penganggur dan pekerja paruh waktu naik masing-masing sebesar 0,02 persen poin dan 1,31 persen poin.

Jumlah angkatan kerja pada Februari 2018 sebanyak 133,94 juta orang, naik 2,39 juta orang disbanding Februari 2017. Komponen pembentuk angkatan kerja adalah penduduk yang bekerja dan pengangguran. Pada Februari 2018, sebanyak 127,07 juta orang penduduk bekerja sedangkan sebanyak 6,87 juta orang menganggur. Dibanding setahun yang lalu, jumlah penduduk bekerja bertambah 2,53 juta orang sedangkan pengangguran berkurang 140 ribu orang.

Sejalan dengan naiknya jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) jugameningkat. TPAK pada Februari 2018 tercatat sebesar 69,20 persen, meningkat 0,18 persen poin disbanding setahun yang lalu. Kenaikan TPAK memberikan indikasi adanya kenaikan potensi ekonomi dari sisi pasokan (*supply*) tenaga kerja.

Berdasarkan jenis kelamin, terdapat perbedaan TPAK antara laki-laki dan perempuan. Pada Februari 2018, TPAK laki-laki sebesar 83,01 persen sedangkan TPAK perempuan hanya sebesar 55,44 persen. Namun demikian, dibandingkan dengan kondisi setahun yang lalu, TPAK perempuan meningkat sebesar 0,40 persen poin sedangkan TPAK laki-laki menurun 0,04 persen poin.

Tabel 1: Penduduk Usia 15 Tahun ke Atas Menurut Jenis Kegiatan Utama, Februari 2017–
Februari 2018

Jenis Kegiatan Utama	SetahunLalu Februari2017	SemesterLaluAgu stus2017	Saat IniFebruari201 8	Perubahan 1 Tahun (Feb 2017 –Feb 2018)		Perubahan 1 Semester (Ags 2017 –Feb 2018)	
				(5)	(6)	(7)	(8)
(1)	(2)	(3)	(4)	Juta Orang		Persen	
				Juta Orang	Persen	Juta Orang	Persen
Penduduk Usia Kerja	190,59	192,08	193,55	2,96	1,55	1,47	0,77
Angkatan Kerja	131,55	128,06	133,94	2,39	1,82	5,88	4,59
Bekerja	124,54	121,02	127,07	2,53	2,03	6,05	5,00
Pengangguran	7,01	7,04	6,87	-0,14	-2,00	-0,17	-2,41
Bukan Angkatan Kerja	59,04	64,02	59,61	0,57	0,97	-4,41	-6,89
Sekolah	15,24	16,49	15,61	0,37	2,43	-0,88	-5,34
Mengurus Rumah Tangga	36,08	39,92	36,01	-0,07	-0,19	-3,91	-9,79
Lainnya	7,72	7,61	7,99	0,27	3,50	0,38	4,99
				Persen poin		Persen poin	
Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT)	5,33	5,50	5,13	-0,20		-0,37	
Perkotaan	6,50	6,79	6,34	-0,16		-0,45	
Perdesaan	4,00	4,01	3,72	-0,28		-0,29	
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	69,02	66,67	69,20	0,18		2,53	
Laki-Laki	83,05	82,51	83,01	-0,04		0,50	
Perempuan	55,04	50,89	55,44	0,40		4,55	

Sumber : BPS Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2018No. 42/05/Th. XXI, 07 Mei 2018.

Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) adalah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat penawaran tenaga kerja yang tidak digunakan atau tidak tersera oleh pasar kerja. TPT pada Februari 2017 sebesar 5,33 persen turun menjadi 5,13 persen pada Februari 2018. Dilihat dari daerah tempat tinggalnya, TPT diperkotaan tercatat lebih tinggi disbanding di perdesaan. Pada Februari 2018, TPT diperkotaan sebesar 6,34 persen, sedangkan TPT di wilayah perdesaan hanya sebesar 3,72 persen. Dibandingkan setahun yang lalu, TPT diperkotaan dan TPT diperdesaan mengalami penurunan masing-masing sebesar 0,16 persen poin dan 0,28 persen poin.

Dilihat dari tingkat pendidikan pada Februari 2018, TPT untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) tertinggi diantara tingkat pendidikan lain yaitu sebesar 8,92 persen. TPT tertinggi berikutnya terdapat pada Diploma I/II/III sebesar 7,92 persen. Dengan kata lain, ada penawaran tenaga kerja yang tidak terserap terutama pada tingkat pendidikan SMK dan Diploma I/II/III. Mereka yang berpendidikan rendah cenderung mau menerima pekerjaan apasaja, dapat dilihat dari TPTSD ke bawah paling kecil diantara semua tingkat pendidikannya itu sebesar 2,67 persen. Dibandingkan kondisi setahun yang lalu, peningkatan TPT terjadi pada tingkat pendidikan Diploma I/II/III, Universitas, dan SMA, sedangkan TPT pada tingkat pendidikan lainnya menurun. Berdasarkan fenomena ini, salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran terlebih lulusan dari tingkat pendidikan SMA, Diploma I/II/III dan Universitas mengubah pola pikir untuk tidak semata-mata sebagai pencari kerja melainkan menciptakan kerja.

Dari uraian di atas maka perlu dilakukan penelitian untuk memprediksi minat mahasiswa untuk berwirausaha sebagai salah satu upaya untuk mengurangi tingkat pengangguran kemasa yang akan datang, maka peneliti ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul: Pengaruh sikap, norma subjektif dan *perceived behavioral control* terhadap minat berwirausaha dengan Pendekatan *Theory Of Planned Behaviour*.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Sikap

Sikap adalah disposisi untuk merespon secara *favorable* atau *unfavorable* terhadap benda, orang, institusi atau kejadian (Ajzen, 2005). Sikap merupakan pernyataan atau pertimbangan 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 SU). Oleh : Peran Simanihuruk

evaluatif mengenai objek, orang, atau peristiwa (Robin, dalam Amaliah, 2008). Karakteristik paling utama mengenai sikap adalah sikap bersifat evaluative atau cenderung afektif, afek merupakan bagian dari sikap yang paling penting, dimana afek mengacu pada perasaan dan penilaian seseorang akan objek, orang, permasalahan atau peristiwa tertentu (Fishbein & Ajzen, 1975). 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. Selain itu, sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar serta selalu berhubungan dengan suatu objek, dan sikap biasanya memberikan penilaian (menerima/menolak) terhadap objek yang dihadapi (Dharmmesta, 1999). Sikap juga dipandang sebagai keseluruhan evaluasi (Engel *et. al.*, 1995).

Dari beberapa pengertian yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa sikap adalah suatu keadaan jiwa (mental) dan keadaan pikiran yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek, yang diorganisir melalui pengalaman serta pengaruh secara langsung dan atau secara tidak langsung. Sikap biasanya memainkan peran utama dalam membentuk perilaku.

Berdasarkan *theory of planned behavior*, sikap individu terhadap suatu perilaku diperoleh dari aspek *behavioral beliefs* dan *outcome evaluation*. *Behavioral belief* merupakan kepercayaan individu akan konsekuensi yang dihasilkan bila ia menampilkan suatu perilaku. Sementara *outcome evaluation* merupakan penilaian individu terhadap konsekuensi atau hasil dari perilaku yang ditampilkan. Individu yang yakin bahwa dengan menampilkan suatu perilaku akan menghasilkan konsekuensi yang positif, akan memiliki kecenderungan yang besar untuk melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

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). *Belief* ini disebut sebagai *behavioral belief*, merupakan pernyataan subjektif seseorang yang menyangkut aspek-aspek yang dapat dibedakan tentang dunianya, yang sesuai dengan pemahaman tentang diri dan lingkungannya. *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.

Sebagai contoh adalah ketika orangtua meyakini bahwa berwirausaha merupakan keputusan yang lebih baik untuk anaknya daripada mencari pekerjaan, namun ia menyadari bahwa ada konsekuensi jika anaknya berwirausaha, ia bisa mengeluarkan biaya yang lebih mahal, atau ia harus mengawasi anaknya dalam menjalankan usahanya dan menjadi fasilitator untuk anaknya. Hal-hal seperti biaya, waktu luang, dan perkembangan usaha anaknya adalah atribut yang mungkin muncul dari tingkah laku untuk berwirausaha. Dengan kata lain, seseorang yang percaya bahwa sebuah tingkah laku dapat menghasilkan *outcome* yang positif, maka ia akan memiliki sikap yang positif. Begitu juga sebaliknya, jika individu tersebut percaya bahwa dengan melakukannya akan menghasilkan *outcome* yang negatif, maka ia akan memiliki sikap yang negatif terhadap tingkah laku tersebut. Rumus yang menggambarkan hubungan *behavioral beliefs* dengan sikap (*attitude behavior*) adalah sebagai berikut:

$$A_b = \sum_{i=1} b_i \cdot e_i \dots\dots\dots 1$$

Keterangan :

A_b = Sikap terhadap perilaku

b_i = keyakinan bahwa suatu perilaku itu akan menimbulkan akibat i

e_i = evaluasi terhadap akibat i yang sudah diperkirakan, seluruh i dijumlahkan atas sejumlah n akibat.

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. Maka, adanya keyakinan pihak orangtua bahwa berwirausaha sebagaipilihan terbaik akan menghasilkan konsekuensi yang positif bagi mereka dan anak mereka, maka akan membentuk sikap yang positif terhadap intensi untuk berwirausaha sebagai pilihan terbaik dari pada mencari pekerjaan yang hasilnya kurang memuaskan. Dan adanya sikap yang positif ini, akan meningkatkan intensi berwirausaha. Begitu pula sebaliknya, keyakinan bahwa berwirausaha sebagai kurang baik akan menghasilkan konsekuensi yang negatif bagi mereka, maka akan membentuk sikap yang negatif terhadap intensi untuk berwirausaha. Dan adanya sikap yang negatif ini, akan menurunkan intensi berwirausaha.

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). Jadi, norma subjektif adalah norma yang didapatkan seseorang dari persepsi terhadap sejauh mana lingkungan sosial yang cukup berpengaruh akan mendukung atau tidak pelaksanaan tingkah laku tersebut.

Dalam *theory of planned behavior* Ajzen (2005), norma subjektif ditentukan oleh adanya keyakinan normatif (*normative belief*) dan keinginan untuk mengikutinya (*motivation to comply*). Adapun yang dimaksud dengan *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 lakuyang dimaksud. Norma subjektif tidak hanya ditentukan oleh adanya *normative belief* yang dipengaruhi oleh *referent*, tetapi juga kekuatan/kekuasaan yang dimiliki *referent* terhadap individu, dan seberapa jauh individu akan mengikuti pendapat *referent* tersebut. Hal inilah yang disebut *motivation to comply*.

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. Sebaliknya jika ia percaya *referent* tidak mendukung tingkah laku tersebut, maka hal ini akan menyebabkan ia memiliki norma subjektif untuk tidak melakukan tingkah laku. Jadi, *referent* menyediakan petunjuk tentang "Hal apakah yang seharusnya pantas/tepat untuk dilakukan?". Contohnya dapat dilihat dari 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 ditemukan bahwa 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 kebijaksanaan konsumen dalam melakukan pembelian di SOGO *department store* dan semakin banyak orang yang melakukan pembelian di SOGO *department store* akan menjadi pertimbangan tentang manfaat yang konsumen dapatkan bila berbelanja di SOGO *department store*. Contoh lainnya adalah studi yang dilakukan Tolma et al (dalam Amaliah, 2008) tentang intensi melakukan *mammografi*. Dalam studi ini ditemukan bahwa peran norma subjektif di sini signifikan dalam memprediksi intensi. Hasil pengukuran norma subjektif menyatakan bahwa rekomendasi dari dokter di rumah sakit adalah sumber motivasi yang terkuat bagi para subjek penelitian.

Hubungan antara *normative beliefs* dengan norma subjektif dapat dilihat pada rumus berikut:

$$SN = \sum_{i=1}^m N_{bj} \cdot M_{cj} \dots\dots\dots 2$$

Keterangan :

SN = Norma subjektif (*subjectivenorms*)

Nbj = Keyakinan normatif dari konsumen bahwa orang lain (referen) j yang berpendapat bahwa konsumen sebaiknya menjadi berwirausaha atau tidak berwirausaha.

Mcj = Motivasi dari responden untuk mengikuti saran dari referen j.

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 padasaat 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 timbulnyaperilaku.

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* yangdimiliki.

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. Hubungan *control beliefs* dengan *perceived behavioral control* digambarkan adarumus:

$$PBC = \sum_{i=1}^n C_i \cdot P_i \dots\dots\dots 3$$

Keterangan :

- PBC = *Perceived Behavioral Control*
- c_i = *Control belief*, keyakinan bahwa i adalah faktor yang mendorong atau menghambat tingkahlaku
- p_i = *Perceived power*, persepsi tentang seberapa kuat pengaruh kontrol i dalam mendorong atau menghambat tingkahlaku
- i = Faktor pendorong atau penghambat tingkahlaku

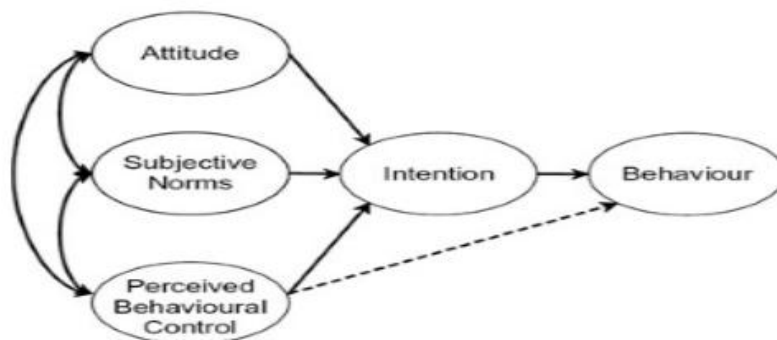
Penelitian oleh Laili Istiana, Suci Paramitasari Syahlani, dan Sudi Nurtini (2013) mengenai Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat dan Perilaku Beli Produk Susu *Ultra High Temperature* (UHT) memperoleh hasil bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh sangat besar 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:

- Perilaku (behavior), yaitu perilaku spesifik yang nantinya akan diwujudkan.
- 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. Dilatarbelakangi 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 Japariato (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 Subyektif (SN) dan *perceived behavioral control* (PBC) dapat dirumuskan :

$$B-BI = W1 (Ab) + W2(SN) + W3PBC \dots\dots\dots 4$$

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	= <i>Perceived Behavioral Control</i>

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

Kata wirausaha merupakan gabungan kata wira yang berarti gagah berani, perkasa dan kata usaha. Jadi kata wirausaha berarti orang yang gagah berani, perkasa dalam usaha. Kamus besar bahasa Indonesia (2016) mengartikan wirausaha sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, serta mengatur permodalan operasinya. Menurut Hisrich-Peters dalam Siswadi(2013:5) menyatakan bahwa 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. Meredithet 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 guna memastikan sukses. 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 ke dalam kehidupan yang merupakan sumber yang penting dari kekuatan persaingan, karena lingkungan cepat sekali 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 (tujuan hidup), dapat serta mampu menempatkan waktu pencapaian dan kesempatan, serta melakukannya.

2. Mengenal diri sendiri, yang 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-hambatan yang ada dan kemungkinan-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.

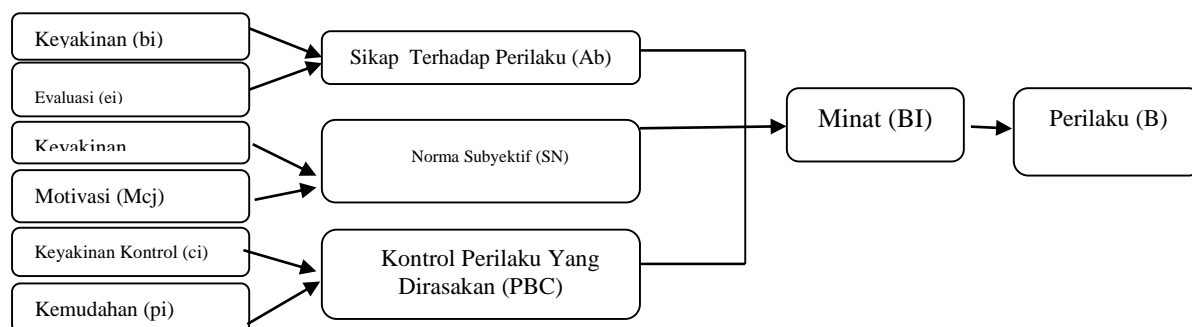
Menurut Suryana (2008) ada enam hakekat penting kewirausahaan yaitu sebagai berikut:

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 (ability to create the new and different).
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 (creative), dan sesuatu yang berbeda (innovative) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemuakan cara baru untuk mnghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan pengertian wirausaha di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa 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 yang disertai modal dan resiko serta menerima balas jasa. Hal tersebut menun, karenadirasakan bermakana bagi dirinya dan ada harapan yang dituju.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian sebelumnya maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dikembangkan sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Berpikir
 Sumber : *Theory of planned behavior* (Fishbein & Ajzen, 2005)

Perumusan Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sikap , norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap minat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Secara umum jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif asosiatif agar dapat menggambarkan data faktual secara sistematis dan akurat mengenai hubungan antara fenomena-fenomena *theory of planed behaviour* dalam mengetahui minat mahasiswa berwirausaha. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara yang sedang menyelesaikan tugas akhir.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel merupakan sebagian dari anggota populasi yang dapat dijadikan sebagai sumber data yang sebenarnya dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara yang sedang Menyusus tugas akhir. Sampel penelitian ini sebagian dari anggota populasi. Berdasarkan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$, $Z_{\alpha/2} = 1,96$), kesalahan maksimum (ϵ) = 0,1 dan standar deviasi (σ) = 0,5 maka rumus penentuan sampel (Supranto, 2001: 113):

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

Dalam penelitian ini, maka jumlah sampel yang dibutuhkan (n) = 96,04 dibulatkan menjadi 96 orang. Teknik penentuan sampel dilakukan secara *purposive sampling*.

Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel merupakan batasan pokok pembahasan yang akan diteliti dalam penelitian yaitu :

1. Sikap Berperilaku (AB) adalah kecenderungan untuk bereaksi secara efektif dalam menanggapi resiko yang akan dihadapi dalam suatu objek. Indikatornya :
 - a. Tertarik dengan peluang usaha
 - b. Pekerjaan yang menantang

- c. Keinginan menjadi seorang pemimpin dalam usaha sendiri
- d. Senang berpartisipasi dalam dunia bisnis.
2. Norma Subjektif (SN) adalah keyakinan individu untuk mematuhi arahan atau anjuran orang sekitarnya untuk melakukan suatu tindakan. Dimana indikatornya sebagai berikut: 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. Dimana indikatornya sebagai berikut: Kepercayaan diri akan kemampuan mengelola wirausaha, Memilih jalur wirausaha dari pada bekerja pada orang lain dan Kepemimpinan sumber daya manusia.
4. Niat atau intensi berwirausaha (BI) merupakan tendensi keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan resiko, dimana indikatornya sebagai berikut: Memilih jalur wirausaha daripada bekerja pada orang lain, Memilih karir sebagai wirausahawan dan Perencanaan untuk memulai usaha.

Metode Pengumpulan Data

Kuesioner

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui kuesioner. Kuesioner didefinisikan sebagai suatu metode pengumpulan data yang merupakan respon tertulis dari responden terhadap sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya (Sekaran, 2006:82). Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada mahasiswa yang sedang menyelesaikan tugas akhir, kemudian responden memilih alternatif jawaban yang sudah disediakan sehingga responden tidak diberi kesempatan menjawab diluar jawaban yang telah disediakan.

Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan membaca literatur/buku-buku relevan yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Kuncoro, 2003: 28). Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Teknik Analisis Data : Penerapan Model *Theory of Planned Behavioral*

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *Theory of Planned Behavioral* yaitu (Peter dan Olson, 2000:8) *The Theory of Planned Behavioral*. Model ini merupakan bagian dari model sikap multi atribut yang membahas hubungan antara sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan, minat berperilaku dan perilaku (Dharmmesta, 1992:24). Sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan akan mempengaruhi minat konsumen untuk membeli dan kemudian minat membeli ini yang akan mempengaruhi atau menimbulkan perilaku membeli di waktu yang akan datang. Model ini menerangkan bahwa perilaku dipengaruhi oleh minat berperilaku. Minat berperilaku dipengaruhi oleh sikap (Ab) dan Norma subjektif (SN) dan Perceived behaviour control (PBC). Selanjutnya, sikap dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu keyakinan penting yang dipegang konsumen (bi) dan evaluasi tentang akibat dari keyakinan penting (ei) dengan n atribut. Norma subjektif dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu keyakinan normative konsumen terhadap orang lain atau referen (NB) dan motivasi konsumen untuk menuruti pengaruh referen dengan referen lain sejumlah n. Kontrol Perilaku yang dirasakan dipengaruhi dua

variabel yaitu keyakinan kontrol dan kemudahan yang dirasakan . Model ini dapat formulasikan sebagai berikut:

a. Sikap Konsumen (Ab), dengan rumus:

$$Ab = \sum_{i=1}^n bi. ei \dots\dots\dots 6$$

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

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

$$SN = \sum_{i=1}^n Ni. Mi \dots\dots\dots 7$$

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

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

$$PBC = \sum_{i=1}^n Ci. Pi \dots\dots\dots 8$$

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

d. Minat Berwirausaha (BI)

$$BI \approx B = W1 Ab + W2 SN + W3 PBC \text{ atau}$$

$$BI \approx B = W1 \sum ei.bi + W2 \sum Ni.Mi + W3 \sum Ci.Pi$$

Untuk mencari W1,W2, W3 GM Ab, GM SN dan GM PBC yaitu:

$$W1 = \frac{GM Ab}{GM Ab + GMSN + GMPBC} \quad W2 = \frac{GMSN}{GM Ab + GMSN + GMPBC} \dots\dots\dots 9$$

$$W3 = \frac{GMPBC}{GM Ab + GM SN + GMPBC} \dots\dots\dots 10$$

$$GM Ab = \frac{Total bi + total ei}{2 \times jumlah atribut} \dots\dots\dots 11$$

$$GMSN = \frac{Total Ni + Total Mi}{2 \times jumlah atribut} \dots\dots\dots 12$$

$$GMPBC = \frac{Total ci + Total B}{2 \times jumlah atribut} \dots\dots\dots 13$$

Keterangan: B = Perilaku, BI = Minat Berperilaku, Ab = Sikap terhadap pelaksanaan berwirausaha B, SN = Norma subjektif, PBC = Perceived behaviour control W1,W2,W3 = 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 = Grean mean norma subjektif GM PBC = Grand mean perceived behaviour control.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Identitas Responden

Identitas responden dilihat dari jurusan dan angkatan. Berdasarkan hasil kuesioner, diketahui jumlah dan persentase identitas responden pada tabel berikut :

Tabel 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Jumlah	Persentase
Manajemen	60	62%
Akuntansi	36	38%
Jumlah	96	100%

Sumber : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK)

Dari tabel tersebut, responden jurusan manajemen sebanyak 60 orang (62%) dan akuntansi sebanyak 36 orang (38%), Dengan demikian responden jurusan manajemen lebih banyak daripada akuntansi, karena mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara didominasi oleh jurusan manajemen.

Tabel 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

	Angkatan	Jumlah (orang)	Persentase
--	----------	----------------	------------

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 SU). Oleh : Peran Simanihuruk 132

Manajemen Strata 1	2015	40	42%
	2016	20	21%
	Jumlah	60	63%
Akuntansi Strata 1	2015	25	26%
	2016	11	11%
	Jumlah	36	37%
		96	100%

Sumber : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK)

Dari tabel tersebut responden jurusan manajemen angkatan 2015 sebanyak 40 orang (42%), angkatan 2016 sebanyak 20 orang (21%), Sedangkan jurusan akuntansi angkatan 2015 sebanyak 25 orang (26%), angkatan 2016 sebanyak 11 orang (11%). Dengan demikian responden didominasi oleh jurusan manajemen angkatan 2015.

Tabel 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	30	32%
Wanita	66	68%
Jumlah	96	100%

Sumber : Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan (BAAK)

Dari tabel tersebut responden berjenis kelamin Pria sebanyak 30 orang (32%), sedangkan responden berjenis kelamin Wanita sebanyak 66 orang (68%). Dengan demikian jumlah responden wanita lebih banyak dari jenis kelamin pria.

Menghitung dan Mendefinisikan Nilai Sikap Norma subjektif dan Kontrol Perilaku yang dirasakan

Untuk mendefinisikan kedua komponen tersebut perlu dihitung lebih dahulu besarnya nilai dari kedua komponen tersebut. Perhitungan terhadap kedua komponen tersebut dilakukan dengan mengoperasionalkan formulasi model Theory of Reasoned Action oleh Ajzen dan Fishbein,1980.

Menghitung dan Mendefinisikan Nilai Sikap (*Attitude*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai sikap adalah:

$$Ab = \sum_{i=1}^n bi \cdot ei \dots\dots\dots 14$$

Tabel 4: Distribusi Variabel Komponen Sikap (KeyakinanAtribut)

Atribut	3	2	1	-1	-2	-3	Rata-rata tertimbang
1	40	40	8	3	3	2	2,01
2	30	49	15	1	0	1	2,09
3	49	30	14	1	1	1	2,06
4	34	41	18	2	1	0	2,06
5	45	24	21	4	1	1	2,03

Tabel 5: Distribusi Variabel Komponen Sikap (Evaluasi Atribut)

Atribut	3	2	1	-1	-2	-3	Rata-rata tertimbang
6	49	38	8	1	0	0	2,39
7	55	28	10	1	1	1	2,32
8	53	29	12	2	0	0	2,36
9	32	47	16	1	0	0	2,13
10	50	30	10	2	4	0	2,18

Tabel 6: Nilai Komponen Sikap Mahasiswa

Atribut	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Total AB = (bi) X (ei)
1	6	2,01	4,8039
2	7	2,09	4,8488
3	8	2,06	4,8616

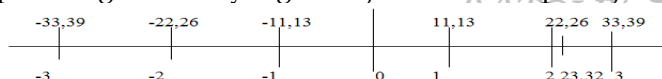
4	9	2,06	2,13	4,3878
5	10	2,03	2,18	4,4254
				23,3275

Tabel 7: Nilai sikap yang ideal

Atribut		Keyakinan	Evaluasi	Total Ab= bi x ei
1	6	3	2,39	7,17
2	7	3	2,32	6,21
3	8	3	2,36	7,08
4	9	3	2,13	6,39
5	10	3	2,18	6,54
				33,39

Adapun untuk perhitungannya dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) mengalikan komponen keyakinan (bi) dengan komponen evaluasi (ei) masing-masing menggunakan nilai rata-rata tertimbang, sebagai ilustrasi dapat diberikan contoh perhitungan sebagai berikut: (bi), item pertama nilai rata-rata tertimbang adalah $(40 \times 3) + (40 \times 2) + (8 \times 1) + (3 \times -1) + (3 \times -2) + (2 \times -3) = 2,01$, di mana 40, 40, 8, 3, 3, dan 2 adalah jumlah responden yang diobservasi (banyak responden), sedangkan 3, 2, 1, -1, -2, -3 adalah bobot dari tiap-tiap jawaban.

Untuk item yang lain cara perhitungannya sama; 2) menjumlahkan hasil perkalian tersebut. Dengan proses perhitungan tersebut dapat diperoleh nilai kuantitatif dari sikap sebesar 23,3275. Untuk memberikan gambar arti angka tersebut, maka lebih dulu perlu dihitung besarnya nilai sikap yang ideal. Nilai tersebut dihitung dengan memberikan skor 3 pada komponen keyakinan untuk setiap item. Dengan rumus dan perhitungan yang sama dapat diperoleh besarnya nilai sikap yang ideal adalah 33,39. Dengan demikian besarnya nilai sikap minimum maupun maksimum ditentukan berdasarkan skala penilaian yang digunakan. Besarnya nilai sikap maksimum dan minimum yang dimaksud adalah -33,39, untuk skor nilai sikap minimum, dan + 33,39 untuk skor nilai sikap maksimum. Untuk memberikan gambaran secara jelas letak dari nilai posisi sikap maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: 1) membagi nilai sikap total menjadi 3 bagian masing-masing untuk nilai positif maupun negatif (sesuai dengan skala penilaian); 2) menempatkan nilai sikap pada posisi antara -33,39 sampai dengan + 33,39. Demikian dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas, maka dapat dijelaskan dengan gambar seperti berikut:



Melihat gambar diatas, maka posisi nilai sikap 23,32 atau 23,3275 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 23,32. Dengan demikian dapat diartikan bahwa sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik.

Menghitung dan Mendefinisikan Nilai Norma subjektif (*subyektive norms*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai sikap adalah:

$$SN = \sum_{i=1}^n Ni \cdot Mi \dots\dots\dots 15$$

Tabel 8: Distribusi Variabel Komponen Norma Subjektif (Keyakinan Atribut)

Atribut	3	2	1	-1	-2	-3	Rata-rata tertimbang
1	48	42	5	1	0	0	2,41
2	41	44	11	0	0	0	2,30
3	56	27	13	0	0	0	2,44

Tabel 9: Distribusi Variabel Komponen Norma Subjektif (Motivasi Atribut)

Atribut	3	2	1	-1	-2	-3	Rata-rata tertimbang
4	29	50	17	0	0	0	2,12
5	36	44	14	1	1	0	2,18
6	41	43	12	0	0	0	2,30

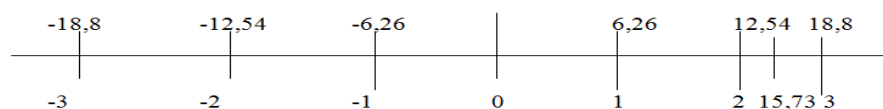
Tabel 10: Nilai Komponen Norma subjektif Mahasiswa

Atribut		Keyakinan (Mi)	Evaluasi (Ni)	Total AB = (Mi) X (Ni)
1	4	2,41	2,12	5,1092
2	5	2,30	2,18	5,014
3	6	2,44	2,30	5,612
				15,7352

Tabel 11: Nilai komponen norma subjektif yang ideal

Atribut		Keyakinan	Evaluasi	Total Ab= bi x ei
1	4	3	2,12	6,36
2	5	3	2,18	6,54
3	6	3	2,30	6,9
				18,8

Dengan proses perhitungan tersebut dapat diperoleh nilai kuantitatif dari sikap sebesar 15,7352. Untuk memberikan gambar arti angka tersebut, maka lebih dulu perlu dihitung besarnya nilai norma subjektif yang ideal yang ideal. Nilai tersebut dihitung dengan memberikan skor 3 pada komponen keyakinan untuk setiap item. Dengan rumus dan perhitungan yang sama dapat diperoleh besarnya nilai norma subjektif yang ideal adalah 18,8. Dengan demikian besarnya nilai norma subjektif minimum maupun maksimum ditentukan berdasarkan skala penilaian yang digunakan. Besarnya nilai norma subjektif maksimum dan minimum yang dimaksud adalah -18,8, untuk skor nilai norma subjektif minimum, dan +18,8 untuk skor nilai norma subjektif maksimum. Untuk memberikan gambaran secara jelas letak dari nilai posisi norma subjektif maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: 1) membagi nilai norma subjektif total menjadi 3 bagian masing-masing untuk nilai positif maupun negatif (sesuai dengan skala penilaian); 2) menempatkan nilai norma subjektif pada posisi antara -18,8 sampai dengan +18,8. Demikian dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas, maka dapat dijelaskan dengan gambar seperti berikut:



Melihat gambar diatas, maka posisi nilai norma sunjektif 15,73 atau 15,7352 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 15,7352. Dengan demikian dapat diartikan bahwa norma subjektif untuk mempengaruhi minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik.

Menghitung dan Mendefinisikan Nilai kontrol perilaku (*perceived behaviour control*)

Rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai sikap adalah:

$$PBC = \sum_{i=1}^n Ci . Pi \dots\dots\dots 16$$

Tabel 12: Distribusi Variabel Komponen Kontrol Perilaku (Keyakinan Atribut)

Atribut	3	2	1	-1	-2	-3	Rata-rata tertimbang
1	43	37	15	1	0	0	2,26
2	42	33	18	3	1	0	2,14
3	50	30	10	4	2	0	2,20

Tabel 13: Distribusi Variabel Komponen Kontrol Perilaku (Persepsi Atribut)

Atribut	3	2	1	-1	-2	-3	Rata-rata tertimbang
4	44	37	14	1	0	0	2,28
5	40	30	10	16	0	0	1,81
6	50	30	10	4	2	0	2,20

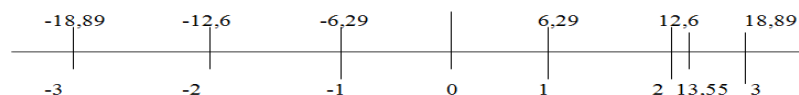
Tabel 14 : Nilai Komponen Kontrol Perilaku Mahasiswa

Atribut		Keyakinan (Mi)	Evaluasi (Ni)	Total AB = (Mi) X (Ni)
1	4	2,26	2,28	5,1528
2	5	2,14	1,81	3,8734
3	6	2,20	2,20	4,84
				13,5534

Tabel 15: Nilai komponen kontrol perilaku yang ideal

Atribut		Keyakinan	Evaluasi	Total Ab= bi x ei
1	4	3	2,28	6,86
2	5	3	1,81	5,43
3	6	3	2,20	6,6
				18,89

Dengan proses perhitungan tersebut dapat diperoleh nilai kuantitatif dari sikap sebesar 13,5534. Untuk memberikan gambaran arti angka tersebut, maka lebih dulu perlu dihitung besarnya nilai kontrol perilaku yang ideal. Nilai tersebut dihitung dengan memberikan skor 3 pada komponen keyakinan untuk setiap item. Dengan rumus dan perhitungan yang sama dapat diperoleh besarnya nilai kontrol perilaku yang ideal adalah 18,89. Dengan demikian besarnya nilai kontrol perilaku minimum maupun maksimum ditentukan berdasarkan skala penilaian yang digunakan. Besarnya nilai kontrol perilaku maksimum dan minimum yang dimaksud adalah -18,89, untuk skor nilai kontrol perilaku minimum, dan + 18,8 untuk skor nilai kontrol perilaku maksimum. Untuk memberikan gambaran secara jelas letak dari nilai posisi norma subjektif maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut: 1) membagi nilai kontrol perilaku total menjadi 3 bagian masing-masing untuk nilai kontrol perilaku maupun negatif (sesuai dengan skala penilaian); 2) menempatkan nilai kontrol perilaku pada posisi antara -18,8 sampai dengan + 18,8. Demikian dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas, maka dapat dijelaskan dengan gambar seperti berikut:



Melihat gambar diatas, maka posisi nilai kontrol perilaku 13,55 atau 13,5534 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai kontrol perilaku mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 13,55. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kontrol perilaku mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik.

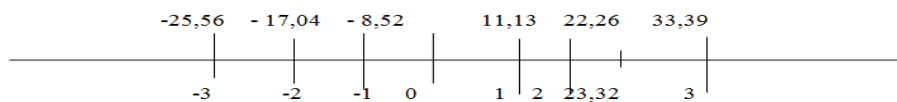
Menghitung dan Mendefinisikan Nilai Perilaku

Untuk mendefinisikan maksud perilaku perlu dihitung besarnya nilai maksud perilaku. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai maksud perilaku adalah: $B \gg BI = w1Ab + w2 SN$, dimana nilai $w1$ (bobot nilai sikap) dan $w2$ (bobot nilai norma subjektif) masing-masing ditentukan berdasarkan survei yang telah disusun seperti yang terdapat pada tabel sebagai berikut:

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung besarnya nilai maksud perilaku adalah: $B \gg BI = w1Ab + w2 SN + W3 PBC$ dimana nilai $w1$ (bobot nilai sikap), $w2$ (bobot nilai norma subjektif), $W3$ (bobot nilai kontrol perilaku) masing-masing ditentukan berdasarkan survei yang telah disusun seperti yang terdapat pada tabel di atas.

Adapun besarnya nilai $w1$, $w2$, $W3$ adalah $w1 = 0,443$ atau 44,3% , $w2 = 0,299$ atau 29,9% dan $W3 = 0,257$ atau 25,7% sedangkan besarnya nilai sikap (AB) dan nilai norma subjektif (SN),

kontrol perilaku (PBC) masing-masing adalah 23,3275, 15,7352 dan 13,5534. untuk memberikan gambaran arti angka tersebut perlu dihitung lebih dahulu nilai maksud perilaku yang ideal, yakni dengan memberikan skor 3 pada komponen keyakinan kontrol perilaku. Dengan mengalikan skor w_1 untuk komponen sikap yakni 33,39%, untuk w_2 untuk komponen norma subjektif yakni 19,8% dan w_3 kontrol perilaku yakni 18,89%. maka besarnya nilai maksud perilaku ideal adalah = 44,3% (33,39) + 29,9% (19,8) + 25,7% (18,89) = 25,5667. Selanjutnya untuk memberikan gambaran secara jelas posisi maksud perilaku tersebut maka dengan langkah yang sama, seperti di atas maka posisi nilai maksud perilaku dapat digambarkan seperti berikut:



Berdasarkan maksud perilaku di atas, maka nilai yang paling tinggi pada variabel sikap dimana terletak pada skala antara +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai maksud perilaku mahasiswa untuk berwirausaha adalah positif dengan angka 23,32 > dari pada skala 2 (15,73), tetapi < dari skala 3 (13,55). Jadi sikap mahasiswa dapat didefinisikan dalam kualifikasi baik. Sedangkan untuk norma subjektif dan kontrol perilaku dianggap sama nilainya dengan maksud perilaku karena keduanya sangat kecil (B ~ BI). Berdasarkan angka dari ketiga komponen yang membentuk perilaku atau maksud perilaku tersebut, maka dalam pengambilan keputusan memilih berwirausaha lebih banyak dipengaruhi faktor sikap dari pada faktor norma subjektif dan kontrol perilaku.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Attitude* Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara.

Melihat gambar di atas, maka posisi nilai sikap 23,32 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 23,32. Dengan demikian dapat diartikan bahwa sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa attitude berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendasarinya.

Pengaruh *Subjektive Norms* Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara

Melihat gambar di atas, maka posisi nilai norma subjektif 15,73 atau 15,7352 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 15,7352. Dengan demikian dapat diartikan bahwa norma subjektif untuk mempengaruhi minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendasarinya.

Pengaruh *Perceived Behaviour Control* Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara.

Melihat gambar di atas, maka posisi nilai kontrol perilaku 18,1 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 18,1. Dengan demikian dapat diartikan

bahwa kontrol perilaku mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang mendasarinya.

Pengaruh *Attitude, Subyektive Norms, Percaived Behaviour Control* Untuk Memprediksi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara

Jadi sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha dapat didefinisikan dalam kualifikasi baik. Sedangkan untuk norma subjektif dan kontrol perilaku dianggap sama nilainya dengan maksud perilaku karena keduanya sangat tipis ($B \sim BI$). Berdasarkan angka dari ketiga komponen yang membentuk perilaku atau maksud perilaku tersebut, maka dalam pengambilan keputusan mahasiswa memilih berwirausaha lebih banyak dipengaruhi faktor sikap (*attitude*) dengan nilai ideal sebesar $33,39 >$ dari pada faktor n . Untuk mendefinisikan maksud perilaku perlu dihitung besarnya nilai maksud perilaku. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap (*attitude*), norma subjektif (*subyektive norms*) dan kontrol perilaku (*Percaived Behaviour Control*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas ekonomi.

KESIMPULAN

- Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, terdapat beberapa kesimpulan yaitu :
1. Sikap (*Attitude*) diketahui berpengaruh positif dan signifikan dalam membangkitkan minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi. Dilihat gambar diatas, posisi nilai sikap 23,32 atau 23,3275 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 23,3275. Dengan demikian dapat diartikan bahwa sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hal ini mengindikasikan semakin positif sikap mahasiswa untuk memanfaatkan peluang usaha baru semakin meningkat pula niat berwirausaha. Semakin berpandangan positif terhadap kegagalan usaha yang dialami semakin meningkat minat berwirausaha. Semakin berani mengambil risiko apapun yang datang semakin meningkat pula minat berwirausaha oleh mahasiswa fakultas ekonomi.
 2. Norma subyektif (*subyektive norms*) berpengaruh positif dan signifikan dalam membangkitkan niat mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas Sumatera Utara untuk berwirausaha. Melihat gambar diatas, maka posisi nilai norma subjektif 15,73 atau 15,7352 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai norma subjektif mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 15,7352. Dengan demikian dapat diartikan bahwa norma subjektif untuk mempengaruhi minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Hal ini mengindikasikan semakin positif norma subyektif mahasiswa terhadap kelompok referen, maka semakin positif pula niat berwirausaha. Semakin adanya motivasi dalam usaha semakin meningkat pula minat berwirausaha. Semakin adanya dukungan dari teman yang dapat memicu dalam sebuah usaha semakin meningkat pula niat berwirausaha oleh mahasiswa fakultas ekonomi.
 3. Kontrol perilaku (*percaived behaviour control*) yang dirasakan diketahui berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan minat berwirausaha oleh mahasiswa fakultas ekonomi. Melihat gambar diatas, maka posisi nilai kontrol perilaku 18,1 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Dengan demikian dapat diartikan bahwa nilai sikap mahasiswa terhadap minat berwirausaha adalah positif dengan angka 18,1. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kontrol perilaku mahasiswa terhadap minat berwirausaha dinyatakan dalam kualifikasi baik. Berdasarkan maksud perilaku di atas, maka nilai yang paling tinggi pada variabel sikap dimana terletak pada skala antara +2 dan +3. Dengan

demikian dapat diartikan bahwa nilai maksud perilaku mahasiswa untuk berwirausaha adalah positif dengan angka 23,32 > dari pada skala 2 (15,73), tetapi < dari skala 3 (13,55). Jadi sikap mahasiswa dapat didefinisikan dalam kualifikasi baik. Sedangkan untuk norma subjektif dan kontrol perilaku dianggap sama nilainya dengan maksud perilaku karena keduanya mempunyai perbedaan yang cukup rendah. Berdasarkan angka dari ketiga komponen yang membentuk perilaku atau maksud perilaku tersebut, maka dalam pengambilan keputusan memilih berwirausaha lebih banyak dipengaruhi faktor sikap dari pada faktor norma subjektif dan kontrol perilaku. Hal ini mengindikasikan semakin positif keyakinan diri akan kemampuan mengelola usaha semakin meningkat pula minat berwirausaha. Semakin baik persepsikepemimpinannya semakin meningkat minat berwirausaha. Semakin memulai usaha dapat mencetuskan ide seseorang untuk berkreasi semakin meningkat pula minatberwirausaha oleh mahasiswa fakultas ekonomi.

4. Sikap mahasiswa, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan berpengaruh secara positif terhadap Minat berwirausaha . Dilihat dari perhitungan diketahui bahwa bobot W1, W2 dan W3 memiliki nilai yang positif yang berarti terdapat pengaruh positif variable *Attitude, Subyektive Norms, Perceived Behaviour Control* terhadap minat berwirausaha, namun yang lebih dominan mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa adalah variabel Sikap (*Attitude*) dengan posisi nilai sikap 23,32 adalah terletak diantara angka +2 dan +3. Lebih besar dari variabel norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan.

SARAN

Berdasarkan pembahasan dan simpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, saran yang dapat diberikan kepada pihak pengelola Fakultas Ekonomi Universitas Santo Thomas Sumatera Utara sebaiknya menambah jumlah SKS dan membuat berbagai pelatihan untuk menciptakan produk, cara menentukan harga pokok produk, cara menjual/memasarkan produk, cara mempromosikan produk dan mendistribusikannya untuk dapat menambah wawasan mahasiswa sehingga minat berwirausaha akan terbentuk dalam benaknya. Dengan adanya hal tersebut mahasiswa yang sudah tamat tidak semata-mata sebagai pencari kerja melainkan sebagai pencipta lapangan

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. 1988. *Attitudes, personality, and behavior*. Keyness: Open University Press
- Ajzen, I. 1991. *The theory of plannedbehavior*. Academic Press Inc., university of Massachusettes at Amherst, 50, 179-211
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2ndEdition. 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.
- 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, Umi Khasanah, 1999, *Theory of Planned Behavior: an Aplication to Transport Service Consumers*, 1999
- Basu Swastha Dharmmesta, 1999. "Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 14, No.3
- BPS Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2018No. 42/05/Th. XXI, 07 Mei 2018
- Buchari Alma, 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi, Bandung CV. Alfabeta

- Buchari Alma, 2014 *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Burhanudin, Aep. (2007). *Tips presentasi efektif*. Bandung:CV. Citra Praya.
- 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.
- Feldman, Robert S. (1995). *Social Psychology*. New Jersey : A Simaon & Schuster Company. Englewood Cliffs.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indri Hastuti Listyawati Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Kontrol Keperilakuan Terhadap Niat Berwirausaha Pada Mahasiswa Di Yogyakarta JBMA - Vol. IV, No. 1, Maret 2017
- Kotler dan Keller. 2009. *Prinsip-PrinsipPemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kristianto, Paulus Lilik. 2011. *PsikologiPemasaran*. CetakanPertama, Jakarta: Caps
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Limbong, T., & Simarmata, J. (2020). Menentukan Matakuliah yang Efektif Belajar Daring (Belajar dan Ujian) dengan Metode Multi-Attribute Utility Theory (MAUT). *Jurnal Resti*, 4(2), 370–376.
- Lupiyoadi, Rambat. 2007. *ManajemenPemasaranJasa: TeoridanPraktik*. EdisiPertama, CetakanPertama, Jakarta: SalembaEmpat.
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, 2008.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Salemba Empat, Jakarta
- Supranto, 2001, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta, 230,243
- Suryana. (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: SalembaEmpat
- Siswadi dan Sarwono.2013. Uji Sistem Pemberian Nutrisi dan Macam Media Terhadap Pertumbuhan dan Hasil Selada (*Lactuca sativa L*) Hidroponik.*Jurnal Agronomika*. Surakarta ;Vol. 08. No. 01
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/43562/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.