

PENGARUH PERSEPSI WAWASAN WIRAUSAHA DAN MOTIVASI WIRAUSAHA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA S1 JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Mohammad Afiful Haqiqi¹, Septyan Budy Cahya²
Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

mohammad.19050@mhs.unesa.ac.id
septyancahya@unesa.ac.id

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan secara parsial antara persepsi wawasan kewirausahaan dan motivasi untuk berwirausaha terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara persepsi wawasan wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi penelitian terdiri dari 751 mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya. Untuk menghitung ukuran sampel, metode purposive sampling digunakan, dan rumus Slovin digunakan. Sebanyak 88 mahasiswa dari Universitas Negeri Surabaya yang terdiri dari Program Studi Pendidikan Ekonomi, Pendidikan Administrasi Perkantoran, Pendidikan Akuntansi, dan Pendidikan Tata Niaga Analisis dijadikan sampel dalam penelitian ini. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan versi 25,0 program SPSS for windows. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh dari persepsi wawasan kewirausahaan terhadap minat dalam berwirausaha. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persepsi wawasan kewirausahaan dan motivasi wirausaha secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat wirausaha.

Kata Kunci : Persepsi Wawasann , Motivasi Wirausaha, Minat Berwirausaha

Abstract

This study aims to investigate the effect partially between perceptions of entrepreneurial insight and entrepreneurial motivation on students' interest in entrepreneurship. In addition, this study also aims to explore the influence simultaneously or jointly between perceptions of entrepreneurial insight and entrepreneurial motivation on student interest in entrepreneurship. This study uses a descriptive quantitative approach. The study population consisted of 751 students majoring in Economic Education at Surabaya State University. The sampling method used was purposive sampling using the Slovin formula to determine the sample size. A total of 88 students from Surabaya State University consisting of Economics Education Study Programs, Office Administration Education, Accounting Education, and Analysis Commerce Education were sampled in this study. Multiple linear regression analysis was used to examine the relationship between the variables studied. In this study, multiple linear regression calculations were performed using version 25.0 of the SPSS for windows program. The research findings show that there is an influence from perceptions of entrepreneurial insight on interest in entrepreneurship. In addition, the results of the study also show that perceptions of entrepreneurial insight and entrepreneurial motivation jointly have an influence on entrepreneurial interest.

Keywords : Perception of Entrepreneurial Insight, Entrepreneurial Motivation, Interest in Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan identitas nasional, dan kemajuan pendidikan selalu berkorelasi positif dengan kemajuan peradaban. Melalui proses ini diharapkan bahwa pendidikan di sekolah memberikan peluang yang luas bagi setiap orang untuk mengembangkan diri mereka sesuai dengan potensi mereka dan lingkungan mereka saat in., sesuai dengan tujuan pendidikan nasional yang telah dirumuskan. Undang-

Undang Sistem Pendidikan Nasional (Sisdiknas) tahun 2003, Bab II pasal 3, menjelaskan bahwa pendidikan nasional memiliki fungsi untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk karakter serta peradaban bangsa yang berbudaya, dengan tujuan untuk mengembangkan potensi peserta didik agar memiliki akhlak yang baik, kesehatan yang optimal, pengetahuan yang luas, keterampilan yang handal, kreativitas, kemandirian, serta

menjadi warga negara yang demokratis dan bertanggung jawab.

Pengangguran merupakan isu yang serius di Indonesia dan sulit untuk diatasi. Upaya pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran belum berhasil secara signifikan. Hal ini disebabkan oleh jumlah penduduk yang tinggi tidak sejalan dengan peningkatan lapangan kerja. Akibatnya, perusahaan menjadi lebih selektif dalam merekrut karyawan baru sementara persaingan dalam mencari pekerjaan semakin ketat dan lapangan pekerjaan semakin terbatas. (Alghofari, 2010). Perlu dipertimbangkan fenomena ini sebagai realitas saat ini bahwa tingkat pengangguran di kalangan yang terdidik semakin meningkat setiap tahun, sementara peluang kerja yang tersedia sangat terbatas. Oleh karena itu, diperlukan upaya sosialisasi yang dapat menginspirasi generasi muda untuk mengubah orientasi mereka, sehingga mereka tidak lagi hanya mempertimbangkan persaingan untuk mendapatkan pekerjaan di sektor publik atau swasta, tetapi juga mulai mempersiapkan diri untuk menciptakan pekerjaan berdasarkan passion mereka sendiri. Salah satu pilihan yang dapat diambil oleh generasi muda saat ini adalah dengan mengembangkan jiwa wirausaha. Untuk menjadi seorang wirausaha, penting untuk menumbuhkan minat dalam diri seseorang. Minat ini bisa muncul melalui rasa ketertarikan dan kekaguman saat melihat kesuksesan seseorang dalam berwirausaha. (Franita, 2016).

Minat adalah keadaan yang terjadi ketika seseorang memperhatikan sifat atau implikasi dalam keadaan yang terkait dengan kebutuhan atau keinginan mereka sendiri. Akibatnya, minat seseorang akan dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat sejauh itu relevan dengan minatnya sendiri. Tanda-tanda minat seorang mahasiswa terhadap wirausaha dapat terlihat dari perilaku mereka yang menunjukkan keinginan yang muncul dari dalam diri, termasuk keberanian untuk menghadapi risiko dan responsif dalam mengatasi peluang yang ada. (Sadirman, 2016). Hubungan antara minat mahasiswa terhadap berwirausaha dan keterlibatan mereka dalam jurusan Pendidikan Ekonomi di Universitas Negeri Surabaya (Unesa) dapat diamati melalui keberadaan mata kuliah kewirausahaan yang menjadi wajib bagi mahasiswa Pendidikan

Ekonomi. Melalui mata kuliah ini, mahasiswa diharapkan mendapatkan pengetahuan tentang kewirausahaan yang dapat mereka terapkan setelah menyelesaikan studi maupun selama masih menjadi mahasiswa. Tujuan dari mata kuliah kewirausahaan ini tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan, tetapi juga memberikan bekal pengetahuan yang relevan untuk berwirausaha.

Terdapat berbagai usaha yang dilakukan untuk mengembangkan jiwa kewirausahaan, terutama dalam mengubah pola pikir pemuda yang hanya tertarik menjadi pencari kerja atau pencari kerja setelah lulus sekolah (Wijaya, 2012). Oleh karena itu, perguruan tinggi di Indonesia saat ini diharapkan dapat lebih mempersiapkan mahasiswa mereka untuk menjadi wirausaha (job creator) dan bukan hanya sebagai pencari kerja. Diharapkan persepsi dan keinginan seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh pendidikan formal yang mencakup pengetahuan tentang kewirausahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merasa penting untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguraikan bagaimana persepsi dan motivasi untuk menjadi pengusaha memengaruhi minat untuk menjadi pengusaha.

Dalam konteks ini, terdapat fenomena yang terkait dengan persepsi tentang wawasan kewirausahaan, yang saya temui melalui program Wirausaha Merdeka (WMK). Program ini merupakan bagian dari inisiatif Kampus Merdeka yang baru saja diperkenalkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) pada bulan Juli 2022. WMK memberikan peluang kepada mahasiswa untuk menjadi calon wirausahawan dengan mendorong pengembangan pengalaman berwirausaha dan keterampilan tenaga kerja. Banyak mahasiswa dari Universitas Negeri Surabaya (UNESA) yang telah merasakan manfaat dari program ini, termasuk Adinda Dian Paramita, seorang mahasiswa program S-1 Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB). Melalui program WMK ini, mereka dapat menggali pengetahuan dan pengalaman di universitas yang memiliki keunggulan di bidang kewirausahaan, dengan dibimbing oleh mentor atau fasilitator yang berkualitas. Program ini dapat diikuti secara online maupun offline, atau sering disebut sebagai pendekatan "hibrida". Terdapat banyak

pengalaman menarik yang diperoleh melalui program ini, salah satunya adalah kesempatan untuk merasakan suasana belajar dan berpartisipasi dalam kegiatan di Apple Academy. Akademi ini merupakan bagian dari perusahaan yang terkenal sebagai pembuat iPhone, iPad, dan Macbook, dan memiliki tujuan untuk memberikan pelatihan dan pengetahuan kepada para pengusaha, desainer, dan pengembang aplikasi iOS, sehingga mereka dapat menciptakan dan menemukan pekerjaan yang terkait dengan aplikasi tersebut. (Mas'ud, 2002).

Dalam kaitannya dengan fenomena di atas, mahasiswa perlu mengimplementasikan ide dan konsep bisnis mereka melalui program kewirausahaan yang telah disediakan oleh universitas, seperti Program Kreativitas Mahasiswa. Program ini dapat menjadi pilihan alternatif bagi mahasiswa untuk mewujudkan ide dan konsep wirausaha yang dimiliki dalam bentuk kegiatan wirausaha yang melibatkan tiga konsep yang terdapat dalam TPB (Theory of Planned Behavior). Konsep-konsep tersebut termasuk sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), norma subjektif (subjective norm), dan kontrol perilaku yang dirasakan. Pertama, sikap terhadap perilaku mengacu pada seberapa baik seseorang menilai tindakan tertentu. Namun, norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.. Sedangkan kontrol perilaku yang dirasakan mencerminkan persepsi individu tentang kemampuannya untuk melaksanakan perilaku tertentu. Konsep-konsep ini dapat mencerminkan niat seseorang untuk melakukan tindakan tertentu, yang diprediksi oleh persepsi mereka tentang sejauh mana kemudahan atau kesulitan dalam melaksanakan perilaku tersebut, serta pengalaman masa lalu dan hambatan yang dapat mereka antisipasi. (Ajzen, 2015).

Motivasi dalam konteks kewirausahaan merupakan elemen utama yang mendorong seorang wirausaha untuk terlibat dalam kegiatan bisnis yang dapat memberikan arahan dan menjamin bahwa usaha terus berlanjut. (Wikanso, 2013). Bagi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi, motivasi kewirausahaan mencakup motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan dalam kewirausahaan, termasuk tujuan yang melibatkan pengenalan dan pemanfaatan peluang bisnis. Fenomena

terkait dengan motivasi kewirausahaan yang terjadi di Fakultas Ekonomi Unesa yaitu mahasiswa mendapatkan fasilitas tempat untuk membuka stand usaha di lingkungan kampus tanpa dikenai biaya. Namun dalam permodalan atau pembiayaannya dibebankan kepada mahasiswa masing-masing. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa selama tahun 2020-2021 pembukaan stand dinonaktifkan karena masa pandemic namun sistem penjualan menggunakan sistem online dan kembali baru dibuka kembali sistem offline pada tahun 2022.

Motivasi wirausaha memainkan peran yang sangat penting bagi mahasiswa yang tertarik berwirausaha, karena motivasi tersebut membantu mereka dalam mengidentifikasi peluang bisnis dan menggunakan peluang tersebut untuk menciptakan lapangan kerja baru. Minat dan pengetahuan wirausaha yang dimiliki oleh mahasiswa diharapkan dapat mengubah kecenderungan mereka untuk memulai usaha baru di masa depan. Untuk menjadi seorang wirausaha yang sukses, seseorang harus memiliki motivasi wirausaha yang tinggi, karena motivasi yang kuat ini dapat membantu mereka mengembangkan mentalitas untuk selalu berusaha menjadi lebih baik dan melakukan segala sesuatu yang melebihi standar yang ada.

Oleh karena itu, motivasi wirausaha memiliki peran yang penting sebagai dorongan internal bagi seorang wirausaha untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Meningkatkan motivasi dalam memulai bisnis baru tidak hanya melibatkan kepercayaan pada kemampuan diri untuk mencapai kesuksesan, tetapi juga melibatkan kemampuan untuk mendapatkan informasi tentang peluang-peluang dalam dunia kewirausahaan. Alasan mengambil sampel penelitian ini pada jurusan pendidikan ekonomi sendiri yaitu untuk mengetahui bagaimana minat mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi yang notabnya berfokus untuk menjadi seorang pendidik, apakah nanti juga mempunyai minat dalam berwirausaha atau berprofesi diluar sebagai pendidik. Dilihat dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melihat atau mengkaji mendalam tentang apa saja yang mempengaruhi persepsi wawasan wirausaha dan motivasi wirausaha. Maka peneliti melaksanakan penelitian skripsi berjudul : **“Pengaruh Persepsi Wawasan Kewirausahaan dan motivasi wirausaha Terhadap Minat**

Berwirausaha Pada Mahasiswa S1 Jurusan Pendidikan Ekonomi Unesa”.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada penelitian ini menggunakan Teori Tindakan Beralasan, juga dikenal sebagai TRA, dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen. Ini menjelaskan bagaimana sikap dan perilaku muncul. Teori ini berfokus pada kombinasi respons yang mengarah pada perilaku.

Persepsi

Persepsi ialah suatu hasil dari stimulasi fisik ataupun kimia dari organ pengindera, yang kemudian memunculkan kemampuan individu untuk membedakan, mengelompokkan dan bahkan memfokuskan pikiran untuk kemudian menginterpretasikannya. Persepsi dapat dibagi menjadi beberapa bentuk atau didefinisikan sebagai suatu hal, diantaranya, a) Persepsi merupakan kebutuhan, kebutuhan bagi individu untuk memberikan interpretasi atas apa yang dilihat dan didengarkannya. b) Persepsi merupakan kepercayaan dan keyakinan, yang mana gagasan yang muncul dari cara individu mengamati, hingga membentuk suatu keyakinan dan percaya melihat objek dengan cara tertentu atau bisa cara yang dilakukan dengan konkret atau nyata. c) Persepsi merupakan nilai, ialah persepsi dijadikan landasan, alasan dalam mengambil tindakan, berperilaku, mengambil keputusan atau untuk mencapai suatu tujuan tertentu seperti nilai moral, nilai sosial budaya, nilai hukum. d) Persepsi merupakan asumsi, dapat diartikan bahwa asumsi dan persepsi merupakan hal yang berkaitan dan saling berjalan bersama. e) persepsi merupakan sikap, Sikap yaitu sebuah bentuk kesiapan atau kemauan untuk melakukan atau merespons terhadap objek, ide, atau situasi tertentu dengan cara yang spesifik atau terukur. (Couto, 2016).

Kewirausahaan

Menurut Thomas W Zimmerer (2008), “Wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya”. Menurut Peter Drucker, seorang wirausaha bukanlah mencari risiko, melainkan mencari peluang. Dalam perspektif psikologi, seorang wirausaha

adalah seseorang orang yang memiliki keinginan kuat untuk mencapai sesuatu, suka melakukan eksperimen, dan ingin mengekspresikan kebebasannya di luar kendali orang lain. Bagi seorang investor, wirausaha dilihat sebagai seseorang yang menciptakan kesejahteraan bagi orang lain, menemukan cara baru untuk memanfaatkan sumber daya, mengurangi pemborosan, dan menciptakan lapangan kerja yang dihargai oleh masyarakat. Kewirausahaan sendiri adalah suatu proses dinamis untuk menciptakan tambahan kemakmuran.

Motivasi Wirausaha

Motivasi merupakan istilah yang berasal dari bahasa latin "Movere" yang berarti bergerak atau berpindah. Menurut Djaali (2007), motivasi adalah kondisi fisiologis dan psikologis yang mendorong seseorang untuk melakukan tindakan tertentu untuk mencapai suatu tujuan atau memenuhi kebutuhan. Menurut Mulyasa (2003), motivasi diartikan sebagai kekuatan yang mendorong atau menarik seseorang untuk bertindak menuju suatu tujuan tertentu. Sardiman (2013) mengungkapkan bahwa motivasi merupakan dorongan dalaman yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan tertentu. Wiratmo (2001), dalam pendapatnya, menjelaskan Kondisi internal seseorang yang mendorong mereka untuk bertindak dengan cara yang akan menjamin pencapaian tujuan disebut motivasi. Dengan mempertimbangkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah emosi yang mendorong seseorang untuk berperilaku dengan cara yang akan memungkinkan mereka mencapai tujuan tertentu. Motivasi merupakan dorongan atau alasan yang mendorong individu untuk bertindak atau berbuat sesuatu.

Minat Berwirausaha

Minat wirausaha adalah keinginan seseorang untuk melakukan bisnis sendiri dan mengambil risiko (Praswati, 2014). Subandono (2007) mengatakan minat wirausaha adalah kecenderungan hati seseorang untuk menciptakan suatu usaha dan kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko, dan mengembangkan usaha tersebut.

H1 : Pengaruh Persepsi Wawasan

Kewirausahaan Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa

Persepsi terhadap wirausaha adalah sikap yang menggambarkan sejauh mana seseorang memiliki pandangan positif atau negatif terhadap profesi wirausaha. Persepsi individu terhadap norma sosial yang mereka rasakan juga memengaruhi keputusan mereka untuk terlibat atau tidak terlibat dalam perilaku kewirausahaan. Selain itu, persepsi tentang tingkat kemudahan atau kesulitan menjadi seorang wirausaha juga turut mempengaruhi sikap dan niat individu terhadap wirausaha. Penelitian Daisy Afika, Titik Purwinarti (2020). Hasil penelitian variable Hasil penelitian Drs. Said Zulkifli, M.Si (2021) menyatakan bahwa terdapat hubungan antara persepsi mahasiswa tentang pendidikan kewirausahaan dengan minat berwirausaha mahasiswa. Dalam penelitian tersebut, ditemukan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat mereka dalam menjadi seorang wirausaha.

H2 : Pengaruh Motivasi Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa

Motivasi memiliki peran yang sangat penting dalam berwirausaha, seperti halnya bahan bakar yang menggerakkan mesin. Ketika motivasi usaha mencukupi, individu akan didorong untuk bertindak aktif dalam berwirausaha. Seorang wirausaha muncul ketika individu tersebut memiliki keberanian untuk memulai bisnis dan gagasan baru. Motivasi wirausaha yang kuat akan mendorong seseorang untuk berani mengembangkan usaha dan ide-ide tersebut. Menurut (Ardiyanti, 2019) menyatakan bahwa motivasi bisnis tidak mempengaruhi keberhasilan bisnis. (Puspitaningsih, 2014) juga telah membuktikan efikasi diri berpengaruh terhadap motivasi. Sedangkan (Josia Sanchaya, 2017), membuktikan motivasi tidak mempengaruhi minat untuk berwirausaha mahasiswa.

H3 : Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa

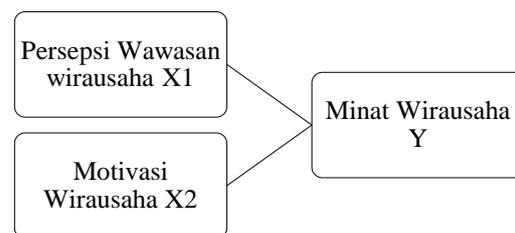
Seseorang yang sudah mempunyai keterampilan bisnis dapat menganalisa lebih detail dalam pengambilan keputusan untuk melanjutkan usahanya. Pengetahuan wirausaha yang diperoleh peserta didik lewat perkuliahan kewirausahaan membantu dalam menganalisis aspek-aspek kewirausahaan terkait lokasi, pembiayaan, dll sehingga, pihak kampus

Perguruan tinggi memiliki tanggung jawab yang besar dalam mendidik dan memberikan pengetahuan kewirausahaan kepada mahasiswa. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan sikap mandiri pada mahasiswa agar mereka berani mengambil keputusan untuk menjadi wirausaha di masa depan. (Puspitaningsih, 2014) juga menerangkan bahwa Motivasi kewirausahaan dan persepsi wawasan wirausahawan mempengaruhi Minat mahasiswa dalam berbisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan kuesioner atau data lapangan sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dari sampel populasi. Fokus penelitian ini terkait dengan variabel independen (motivasi dan pengetahuan) dan variabel dependen (minat dalam bisnis). Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Negeri Surabaya . Data dalam penelitian ini diperoleh melalui sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan dari responden melalui penggunaan kuesioner. Data tersebut kemudian akan diolah lebih lanjut untuk analisis. Sumber data primer adalah sumber yang memberikan data secara langsung kepada peneliti yang mengumpulkannya.

Variabel pada penelitian ini meliputi Persepsi Wawasan Wirausaha (X1), Motivasi Wirausaha (X2), Minat Berwirausaha (Y). Berikut ini merupakan kerangka penelitian yang akan dilaksanakan:



Gambar 1. Kerangka Penelitiann

Data dikumpulkan menggunakan teknik wawancara dan kuisisioner. Hipotesis awal penelitian didapatkan dari hasil pra riset dengan teknik wawancara. Setelah instrumen divalidasi maka pengumpulan data menggunakan kuisisioner penelitian. Pada pengumpulan data menggunakan kuisisioner alternatif jawaban didasarkan atas skala likert 5 jawaban Yaitu berpendapat sepenuhnya, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Berikut ini merupakan indikator yang digunakan untuk mengukur setiap variabel yang akan diteliti. Variabel Minat Berwirausaha mengadopsi indikator dari (Yuhendri, 2015) yang meliputi 1) Membuat pilihan kerja Memiliki pilihan jenis usaha yang akan dilakukan. 2) Merasaa tertarik untuk berwirausaha. 3) Merasa senanga untuk berwirausaha. 4) Bersedia mengambil resiko. 5) Berani mengambil risiko untuk meraih suksess. Selanjutnya, pada variabel Persepsi Wawasan Berwirausaha menggunakan indikator dari dimensi (Lindawati, 2014) yaitu (1) Persepsi Keinginan (Perceived Desirability). (2) Persepsi Kelayakan (Perceived Feasibility). Selanjutnya, untuk mengukur variabel Motivasi Berwirausaha, digunakan indikator sebagai berikut: (1) Adanya hasrat dan keinginan untuk meraih kesuksesan. (2) Adanya dorongan dan kebutuhan dalam berwirausaha. (3) Adanya harapan dan cita-cita masa depan.

Tabel 1 UJI VALIDITAS

Pertanyaan	Rhitung	Keterangan
Persepsi Wawasan Wirausaha	0,384	Valid
Motivasi	0,662	Valid
Minat	0,616	Valid

Sumber : data dikelola oleh peneliti,2023

Dari hasil analisis uji validitas bahwa nilai r hitung lebih besar daripada nilai r table nilai r tabel sendiri yaitu 0,361 dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, kesimpulan yang diungkapkan sebelumnya adalah valid.

Tabel 2 UJI RELIABILITAS

Variabell	Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi Wawasan Wirausaha	0,853	$\geq 0,600$	Reliabel
Motivasi Wirausaha	0,843	$\geq 0,600$	Reliabel
Minat Wirausaha	0,891	$\geq 0,600$	Reliabel

Sumber : data di kelola oleh peneliti,2023

Dari hasil simpulan diatas, nilai Cronbach alpha Indikator variable Pengetahuan Kewirausahaan (X1), Motivasi Wirausaha (X2) dan Variabel (Y) Minat Wirausaha Multikolinieritas tidak ditemukan, seperti yang ditunjukkan oleh angka Tolerance yang lebih tinggi ($>$) 0,1 dan nilai VIF yang lebih rendah ($<$) 10..

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig.	Ketentuan	Keterangann
0,200	0,05	Distribusi Normal

Sumber : data di kelola oleh peneliti,2023

Dari hasil simpulan diatas dapat dilijat bahwa nilai Asymp Sig yang dihasilkan sebesar 0.200 ($>0,05$)dari hasilitu dikatan normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikoleniaritas

Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Ketentuan	Keterangan
X1	0.437	2.286	0,10	Multikoleniaritas
X2	0.437	2.286	0,10	Multikoleniaritas

Sumber : data dikelola oleh peneliti,2023

Berdasarkan Table 4.12 diatas dapat diketahui Tidak ada multikolinieritas, seperti yang ditunjukkan oleh angka Tolerance yang di atas ($>$) 0,1 dan nilai VIF yang di bawah ($<$) 10.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Ketentuan	Keterangan
X1	0,759	0,05	tidak terjadi Heteroskedastisitas.
X2	0,160	0,05	tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Sumber : data diolah oleh peneliti,2023

Dari hasil simpulandiatas hasil uji glejser didapatkan nilai probabilitas Pengetahuan Wirausaha sebesar 0.759 dan Motivasi Wirausaha sebesar 0.160 ($> 0,05$) dari situ dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam analisis ini, dilakukan penggunaan uji validitas untuk mengevaluasi hasil yang diperoleh..

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficientss (B)
1 (constant)	9.118
Persepsi wawasan wirausaha(X1)	0.311
Motivasi wirausaha (X2)	0.911

Sumber : data di kelola oleh peneliti,2023

Berdasarkan tabel yang disajikan pada data Coefficients, dapat digunakan untuk merumuskan persamaan regresi linier berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 9.118 + 0,311X_1 + 0,911X_2$$

Dalam data ini, nilai konstanta (intercept) adalah 9.118, yang mengindikasikan bahwa ketika semua variabel independen memiliki nilai nol, variabel minat wirausaha (Y) memiliki nilai 9.118. Koefisien regresi yang terkait dengan variabel persepsi wawasan kewirausahaan (X1) adalah 0,311. Hal ini berarti bahwa ketika persepsi wawasan kewirausahaan mengalami peningkatan sebesar satu unit, minat wirausaha juga akan meningkat sebesar 0,311.

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel	Nilai t	Ketentuan	Keterangan
X1	3.000	1,986	Parsial
X2	6.829	1,986	Parsial

Berdasarkan tabel uji t (parsial) diatas bisa ditarik Kesimpulan sebagai berikut : Pada variable Persepsi Wawasan Wirausaha mempunyai t hitung lebih besar dari pada nilai t Berdasarkan tabel yang disajikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan kewirausahaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel minat wirausaha. Hal ini terlihat dari nilai t hitung sebesar 3.000 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.986) dengan taraf signifikansi 0.04 yang lebih kecil dari 0.05. Selain itu, pada variabel motivasi wirausaha juga dapat disimpulkan bahwa memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel minat wirausaha. Ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 6.829 yang lebih besar dari nilai t tabel (1.986) dengan taraf signifikansi 0.00 yang juga lebih kecil dari 0.05.

Tabel 8. Hasil Uji F

Nilai F	Ketentuan	Keterangan
98,733	3,10	Simultan

Dari tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar 98,733 lebih besar daripada nilai F tabel yang memiliki nilai 3,10. Selain itu, taraf signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,005. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat wirausaha.

Tabel 9. Hasil Uji R Square

R	R Squaree	Adj. R Squaree
836	699	692

Dari tabel yang disajikan, koefisien di atas menunjukkan bahwa nilai R Square adalah 0,699 atau 69,7%. Hal ini berarti bahwa minat wirausaha dapat dijelaskan sebesar 69,7% oleh variabel pengetahuan wirausaha dan motivasi wirausaha yang termasuk dalam penelitian ini. Sisanya, sebesar 30,3%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Dari kesimpulan hasil dari pembahasan yang ada di atas dalam penelitian ini :Pemahaman tentang konsep kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk menjadi wirausaha. Selain itu, motivasi untuk menjadi wirausaha juga terbukti berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Oleh karena itu, pemahaman tentang konsep kewirausahaan dan motivasi menjadi wirausaha secara bersama-sama mempengaruhi keinginan siswa untuk berbisnis. Dari simpulan yang ada diatas itu semoga dapat dijadikanya bahan dan sumber pengetahuan serta motivasi untuk para mahasiswa dalam memulai berwirausaha dan mengembangkan potensi dalam dirinya. Bagi Jurusan Pendidikan Ekonomi, Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam mengembangkan wawasan wirausaha dan motivasi tentang kewirausahaan bagi para mahasiswa di jurusan Pendidikan ekonomi. Penelitian ini terbatas menggunakan variabel pengetahuan wirausaha, motivasi wirausaha dan minat wirausaha sehingga penelitian selanjutnya bisa dikembangkan dengan menggunakan variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (2015). *Consumer Attitudes and Behavior: "The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions"*. *Rivista di Economia Agraria, Anno LXX, n. 2 ISSN (print): 0035-6190. ISSN (online), 2281-1559.*
- Albarq, A. d. (2013). "Measuring the Impacts of Online Word-of-Mouth on Tourists Attitude and Intentions to Visit Jordan: An Empirical Study". *International BusinessResearch Vol.7 No.1* , pp. 14-2.
- Alghofari, F. (2010). *Analisis Tingkat Pengangguran di Indonesia Tahun*

- 1980- 2017. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ardianti, W. d. (2014). Entrepreneurial Motivation Pengusaha Sektor Formal Dan Sektor Informal Di Jawa Timur. *AGORA Vol 2, No. 1*, 33-71.
- Arifin. (2017). Pengaruh Kompensasi dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja. *Jurnal EduTech. Vol. 3 No. 2 September*, 87-98.
- Couto, A. &. (2016). *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi; Sebuah Kajian Psikologi Persepsi dan Prinsip Kognitif untuk Kependidikan*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Djaali. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Franita, R. (2016). Analisa Pengangguran di Indonesia. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 88-93.
- Handoko. (2013). *Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil, Second Edition*. Jakarta: Prehalindo.
- Huda, M. E. (2012). Pengaruh temperature pembakaran dan penambahan abu terhadap kualitas batu bata. *Jurnal Neutrino, vol.4*, 142–152.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kaijun. (2015). A Comparative Study of the Indonesia and Chinese Educative Systems Concerning the Dominant Incentives to Entrepreneurial Spirit (desire for a New Venturing) of Business School Students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 113-117.
- Koranti. (2013). Analisis Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal PESAT Vol. 5 No.1*, 13-22.
- Lindawati. (2014). Kewirausahaan dan pandangan Islam. *Menara, Vol 12 No.1 Januari– Juni 2013*, 71-102.
- Lubis, P. K. (2018). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Niagawan, 7(2)*, 95–101.
- Mas’ud, F. (2002). *40 Manajemen Sumber Daya Manusia*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Mascarenhas MN, F. S. (2012). *National, regional, and global trends in infertility prevalence since 1990: a systematic analysis of 277 health surveys*. New York: PLoS Med.
- Mulyasa. (2003). *Kewirausahaan : Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sadirman. (2016). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Shapero, A. &. (2017). *Social dimensions of entrepreneurship*. New York: Encyclopedia of Entrepreneurship.
- Simbolon. (2008). *Membina Kompetensi Ekonomi*. Surabaya: Grafindo Media Pratama.
- Sudrajat, A. (2011). Mengapa Pendidikan Karakter. *Jurnal Pendidikan Karakter, Jurnal Manajemen Kewirausahaan*.
- Susanto. (2009). *Reputation Driven Corporate Social Responsibility Pendekatan Startegic Management Dalam CSR*. Jakarta: Erlangga.
- Team, E. S. (2020). *Guidebook Enterpreneurial Student Program, Student Affairs And Alumni*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Thomas W Zimmerer, N. M. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba empat.
- Venasaar. (2013). *Students’ Attitudes and Intentions toward Entrepreneurship at Tallinn University of Technology*. New York: TUTWPE Working Papers.
- Wijaya, L. d. (2012). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa di STIE MDP, STMIK MDP, dan STIE MUSI. *Forum Bisnis Dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP*, 112–119.