



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERWIRAUSAHA DI ERA NEW NORMAL**

**Roynaldi Arista¹⁾, Juniarti Eka²⁾, Fajri Ariandi³⁾, Tuty Mutiah⁴⁾
Universitas Bina Sarana Informatika^{1), 3), 4)}, Universitas Nusa Mandiri dan
Universitas Bina Sarana Informatika²⁾**

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Dikirim : 19 April 2021
Revisi pertama : 21 April 2021
Diterima : 24 April 2021
Tersedia online : 06 Mei 2021

Kata Kunci : Motivasi, Kreativitas,
Inovasi, Minat Berwirausaha

Email : tuty.ttt@bsi.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di era new normal dengan variabel motivasi, kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausaha. Penelitian ini merupakan studi kasus dengan metode penelitian asosiatif interaktif. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa / i Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara purposive sampling sebanyak 50 responden yaitu mahasiswa/i Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan. Semester akhir yang pernah mendapatkan mata kuliah kewirausahaan. Analisa data penelitian kuantitatif yang mencakup analisis korelasi, analisis determinasi dan analisis regresi linear berganda (simultan), serta uji hipotesis yang menggunakan uji-t dan uji-F (ANOVA). Pengolahan data diperoleh nilai koefisien korelasi $r = 0,856$. Koefisien determinasi $r^2 = 0,714$ artinya kontribusi variabel motivasi, kreativitas dan inovasi terhadap variasi minat berwirausaha sebesar 71,4% dan sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Persamaan regresi diperoleh $\hat{Y} = 1,362 + 0,360 X_1 + 0,377 X_2 + 0,529 X_3$. Berdasarkan uji ANOVA (Uji F) disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di era new normal dengan variabel motivasi, kreativitas dan inovasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha dan berperan aktif terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa/i Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan. Model regresi hasil penelitian ini terbukti benar dan layak digunakan untuk peramalan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Seiring pesatnya kemajuan pada era globalisasi, Indonesia memiliki potensi ekonomi yang besar, dengan kekayaan alam melimpah, penduduk dengan jumlah besar dan tenaga kerja muda yang juga dengan jumlah besar. Ini bisa dilihat menurut data tersebut disusun dari Sensus Penduduk 2020 yang dilaksanakan dalam kurun waktu Februari. Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) menyatakan jumlah penduduk Indonesia hingga Desember 2020 mencapai 271.349.889 jiwa (jumlah penduduk Indonesia 2021). Disinilah sebenarnya muncul suatu kesempatan bagi wirausaha baru untuk mengambil peluang ini agar bisa mencapai suatu tujuan wirausaha tersebut. Selain itu, lapangan pekerjaan dari perusahaan-perusahaan besar sekarang mulai berkurang, serta banyaknya perusahaan besar yang menerima tenaga kerja dengan sistem kontrak. Oleh sebab itu dengan mempunyai minat untuk berwirausaha maka mendorong terciptanya lapangan pekerjaan baru yang akhirnya menciptakan suatu kemakmuran.

Adanya Virus Corona atau COVID-19 yang sedang menjadi wabah dunia sangat berimbas pada sektor perekonomian, termasuk usaha kecil dan menengah. Sejak adanya imbauan dari pemerintah untuk tetap berada di rumah atau PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) guna memutus rantai penularan virus, banyak bisnis yang semakin lesu. Beberapa bisnis bahkan sudah menutup gerainya dan merumahkan sementara karyawannya. Tidak hanya bisnis besar saja, bisnis usaha kecil dan menengah juga mengeluhkan hal sama. Saat ini pemerintah memberlakukan pelonggaran PSBB atau *new normal*. Baik di tahap *new normal* atau pandemi, situasi sejatinya tetap sama. Pelaku bisnis perlu menerapkan protokol kesehatan dan juga memberlakukan strategi baru. Perilaku konsumen pun juga berubah. Menurut McKinsey dalam ulasannya *COVID-19: Briefing Materials*, konsumen cenderung lebih selektif dalam berbelanja dan mulai memikirkan kebutuhan yang dirasa paling bermanfaat bagi diri mereka seperti makanan pokok atau alat kesehatan. Berdasarkan hal tersebut, beberapa ide bisnis di bawah ini bisa menjadi pilihan Anda untuk menjalankan bisnis jelang *new normal* atau masa PSBB.

Kewirausahaan menjadi faktor penentu kemajuan suatu negara. Semakin maju suatu negara semakin banyak orang yang terdidik, dan banyak pula orang yang menganggur karena sempitnya lapangan pekerjaan. Hal ini menunjukkan semakin pentingnya dunia entrepreneur di dalam perekonomian suatu negara. Kewirausahaan (*entrepreneur*) telah lama menjadi perhatian penting dalam mengembangkan pertumbuhan sosioekonomi suatu negara (Peterson & Lee, 2000). Dalam hal ini, kewirausahaan dapat membantu menyediakan banyak kesempatan kerja, berbagai kebutuhan konsumen, jasa pelayanan, serta menumbuhkan kesejahteraan dan tingkat kompetisi suatu negara.

Selain itu, seiring dengan berkembangnya arus globalisasi, kewirausahaan juga semakin menjadi perhatian penting dalam menghadapi tantangan globalisasi yaitu kompetisi ekonomi global dalam hal kreativitas dan inovasi (Peterson & Lee, 2000). Hal ini disebabkan karena organisasi-organisasi yang terampil dalam berinovasi, sukses menghasilkan ide-ide baru, akan mendapatkan keunggulan bersaing dan tidak akan tertinggal di pasar dunia yang terus berubah dengan cepat (West, 1997). Jadi,

kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses kombinasi sumberdaya dengan cara-cara baru dan berbeda (Suryana, 2006).

Menurut Duchesnau et al. (dalam Riyanti, 2003), wirausaha yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orang tua yang juga wirausaha, karena memiliki banyak pengalaman yang luas dalam dunia usaha. Profesi orang tua memiliki peran strategis sebagai budaya pembentuk motivasi berwirausaha. Hal ini juga menunjukkan budaya kewirausahaan terbentuk karena keterbiasaan, lingkungan, dan faktor dari diri pribadi sejak mereka kecil ataupun saat dewasa nantinya. Walaupun budaya ini mampu bertahan, tetapi semua itu tidak ada gunanya jika tidak ada motivasi yang mendorong keinginan masyarakat untuk berwirausaha. Motivasi berwirausaha itu sendiri bisa diberikan dengan pelatihan maupun pendidikan. Di perguruan tinggi sendiri sangat perlu untuk mengembangkan budaya kewirausahaan untuk mendorong terciptanya entrepreneur muda yang baru dengan menerapkan ilmu-ilmu wirausaha yang mereka dapatkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berjudul: “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha di Era New Normal” dengan variabel variabel x (pembatasan masalah, variabel bebas) Motivasi (x1), Kreativitas (x2) Dan Inovasi (x3) Terhadap Tentuka variabel y (variabel tergantung/variabel yang mengikat) Minat Berwirausaha (y) Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika?
2. Apakah Kreativitas berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika?
3. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika?
4. Apakah motivasi, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh motivasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh motivasi, Kreativitas Dan Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis terkait variabel apa saja yang memengaruhi faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam minat berwirausaha.

2. Bagi Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika apa saja yang mempengaruhi minat berwirausaha di era new normal.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat menjadi sumber acuan penelitian sejenis yang akan dilakukan dimasa yang akan datang serta menjadi tambahan khazanah ilmu dibidang manajemen.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Kewirausahaan

Wirausaha adalah terjemahan dari kata entrepreneur. Wirausaha adalah orang yang mampu menciptakan bisnis baru dan orang yang biasanya langsung berhadapan dengan risiko mampu mengidentifikasi dalam mencapai keberhasilan. Wirausaha mampu mengidentifikasi berbagai kesepakatan dan mencurahkan seluruh sumber daya yang ia miliki untuk mengubah kesempatan itu suatu yang menguntungkan (nurain, 2011). Wirausahawan adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun, mengelola dan mengukur risiko suatu usaha (Machfoedz, 2004).

Menurut Meredith (Yuyus Suryana dan kartib bayu, 2011), “wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan usaha mengumpulkan serta sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan”.

MC Clellan dalam Alma (2007), mengemukakan bahwa kewirausahaan (*entrepreneurship*) ditentukan oleh motif berprestasi (*achievement*), optimisme (*optimism*), sikap-sikap nilai (*value attitudes*) dan status kewirausahaan (*enterpreneurial status*) atau keberhasilan.

Pengertian Minat Berwirausaha

Minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Minat menjadi wirausaha didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk bekerja mandiri (*self-employed*) atau menjalankan usahanya sendiri.

Menurut pendapat Budiati, Yani, dan Universari (2012) menyatakan bahwa minat mahasiswa menjadi wirausaha dibagi dalam empat kelompok yaitu:

1. Minat untuk memulai wirausaha dalam jangka waktu dekat,
2. Minat untuk memulai wirausaha dua tahun mendatang,
3. Minat untuk memulai wirausaha untuk jangka panjang, dan
4. Tidak memiliki minat berwirausaha.

Banyak faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, bersaing, egois,

tidak jujur, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat. Landasan fisiologis orang tua tidak menginginkan anak-anaknya menerjuni bidang bisnis, menyebabkan masyarakat Indonesia tidak termotivasi di dunia bisnis. Namun saat ini, pendapat tersebut berubah, anak muda mulai tertarik dengan profesi bisnis yang cukup menjanjikan masa depan yang cerah. Hal ini didorong oleh kondisi persaingan dunia kerja yang ketat sehingga dituntut untuk mampu menciptakan peluang kerja baru.

Kesimpulannya seseorang yang memiliki minat berwirausaha berarti memiliki rasa percaya diri, dapat mengambil resiko, kreatif dan inovatif, disiplin dan kerja keras, berorientasi ke masa depan, memiliki rasa ingin tahu, jujur dan mandiri.

Pengertian Motivasi

Menurut pendapat Baum, Frese dan Baron (2007) motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga oleh kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan.

Soemanto (2002) mengatakan bahwa satu-satunya perjuangan atau cara untuk mewujudkan manusia yang mempunyai moral, sikap, dan keterampilan wirausaha adalah dengan pendidikan. Pendidikan membuat wawasan individu menjadi lebih percaya diri, bisa memilih, dan mengambil keputusan yang tepat, meningkatkan kreativitas dan inovasi, membina moral, karakter, intelektual, serta peningkatan.

Dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah semua kekuatan yang memberi energi, daya, arah, dan dorongan untuk melakukan atau tidak melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai tujuan, baik pemenuhan kebutuhan atau pencapaian kepuasan.

Pengertian Kreativitas

Kreatifitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang. Sedangkan inovasi adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang (Suryana, 2006). Orang kreatif adalah orang yang selalu berpikir tentang kebaruan (*novelty*), perbedaan, kegunaan dan dapat dimengerti. Untuk menghasilkan hal tersebut, wirausahawan selalu berpikir melahirkan ide dan gagasan baru dan melakukan tindak lanjut atau usaha untuk memberikan nilai tambah baru. Seorang wirausahawan harus memiliki ide-ide baru yang dihasilkan dari suatu kreativitas.

Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan). Kesimpulannya kreativitas adalah keterbukaan terhadap pengalaman, pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan, kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan, kepercayaan terhadap diri sendiri dan ketersediaan mengambil resiko yang diperhitungkan.

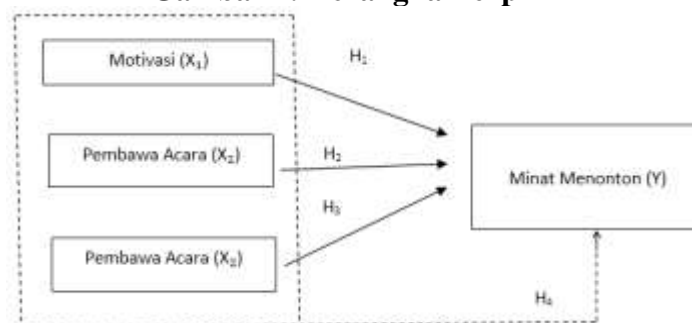
Inovasi

Inovasi berkembang menjadi sebuah wirausaha melalui proses yang dipengaruhi oleh lingkungan, organisasi, dan keluarga (Suryana, 2003). menurut Jensen dan Webster (dalam Sumarsono, 2010) aspek inovasi mencakup (4) empat bagian produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Menurut Suryana (2014), inovasi memiliki beberapa makna penting yang mencakup: (1). Inovasi sebagai pembaruan: nilai tambah baru bagi penggunaannya atas produk, proses atau jasa. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat. (2). Inovasi sebagai perubahan: dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan. Inovasi diawali dengan proses baru untuk menghasilkan obyek baru. (3). Inovasi sebagai keunggulan: inovasi produk, proses, metode, teknologi dan manajemen. Dalam konteks manajemen, inovasi mengacu pada penciptaan bentuk-bentuk keunggulan baru.

Hasil berpikir kreatif bersifat imajinasi, abstrak dan obsesi seperti gagasan, khayalan, mimpi dan ide. Prosesnya disebut kreativitas yaitu tindakan menghasilkan sesuatu, mendatangkan hasil yang baru.

Kerangka Berpikir

Gambar 1. Kerangka Berpikir



Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini adalah

- H₁ : Variabel Motivasi berpengaruh secara positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika
- H₂ : Variabel kreatifitas berpengaruh secara positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika
- H₃ : Variabel Inovasi berpengaruh secara positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika
- H₄ : Variabel Motivasi, Kreativitas Dan Inovasi terhadap Minat Berwirausaha berpengaruh secara positif terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Bina Sarana Informatika cabang Kalimalang Jakarta Timur, Jl. SMA Kapin No.292A, RT.9/RW.8, Pd. Klp. Kecamatan

Duren Sawit, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13450. Sedangkan obyek penelitiannya adalah seluruh mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Klimalang. Pelaksanaan penelitian dijadwalkan selama empat bulan, yaitu mulai bulan Desember 2020 s/d bulan Maret 2021.

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:61) “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh Mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimalang, sedangkan sampel penelitian diambil dari populasi menggunakan teori menentukan ukuran sampel menurut Gay dan Diehl (1996) yaitu : Penelitian deskriptif, minimal diambil sampel 10% dari populasinya. Jika populasinya besar, maka minimal 20% dari populasi. Purposive Sampling artinya bahwa pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan (Sekaran, 2006). Kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian dalam hal ini penelitian dilakukan pada seluruh mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimalang yang mahasiswanya yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan sejumlah 50 mahasiswa.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan 5 buah item sebagai data karakteristik responden yaitu jenis kelamin, umur, program studi, semester dan pengalaman berwirausaha. Dari 50 responden terdiri dari mahasiswi sebanyak 35 orang (70%) dan mahasiswa sebanyak 15 orang (30%) serta mayoritas berada pada kelompok umur 20-25 tahun (sebanyak 42 orang (84%) dan umumnya semester 6 (sebanyak 32 orang (64%). Sebagian besar responden adalah mahasiswa program studi Akuntansi sebanyak 39 orang (78%) dari program studi komunikasi dan bahasa sebanyak 11 orang (22%).

Data yang dikumpulkan dari kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang mewakili empat variabel yang diteliti yaitu variabel motivasi (X^1), kreativitas (X^2), inovasi (X^3) dan minat berwirausaha (Y). Penilaian keempat instrumen tersebut menggunakan skala Likert dengan skala jawaban 1, 2, 3, 4 dan 5 untuk setiap item pernyataan yang diajukan. Sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju terhadap butir-butir pernyataan tentang variabel motivasi, kreativitas dan inovasi seperti tertera pada kuesioner. Hanya beberapa responden saja yang menjawab tidak setuju.

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen dari keempat variabel yaitu motivasi, kreativitas, inovasi dan minat berwirausaha menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan valid, karena nilai r hitung (korelasi Product Moment Carl Pearson) lebih besar dari r tabel dan atau tingkat Signifikansi $< 0,05$. Uji reliabilitas keempat variabel dengan uji statistik Alpha Cronbach (Cronbach's Alpha) menunjukkan keempat data variabel adalah reliable karena nilai koefisien korelasi r Alpha Cronbach lebih besar dari nilai r tabel atau nilai r-hitung $> r$ -tabel.

Uji normalitas menggunakan uji one sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 menunjukkan hasil perhitungan nilai probabilitas signifikan (Asymp.Sig(2-tailed)) keempat variabel lebih besar dari 0,05 berarti variabel motivasi, kreativitas, inovasi dan minat berwirausaha terdistribusi normal, seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Uji Normalitas Data

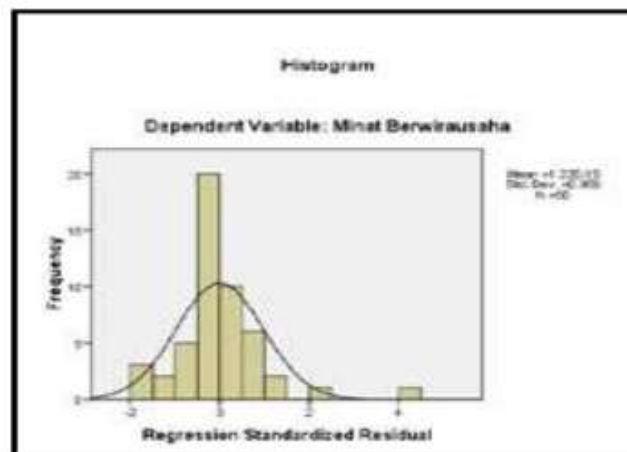
		Motivasi	Kreativitas	Inovasi	Minat Berwirausaha
N		50	50	50	50
Normal Parameters ^a	Mean	26.72	26.38	26.82	35.12
	Std. Deviation	2.821	2.702	2.553	3.336
Most Extreme Differences	Absolute	.190	.166	.154	.151
	Positive	.169	.095	.106	.151
	Negative	-.190	-.166	-.154	-.118
Kolmogorov-Smirnov Z		1.347	1.171	1.086	1.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053	.129	.189	.201

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 17

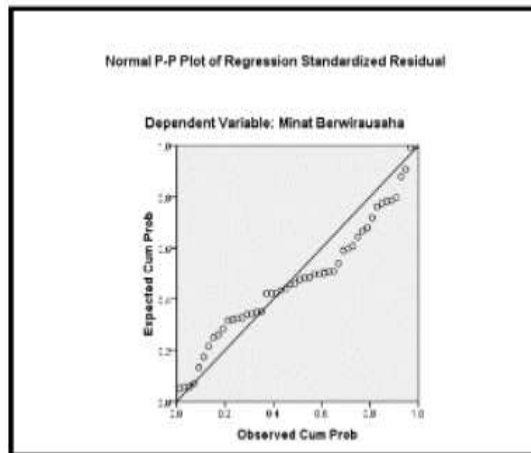
Hasil uji normalitas data dengan menggunakan grafik histogram menunjukkan pola distribusi yang tidak menceng ke kiri maupun ke kanan berarti nilai residualnya menunjukkan pola distribusi normal. Sedangkan pada grafik P-P Plot terlihat titik-titik tersebar disekitar garis diagonal, sehingga bisa dikatakan bahwa maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hasil grafik Histogram dan P-P Plot dilihat pada Gambar berikut:

Gambar 2. Histogram Uji Normalitas



Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Gambar 3. Grafik Plot (P-Plot)



Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Gejala multikolinearitas pada suatu model regresi dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance. Apabila $VIF > 10$ dan nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 ($tolerance < 0,10$), maka model regresi memiliki gejala multikolinearitas. Nilai tolerance dari ketiga variabel bebas (motivasi, kreativitas, dan inovasi) lebih besar dari 0,10 dan Variance Inflation Factor(VIF) < 10 (lihat Tabel 2) maka diduga bahwa antar variabel independen (bebas) tidak terdapat multikolinearitas.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

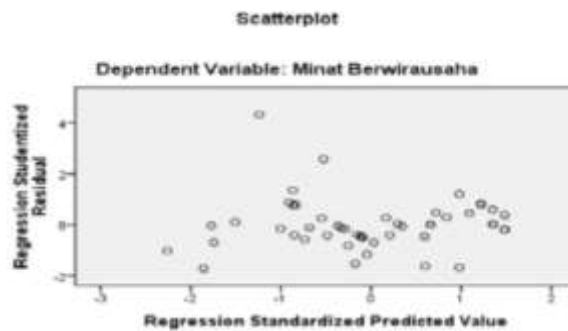
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Motivasi	.567	1.763
	Kreativitas	.623	1.605
	Inovasi	.591	1.692

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan grafik Scatter Plot. Pada Gambar 4 terlihat titik-titik menyebar di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi penelitian ini layak untuk memprediksi minat berwirausaha berdasarkan variabel motivasi, kreativitas dan inovasi.

Gambar 4. Uji Heteroskedatisitas



Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 3 di bawah ini, diperoleh nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,856 ($R = 0,856$) dan nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,714 atau 71,4%. Artinya, 71,4% variasi nilai variabel dependen minat berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh ketiga variabel independen yang terdiri dari motivasi, kreativitas, dan inovasi. Sisanya sebesar 28,6% ($100\% - 71,4\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel motivasi, kreativitas, dan inovasi.

Tabel 3. Koefisien Korelasi dan Determinasi Berganda (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.856 ^a	.732	.714	1.783

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kreativitas, Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber : Output Data Pengolahan SPSS 17

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen-X (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara simultan terhadap variabel dependen Y (minat berwirausaha). Dengan melihat hasil perhitungan nilai koefisien beta (Unstandardized Coefficients B) pada Tabel 4 maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut : $\hat{Y} = 1,362 + 0,360 X_1 + 0,377 X_2 + 0,529 X_3$.

Koefisien regresi motivasi (B1) sebesar 0,360 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kebijakan motivasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,360 dengan arah yang sama. Motivasi yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimalang.

Koefisien regresi kreativitas (B2) sebesar 0,377 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kreativitas sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,377 dengan arah yang sama. Kreativitas yang tinggi juga akan mendorong minat

berwirausaha lebih besar pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan.

Koefisien regresi inovasi (B3) sebesar 0,529 bertanda positif, hal ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel inovasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,529 dengan arah yang sama. Inovasi yang tinggi juga akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan.

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.362	3.029		.450	.655
	Motivasi	.360	.120	.305	3.004	.004
	Kreativitas	.377	.119	.305	3.157	.003
	Inovasi	.529	.130	.405	4.079	.000

a. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Sumber: Output Data Pengolahan SPSS 17

Uji t (Uji Parsial)

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan hasil dari uji t yang memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara parsial (individual) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (minat berwirausaha). Uji t membandingkan hasil nilai probabilitas signifikansi pada Tabel 4, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Hasil pengujian Hipotesis 1

Nilai tingkat signifikansi uji t dua sisi untuk variabel motivasi adalah sebesar 0,004 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,004 < 0,05$), dengan nilai thitung dari variabel motivasi (X^1) sebesar 3,004. Ternyata hasil thitung ($3,004 > t_{tabel}$ (2,013)). Hasil ini mendukung H_{a1} yaitu bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a1} diterima.

b. Hasil pengujian Hipotesis 2

Nilai tingkat signifikansi uji t dua sisi untuk variabel kreativitas adalah sebesar 0,003 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$), dengan nilai thitung dari variabel kreativitas (X^2) sebesar 3,157. Ternyata hasil thitung ($3,157 > t_{tabel}$ (2,013)). Hasil ini mendukung H_{a2} yaitu bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a2} diterima.

c. Hasil pengujian Hipotesis 3

Nilai tingkat signifikansi uji t dua sisi untuk variabel inovasi adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), dengan nilai thitung dari variabel kebijakan harga (X^3) sebesar 4,079. Ternyata hasil thitung ($4,079 > t_{tabel}$ (2,013)). Hasil ini mendukung H_{a3} yaitu bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a3} diterima.

Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Bentuk persamaan regresi linear berganda diperkuat dengan uji F (F test) untuk mengetahui apakah semua variabel independen (motivasi, kreativitas, dan inovasi) yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (minat berwirausaha) secara bersama-sama (simultan). Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hasil perhitungan (Fhitung) dengan nilai F dari tabel (Ftabel) pada α dan nilai degree of freedom tertentu ($v_1 = k$ dan $v_2 = n - k - 1$).

Tabel 5. Uji F (ANNOVA Test)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	399.095	3	133.032	41.861	.000 ^a
	Residual	146.185	46	3.178		
	Total	545.280	49			

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Kreativitas, Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Berwirausaha

Hasil perhitungan statistik uji F pada Tabel 5 diperoleh bahwa nilai probabilitas taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($\text{sig. } 0,000 < 0,05$), dan nilai F hitung sebesar 41,861. Nilai F hitung diperbandingkan dengan Ftabel. Dengan $\alpha = 0,05$ dan degree of freedom ($v_1 = 3$ dan $v_2 = 50 - 3 - 1 = 46$) diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,807. Karena Fhitung ($41,861$) $>$ Ftabel ($2,807$) maka disimpulkan hipotesis nol akan ditolak (tolak H_0) dan menerima hipotesis alternatif (terima H_a), artinya semua variabel independen (motivasi, kreativitas, dan inovasi) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat berwirausaha). Berdasarkan kesimpulan tersebut maka model regresi yang diperoleh dalam penelitian ini terbukti benar dan layak digunakan untuk peramalan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Motivasi mempunyai koefisien regresi sebesar 0,360 ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel motivasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,360 dengan arah yang sama. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0,004 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,004 < 0,05$). Hasil ini mendukung dengan H_{a1} bahwa motivasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu H_{a1} diterima. Motivasi yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimantan.
2. Kreativitas mempunyai koefisien regresi sebesar 0,377 ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kreativitas sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,377 dengan arah yang sama. Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0,003 yang lebih kecil dari nilai taraf

- signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$). Hasil ini mendukung dengan Ha2 bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu Ha2 diterima. Kreativitas yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimalang.
3. Inovasi mempunyai koefisien regresi sebesar 0,529 ini berarti bahwa setiap perubahan satu nilai pada variabel kebijakan inovasi sementara variabel lainnya tetap maka variabel minat berwirausaha akan mengalami perubahan sebesar 0,529 dengan arah yang sama. Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha dengan tingkat signifikan 0,003 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ ($0,003 < 0,05$). Hasil ini mendukung dengan Ha3 bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu Ha3 diterima. Inovasi yang tinggi akan mendorong minat berwirausaha lebih besar pada mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimalang.
 4. Motivasi, kreativitas dan inovasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Universitas Bina Sarana Informatika Cabang Kalimalang dengan hasil perhitungan statistik uji F diperoleh nilai probabilitas taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai taraf signifikan $\alpha = 0,05$ (sig. $0,000 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,714 atau 71,4%, artinya 71,4% variasi nilai variabel minat berwirausaha dapat dijelaskan secara bersama-sama oleh variasi variabel motivasi, kreativitas, dan inovasi. Sisanya sebesar 28,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitama, Paulus. 2014. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, Semarang)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Diponegoro Semarang
- Amalia, Hazirah dan Sanny Ekawati. 2015. *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara*. Jurnal Ekonomi, 20(1), 49-71
- Alma, Buchari. 2002. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Baum, J. R., Frese, M., & Baron, R. A. 2007. *The psychology of entrepreneurship. Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates*.
- Baldacchino. 2008. *Entrepreneurial creativity and innovation. The First International Conference on Strategic Innovation and Future Creation. Malta: University of Malta*.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi analisis multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadiyati, Ernani. 2011. *Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil*. Fakultas Ekonomi: Universitas Gajayana Malang
- Hills, Gerald. 2008. *Marketing and Entrepreneurship, Research Ideas and Opportunities, Journal of Small and Medium Entrepreneurships*, 27-39
- Hisrich, R. 2001. *Entrepreneurship kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip, Keller dan Kevin. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Mahesa, Aditya Dion. 2012. *Analisis faktor-faktor motivasi yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis*

- Universitas Diponegoro*). Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis/Manajemen: Universitas Diponegoro Semarang
- Mopangga, Herwin. 2014. *Faktor determinan minat wirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo*. *Trikonomika*, 13(1), 78–90
- Rosmiati, dkk. 2015. *Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa*. *Jurnal JMK Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Kupang*, 17(1), 21–30.
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-14. Bandung: Alfabeta
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan: kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sumarsono, Sony. 2010. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Segal, Gerry, Borgia, Jerry Schoenfeld. 2005. *The motivation to become an entrepreneur. The International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 11(1).USA: Emerald Group Publishing Limited.
- Scarborough, N.M. & T.W. Zimmerer. 2005. *Essentials of entrepreneurship and small business management. Fourth Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andy Offset
- Tuskeroh. 2013. *Pengaruh motivasi dan mental berwirausaha pada mahasiswa Akuntansi Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Skripsi, Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi: Universitas Maritim Raja Ali Haji Kepulauan Riau Umar, Husein. (2002). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Uno, Hamzah. 2008. *Teori Motivasi dan Pengukurannya Analisis di Bidang Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winarsih, Puji. 2014. *Minat Berwirausaha Ditinjau dari Motivasi dan Sikap Kewirausahaan pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2011/2012*. Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan: Universitas Muhammadiyah Surakarta