

**HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGICAL CAPITAL* DAN
SENSATION SEEKING DENGAN MINAT BERWIRAUUSAHA
SMK YPM 3 TAMAN SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Psikologi



Oleh:

Grisnawati Yuliana

Nim: B07206070

PERPUSTAKAAN

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

No. REG

D.2012/PSI/070

ASAL BUKU :

TANGGAL :

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2012

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh **Grisnawati Yuliana** ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, Juni 2012

Pembimbing



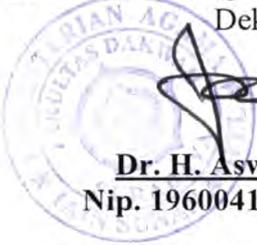
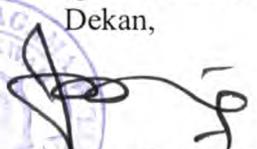
Lucky Abrorry, M.Psi
Nip.197910012006041005

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Grisnawati Yuliana ini telah dipertahankan didepan Tim Penguji Skripsi

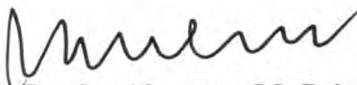
Surabaya, 11 juli 2012

Mengesahkan,
Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,



Dr. H. Aswadi, M. Ag
Nip. 196004121994031001

Ketua,



Lucky Abrorrv, M. Psi
NIP. 19791001200604005

Sekretaris



Suryani, S.Ag, S.Psi, M.Si
NIP. 197708122005012004

Penguji I



Drs. Sjahudi Sirodj, M.Si
NIP. 195205041980031003

Penguji II



Siti Khorriyatul Khotimah, M.Psi, Psikolog
NIP. 197711162008012018

ABSTRAKS

Grisnawati Yuliana, Nim. B07206070, 2012. Hubungan *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Skripsi Program Studi Psikologi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata kunci: *psychological capital*, *sensation seeking*, minat berwirausaha.

Penelitian ini dirancang dengan tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha SMK YPM 3 Sepanjang Taman Sidoarjo, dan seberapa besar hubungan antara ketiga *variable* tersebut.

Dalam menjawab permasalahan tersebut, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode analisis korelasi *kendall's tau*. Metode korelasi ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha SMK YPM 3 Sepanjang Taman Sidoarjo, dan seberapa besar hubungan antara ketiga *variable* tersebut. Subyek dalam penelitian ini adalah SMK YPM 3 Sepanjang Taman Sidoarjo. Peneliti mengambil populasi kelas X jurusan bisnis dan manajemen yang terdiri 6 kelas 240 siswa. Alasan memilih jurusan ini karena dianggap yang paling sesuai dengan arah penelitian. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 2 kelas dari keenam kelas tersebut yang berjumlah 40 siswa. Teknik sampling yang digunakan adalah menggunakan *cluster sampling*.

Dari metode dan teknik analisis yang digunakan tersebut, maka diperoleh suatu data *kendall's tau* ini terdapat signifikansi $0,00 < 0,05$ hal ini berarti hipotesis yang mengatakan tidak ada hubungan *Psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha **ditolak**. Artinya terdapat hubungan *Psychological capital* dengan *entrepreneur intention*. Selain itu terdapat koefisien korelasi sebesar 0,309 yang berarti ada hubungan yang positif antara *Psychological capital* dengan minat berwirausaha. Artinya semakin tinggi *Psychological capital* siswa akan diikuti pula tingginya minat berwirausaha siswa begitu juga sebaliknya. Namun dari hasil penelitian menemukan hasil dari variabel *sensation seeking* sebesar 0,064 yang dapat diartikan bahwa ada hubungan antara *sensation seeking* dengan minat berwirausaha tapi tidak signifikan.

DAFTAR ISI

Persetujuan Pembimbing Skripsi	ii
Pengesahan Tim Penguji Skripsi	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Abstraks	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Balakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
1. Manfaat Teoritis	12
2. Manfaat Praktis	12
E. Sistematika pembahasan	13

BAB II TINJAUN PUSTAKA

A. <i>Psychological Capital</i>	15
1. Pengertian <i>Psychological Capital</i>	15
2. Dimensi <i>Psychological Capital</i>	17
a. <i>Self-Efficacy</i>	17
b. <i>Hope</i>	19
c. <i>Optimism</i>	21
d. <i>Resiliency</i>	23
B. <i>Sensation seeking</i>	25
1. Pengertian <i>Sensation seeking</i>	25
2. Dimensi <i>Sensation Seeking</i>	28
a. <i>Thill and Adventure Seeking</i>	28
b. <i>Experience Seeking</i>	28
c. <i>Disinhibition</i>	28
d. <i>Boredom Susceptibility</i>	29
3. Faktor yang mempengaruhi <i>sensation seeking</i>	29
4. Karakteristik individu dengan <i>sensation seeking</i>	30
C. Minat Berwirausaha	32
1. Minat	32
a. Definisi Minat	32
b. Teori Minat	33
c. Faktor-Faktor Penentu Minat	37

2. Wirausaha	44
a. Pengertian Wirausaha	44
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wirausaha.....	49
c. Ciri dan Sifat Wirausaha.....	50
3. Minat Wirausaha.....	52
C. Hubungan <i>psychological capital</i> dan <i>sensation seeking</i> dengan Minat Berwirausaha	53
D. Kerangka Teoritik	56
E. Hipotesis	61

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	62
B. Subyek Penelitian	64
C. Instrumen Penelitian	65
1. Variable independen <i>psychological capital</i>	66
a. Definisi Oprasional.....	66
b. Alat ukur	67
c. Validitas dan Realibilitas.....	69
2. Variable Independent <i>sensation seeking</i>	71
a. Definisi Oprasional.....	71
b. Alat ukur	71
c. Validitas dan Realibilitas.....	73
3. Variable Dependen	75
a. Definisi Oprasional	75
b. Alat ukur	75
c. Validitas dan Realibilitas.....	77
D. Analisi Data.....	79

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	81
B. Pengujian Hipotesis.....	91
C. Pembahasan Hasil Penelitan	93

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Dimensi <i>psychological capital</i>	16
Gambar 2.3. Dimensi-dimensi Minat	34
Gambar 2.4. Bagan Hubungan Antar Variabel	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2. Perbedaan diskripsi diri induvidu pencari sensasi	31
Tabel 3.1 Bagan Hubungan Antar Variabel	63
Tabel 3.2 <i>Blue print psychological capital</i>	68
Tabel 3.3 <i>Bleuprint sensation seeking</i>	72
Tabel 3.4 <i>Blue print</i> minat berwirausaha	77
Tabel 4.1 Hasil Uji validitas <i>psychological capital</i>	85
Tabel 4.2 Hasil uji Validitas <i>Sensation Seeking</i>	86
Tabel 4.3 Hasil Uji validitas Minat	87
Tabel 4.4. Hasil uji Realibilitas	89
Table 4.5 Hasil Uji Normalitas	90
Tabel 4.6. Hasil Uji Korelasi Antar Variabel	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah sebuah negara yang besar dengan jumlah penduduk diperkirakan sebesar 231 juta jiwa pada tahun 2009 menurut perkiraan Badan Pusat Statistik Indonesia, 2009 dan merupakan negara nomor empat terbesar di dunia dalam hal jumlah penduduk. Jumlah penduduk yang besar merupakan salah satu keuntungan jika ditinjau dari segi pasar yang besar untuk menopang perkembangan industri di dalam negeri dan merupakan kekuatan yang besar jika sumber daya manusia yang ada dikembangkan secara tepat. Di sisi lain dengan jumlah penduduk yang besar menyebabkan Pemerintah Indonesia menghadapi berbagai permasalahan sosial yang besar yakni menyediakan sarana pendidikan, pangan dan sandang, lapangan pekerjaan yang besar dan masalah lainnya.

Pertumbuhan penduduk yang terus bertambah setiap tahunnya akan menambah jumlah tenaga kerja sehingga jumlah lapangan pekerjaan yang harus disediakan harus terus ditingkatkan. Masalah utama dalam dunia ketenagakerjaan yang dihadapi adalah tingginya tingkat pengangguran karena penambahan jumlah tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan jumlah lapangan kerja yang tersedia.

Pengangguran sebenarnya sudah menjadi masalah klasik dan seakan-akan tidak pernah berhenti di Indonesia. Demikian juga dengan

persoalan yang dihadapi dari tahun ke tahun, bukan semakin sederhana tetapi bertambah kompleks. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi Indonesia, yaitu krisis ekonomi, krisis sosial, dan krisis politik, semakin menjadikan Indonesia terpuruk dalam permasalahan karena dengan adanya permasalahan tersebut membuat angka pengangguran semakin bertambah, bahkan penambahannya menjadi dua kali lipat (Suara pembaruan, 2002).

Akar musabab pengangguran di Indonesia bukan semata akibat akses pendidikan, itu hanya sebagian, melainkan karena negara tidak menumbuh-kembangkan *entrepreneurship* dan jiwa *entrepreneur* dengan baik pada masyarakatnya. Pendidikan Tinggi Indonesia lebih banyak menciptakan sarjana pencari kerja, bukan pencipta lapangan kerja, itu membuat masyarakat Indonesia terbiasa makan gaji sehingga tidak mandiri dan kreatif. Selama ini negara hanya mencetak begitu banyak sarjana yang hanya mengandalkan kemampuan akademisnya, tetapi tidak mampu menjadikan mereka lulusan yang kreatif. Hal ini secara tidak langsung dapat mempengaruhi perekonomian bangsa. Dengan banyaknya sarjana yang menjadi perkerja dibanding menciptakan lapangan pekerjaan, membuat jumlah pengusaha di Indonesia tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Padahal kemakmuran suatu Negara dipengaruhi oleh jumlah pengusaha yang dimiliki oleh Negara tersebut.

Menurut Jusuf Kalla dalam seminar “Menantang Dunia dengan Wirausaha menuju Indonesia Mandiri” diadakan di Aula Garuda Mukti pada Rabu (9/11) Di Universitas airangga, mengatakan Sekarang ini, jumlah

pengusaha hanya sekitar 0.24% dari total keseluruhan penduduk Indonesia. Untuk menjadi bangsa yang mandiri, minimal Indonesia harus memiliki 2 % dari jumlah penduduknya menjadi pengusaha. Dengan demikian Indonesia membutuhkan 5 juta dari 230 juta penduduknya untuk menjadi pengusaha.

Melalui kebijakan pemerintah yang pro terhadap industri dalam negeri, pemudahan pendapatan kredit usaha, penurunan nilai suku bunga, serta mendorong *sector riil* (industri manufaktur) sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Untuk mewujudkannya dibutuhkan pasokan sumber daya manusia yang memiliki jiwa *enterpreuner* sebagai cikal bakal pengusaha. Disinilah sebenarnya peran sekolah sebagai pencipta bibit unggul dalam menciptakan pengusaha-pengusaha baru, sehingga bisa menjadi sarjana yang siap menciptakan lapangan pekerjaan.

Sayangnya sampai saat ini baik sekolah maupun perguruan tinggi belum mampu melaksanakan peran tersebut dengan baik, terbukti dari hasil statistik, BPS mencatat jumlah pengangguran di Indonesia pada Februari 2011 mencapai 8,1 juta orang. Dari jumlah itu, jumlah pengangguran dengan pendidikan universitas mencapai 806.000 orang, diploma sebesar 964.000 orang. Ada sekitar 1,7 juta penganggur terdidik dan jumlah ini akan terus membengkak setiap tahunnya. Semakin membengkaknya lulusan perguruan tinggi yang menganggur semakin menunjukkan bahwa ketersediaan lapangan kerja yang sangat terbatas

Penyebab tingginya jumlah sarjana yang mencari pekerja salah satunya adalah *Mindset* yang masih menganggap bahwa setelah lulus hanya

mencari kerja dengan ekspektasi bekerja di tempat yang bagus dan mendapatkan gaji yang besar. Tapi realitas yang dihadapi tidak demikian. Karena itu *mindset* setiap lulusan, orangtua, dan masyarakat mulai saat ini perlu dirubah, bahwa lulusan perguruan tinggi ke depan yang berhasil adalah mereka yang mampu menciptakan lapangan kerja baru, bukan mencari kerja. Selain itu Kurikulum yang belum banyak memperkenalkan sisi entrepreneur. Karena *entrepreneur* sendiri masih dianggap bukan tujuan utama dari dunia pendidikan kita. Kesiapan memasuki dunia kerja lebih di kedepankan. Akibatnya tidak ada *link and match* antara dunia pendidikan dan dunia usaha yang paling banyak kesempatannya. Dan disinilah peran sekolah mulai mengubah mindset anak didiknya dari bangku sekolah sehingga di perguruan tinggi nanti hanya mengembangkan bakat dan minat berwirausaha.

Semakin banyak orang yang memiliki jiwa *enterpreneur* akan mampu melahirkan banyak pengusaha. Semakin banyak pengusaha akan semakin banyak lapangan pekerjaan. Semakin banyaknya lapangan pekerjaan, memudahkan rakyat memilih pekerjaan yang paling disukai dan cocok dengan keahliannya, juga memilih perusahaan yang mampu memberikan pelayanan dan kesejahteraan yang terbaik. Pada akhirnya, sekolah dan perguruan tinggi lah yang bertanggung jawab menghasilkan manusia-manusia berjiwa *enterpreuner* yang siap menjawab seluruh tantangan zaman dan cinta pada tanah airnya. Hal inilah yang

melatarbelakangi adanya minat berwirausaha pada anak didik di sekolah-sekolah terutama SMK.

Pendidikan menjadi salah satu alternatif untuk dapat membangun jiwa wirausaha. Pendidikan wirausaha diharapkan akan dapat mengembangkan minat para peserta didik untuk menjadi wirausaha. Hal ini dibenarkan oleh Choo dan Wong bahwa minat menjadi prediktor utama bagi pelaku wirausaha. Oleh karena itu, pendidikan wirausaha yang diharapkan bisa meningkatkan minat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha (Saiman, 2009).

Menjadi seorang wirausaha memang tidak mudah, dan Berwirausaha bukanlah sebuah bakat yang hanya dimiliki segelintiran orang atau hanya orang tertentu yang bisa melakukannya, akan tetapi wirausaha bisa dilakukan siapa saja yang mempunyai kemauan yang kuat. Diperlukan waktu jangka panjang untuk membangun jiwa wirausaha. menurut Penelitian yang dilakukan oleh Sulasmi (1989) terhadap 22 orang pengusaha wanita di Bandung juga menunjukkan bahwa sekitar 55% pengusaha tersebut memiliki keluarga pengusaha (orang tua, suami, atau saudara pengusaha). Jadi mereka hanya meneruskan usaha dari turun-temurun keluarga.

Menjadi wirausaha yang mandiri menurut Ir. Dwi Soetjipto, Dirut PT. Semen Gresik harus mampu menjadi pendobrak sistem, memberikan inovasi-inovasi terbaru. Inovasi pasti menimbulkan gesekan dalam sebuah

sistem yang sudah lama berjalan. Tapi itu adalah harga dari sebuah keberhasilan.

Namun Masyarakat lebih memilih menjadi pegawai di perusahaan atau menjadi pegawai negeri sipil (PNS) dari pada menjadi pengusaha. Menurut pengamat pendidikan, Darmaningtyas (dalam skripsi Oki 2010) ada kecenderungan, semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar keinginan mendapat pekerjaan yang aman. Individu-individu tersebut tak berani ambil pekerjaan beresiko seperti menjadi wirausaha. Pilihan status pekerjaan utama para lulusan perguruan tinggi adalah sebagai karyawan atau buruh, bekerja pada orang lain, instansi atau perusahaan secara tetap dengan menerima upah atau gaji rutin tiap bulan dan insentif. Dan banyaknya APBN yang dialokasikan untuk PNS, sehingga terlihat bahwa uang negara diperuntukkan untuk PNS saja, bukan membuat suatu program untuk membantu para wirausaha membuka lapangan pekerjaan.

Berdasarkan situasi diatas, kehadiran dan peranan wirausaha tentu saja akan memberikan pengaruh terhadap kemajuan perekonomian dan perbaikan pada keadaan ekonomi di Indonesia sekarang ini. Menjadi wirausaha berarti memiliki kemampuan menemukan dan mengevaluasi peluang-peluang mengumpulkan sumber-sumber daya yang diperlukan dan bertindak untuk memperoleh keuntungan dari peluang - peluang tersebut.

Wirausaha menjadi jalan utama untuk mengatasi permasalahan ini. Dengan berwirausaha ketergantungan terhadap infestor akan semakin berkurang dan juga makin banyak pula lapangan pekerjaan. Untuk

menumbuhkan wirausaha harus adanya minat atau keinginan dalam diri individu sehingga akan mudah terbentuknya jiwa wirausaha sejati.

Setidaknya dalam sektor pendidikan yang relatif kompetitif akan menumbuhkan manusia yang mempunyai wirausaha minat yang tinggi, sehingga diperlukan adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha muda yang potensial, menjadi manusia yang bisa mengembangkan diri sendiri dan mengembangkan sekitarnya. Sebaliknya bukan menjadi manusia yang puas hanya dengan menunggu gaji di awal bulan.

Minat berwirausaha menurut Katz dan Gartner (dalam Indarti & Rostiani, 2008) yaitu proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha. Seseorang dengan minat untuk memulai usaha akan memiliki keyakinan diri atau efikasi diri, kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa minat untuk memulai usaha. Seperti yang dinyatakan oleh Krueger dan Carsrud (Indarti & Rostiani, 2008), minat telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku wirausaha. Oleh karena itu, minat dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha.

Dari penjelasan diatas menunjukkan betapa pentingnya faktor psikologis dalam menunjang niat dan minat yang kuat dalam wirausaha. Jauh dari pemahaman orang awam terdahulu bahwa untuk menjadi sukses bergantung pada apa yang dia punya "*what you have*" yang berorientasikan

pada materi belaka. Semakin berkembangnya zaman teori tersebut tidak banyak digunakan lagi. Banyak yang telah menyadari bahwa aset terpenting bukanlah aset materi akan tetapi aset immatery seperti misalkan kemampuan yang apa dimiliki, pengalaman yang dipunya, skill, keahlian, dan keterampilan. Untuk meningkatkan aspek tersebut baru baru ini ada sebuah pendekatan dalam menumbuhkan potensi diri pendekatan tersebut adalah *Psychological capital* (Harter, 2002). Dan juga berwirausaha berani mengambil resiko dari apa yang dilakukan dengan *trait sensation seeking*.

Psychological capital sendiri didefinisikan sebagai suatu pendekatan untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh individu yang dicirikan oleh: (1) adanya kepercayaan diri (*self confidence*) melakukan tindakan yang perlu untuk mencapai sukses dalam tugas-tugas yang menantang; (2) atribusi yang positif (*optimism*); (3) resistensi dalam mencapai tujuan, dengan kemampuan mendefinisikan kembali jalur untuk mencapai tujuan, dengan kemampuan mendefinisikan kembali jalur untuk mencapai tujuan jika diperlukan (*hope*); dan (4) ketika menghadapi masalah dan kesulitan, mampu bertahan dan terus maju (*resiliency*) untuk mencapai kesuksesan (Luthan, youssef & Avolio, 2006).

Sensation seeking didefinisikan oleh Zuckerman sebagai sifat yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi keinginan untuk mengambil resiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman. Orang yang mempunyai *sensation seeking* tinggi cenderung melakukan hal-hal yang berisiko dan berani. Dari sini bisa dilihat

bahwasanya orang yang berwirausaha di haruskan mempunyai jiwa pemberani dan berani mengambil resiko jika mengalami kerugian. Dan juga diharuskan mempunyai pengalaman yang banyak untuk memahani dunia bisnis, dengan begitu koneksi dan jaringan pertemanan semakin banyak.

Menurut Zuckerman(1991) bahwa individu dengan tingkat *trait sensation seeking* tertentu memiliki beberapa karkteristik. Karakteristik orang-orang pencari sensasi tinggi antara lain tampak dari: (a)Terlibat dalam aktivitas hidup beresiko tinggi dalam kegiatan olahraga, profesi, pekerjaan dan hobi. (b) Menyukai situasi pobia yang umum, seperti kegelapan, ketinggian, kedalaman dan hewan yang berbahaya. (c) Mempunyai keberanian ekstrim. (d) Menyukai segala hal yang menantang. (e) Dapat menikmati segala sesuatu yang berbahaya dengan tujuan mencari sebuah pengalaman dan kepuasan akan keinginan dirinya. Dari sini bisa dilihat bahwa *psychological capital* dan *sensation seeking* merupakan salah satu kunci untuk menumbuhkan minat berwirausaha.

SMK merupakan sekolah yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. SMK merupakan sekolah yang diharapkan menciptakan lulusan yang siap kerja dan diharapkan lulusan dari SMK dapat membuka lapangan kerja sendiri dengan menjadi wirausaha. Pelajaran-pelajaran teknologi dan rekayasa yang didapat oleh siswa. Sesuai dengan direktorat pembinaan SMK bahwa terwujudnya SMK yang menghasilkan lulusan berjiwa wirausaha, cerdas, kompetitif dan memiliki jati diri bangsa

serta mampu meningkatkan keunggulan lokal dan dapat bersaing di pasar global (ditpsmk, 2007).

SMK suatu pendidikan yang berbasiskan *learning by doing* yang lebih bisa memudahkan untuk memahami suatu yang disampaikan. Termasuk juga dalam sistem SMK yang mewajibkan siswa menjalani training kerja. Setidaknya hal ini memberikan pengalaman bagi dalam bekerja yang nantinya akan memotifasi mereka untuk menjadi wirausaha dikarenakan faktor pengalaman kerja.

SMK YPM 3 Taman Sidoarjo merupakan lembaga pendidikan yang unggul dan berdiri dari tahun 1993 dan sampai sekarang. SMK YPM 3 Taman Sidoarjo meningkatkan keterampilan siswa, dengan keterampilan yang didapat dari sekolah tersebut diharapkan siswa siap untuk membuka usaha sendiri. Dan ada beberapa dari siswa SMK YPM 3 Taman sidoarjo memenangkan perlombaan seperti : Olimpiade Perkantoran 2011 Office Challenge 2011 merupakan kegiatan Olimpiade Perkantoran Berbasis IT tingkat SMA/SMK Se-Jawa Timur yang merupakan program kerja tahunan dari Divisi Keilmuan Himpunan Mahasiswa Program Diploma 3 Manajemen Kesekretariatan dan Perkantoran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga. Kegiatan Office Challenge ini berupa serangkaian kompetisi yang akan diadakan pada 19 November 2011 di Gedung Utama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dan melibatkan siswa siswi SMA/SMK Se-Jawa Timur dan siswa yang memenangkan lomba tersebut: Angga Ilham - Juara II Blog Maker Bisnis Online 2.

SMK YPM 3 mempunyai kelebihan dari SMK lainnya di lihat dari:

(1) Banyaknya DU / DI yang meminta tenaga kerja dari lulusan SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. (2) Banyaknya DU / DI yang bersedia menjadi mitra PSG dengan SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. (3) Relatif pendeknya masa tunggu para lulusan untuk mendapatkan pekerjaan (max 5 tahun). (4) besarnya animo masyarakat setiap tahun yang ingin masuk (mendaftar) di SMK YPM 3 Taman Sidoarjo.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa permasalahan penting yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Apakah ada hubungan antara *psychological capital* dan Minat berwirusaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo” dan “ Apakah ada hubungan antara *sensation seeking* dengan minat berwirusaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. dengan asumsi bahwa apabila seseorang mempunyai *psychological capital* yang tinggi maka akan terbentuk minat berwirusaha pada diri siswa. Dan apabila seseorang mempunyai *sensation seeking* tinggi maka terbentuk minat berwirusaha pada diri siswa. Akan tetapi hal ini perlu diteliti kembali, untuk itu dilakukan penelitian. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan *Psychological Capital* dan *Sensation Seeking* dengan minat berwirusaha SMK YPM 3 Taman Sidoarjo”.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang telah disampaikan maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Apakah ada hubungan *psychological capital* dan minat berwirausaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo.
2. Apakah ada hubungan antara *sensation seeking* dengan minat berwirausaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diambil tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan antara *psychological capital* dan minat berwirausaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui hubungan antara *sensation seeking* dan minat berwirausaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan agar memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain khususnya bagi pembaca hasil penelitian ini yang antara lain:.

1. Mamfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsi pemikiran bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam mengembangkan psikologi positif.

2. Mamfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi mereka yang tertarik untuk terjun dalam dunia wirausaha. Lebih khusus lagi, melalui penelitian ini di harapkan mampu terbentuknya pemahaman kepada wirausahawan, maupun pembaca tentang pentingnya minat berwirausaha.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan penelitian digunakan agar tidak terjadi tumpang tindih dalam setiap pembahasan. Dimana pada bagian inti terdiri dari lima bab pembahasan yang disusun secara sistematis, sehingga mempermudah penulis untuk mengklasifikasikan poin-poin dalam penulisan skripsi ini, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari beberapa sub bab, yaitu: latar belakang, rumusan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat sub-sub bab, yaitu kajian pustaka yang di dalamnya memuat uraian singkat mengenai variabel-variabel yang diteliti, dalam hal ini bisa teori-teori, penelitian terdahulu, faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dan juga kerangka teoritik dan yang terakhir adalah hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian yang terdiri dari: rancangan penelitian, subjek penelitian, populasi dan sampling, instrumen penelitian serta analisis data.

BAB IV: LAPORAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang laporan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yang terdiri dari: gambaran umum lokasi penelitian, persiapan penelitian yang terdiri dari persiapan awal, penyusunan kuisioner dan pensekoran, kemudian pelaksanaan penelitian, hasil penelitian dan yang terakhir pembahasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari seluruh bab dengan isi kesimpulan dan saran penelitian berikutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. *Psychological Capital*

1. Pengertian *Psychological Capital*

Psychological Capital diajukan sebagai *leverage* dan *competitive advantage*, berbeda dari *human capital* dan *social capital*. Konsep *Psychological Capital* menggabungkan *human capital* dan *social capital* untuk memperoleh keuntungan kompetitif melalui investasi / pengembangan “*who you are*” and “*what you can become*”. (luthan & Avolio, 2003; luthan et al., 2006, 2007 jensen dan luthan, 2006).

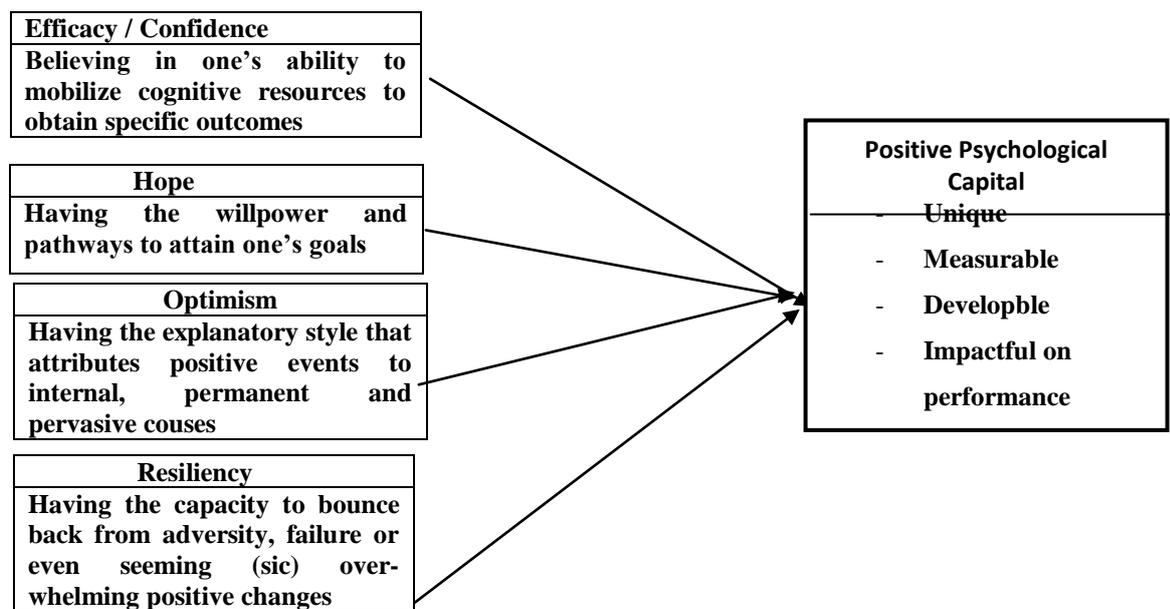
Menurut luthan (2007) *Psychological Capital* di definisikan sebagai pendekatan untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh sumber daya manusia yang oleh : *self efficacy*, *optimism*, *hope* dan *resiliency*.

Sedangkan pendapat lain menyatakan bahwa *Psychological Capital* adalah suatu pendekatan yang dicirikan pada dimensi-dimensi yang bisa mengoptimalkan potensi yang dimiliki individu sehingga membantu kinerja organisasi. Dan dimensi-dimensi tersebut adalah *self efficacy*, *hope*, *optimism* dan *resiliency* (osigweh, 1989).

Menurut tokoh Zhenguo Zhao (2009) menyebutkan *Psychological Capital* sebagai keadaan pengembangan individu yang positif yang meliputi empat aspek yaitu *self efficacy*, *optimism*, *hope* dan *resiliency*.

Luthan dan kawan-kawan mendefinisikan *Psychological Capital* ini sebagai hal positif psikologis yang dimiliki oleh setiap individu yang

berguna untuk dapat membantu individu tersebut untuk dapat berkembang dan yang ditandai oleh: (1) percaya diri (*self-efficacy/confidence*) untuk menyelesaikan pekerjaan. (2) memiliki pengharapan positif (*optimism*) tentang keberhasilan saat ini dan dimasa yang akan datang. (3) tekun dalam berharap (*hope*) untuk berhasil, dan (4) tabah dalam menghadapi berbagai permasalahan (*resiliency*) hingga mencapai sukses. Masing-masing karakteristik tersebut diuraikan sebagai berikut:



Gambar 2.1 :Dimensi *Psychological Capital* (luthan & Yousef, 2004),

dikutip dari page & Donohue(2004)

2. Dimensi *Psychological Capital*

Menurut Luthans dalam bukunya yang berjudul "*Psychological Capital : Developing thr Human Competitive Edge*" bahwa *psychological*

capital memiliki empat dimensi yaitu: *self-efficacy/confidence*, *optimism*, *hope*, dan *resiliency*.

a. *Self-efficacy*

Psychological capital efficacy menggambarkan kepercayaan diri dari seseorang, ditandai oleh kemampuannya untuk mengerahkan motivasi, kemampuan kognitif serta kemampuan melakukan tindakan yang diperlukan dalam melaksanakan tugas spesifik. Sedangkan menurut James E. Maddux dalam buku *The Handbook of Positive Psychology* *Self-efficacy* menggambarkan kekuatan dari kepercayaan bahwa seseorang mampu melakukan sesuatu.

Self-efficacy menurut Albert Bandura (1997) adalah: keyakinan atau rasa percaya diri seseorang tentang kemampuannya untuk mengerahkan motivasinya, kemampuan kognitifnya, serta tindakan yang diperlukan untuk melakukan dengan sukses dengan tugas tertentu dalam konteks tertentu. Meskipun Bandura (1997) menggunakan istilah *Self-efficacy* dan kepercayaan diri secara berdampingan. Kebanyakan teori *efficacy* meletakkan konsep kepercayaan diri di bawah *Self-efficacy*. Khusus pada Psikologi positif, kedua istilah dapat digunakan secara bergantian (Maddux, 2002). Terlebih lagi apabila, kepercayaan diri diterapkan pada bidang yang lebih aplikatif seperti olah raga atau performa bisnis istilah kepercayaan diri memiliki arti yang lebih luas (Kanter, 2006). Pada *psychological capital*, kedua istilah tersebut didapat saling menggantikan untuk

merefleksikan kekayaan teori dan basis penelitian *Self-efficacy* (Bandura,1997).

Bandura (1997) menyebutkan ada empat cara untuk mengembangkan *Self-efficacy*: 1) *mastery experience*, keberhasilan yang seiring didapatkan akan meningkatkan *Self-efficacy* yang dimiliki seseorang, sedangkan kegagalan akan menurunkan *Self-efficacy*, 2) *various experiences*, pengalaman keberhasilan orang lain yang memiliki kemiripan dengan individu dalam mengerjakan suatu tugas biasanya akan meningkatkan *Self-efficacy* seseorang dalam mengerjakan tugas yang sama. *Self-efficacy* tersebut di dapat dari melalui sosial model yang biasanya terjadi pada diri seseorang untuk melakukan modelling. Namun *Self-efficacy* yang didapat tidak akan terlalu berpengaruh bila model yang diamati tidak memiliki kemiripan atau berbeda dengan model, 3) *social persuasion*, cara yang bisa dilakukan dalam meningkatkan *psychological capital* adalah dengan adanya sosok individu yang selalu memberikan motivasi dan selalu membantu dalam mengembangkan *Self-efficacy*. Sosok individu yang tidak memandang kelemahan manusia, sosok individu yang selalu mengatakan kamu pasti bisa dan bukan sebaliknya, dan 4) *emotional physiological and emotional states*. Kecemasan dan stres yang terjadi dalam diri seseorang ketika melakukan tugas sering diartikan sebagai suatu kegagalan. Pada umumnya seseorang cenderung akan mengharapkan keberhasilan

dalam kondisi yang tidak diwarnai oleh ketegangan dan tidak merasakan adanya keluhan atau gangguan *somatic* lainnya.

Keempat karakteristik tersebut melengkapi individu yang memiliki *efficacy* tinggi dengan kapasitas untuk berkembang dan berperilaku secara efektif, meskipun tidak ada input eksternal untuk periode waktu yang lama. Individu dengan *efficacy* yang tinggi tidak menunggu tujuan-tujuan yang menantang ditetapkan bagi mereka. Sebaliknya mereka terus menerus menguasai diri mereka sendiri dengan tujuan yang semakin lama semakin tinggi.

b. *Hope (The Will And Way)*

Hope dalam keseharian sering di artikan sebagai harapan atau keinginan untuk menggapai sesuatu. Dan sudah digunakan secara luas dalam keidupan sehari-hari. Namun, sebagai kekuatan psikologis, terjadi banyak salah persepsi tentang *hope* itu sebenarnya dan apa karakteristik dari individu, kelompok atau organisasi yang memiliki *hope*. Banyak yang mencampur adukkan istilah *hope* dan *wishfull thinking*. Seperti yang didefinisikan C. Rich Snyder (dalam Snyder, Irving & Anderson 1991).

hope sebagai keadaan psikologis positif yang didasarkan pada kesadaran yang saling mempengaruhi antara: *agency* (energi untuk mencapai tujuan), *path ways* (perencanaan untuk mencapai tujuan).

Penelitian Snyder, mendukung ide bahwa *hope* adalah keadaan kognitif atau "berfikir" dimana seseorang mampu menetapkan

tujuan-tujuan dan pengharapan yang menantang namun realistis dan kemudian mencoba mencapai tujuan-tujuan tersebut dengan kemampuan sendiri, energi, dan persepsi *control internal*. Hal inilah yang disebut oleh Snyder sebagai *agency* atau *willpower*. Seringkali terlewatkan dalam penggunaan istilah ini secara umum, namun seperti yang didefinisikan oleh Snyder dan kawan-kawan, komponen yang sama penting dan integralnya dari *hope* adalah disebut sebagai *pathways* atau *ways power* (kemampuan untuk melakukan). Pada komponen ini, seseorang mampu menciptakan jalur-jalur alternatif untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan ketika jalur asalnya tertutup atau mendapat halangan (Snyder, 1994).

Snyder, Luthan (dalam bisnis horizon, 2004), memberikan panduan khusus yang bisa digunakan dalam mengembangkan *hope*: 1) *Goal setting*, menetapkan dan memperjelas dengan detail apa yang menjadi tujuan selama ini, 2) *Stepping*, memberikan penjelasan tentang langkah-langkah kongkrit dalam mencapai tujuan tersebut, 3) *Participative initiatives*, membuat beberapa alternatif apabila satu alternatif sulit dilalui, maka menggunakan alternatif yang selanjutnya untuk tetap mencapai tujuan, 4) *Showing confidence*, memberikan pengakuan pada diri individu bahwa proses yang dikerjakan untuk mencapai tujuan adalah hal yang disenangi, dan tidak semata-mata fokus pada pencapaian akhir, 5) *Preparedness*, selalu siap menghadapi rintangan.

c. *Optimism*

Martin Seligman mendefinisikan *optimisme* sebagai model pemikiran dimana individu mengetribusikan kejadian positif kedalam diri sendiri. Bersifat permanent, dan penyebabnya bersifat *pervasive* dan di lain hal menginterpretasikan kejadian negatif kepada aspek eksternal, bersifat sementara atau temporer dan merupakan faktor yang disebabkan oleh situasi tertentu.

Secara konseptual, optimisme menginterpretasikan peristiwa buruk disebabkan oleh pihak eksternal (bukan salah saya), bersifat tidak stabil (hanya terjadi sekali saja), dan merupakan kejadian Spesifik (saat ini). Sedangkan pesimis menginterpretasikan kebalikannya, yaitu peristiwa yang disebabkan oleh pihak internal, bersifat stabil dan merupakan kejadian global. Dalam penelitian ini, pengertian optimis menggambarkan keyakinan bahwa sesuatu yang baik akan diperoleh.

Optimism adalah suatu *explanatory style* yang memberikan atribusi peristiwa-peristiwa positif pada sebab-sebab yang personal, *permanent*, serta *pervasive* dan menginterpretasikan peristiwa-peristiwa negatif pada faktor-faktor yang eksternal, sementara, serta situasional. Sebaliknya, *explanatory style* yang pesimistis akan menginterpretasikan peristiwa positif dengan atribusi-atribusi yang eksternal, Sementara, serta situasional dan mengatribusi peristiwa negatif pada penyebab yang personal, *permanent* dan *pervasive* (Seligman, 1998).

Bila kita melihat *optimism* dari sudut pandang diatas, maka individu yang *optimism* akan merasa ikut andil dalam keadaan positif terjadi dalam hidupnya. Mereka memandang bahwa penyebab dari peristiwa-peristiwa yang menyenangkan dalam hidup mereka berada dalam kekuasaan dan kontrol diri mereka. Seseorang yang *optimism* akan berpikir bahwa penyebab peristiwa-peristiwa tersebut akan terus ada dimasa depan dan akan membantu mereka menangani peristiwa lain dalam hidupnya. Mereka memandang bahwa penyebab dari peristiwa-peristiwa yang menyenangkan dalam hidup mereka berada dalam kekuasaan dan kontrol mereka. Seorang yang *optimism* akan berpikir bahwa penyebab peristiwa-peristiwa tersebut akan terus ada dimasa depan dan akan membantu mereka menangani peristiwa-peristiwa lain di dalam hidupnya.

Optimism explanatory style yang dimiliki membuat mereka memandang secara positif serta mengatribusikan secara *internal* aspek-aspek kehidupan yang baik, bukan hanya dimasa lalu melainkan juga dimasa depan. Misalkan seorang karyawan mendapatkan umpan balik yang positif dari pengawasnya maka ia akan menganggap bahwa hal tersebut dikarenakan sikap kerja sendiri, ia akan memastikan dirinya bahwa karyawan tersebut atau selalu mampu untuk bekerja keras dan sukses tidak hanya pada pekerjaan ini, namun juga pada setiap hal yang mereka lakukan. Selain itu, ketika mereka mengalami peristiwa negatif atau dihadapkan pada situasi yang tidak diinginkan, orang yang

optimism akan mengatribusikan penyebab hal tersebut pada sebab-sebab yang eksternal dan situasional. Oleh karenanya, mereka tetap bersikap positif dan percaya terhadap masa depannya (Seligman, 1998).

Schulman (1999) memberikan penjelasan untuk mengembangkan *optimism*: 1) *Leniency for the past*. Yaitu mengiklaskan kegagalan yang telah dilakukan dan menata kembali apa yang akan dilakukan, 2) *Appreciation for the present*. Yaitu memberikan apresiasi apa yang sedang dilakukan individu, baik itu mengenai kemampuannya maupun kelahmahannya, bukan mencela diri sendiri, 3) *Opportunity-seeking for the future*. Yaitu mendapatkan kesempatan kembali dimasa yang akan datang.

d. Resiliency

Resiliency didefinisikan sebagai kapasitas psikologis yang positif dengan menghindarkan diri dari ketidakbaikan, ketidakpastian, konflik, kegagalan atau bahkan perubahan positif, kemajuan dan peningkatan tanggung jawab (luthan, 2002a: 702).

Dari sudut pandang psikologi klinis, Masten dan Reed (2002) mendefinisikan *resiliency* sebagai kumpulan fenomena yang dikarakteristikkan oleh pola adaptasi positif pada kontek keterpurukan. Dalam pendekatan *psychological capital* definisi ini diperluas, tidak hanya kemampuan untuk kembali dari situasi keterpurukan namun juga kegiatan-kegiatan yang positif dan menantang, misalnya target penjualan, dan kemauan untuk berusaha melebihi normal atau melebihi

keseimbangan. *Resiliency* adalah kemampuan individu dalam mengatasi tantangan hidup serta mempertahankan energi yang baik sehingga dapat melanjutkan hidup secara sehat.

Wolin dan Wolin (1994) mengemukakan tujuh aspek utama yang dimiliki oleh individu yaitu: 1) *insight*, yaitu proses perkembangan individu dalam merasa, mengetahui, dan mengerti masa lalunya untuk mempelajari perilaku-perilaku yang lebih tepat, 2) *independence*, yaitu kemampuan untuk mengambil jarak secara emosional maupun fisik dari sumber masalah, 3) *relationships*, individu yang *resilience* mampu mengembangkan hubungan yang jujur, saling mendukung dan berkualitas bagi kehidupan, dan memiliki role model yang baik, 4) *initiative*, yaitu keinginan yang kuat untuk bertanggung jawab terhadap hidupnya, 5) *creative*, yaitu kemampuan memikirkan berbagai pilihan, konsekuensi, dan alternatif dalam menghadapi tantangan hidup, 6) *morality*, adalah kemampuan individu untuk berperilaku atas dasar hati nuraninya. Individu dapat memberikan kontribusinya dan membantu orang yang membutuhkannya.

B. Sensation Seeking

1. Pengertian Sensation Seeking

Menurut Zuckerman pengertian *Sensation Seeking* adalah “*Seeking of varied, novel, complex and intense sensations and experiences*”. Zuckerman menjelaskan *Sensation Seeking* sebagai motif biososial. Berdasarkan perbedaan dalam biokimia dari neurotransmitter tertentu dari system limbic yang mengatur pendekatan, eksplorasi dan aktivitas umum. Menurut teorinya, orang yang berpartisipasi dalam aktivitas yang beresiko dapat mengaktifkan system limbic.

Seiring dengan berbagai penelitian yang dilakukan, definisi *Sensation Seeking* pun semakin berkembang. Zuckerman (1991) memperbaharui definisinya menjadi :

“ *a trait defined by the seeking of varied, novel, complex and intense sensations and experien and the willingness to take physical, social, legal, and financial risks for the sake of such experience*”.

(Zuckerman, 1991, hal.10)

Maka yang dimaksud dengan *trait sensation seeking* adalah sebuah trait (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko social, legal dan financial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman. (Zuckerman, 1979;1991).

Zuckerman meneliti mengenai *trait sentation seeking* awal tahun 1960-an. Mulanya ia tertarik dengan factor situasional yang mempengaruhi fenomena terhadap *sensory deprivation*. Tes kepribadian dan beberapa eksperimen diberikan kepada sejumlah subjek untuk melihat apakah terdapat reaksi terhadap beberapa kondisi stimulus yang diberikan. Zuckerman kemudian mengembangkan teori biologi untuk

melihat perbedaan individu dalam mencari sensasi. Dasar biologis dihubungkan dengan kuatnya reflex terhadap stimulus dan menguatnya respon terhadap stimulus tersebut. Hal ini terjadi diiringi tingginya hormone seks (testosteron, esterogen, dan esterodial) dan adanya enzim yang merangsang hadirnya *neurotransmitter*.(Zuckerman, 1991; London & Esner, 1978).

Model pencarian sensasi tinggi diasosiasikan dengan rendahnya tingkat aktivitas *norepinephrine* atau kemampuan *arousal*. Sehingga orang tersebut mencari stimulasi untuk mengimbangi tingkat *norepinephrine* yang rendah. Semakin individu merasa berhasil memenuhi kebutuhannya dalam mencari sensasi, semakin ia merasa memperoleh *reward* dari perilakunya yang secara biologis mampu mengimbangi tingkat *norepinephrine* dalam tubuhnya.

Trait sensation seeking dipengaruhi oleh adanya susunan kode gen tertentu, yakni kode pada kelas reseptor *dopamine*, yakni gen 4 (DRD4). Selain itu keberadaan enzim *monoamine oxidase* (MAO) juga sangat berpengaruh. Enzim MAO berfungsi untuk menjaga keseimbangan *neurotransmitter* sekaligus menjadi katalis terhadap *neurotransmitter norepinephrine dan dopamine*. Seorang low sensation seeker memiliki 2 *monoamine neurotransmitter* yang beregulasi namun memiliki kadar *dopamine* yang tinggi dan *serotonin* yang rendah. Oleh sebab, itu diperkirakan 60% variabilitas *sensation seeking* berasal dari faktor genetika.(London & Esner, 1978; Zuckerman, 1991)

Zuckerman menyatakan bahwa kondisi biologis sebagaimana yang dijelaskan diatas, mendorong kebutuhan individu untuk memperoleh sensasi dan variasi dalam hidupnya. Sehingga mereka harus mengambil resiko demi memperoleh kondisi tersebut. Kebutuhan mencari sensasi, *arousal* dan pengalaman baru (*novelty*) memberikan kecenderungan pada individu untuk berperilaku dengan cara tertentu (*to act in particular ways*). Kecenderungan yang disebabkan oleh kebutuahn tersebut terus berkembang dari waktu ke waktu, hingga kemudian menetap menjadi sebuah *trait* dalam diri individu. Hal ini mengacu pada definisi trait sebagai ciri pembawaan yang konsisten dalam setiap individu dan bersifat relatif stabil sejalan dengan waktu. *Trait sensation seeking* tidak secara mutlak menjadi determinan yang mempengaruhi seseorang dalam setiap situasi. Namun *trait sensation seeking* tetap memberikan pengaruh terhadap individu baik dalam perilaku, gaya hidup, penampilan dan lain sebagainya. (Cloninger, 2004; Grasha & Kirschenbaum, 1980; Zuckerman, 2000)

2. Dimensi *Sensation Seeking*

Sensation seeking meliputi empat dimensi yakni (London & Esner, 1987, Zuckerman, 1991):

1. *Thill and Adventure Seeking* (TAS)

Refleksikan kebutuhan individu untuk melakukan tindakan beresiko dan penuh petualangan yang menawarkan sensasi unik pada setiap individu. Tindakan beresiko meliputi keinginan yang kuat untuk terlibat dalam aktivitas fisik yang menuntut kecepatan, berbahaya, dan merupakan aktivitas yang ‘menyimpang’ dari gravitasi bumi (seperti terjun payung, menyelam, dan *bungee jumping*).

2. *Experience Seeking (ES)*

Mengekspresikan pencarian individu terhadap pengalaman baru (*novel experiences*) melalui pemikiran, penginderaan, dan gaya hidup yang tidak konvensional dan tidak konform dalam berbagai hal, termasuk dalam hal musik, seni, *travel style* hingga gaya hidup antikonformitas lainnya.

3. *Disinhibition (DIS)*

Merefleksikan perilaku impulsif yang extrovert pada individu, meliputi keinginan yang kuat (*desire*) untuk melakukan perilaku yang mengandung resiko sosial dan resiko kesehatan. Perilaku yang mengandung resiko sosial dan kesehatan adalah perilaku yang secara potensial dapat menimbulkan dampak negatif terhadap posisi seseorang yang dapat muncul dari proses dimasa kini atau peristiwa dimasa yang akan datang.

4. *Boredom Susceptibility (BS)*

Merefleksikan perilaku individu yang antipati terhadap pengalaman yang repetitif, pekerjaan yang rutin, kehadiran orang-orang yang dapat terprediksi, dan reaksi ketidakpuasan terhadap kondisi yang membosankan tersebut. *Boredom Susceptibility* juga menyebabkan hadirnya kegundahan pada individu saat tidak ada perubahan pada kehidupannya, dan ketidaksukaan pada orang yang membosankan.

3. Faktor – faktor yang Mempengaruhi *Trait Sensation Seeking*

Terdapat dua faktor utama yang kerap dikaitkan sebagai faktor yang menjadi sumber penyebab munculnya *trait sensation seeking* dalam diri individu, yakni faktor herediter dan faktor lingkungan. Berikut merupakan penjelasan faktor-faktor yang mempengaruhi *trait sensation seeking* :

a. Faktor Herediter

Faktor herediter merupakan faktor utama yang diprediksi sebagai penyebab munculnya *trait sensation seeking* dalam diri individu. Beberapa penelitian yang telah dilakukan Zuckerman mengindikasikan adanya faktor genetik yang sangat mempengaruhi susunan gen dan kondisi biologis individu sehingga memiliki kecenderungan untuk mencari sensasi dalam hidupnya. Keberadaan MAO (*monoamine oxidase*), kode kelas genetik *dopamine 4* (DRD4), kadar hormon seksual dan kadar tingginya *neurotransmitter norepinephrine* maupun *dopamine* dipercaya menjadi kondisi

biologis yang menyebabkan individu memiliki kebutuhan *arousal* dan sensasi yang tinggi. Kondisi biologis ini tentu disebabkan oleh susunan genetika yang diturunkan oleh generasi sebelumnya. Oleh sebab itu faktor herediter diprediksi memberikan pengaruh setidaknya 60% pada seseorang untuk memiliki kebutuhan *arousal* dan sensasi yang tinggi dalam dirinya.

Zuckerman mengatakan bahwa usia dan jenis kelamin menjadi faktor demografik yang paling mempengaruhi tingkat *trait sensation seeking* seseorang. Menurut Zuckerman, *trait sensation seeking* lebih tinggi pada pria dibanding wanita dan mulai berkembang pada usia 9-14 tahun lalu mengalami puncaknya pada tahap perkembangan remaja akhir atau dalam kisaran usia 20-an tahun kemudian mulai menurun dan cenderung stabil diakhir usia dewasa muda.

b. Faktor Lingkungan

Hasil pembelajaran sosial (*sosial learning*) merupakan faktor yang juga mempengaruhi dan ‘mengajarkan’ individu untuk menyukai sensasi dan perilaku mencari sensasi tertentu. Faktor lingkungan dan pembelajaran sosial ini kemudian diprediksi sebagai 40% kemungkinan seseorang untuk terstimulus dalam memiliki *trait sensation seeking* dan kebutuhan pencarian sensasi lainnya. Observasi dan imitasi pada orang tua, teman, dan *significant others*

memungkinkan seseorang untuk mempelajari perilaku yang cenderung mencari sensasi, baik secara tinggi maupun rendah.

4. Karakteristik Individu dengan *Trait Sensation Seeking*

Berikut merupakan tabel perbedaan deskripsi diri pada individu pencari sensasi yang tinggi dan individu pencari sensasi yang rendah.

Tabel 2.2 Perbedaan Deskripsi Diri Individu Pencari Sensasi

Pencari Sensasi Tinggi	Pencari Sensasi Rendah
Antusias	Penakut (<i>frightening</i>)
Senang bermain (<i>playful</i>)	Panik
Petualang	Tegang (<i>tense</i>)
Imaginatif	Gugup (<i>nervous</i>)
Pemberani	Gemetar (<i>shaky</i>)
Riang gembira (<i>elated</i>)	Gelisah (<i>fearful</i>)
Lucu (<i>zany</i>)	Pencemas
Nakal (<i>mischievous</i>)	Pemarah

Zuckerman menyatakan bahwa individu dengan tingkat *trait sensation seeking* tertentu memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik orang-orang pencari sensasi tinggi antara lain tampak dari: (a) terlibat dalam aktivitas hidup beresiko tinggi dalam kegiatan olah raga, profesi, pekerjaan dan hobi. (b) menyukai situasi fobia yang umum, seperti kegelapan, ketinggian, kedalaman, dan hewan yang berbahaya. (c) mempunyai keberanian ekstrim. (d) menyukai segala hal yang menantang. (e) dapat menikmati segala sesuatu yang berbahaya. (f) menganggap segala situasi kurang beresiko. (g) terlibat dalam perilaku

beresiko kecenderungan melakukan hal yang berbahaya. (h) banyak melakukan spekulasi (i) suka bepergian ketempat-tempat berbahaya.(j) keluar dari situasinya kerana tidak mendapatkan stimulasi seperti yang diinginkan. (k) berkurangnya kecemasan dengan adanya penilaian resiko yang sama.

C. Minat berwirausaha

1. Minat

a) Definisi Minat

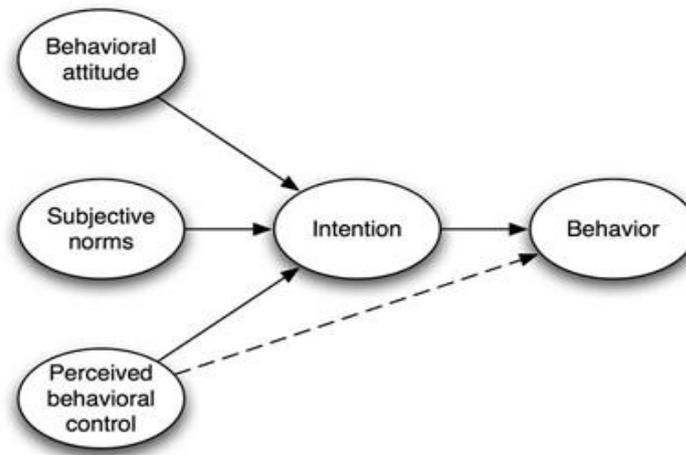
Ajzen (1988) mendefinisikan minat adalah indikasi kesiapan seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu dan minat dipertimbangkan sebagai anteseden langsung perilaku. Minat didasarkan pada sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku, yang setiap prediktor memiliki bobot penting untuk minat dalam hubungan perilaku dan ketertarikan suatu populasi.

Sedangkan Santoso (1995) beranggapan bahwa minat adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi serta berdampak kuat pada tingkah laku. Hal ini mengindikasikan seberapa keras seseorang berusaha dan seberapa banyak usaha yang dilakukan agar perilaku yang diinginkan dapat dilakukan. Selain itu Ancok (1992) menyatakan bahwa minat dapat didefinisikan sebagai niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Minat merupakan sebuah istilah yang terkait dengan tindakan dan merupakan unsur yang penting dalam sejumlah tindakan, yang menunjukkan pada keadaan pikiran

seseorang yang diarahkan untuk melakukan sesuatu tindakan, yang senyatanya dapat atau tidak dapat dilakukan dan diarahkan entah pada tindakan sekarang atau pada tindakan yang akan datang.

b. Teori Minat

Faktor central dalam *Theory of Planned Behavior* adalah minat individu untuk menampilkan suatu perilaku. Minat diasumsikan untuk menangkap faktor-faktor motivasional yang mempengaruhi suatu perilaku; minat mengindikasikan seberapa kuat keinginan seseorang untuk mencoba, seberapa banyak usaha yang ia rencanakan dalam menghadapi tekanan untuk menampilkan sebuah perilaku. Namun, perlu diketahui dengan jelas bahwa meskipun pada beberapa perilaku. Persyaratan-persyaratan yang berkaitan dengan munculnya suatu perilaku telah terpenuhi, tampilnya suatu perilaku sebagian besar juga bergantung kepada derajat tertentu dari faktor-faktor non-motivasional seperti tersedianya kesempatan dan sumber daya. Secara kolektif, faktor-faktor ini akan membentuk *actual control* dari perilaku sehingga apabila seseorang telah berhasil memenuhi faktor-faktor motivasional ini, dan memiliki kamauan untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Secara sederhana, *Theory of Planned Behavior* dapat ditampilkan dalam skema berikut.



Gambar 2.3. Dimensi-dimensi Minat yang akan menyebabkan timbulnya perilaku (sumber: Ajzen,1991)

Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen menjelaskan bahwa perilaku manusia diarahkan oleh tiga jenis pertimbangan yaitu keyakinan mengenai kecenderungan hasil yang ditimbulkan oleh perilaku dan evaluasi terhadap hasil tersebut (*Behavioral Beliefs*), keyakinan mengenai harapan normatif dari orang lain dan motivasi untuk memenuhi harapan orang lain (*Normative Beliefs*), serta keyakinan mengenai adanya faktor-faktor yang mendukung atau menghambat timbulnya perilaku dan kekuatan yang dimiliki untuk mengendalikan faktor-faktor tersebut (*Control Beliefs*), *Normative Beliefs* akan menghasilkan suatu tekanan sosial atau *subjective norms*, dan *control beliefs* akan memunculkan *Perceived Behavioral Control* (Ajzen,1991).

Kombinasi dari *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norms* dan *Perceived Behavioral Control* akan mengarah kepada pembentukan suatu minat perilaku (*Behavioral Intention*). Sebagai aturan umum, semakin disukai suatu sikap norma subjektif, dan semakin tinggi kontrol yang diperoleh, maka akan semakin kuat minat yang dimiliki oleh seseorang. Jadi, minat diasumsikan sebagai *immediate antecedent* dari perilaku (Ajzen, 2006).

Ajzen (1991) mengemukakan bahwa *cognitive self-regulation* adalah sebagai aspek penting dari perilaku dan merupakan pendekatan untuk memprediksi perilaku. Ajzen berasumsi bahwa perilaku tidak hanya dipengaruhi oleh disposisi umum, namun juga dipengaruhi oleh berbagai faktor unik berdasarkan kesempatan, situasi, dan tindakan yang teramati. Dengan kata lain, perilaku yang berbeda dapat diobservasi pada kesempatan yang berbeda dan situasi yang berbeda.

Berdasarkan *theory of planned behavior*, tampilnya suatu perilaku merupakan fungsi gabungan dari minat dan *perceived behavioral control*. Untuk prediksi yang akurat, beberapa kondisi sebaiknya bertemu/ada (Ajzen: 1991), yaitu: 1) pengukuran minat dan *perceived behavioral control* harus sesuai dengan perilaku yang diprediksi. Artinya, minat dan *perceived behavioral control* harus diukur dalam suatu perilaku yang menjadi ketertarikan, dan spesifik konteks harus sama halnya di mana suatu perilaku terjadi, 2) kondisi kedua yaitu minat dan *perceived behavior control* harus tetap stabil saat

penilaian dan observasi perilaku. Campur tangan suatu peristiwa dapat menghasilkan suatu perubahan pada minat dan *perceived behavioral control* sehingga berpengaruh pada pengukuran suatu variabel yang tidak akurat lagi dalam memprediksi suatu perilaku. Minat dapat berganti seiring waktu. Beberapa berubah secara sederhana sebagai sebuah fungsi dari waktu, sebagian yang lain tergantung kepada munculnya informasi baru. Hal ini menimbulkan sebuah implikasi yang penting dalam memprediksi suatu perilaku dengan memperkirakan minat. Ketika minat telah memprediksi bahwa seseorang akan melakukan atau tidak menampilkan sebuah perilaku, namun ternyata menunjukkan kegagalan dalam memprediksi tercapainya perilaku tujuan, maka kemungkinan hal tersebut terjadi karena adanya faktor-faktor diluar kontrol individu yang mencegahnya untuk melakukan minat yang ia miliki (Ajzen, 1985), 3) syarat ketiga yaitu persepsi *behavioral control* harus realistis menggambarkan *actual control*. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa ketika perilaku tidak memiliki masalah yang serius pada kontrol, maka perilaku tersebut dapat diprediksi dari minat dengan tingkat keakuratan yang baik.

c. Faktor-Faktor Penentu Minat

Theory of planned behavior mengemukakan bahwa perilaku adalah sebuah fungsi dari informasi yang penting atau keyakinan yang relevan terhadap perilaku (Ajzen, 1991).

Miller (Ajzen, 1991) mengemukakan bahwa manusia memiliki banyak keyakinan terhadap perilaku yang terkait, namun mereka hanya dapat menghadirkan sebagian kecil di antaranya dalam suatu situasi. Keyakinan penting (*salient beliefs*) merupakan determinan yang memiliki pengaruh kuat pada minat dan perilaku seseorang.

Tiga jenis keyakinan penting ini dapat dibedakan menjadi *behavior beliefs* yang diasumsikan berpengaruh terhadap sikap (*Attitude Toward Behavior*), *normative beliefs* yang menyediakan dasar bagi *perceived behavioral control* (Ajzen, 1991).

1. *Attitude Toward Behavior*

Ajzen (1991) mendefinisikan *Attitude toward behavior* sebagai evaluasi positif atau negatif dari menampilkan suatu perilaku yang menarik bagi individu. Sikap diasumsikan memiliki dua komponen yang saling terkait yaitu keyakinan mengenai konsekuensi yang timbul dari tingkah laku, serta penilaian positif atau negatif terhadap konsekuensi yang timbul dari tingkah laku tersebut (*outcome evaluation*).

Sebagian besar psikolog sosial kontemporer memasukkan kognitif atau *information processing* ke dalam formasi sikap

(*attitude formation*). Hal ini diperlihatkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975) dalam *expectancy-value model of attitude*. Menurut model ini, sikap berkembang secara nalar dari keyakinan-keyakinan yang dimiliki individu-individu mengenai objek dari sikap tersebut. Secara umum dapat dikatakan bahwa kita membentuk keyakinan mengenai suatu objek dengan mengasosiasikannya dengan atribut-atribut tertentu, misalnya dengan objek-objek yang lain, katakteristik-karakteristik atau kejadian-kejadian. Dalam *attitude toward behavior*, setiap keyakinan menghubungkan perilaku dengan adanya sebuah hasil tertentu atau kepada suatu atribut lainnya, misalnya harga atau kerugian yang timbul karena menampilkan suatu perilaku tertentu. Sejak atribut-atribut yang dihubungkan dengan perilaku telah memiliki nilai positif atau negatif, maka secara otomatis dan simultan kita memperoleh sebuah sikap suatu perilaku (*attitude toward behavior*).

Dengan cara ini, maka kita belajar untuk menyukai perilaku yang kita yakini akan menghasilkan konsekuensi-konsekuensi yang diinginkan, dan kita belajar untuk tidak menyukai perilaku yang kita yakini akan menghasilkan konsekuensi-konsekuensi yang tidak kita inginkan (Ajzen, 1991).

Kekuatan keyakinan dan *outcomes evaluation* untuk keyakinan yang berlainan dapat menyediakan informasi yang sebenarnya tentang pertimbangan sikap yang mengarahkan

keputusan seseorang untuk melibatkan atau tidak melibatkan perilaku. Kekuatan keyakinan dan *outcomes evaluation* juga memperhitungkan gabungan keyakinan yang diasumsikan untuk menentukan *attitude toward behavior* yang sesuai dengan model nilai harapan (Ajzen, 1991).

2. *Subjective Norms*

Ajzen (1991) mendefinisikan bahwa *Subjective norms* sebagai persepsi individu mengenai tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang berada dibawah tekanan sosial tersebut. Norma subjektif memiliki dua komponen yang saling berinteraksi yaitu mengenai bagaimana pandangan orang lain yang penting bagi dirinya (*significant person*) terhadap tingkah laku tersebut (*normative beliefs*) dan penilaian positif atau negatif terhadap keyakinan tersebut (*Motivation to comply*).

Subjective norms juga selalu diasumsikan sebagai fungsi dari keyakinan (*beliefs*), namun dalam bentuk yang berbeda (dibandingkan dengan dua anteseden minat yang lain). Determinan ini adalah keyakinan seseorang bahwa suatu individu atau kelompok secara spesifik berpikir bahwa ia sebaiknya melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Jadi, dapat dikatakan bahwa apabila seseorang meyakini bahwa sebagian besar orang yang penting bagi dirinya (*significant person*) berpikir bahwa ia

sebaiknya melakukan suatu perilaku, maka akan mendapatkan suatu tekanan sosial (*social pressure*) untuk melakukan perilaku tersebut. Sebaliknya, bila seseorang meyakini bahwa sebagian besar orang yang penting baginya berpikir bahwa sebaiknya ia tidak melakukan sesuatu untuk mencegah terjadinya suatu perilaku (Ajzen, 1991).

Sebuah pengukuran secara global mengenai *Subjective norms* biasanya didapatkan dengan menanyakan kepada subjek penelitian untuk memberikan penilaian mengenai apakah orang yang penting bagi dirinya (*significant person*) akan setuju atau tidak setuju apabila mereka menampilkan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Hubungan *Subjective norms* dengan *normative beliefs* dan *motivation to comply* dapat diformulasikan secara matematis.

3. *Perceived behavioral control*

Ajzen (2005) mendefinisikan *perceived behavioral control* sebagai kemampuan untuk melakukan suatu perilaku yang menarik bagi individu. Hal ini terdiri dari dua aspek yaitu seberapa besar kontrol individu terhadap tingkah laku tersebut (*control belief*) dan seberapa besar kepercayaan diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tingkah laku (*influence of control belief*).

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa sebelum mengingat kedudukan *perceived behavioral control* berbeda dengan konsep *locus of control*. Konsisten dengan penekanan pada faktor-faktor

yang berhubungan langsung dengan sebuah perilaku tertentu, *perceived behavioral control* mengacu pada persepsi yang dimiliki seseorang mengenai keringanan atau kesulitan untuk menampilkan perilaku yang diinginkan. Sedangkan, *locus of control* adalah sebuah ekspektansi umum yang tetap stabil melintasi situasi dan bentuk perilaku. *perceived behavioral control* dapat bervariasi melintasi situasi dan perilaku. Jadi, seseorang dapat percaya bahwa hasil usahanya ditentukan oleh perilakunya sendiri (*internal locus of control*), namun pada saat yang sama seseorang dapat juga percaya bahwa kesempantannya dapat menjadi seorang pilot sangat tipis (*low perceived behavioral control*).

Pendekatan lain perceived control dapat ditemukan pada *theory of achievement motivation* dari Atkinson (Ajzen, 1991). Sebuah faktor penting dalam teori tersebut yaitu harapan sukses (*the expectancy of success*), yang didefinisikan sebagai kemungkinan yang cenderung merasa dapat sukses pada suatu tugas. Jelasnya, pandangan ini sedikit sama dengan *perceived behavioral control* yang lebih kepada spesifik konteks dan bukan predisposisi yang umum. Sedikit bertentangan memang, tetapi bukan bagian disposisi umum (Atkinson, dalam Ajzen, 1991). Secara umum, motivasi berprestasi diasumsikan sebagai kombinasi situasional harapan sukses dengan situasi spesifik.

Pandangan mengenai perceived behavioral control paling serupa dengan konsep *perceived self-efficacy* menaruh perhatian pada keputusan mengenai seberapa baik seseorang dalam melaksanakan suatu perilaku yang mempersyaratkan untuk berhubungan dengan situasi prospektif. Banyak dari pengetahuan yang didapat mengenai peran *perceived behavioral control* diperoleh dari program penelitian sistematis yang dilakukan bandura dan rekan-rekannya. Penelitian ini telah menunjukkan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi dengan kuat oleh kepercayaan diri yang ia miliki terhadap kemampuan dalam menampilkan sebuah perilaku. *The theory of planned behavior control* dalam sebuah kerangka berpikir umum dari hubungan yang tersebut antara keyakinan, sikap, minat, dan perilaku (Ajzen, 1991).

Menurut *theory of planned behavior*, *perceived behavioral control* bersama dengan minat perilaku (*behavior intention*) dapat digunakan secara langsung untuk memprediksi perilaku berprestasi. Ada dua alasan untuk menjelaskan hipotesis tersebut. Pertama, memiliki minat yang konstan, tingkat keberhasilan seseorang untuk menampilkan suatu perilaku akan semakin bertambah dengan adanya *perceived behavioral control*. Misalnya, dua individu yang memiliki minat yang sama kuat untuk belajar bermain ski keduanya mencoba untuk melakukan hal sama, maka

individu yang memiliki kepercayaan diri bahwa ia dapat menguasai aktivitas ini, akan lebih gigih dari pada individu yang meragukan kemampuannya untuk dapat menguasai kemampuan ini. Kedua, *perceived behavioral control* sering kali digunakan sebagai sebuah pengganti untuk mengukur adanya *actual control*. Apakah *perceived behavioral control* dapat mengukur *actual control* tentunya juga bergantung kepada akurasi dari persepsi. *Perceived behavioral control* mungkin tidak realistis ketika seseorang hanya memiliki informasi terbatas mengenai suatu perilaku, atau ketika elemen baru yang tidak dikenal memasuki suatu situasi.

Pada kondisi-kondisi tersebut, pengukuran terhadap *perceived behavioral control* mungkin hanya dapat sedikit menambah tingkat akurasi terhadap prediksi suatu perilaku. Tetapi, ketika *perceived behavioral control* realistis, maka *perceived behavioral control* dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan dari kesuksesan usaha untuk melakukan sebuah perilaku (Ajzen, 1991). Hubungan antara *perceived behavioral control* dengan *control beliefs* dan *influence of control beliefs*.

D. Wirausaha

a. Pengertian Wirausaha

Pengertian wirausaha mengalami beberapa perubahan dari abad ke abad. Istilah wirausaha yang asal katanya adalah terjemahan dari wirausaha. Istilah wirausaha berasal dari *Entrepreneur* (bahasa Prancis) yang diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris dengan arti *between taker* atau *go-between* (perantara). Sejarah kata *wirausaha* dalam bahasa Inggris berarti *between taker* berasal dari kisah dimana pada saat Markopolo yang mencoba merintis jalur pelayaran dagang ke timur jauh. Dia setuju menandatangani kontrak untuk menjual barang dari seorang pengusaha. Kontrak ini memberikan pinjaman dagang kepada Marcopolo dengan bagian keuntungan sebesar 22,5% termasuk asuransi. Pemilik modal tidak menanggung resiko apa-apa sedangkan si pedagang yang berlayar menanggung resiko besar. Pada saat pelayaran tiba di tujuan dan barang dagangan dijual maka si pemilik modal menerima keuntungan lebih dari 75% sedangkan pedagang menerima keuntungan lebih kecil (Hakim, 2003).

Kemudian pada abad pertengahan istilah *wirausaha* digunakan menggambarkan seorang *actor* sebagai orang yang memimpin proyek. Orang ini tidak menanggung resiko akan tetapi pemimpin tetapi pemimpin proyek menyediakan sumber-sumber yang diperlukan. Bentuk *wirausaha* pada abad pertengahan ini berbentuk *clerical* yaitu orang yang

bertanggungjawab dalam pekerjaan arsitek seperti untuk pekerjaan bangunan istana dan sebagainya (Hakim, 2003).

Pada abad ke17 istilah wirausaha digambarkan sebagai orang yang melakukan kontrak pekerjaan dengan pemerintah untuk memasok produk tertentu. Kontrak ini memakai harga tetap keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari pekerjaan ini adalah merupakan imbalan dari kegiatan wirausaha (Hakim, 2003).

Pengertian wirausaha lebih lengkap dinyatakan oleh Joseph Schumpeter adalah wirausaha orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengelola bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru ataupun bisa pula dilakukan dalam organisasi bisnis yang sudah ada. Di dalam definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha disini menekankan pada setiap orang yang memulai suatu bisnis yang baru. Sedangkan proses kewirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi (Saiman, 2009).

Menurut Savary (dalam Soeryanto, 2009), yang dimaksud dengan wirausaha ialah orang yang membeli barang dengan harga pasti,

meskipun orang itu belum tahu dengan harga berapakah barang itu akan dijual kemudian.

John J. Kao (1991) mendefinisikan wirausaha sebagai usaha untuk menciptakan nilai melalui pengenalan kesempatan bisnis, manajemen pengambilan resiko yang tepat, dan melalui keterampilan komunikasi dan manajemen untuk memobilisasi manusia, uang dan bahan-bahan baku atau sumber daya lain yang diperlukan untuk menghasilkan proyek supaya terlaksana dengan baik.

Sedangkan menurut Robert D. Hisrich (dalam Saiman, 2009) adalah suatu proses dinamis atas penciptaan tambahan kekayaan. Kekayaan diciptakan oleh individu yang berani mengambil risiko utama dengan syarat-syarat kewajaran, waktu, dan atau komitmen karier atau penyediaan nilai untuk berbagai barang dan jasa. Lebih jauh Hisrich dapat mendefinisikan melalui tiga pendekatan: 1) pendekatan ekonom, wirausaha adalah orang yang membawa sumber-sumber daya tenaga, material, dan aset-aset lain ke dalam kombinasi yang membuat nilainya lebih tinggi dibandingkan sebelumnya, dan juga seseorang yang memperkenalkan perubahan, inovasi/pembaruan, dan suatu order/tatanan atau tata dunia baru; 2) pendekatan psikolog, wirausaha adalah betul-betul seorang yang digerakkan secara khas oleh kekuatan tertentu kegiatan untuk menghasilkan atau mencapai sesuatu, pada persoalan, percobaan, pada penyempurnaan, atau mungkin pada wewenang mencari jalan keluar yang lain; dan 3) Pendekatan seorang pebisnis, wirausaha adalah seorang

pebisnis yang muncul sebagai ancaman, pesaing yang agresif, sebaliknya pada pebisnis lain sesama wirausaha mungkin sebagai sekutu/mitra, sebuah sumber penawaran, seorang pelanggan, atau seorang yang menciptakan kekayaan bagi orang lain, juga menemukan jalan lebih baik untuk memanfaatkan sumber-sumber daya, mengurangi pemborosan, dan menghasilkan lapangan pekerjaan baru bagi orang lain yang dengan senang hati untuk menjalankannya.

Menurut David E. Rye (dalam Soeryanto, 2009) mendefinisikan wirausaha sebagai seorang yang mengorganisasikan dan mengarahkan usaha baru. Wirausaha berani mengambil resiko yang terkait dengan proses pemulaian usaha.

Drucher (dalam Soeryanto, 2009) menyatakan wirausaha adalah semangat, sikap, perilaku, kemampuan seseorang dalam menangani usaha yang mengarah pada upaya, mencari, menciptakan, menerapkan, cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Wirausaha adalah proses yang mempunyai resiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. Wirausaha adalah usaha untuk menciptakan nilai dengan peluang bisnis, berani mengambil resiko dan melakukan komunikasi serta ketrampilan melakukan mobilisasi agar rencana dapat terlaksana dengan baik.

Pengertian dalam buku dasar-dasar kewirausahaan menyebutkan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi yang melembaga, produktif dan inovatif (Saiman, 2009).

Wirausaha adalah orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya serta mengambil tindakan yang tepat guna memastikan kesuksesan (Geoffrey G. Meredith, 1992).

Skinner (1992) menambahkan bahwa Wirausaha adalah seseorang yang mengambil resiko yang diperlukan untuk mengorganisasikan dan mengelola suatu bisnis dan menerima imbalan jasa berupa *profit* dan *nonfinancial*.

Wirausaha adalah orang yang mampu melakukan koordinasi, organisasi dan pengawasan. Dia memiliki pengetahuan yang luas tentang lingkungan dan membuat keputusan-keputusan tentang lingkungan usaha, mengelola sejumlah modal, dan menghadapi ketidakpastian untuk meraih keuntungan (Say, 1996).

Ifham (2002) mengartikan kewirausahaan sebagai semangat, kemampuan, sikap, perilaku individu dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja,

teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Kewirausahaan adalah proses yang memiliki resiko tinggi untuk menghasilkan nilai tambah produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan.

Kewirausahaan merupakan sebuah cara berpikir yang tidak terbatas pada bisnis, usahawan didefinisikan sebagai seseorang bekerja mandiri atau memulai memiliki bisnis sendiri. Intensi kewirausahaan juga dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha (Indarti, 2008).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Wirausaha

Mungkin teori pertama, yang paling penting tentang akar *psychological konsep entrepreneurship* disajikan pada awal tahun 1960 oleh seseorang yang bernama David McClelland yang berdasarkan hasil-hasil penelitiannya menemukan fakta bahwa orang-orang yang memilih karier wirausaha mencapai ranking tinggi dalam apa yang dinamakannya kebutuhan berprestasi yang merupakan kebutuhan psikologis untuk mencapai prestasi (Saiman, 2009).

Pada pertengahan tahun 1980, dua orang yaitu Thomas Begley dan David P. Boyd, telah mempelajari literatur psikologi tentang pengertian *entrepreneurship*, dalam rangka usaha menemukan perbedaan-perbedaan antara para *wirausaha*, dan mereka yang memanager perusahaan-perusahaan kecil. Hasil penelitian menyebabkan mereka

mengidentifikasi lima macam dimensi, sebagai berikut; 1) dorongan untuk memenuhi kebutuhan (*need achievement*). Dan hasilnya para *enrepreneur* berada pada tingkat tinggi dalam konsep *Need Achievement*, 2) lokus pengendalian (*locus of control*). Hal ini berhubungan dengan ide bahwa arah individual dan bukan keberuntungan atau nasib yang mengendalikan kehidupan mereka sendiri, 3) toleransi terhadap resiko. Para *enrepreneur* yang bersedia menerima resiko moderat, ternyata meraih penghasilan lebih besar atas aktiva mereka, dibandingkan dengan para *enrepreneur* yang tidak bersedia menerima risiko atau bersedia menerima risiko secara berlebihan, 4) toleransi terhadap ambiguitas para *wirausaha* hingga tingkat tertentu memerlukan sifat ini. Hal tersebut disebabkan oleh banyak keputusan harus diambil berdasarkan informasi tidak lengkap atau informasi yang tidak jelas. Tetapi para *enrepreneur* menghadapi lebih banyak ambiguitas, karena banyak hal dilakukan mereka pertama kali dan oleh karena mereka menghadapi risiko dalam kaitan dengan usaha mencari nafkah (Saiman, 2009).

c. Ciri dan Sifat Wirausaha

Ada beberapa ciri dan sifat yang ditunjukkan seorang Wirausaha; 1) percaya diri, wirausaha memiliki keyakinan yang tinggi disamping itu juga individualitas, kemandirian dan optimisme tinggi, 2) berorientasi tugas dan hasil, seorang wirausaha memiliki kebutuhan besar akan prestasi, suka bekerja keras dan memiliki tekad yang kuat, 3) berani mengambil resiko, tantangan terbesar seorang Wirausaha adalah

keberanian mereka dalam mengambil resiko. seorang Wirausaha suka pada tantangan, 4) kepemimpinan, seorang Wirausaha memiliki jiwa kepemimpinan yang kuat dan juga pandai menempatkan sesuatu dan pandai bergaul dengan orang lain, dan 5) keorisinilan, memiliki inovasi dan kreativitas tinggi, fleksibel.

Berikut adalah faktor-faktor yang haru ada dalam diri seorang Wirausaha adalah; 1) *the creativity*, Kreatif menghasilkan sesuatu yang baru dengan menambahkan nilainya. Pertambahan nilai ini tidak hanya diakui oleh wirausahawan semata, namun juga oleh *audiens* yang akan menggunakan hasil kreasi tersebut, 2) *the commitment*, Memiliki komitmen yang tinggi terhadap apa yang ingin dicapai dan dihasilkan dari waktu dan usaha yang ada, 3) *The Risk*, Siap menghadapi risiko yang mungkin timbul, baik risiko keuangan, fisik dan risiko sosial, 4) *The Reward*, Penghargaan yang utama adalah independensi atau kebebasan yang diikuti dengan kepuasan pribadi. Sedangkan *reward* berupa uang biasanya dianggap sebagai suatu bentuk derajat kesuksesan usahanya.

E. Minat Berwirausaha

Minat Berwirausaha dapat diartikan sebagai proses kemauan, niat individu yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha kemauan tersebut yang dapat diketahui dengan adanya 3 kategori (katz dan Gartner, 1988). Sedangkan jika dilihat dari definisi *intention* dan *wirausaha* yang telah dipaparkan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *wirausaha intention* adalah adanya keinginan kuat dari individu untuk menampilkan perilaku berwirausaha dalam waktu yang akan datang dan adanya keinginan ini ditandai dengan tiga hal yaitu: 1) *attitude believe*; 2) *normative believe*; 3) *control believe*.

Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Seperti yang dinyatakan oleh Krueger dan Carsrud, intensi telah terbukti menjadi *predictor* yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu, intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha (indarti, 2008).

F. Hubungan Antara *Psychological capital* dan *Sensation Seeking* dengan Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan suatu hal yang tepat untuk diterapkan pada diri dan jiwa para generasi muda saat ini, karena dengan berwirausaha orang dapat menciptakan lapangan kerja untuk orang lain. Dengan berwirausaha orang dididik untuk mandiri dan berani mengambil resiko dalam hidupnya.

Dalam pandangan *theory of planned behavior*, Minat diasumsikan untuk menangkap faktor-faktor motivasional seseorang untuk mempengaruhi perilaku dalam hal ini adalah perilaku *intrepreneur*, seberapa banyak usaha yang dilakukan individu untuk terus mencoba dalam usaha untuk mewujudkan perilaku berwirausaha.

Untuk menjadi wirausaha Meredith (1996) menerangkan bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang haus akan tantangan. Wirausaha sangat bergairah menghadapi tantangan. Wirausaha lebih memilih mencari resiko yang tinggi dari pada resiko yang rendah, karena tantangan yang tinggi akan menghasilkan hasil yang tinggi dan sebaliknya resiko yang rendah akan menghasilkan hasil yang rendah pula.

Oleh karena itu, wirausahawan selalu berani mengambil resiko (*risk taker*). Jika tugas yang diembannya sangat ringan wirausahawan merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan yang rendah (Suryana, 2006:53). Bahkan Zimmerer (Suryana, 2006:27) menjelaskan bahwa seorang wirausahawan tahan terhadap resiko dan ketidakpastian. Wirausahawan yang

berhasil biasanya memiliki toleransi terhadap pandangan yang berbeda dalam ketidakpastian.

Sawyer (dalam Suryana, 2006) menambahkan rasa percaya diri adalah komponen penting bagi peran wirausahawan dalam perekonomian dan dengan kepercayaan diri dapat memimpin orang-orang untuk membangun sebuah usaha. Kepercayaan diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam menghadapi tugas atau pekerjaan.

Dalam hal ini wirausahawan cenderung *optimism* dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil (Zimmerer, 1996, dalam suryana, 2006:28). Tingkat *optimism* yang tinggi kiranya dapat menjelaskan mengapa kebanyakan wirausahawan yang berhasil pernah gagal, sering kalih bahkan lebih dari sekali, sebelum akhirnya berhasil (Zimmerer & Scarborough, 2008).

Wirausahawan yang sukses seringkali dikaitkan dengan kemampuannya dalam melakukan antisipasi, menemukan alternatif-alternatif, tindakan dan memprediksi konsekuensi-konsekuensi yang dibuatnya. Dengan kata lain hakikat dari kegiatan berinvestasi adalah kemampuan membaca masa depan dan merencanakan berbagai tindakan untuk mengantisipasi tantangan, dan bukan sekedar kemampuan untuk merespon hal-hal yang mendesak saja (Hadiwinata, 2002).

Dari beberapa faktor diatas untuk dapat mewujudkan perilaku berwirausaha, kebanyakan faktor tersebut adalah faktor psikologis. Maka dari

itu, faktor psikologis menjadi sangat penting untuk mengembangkan potensi individu menjadi wirausahawan.

Psychological capital adalah suatu pendekatan yang dicirikan pada dimensi-dimensi yang bisa mengoptimalkan potensi yang dimiliki individu sehingga bisa membantu kinerja organisasi (Osigweh, 1998). Dimensi-dimensi tersebut adalah *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resiliency*. Senada dengan apa yang disamakan Luthan (2007:3) *psycological capital* didefinisikan sebagai suatu pendekatan untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh sumber daya manusia yang dicirikan oleh; 1) *self efficacy*, 2) *optimism*, 3) *hope*, 4) *resiliency*.

Sedangkan *sensation seeking* adalah sebuah trait (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko social, legal dan financial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman. (Zuckerman, 1979;1991). Dan dimensi dari *sensation seeking* adalah: 1) *thrill and Adventure seeking*: mencari sensasi dan petualang. 2) *Experience seeking*: mencari pengalaman. 3) *disinhibition* : keinginan yang kuat. 4) *Boredem susceptibility* : rasa yang mudah cepat bosan.

H. Kerangka Teoritik

Penelitian ini mengkaji mengenai minat berwirusaha, dimana minat merupakan indikasi kesiapan seseorang untuk menampilkan perilaku tertentu dan minat diperimbangkan sebagai anteseden langsung perilaku (Ajzen, 1988). Jadi minat berwirusaha bisa diasumsikan bahwa ada keinginan yang kuat untuk melakukan wirusaha. Berwirusaha adalah orang-orang yang menyukai hal-hal baru dan menantang sehingga tertarik untuk mengambil resiko. Namun realita yang ada masih banyak pengangguran yang belum menemukan pekerjaan dikarenakan kurangnya lapangan kerja dan kualitas sumber daya manusia yang minim.

Zuhal (dalam Oki, 2010) mengemukakan Kewirusahaan merupakan sentral dari proses destruktif kreatif, karena merekalah yang berani membawa teknologi baru dan berbagai konsep baru menuju tahap komersialisasi. Oleh karena itu, dengan kewirusahaan dapat memecahkan permasalahan pengangguran di negara ini.

Keterbatasan lapangan kerja inilah yang menjadi tantangan bagi para sarjana. Mereka ditantang untuk menciptakan usaha dari peluang-peluang yang ada sehingga dapat membuka lapangan kerja baru. Saat menjalani usahanya, mereka akan menghadapi persaingan, resiko, dan ketidakpastian sehingga mereka perlu menyiapkan mental yang kuat. Beberapa penelitian telah merumuskan bahwa faktor psikologis sebagai faktor penting dalam mewujudkan perilaku wirusahawan dibandingkan faktor lingkungan dan faktor demografi (Indarti dan Rokhima Rostiani,

vol.23:2008). Senada dengan itu Carina Afrilia Putri salah satu dari mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta telah melakukan penelitian tentang hubungan antara efikasi diri dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa (tidak diterbitkan, 2008). Penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan antara efikasi diri dengan intensi kewirausahaan mahasiswa. Satu lagi penelitian yang dilakukan oleh Oki Grahashoddana, mahasiswa jurusan psikologi fakultas ilmu pendidikan universitas pendidikan indonesia. Dia meneliti tentang hubungan antara karakteristik wirausahawan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa anggota HIPMI Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam kajian teoritik dia menyebutkan bahwa karakteristik berwirausaha terdiri dari motif berprestasi, rasa tanggung jawab, percaya diri, pemilihan resiko moderat, persepsi keyakinan sukses, mengharapkan *feedback*, dan orientasi masa depan. Hasil dari penelitian tersebut menyebutkan ada hubungan yang positif antara karakteristik berwirausaha dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa anggota HIPMI UPI.

Dari penelitian-penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti yang telah disebutkan di atas, maka dapat dirumuskan, faktor psikologis sangat penting untuk meningkatkan potensi individu dalam berwirausaha. Luthan memperkenalkan suatu pendekatan yang disebut dengan *Psychological capital*.

Psychological capital adalah suatu pendekatan yang dicirikan pada dimensi-dimensi yang bisa mengoptimalkan potensi yang dimiliki individu

sehingga bisa membantu kinerja organisasi (Osigweh, 1998). Dimensi-dimensi tersebut adalah *self-efficacy*, *hope*, *optimism*, dan *resiliency*. Senada dengan apa yang disampaikan Luthan (2007:3) *psychological capital* didefinisikan sebagai suatu pendekatan untuk mengoptimalkan potensi yang dimiliki oleh sumber daya manusia yang dicirikan oleh; 1) *self efficacy*, 2) *optimism*, 3) *hope*, dan 4) *resiliency*.

Dan juga diharapkan mampu mencari sensasi dengan kalangan-kalangan tertentu, maka perlu adanya *sensation seeking* yang diutarakan oleh Zuckerman. *Sensation seeking* adalah sifat yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi keinginan untuk mengambil resiko sosial, legal dan finansial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman(Zuckerman, 1979;1991)

Ini bisa dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Aninditi karti telah melakukan penelitian dengan judul hubungan *sensation seeking* dan *tourist role* pada wisatawan nusantara. Dalam penelitian dijelaskan bahwa setiap wisatawan mempunyai *sensation seeking* yang berbeda, wisatawan yang cenderung menyukai tantangan dan berani mengambil resiko, ini termasuk mempunyai *sensation seeking* yang tinggi.

Dan juga penelitian oleh Khusnurriyah mahasiswa UMM yang berjudul hubungan antara *sensation seeking* dengan minat berwirausaha pada sarjana fresh Graduate universitas islam Majapahit Mojokerto. Menunjukkan bahwa ada hubungan antara *sensation seeking* dan minat berwirausaha.

SMK merupakan sekolah yang ditujukan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. SMK merupakan sekolah yang diharapkan menciptakan lulusan yang siap kerja dan diharapkan lulusan dari SMK dapat membuka lapangan kerja sendiri dengan berwirausaha. Pelajaran-pelajaran teknologi dan rekayasa yang didapat oleh siswa. Sesuai dengan direktorat pembinaan SMK bahwa terwujudnya SMK yang menghasilkan lulusan berjiwa wirausaha, cerdas, kompetitif dan memiliki jati diri bangsa serta mampu meningkatkan keunggulan lokal dan dapat bersaing di pasar global (ditpsmk, 2007).

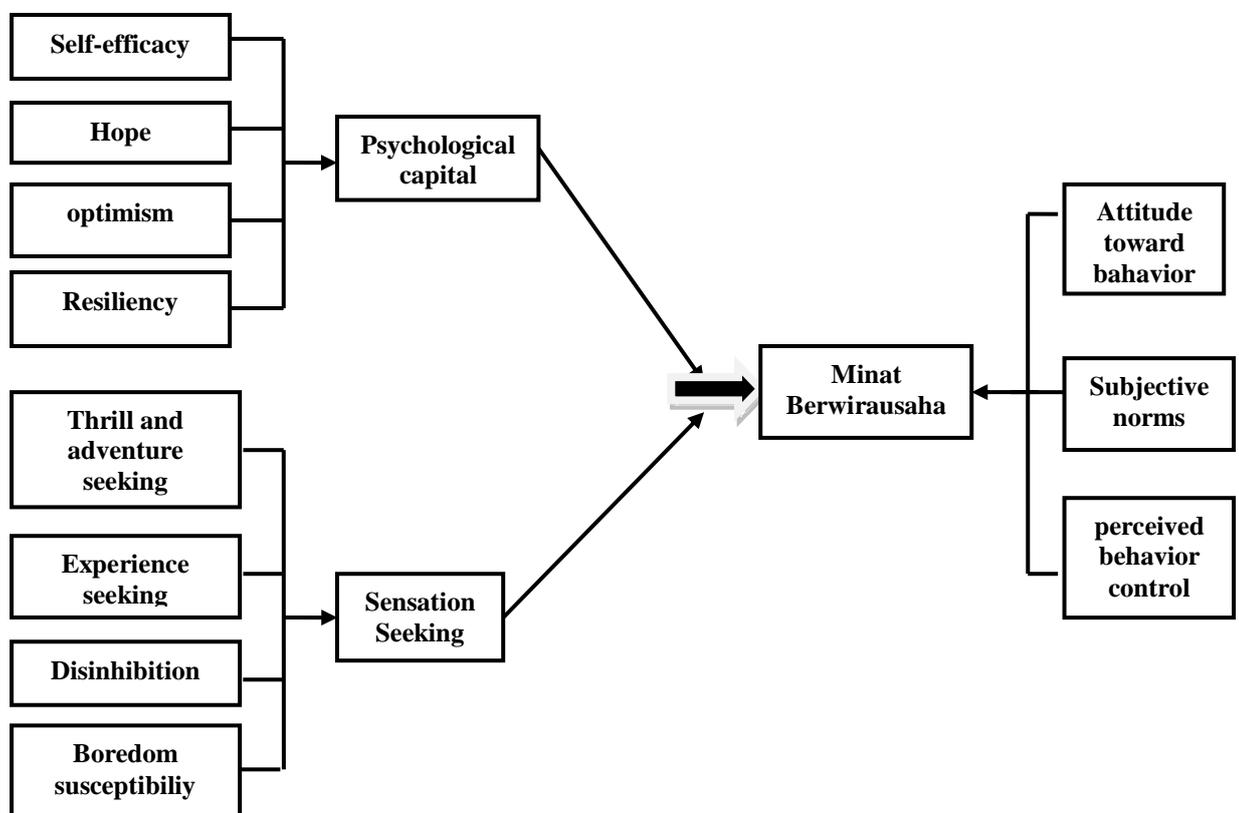
SMK YPM 3 Sepanjang merupakan lembaga pendidikan yang unggul dan berdiri dari tahun 1993 sampai sekarang. SMK YPM 3 Sepanjang meningkatkan keterampilan siswa, dengan keterampilan yang didapat dari sekolah tersebut diharapkan siswa siap untuk membuka usaha sendiri.

Jika individu telah memaksimalkan potensinya dalam arti individu mempunyai kepercayaan diri, keyakinan yang kuat, harapan yang besar, dan tidak takut akan kegagalan, dan individu memilih kewirausahaan sebagai karir hidupnya, maka mereka akan memiliki keyakinan-keyakinan kuat untuk tampil menjadi wirausahawan sukses. Keyakinan-keyakinan yang mereka miliki menjadi sebuah intensi berwirausaha yang kemudian akan tampil dalam perilaku berwirausaha.

Ajzen (1985) menyatakan bahwa intensi dapat digunakan untuk meramalkan seberapa kuat keinginan individu untuk menampilkan tingkah

laku dan seberapa banyak usaha yang direncanakan atau akan dilakukan untuk menampilkan tingkah laku. Ia menjelaskan, dalam *The Theory of Planned Behavior*, ada tiga faktor penentu intensi yaitu *Attitude Toward Behavior*, *Subjective Norms*, Dan *Perceived Behavioral Control*.

keterkaitan antara *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha lebih jelas lagi dapat dijelaskan dalam bagan berikut.



Gambar 2.4: bagan hubungan antara *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha

I. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoritik tersebut maka dapat suatu hipotesis:

Ha 1: “ Terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological capital* dan minat berwirausaha”.

Ha 2: “ Terdapat hubungan yang signifikan antara *sensation seeking* dan minat berwirausaha.”

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

1. Jenis Penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran, serta penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2000).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu korelasi. Penelitian dengan korelasional ini merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengukur tingkat kedekatan hubungan antar variabel-variabel (Reksoatmodjo, 2007:129). Metode tersebut digunakan dengan tujuan mengetahui hubungan antara variable *independen*, *psychological capital* Dan *Sensation Seeking* terhadap variable *dependen*, minat berwirausaha siswa **SMK YPM 3 Taman Sidoarjo**.

2. Variabel Penelitian

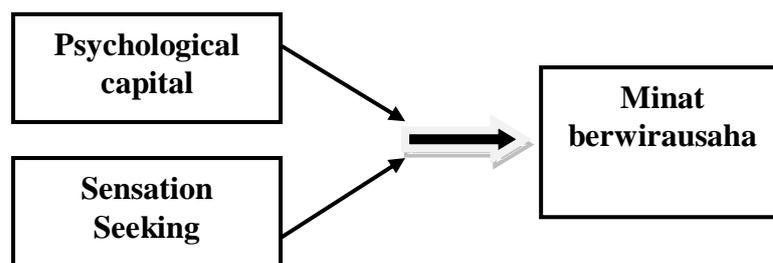
Variabel diartikan sebagai gejala sesuatu yang akan menjadi obyek pengamatan penelitian (Suryabrata, 1987:79). Variabel juga berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Inti dari penelitian ini adalah mencari hubungan antar Variabel, hubungan yang paling dasar adalah hubungan antar dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terikat (*dependent variabel*)(Sangaribun, dkk,..1989 dalam Isti'anah, 2008:40).

Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variable adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Dibagian lain Kerlinger menyatakan bahwa

variable dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda. Dengan demikian variabel itu merupakan suatu yang bervariasi. Selanjutnya Kidder (dalam Soegiyono, 2008), menyatakan bahwa variabel adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dari sini dapat difahami bahwa variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian kesimpulannya.

Dalam penelitian ini variabel yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Variabel bebas (X1) : *Psychological capital*
 Variabel bebas (X2) : *Sensation Seeking*
2. Variabel terikat (Y) : Minat berwirausaha



Gambar 3.1: hubungan antara *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha.

B. Subyek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yaitu : memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti. Subjek penelitian

pada dasarnya adalah yang akan dikenai kesimpulan hasil penelitian (Azwar, 1997 : 34)

1. **Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subyek yang dimaksudkan untuk diselidiki (hadi, 2004:182). Di sini peneliti memilih penelitian di SMK YPM 3 Taman Sidoarjo dengan memperhatikan beberapa alasan yaitu : SMK YPM 3 mempunyai kelebihan dari SMK lainnya di lihat dari: (1) Banyaknya DU / DI yang meminta tenaga kerja dari lulusan SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. (2) Banyaknya DU / DI yang bersedia menjadi mitra PSG dengan SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. (3) Relatif pendeknya masa tunggu para lulusan untuk mendapatkan pekerjaan (max 5 tahun). (4) besarnya animo masyarakat setiap tahun yang ingin masuk (mendaftar) di SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Dan ada beberapa perlombaan yang dimenangkan oleh Siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo dibidang bisnis.

Setelah ditentukan diatas bahwa subyek penelitian adalah siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Maka ditentukan populasi penelitian adalah siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo kelas 1 jurusan Bisnis dan Manajemen. Dari populasi yang ada terdiri dari 6 kelas yang masing-masing terdiri dari 40 siswa total kesemua siswa adalah 240 siswa.

2. Sampel

Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai subyek penelitian. minimal pengambilan sampel terdiri dari 5% dari jumlah populasi. Pengambilan sampel atau teknik sampling dalam penelitian ini adalah menggunakan *probability sampling* dengan menggunakan *clusster sampling* (sampel kelompok) maka yang menjadi sampel adalah 2 kelas dari ke enam kelas yang ada yang berjumlah 80 siswa.

Setelah ditentukan diatas bahwa subyek penelitian adalah siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Maka ditentukan populasi penelitian adalah siswa siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo dari jurusan bisnis dan manajemen jumlah keseluruhan ruang terdiri dari 6 kelas. Alasan siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo jurusan menejemen dan bisnis dijadikan populasi karena pada kelas ini penekanan pelajaran Wirausaha yang lebih dipelajari oleh siswa.

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. (Riduwan, 2011:25).

Dari sini dapat diketahui dan telah ditetapkan oleh peneliti bahwa dalam penelitian ini terdiri dari tiga variable, yaitu *psychological capital*, *Sensation seeking* dan Minat Berwirausaha.

1. Variabel *Independen*

Variabel *Independen* sering disebut sebagai variable stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variable bebas. Variable bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (Sugiono, 2008:38). Variable independen dalam Penelitian ini adalah *psychological capital* dan *Sensation Seeking*.

1) Variabel *Independen Psychological Capital*

a. Definisi operasional

Dari beberapa definisi yang telah diungkapkan tadi dapat diambil secara operasional bahwa *Psychological Capital* adalah suatu pengembangan diri secara internal individu untuk meningkatkan potensi yang dimiliki individu dengan dicirikan adanya *self-efficacy*, *hope*, *optimis* dan *resiliency*.

Skala *psychological capital* mengukur empat dimensi dan sub-sub dari keempat dimensi sebagai berikut; 1) *self-Efficacy*: keyakinan atau rasa percaya diri seseorang tentang kemampuannya untuk mengerjakan motifasinya, kemampuan kognitifnya, serta tindakan yang diperlukan untuk melakukan dengan sukses dengan tugas tertentu dalam konteks tertentu 2) *hope* adalah keadaan kognitif atau "berfikir" dimana seseorang mampu menetapkan tujuan-tujuan dan pengharapan yang menantang namun realistis

dan kemudian mencoba mencapai tujuan-tujuan tersebut dengan kemampuan sendiri, energi, dan persepsi *control internal*, 3) *optimism* adalah suatu *explanatory style* yang memberikan atribusi peristiwa-peristiwa positif pada sebab-sebab yang personal, *permanent*, serta *pervasive* dan menginterpretasikan peristiwa-peristiwa negatif pada faktor-faktor yang eksternal, sementara, serta situasional, dan 4) *resiliency* adalah kemampuan individu dalam mengatasi tantangan hidup serta mempertahankan energi yang baik sehingga dapat melanjutkan hidup secara sehat.

b. Alat ukur

Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan *instrument* penelitian. Jadi instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiono, 2008:102).

Alat ukur yang digunakan dibuat sendiri oleh peneliti dengan kombinasikan indikator-indikator dari teori Lhutan. Skala variabel ini menggunakan model skala likert (Nasir:1988), dengan berbagai kelebihanannya; 1) model skala *likert* merupakan metode pernyataan sikap yang menggunakan respon subyek sebagai dasar penentuan nilai skalanya, tidak diperlukan ukurpernyataan pengira sehingga menghemat waktu, biaya dan tenaga, 2) dalam

penyusunan skala-skala *item* yang tidak jelas menunjukkan hubungan dengan sikap yang tidak diteliti masih dapat dimasukkan, 3) skalanya relatif mudah dibuat, 4) reliabilitasnya tinggi, dan 5) Respon yang diberikan membuat skala *likert* dapat memberikan keterangan yang jelas dan nyata tentang pendapat dan sikap yang dimiliki oleh responden.

Setiap *item* mempunyai interval skala yang bergerak dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skala ini dikonstruksikan oleh peneliti berdasarkan teori yang ada dan secara operasional mengacu pada *blue print*.

Table 3.2. Blue Print Psychological Capital

No.	Indikator	Favorable	Unfavor	Ttl
1	Self- efficacy	1,9,15,22	2,10,16, 23	8
2	Hope	3,11,17,24,29,30	4	7
3	Optimism	5,12,18,25	6,19,26	7
4	Resilienc y	7,13,20,27	8,14,21,28	8
Total		18	12	30

c. Validitas dan Realibilitas

Suatu tes dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau hasil ukurnya yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud tes tersebut.

Menurut Sumadi Suryabrata (2005) validitas soal adalah derajat kesesuaian antar suatu soal dengan perangkat soal-soal lain. Ukuran soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item-item correlation*) yang biasa disebut korelasi *biserial*. Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, makin mengena sasarannya dan makin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur. Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Science* (SPSS) versi 11,5 *for windows*. Syarat bahwa item-item tersebut *valid* adalah nilai *corrected item total correlation* (r hitung) lebih besar r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 80$, berarti $80-2 = 78$ dengan menggunakan taraf signifikansi 5 %, maka diperoleh r tabel = 0.220. (Santoso, 2001). Manakala r hitung $>$ r tabel maka aitem di katakana Valid, sedangkan kalau r hitung $<$ r tabel maka aitem tersebut Tidak Valid.

Realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno, 2009: 25).

Hasil pengukuran dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (*reliable*). Untuk mencari reliabilitas alat ukur skala *psychological capital*, *sensation seeking* dan Minat berwirusaha digunakan rumus alpha. Penggunaan rumus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus alpha ini digunakan untuk mencari reliabilitas *instrument* yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

Menurut Saifuddin Azwar (2002) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin *reliabel*. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

Untuk mengetahui suatu reliabilitas aitem dapat diketahui melalui nilai koefisien *cronbach's alpha*. Apabila nilai koefisien *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai r table (0,220) maka dikatakan reliabel Artinya semua *item* tersebut sangat *reliable* sebagai instrument pengumpulan data. Dengan kata lain pengukuran ini dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama.

2. Variabel *Independen Sensation Seeking*

a. Definisi Operasional *Sensation Seeking*

Definisi Operasional dari Sensation Seeking adalah sebuah trait (sifat) yang ditentukan oleh kebutuhan mencari sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru dan tidak biasa, kompleks juga intens dan keinginan untuk mengambil resiko social, legal dan financial hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman.

Dan alat ukur dimensi dari sensation seeking terdapat empat dimensi yaitu: 1) *Thill and Adventure Seeking* (TAS) refleksikan kebutuhan individu untuk melakukan tindakan beresiko dan penuh petualangan yang menawarkan sensasi unik pada setiap individu. 2) *Experience Seeking* (ES) mengekspresikan pencarian individu terhadap pengalaman baru (*novel experiences*). 3) *Disinhibition* (DIS) merefleksikan perilaku impulsif yang extrovert pada individu, meliputi keinginan yang kuat (*desire*). 4) *Boredom Susceptibility* (BS) merefleksikan perilaku individu yang antipati terhadap pengalaman yang repetitif, pekerjaan yang rutin, kehadiran orang-orang yang dapat terprediksi, dan reaksi ketidakpuasan terhadap kondisi yang membosankan tersebut.

b. Alat Ukur

Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan *instrument* penelitian. Jadi instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk

mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiono, 2008:102).

Alat ukur yang digunakan dibuat sendiri oleh peneliti dengan kombinasikan indikator-indikator dari teori Zuckrman. Namun dalam jumlah aitem penliti hanya menggunakan 30 aitem dalam variable sensation seeking dikarenakan peneliti menggunakan tiga skala, yang berarti ada 90 aitem. Skala variabel ini menggunakan model skala likert (Nasir:1988),

Setiap *item* mempunyai interval skala yang bergerak dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skala ini dikonstruksikan oleh peneliti berdasarkan teori yang ada dan secara operasional mengacu pada *blue print*.

Table 3.3.Blue Print SENSATION SEEKING

No.	Indikator	Favorable	Unfavor	Ttl
1	Thrill and Adventure Seekig	1,2,6,8,12,18, 21,23	15,22,29	11
2	Experience seeking	3,13,14,20,28	11,27	7
3	Disinhibition	4,16,19	10,26	5
4	Boredom Susceptibility	5,7,9,24,25	17,30	7
Total		21	9	30

c. Validitas dan Realibilitas

Suatu tes dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau hasil ukurnya yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud tes tersebut.

Menurut Sumadi Suryabrata (2005) validitas soal adalah derajat kesesuaian antar suatu soal dengan perangkat soal-soal lain. Ukuran soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item-item correlation*) yang biasa disebut korelasi *biserial*. Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, makin mengena sasarannya dan makin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur. Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Sciene* (SPSS) versi 11,5 *for windows*. Syarat bahwa item-item tersebut *valid* adalah nilai *corrected item total correlation* (r hitung) lebih besar r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 80$, berarti $80-2 = 78$ dengan menggunakan taraf signifikansi 5 %, maka diperoleh r tabel = 0.220. (Santoso, 2001). Manakala r hitung $>$ r tabel maka aitem di katakana Valid, sedangkan kalau r hitung $<$ r tabel maka aitem tersebut Tidak Valid.

Realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan

tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno, 2009: 25).

Hasil pengukuran dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (*reliable*). Untuk mencari reliabilitas alat ukur skala *psychological capital*, *sensation seeking* dan Minat berwirusaha digunakan rumus alpha. Penggunaan rumus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus alpha ini digunakan untuk mencari reliabilitas *instrument* yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

Menurut Saifuddin Azwar (2002) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin *reliabel*. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

2. Variabel *Dependen*

Variabel *dependen* sering disebut sebagai *variable output*, kriteria, konsekwen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai *variable terikat*. Variabel merupakan *variable* yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya *variable bebas* (Sugiono, 2008:38). *Variable terikat* dalam Penelitian ini adalah Minat berwirausaha.

a. Definisi operasional Minat Berwirausaha

Definisi operasional dari minat wirausaha adalah kemungkinan individu untuk menampilkan tingkah laku berwirausaha yang ditunjukkan oleh tiga dimensi yaitu sikap subjek terhadap perilaku berwirausaha (*attitude toward behavior*), norma subjektif individu (*subjective norms*), dan persepsi individu mengenai adanya kontrol terhadap perilaku berwirausaha (*perceived behavioral control*).

b. Alat Ukur

Karena pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan *instrument* penelitian. Jadi *instrument* penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiono, 2008:102).

Alat ukur yang digunakan dibuat sendiri oleh peneliti dengan kombinasikan indikator-indikator dari teori Ajzen. Dimensi minat berwirausaha dikembangkan dari *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku manusia diarahkan oleh tiga jenis pertimbangan yaitu keyakinan

mengenai kecenderungan hasil yang ditimbulkan oleh perilaku (*behavioral beliefs*) dan evaluasi terhadap hasil tersebut (*outcome evaluation*), keyakinan mengenai harapan normatif dari orang lain (*normative beliefs*) dan motivasi untuk memenuhi harapan (*motivation to comply*), serta keyakinan mengenai adanya faktor-faktor yang mendukung atau menghambat timbulnya perilaku (*control beliefs*) dan kekuatan untuk mengendalikan faktor-faktor tersebut (*influence of control beliefs*). Kumpulan dari masing-masing pertimbangan tersebut yaitu *behavioral beliefs* akan menghasilkan sikap menyukai atau tidak menyukai (*attitude toward behavior*), *normative beliefs* akan menghasilkan suatu tekanan sosial yang didapatkan (*subjective norms*), dan *control beliefs* akan memunculkan *perceived behavioral control*. Selanjutnya kombinasi dari *attitude toward behavior*, *subjective norms* dan *perceived behavioral control* akan mengarah kepada pembentukan suatu intensi perilaku (*behavioral intention*).

Berdasarkan *constructing questionnaires based on the theory of planned behavior* (Francis et al.,2004), tiga dimensi intensi wirausaha; 1) *attitude toward behavior*: sikap subjek terhadap perilaku berwirausaha, 2) *subjective norm*: norma subjektif individu, 3) *perceived behavioral control*: persepsi individu mengenai adanya kontrol terhadap perilaku berwirausaha.

Table 3.4. Blue print Minat Berwirausaha

No.	Indikator	Favorabl	Unfavor	Ttl
1	<i>Attitude toward behavior</i>	1,7,12,15, 21,26	2,8,16,22	10
2	<i>Subjective norm</i>	3,9,13,17, 23,27,29	4,10,18	10
3	Perceived behaviral control	5,11,14,1 9,24	6,30,20, 25,28	10
Total		18	12	30

c. Validitas dan Realibilitas

Suatu tes dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau hasil ukurnya yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud tes tersebut.

Menurut Sumadi Suryabrata (2000) validitas soal adalah derajat kesesuaian antar suatu soal dengan perangkat soal-soal lain. Ukuran soal adalah korelasi antara skor pada soal itu dengan skor pada perangkat soal (*item-item correlation*) yang biasa disebut korelasi biserial. Jadi makin tinggi validitas suatu alat ukur, makin mengena sasarannya dan makin menunjukkan apa yang sebenarnya diukur. Validitas alat ukur diuji dengan menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Sciene* (SPSS) versi 16 *for windows*. Syarat bahwa item-item tersebut *valid* adalah nilai korelasi (r) hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 80$,

berarti $80-2 = 78$ dengan menggunakan taraf signifikansi 5 %, maka diperoleh $r_{tabel} = 0.220$. (sugiyono. 2008:333). Manakala $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka aitem di katakana Valid, sedangkan kalau $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka aitem tersebut Tidak Valid

Realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno, 2009: 25)

Hasil pengukuran dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (*reliable*). Untuk mencari reliabilitas alat ukur skala *psychological capital*, *sensation seeking* dan Minat berwirusaha digunakan rumus alpha. Penggunaan rumus ini didasarkan pada pertimbangan bahwa rumus alpha ini digunakan untuk mencari reliabilitas *instrument* yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

Menurut Saifuddin Azwar (2002) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin *reliabel*. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

Untuk mengetahui suatu reliabilitas aitem dapat diketahui melalui nilai koefesien *cronbach's alpha*. Apabila nilai koefesien

cronbach's alpha lebih besar dari nilai *r* table (0,220) maka dikatakan reliabel Artinya semua *item* tersebut sangat *reliable* sebagai instrument pengumpulan data. Dengan kata lain pengukuran ini dapat di percaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama.

D. Analisis Data

Menurut Priyatno (2009:10), analisi data adalah proses mengolah data dan penginterpretasian hasil pengolahan data. Analisi data merupakan proses pencarian dan penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil lapangan. Dan juga bagian yang sangat penting karena dengan analisi data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kendall's tau*. Peneliti menggunakan metode *kendall's tau* karena dipandang tepat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara *psychological capital* dan *sensation seeking* dengan minat berwirausaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo, dan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel tersebut beserta angka besaran untuk menunjukkan seberapa besar *psychological capital* dan *sensation seeking* mempengaruhi minat berwirausaha.

Pada awalnya peneliti menggunakan teknik *analisis regresi linear ganda*. karena analisis regresi digunakan apabila peneliti ingin mengetahui bagaimana variabel tergantung dapat diprediksikan melalui variabel bebas.

Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel tergantung (minat berwirausaha) dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel bebas (*psychological capital dan sensation seeking*). (Sugiyono, 2002: 243). Namun dari hasil uji normalitas terdapat dua variabel yang dinyatakan tidak normal yaitu *variabel psychological capital dan sensation seeking* maka peneliti menggunakan analisis data *kendall's tau*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil SMK YPM 3 Taman Sidoarjo

SMK YPM 3 Taman Sidoarjo merupakan sekolah menengah kejuruan yang berdiri atas naungan Yayasan Pendidikan dan Sosial Ma'arif. Yayasan ini berdiri sudah sejak tahun 1964 sampai sekarang.

SMK YPM 3 (SMEA YPM 1) Taman Sidoarjo didirikan sejak 25 Juli 1990 dan operasionalnya pada tahun 1991 yang Semula bernama SMEA YPM 1 Taman Sepanjang dengan status tercatat dengan SK nomor : 1356 / 34. B / 1991. Pada tahun 2008 Akreditasi Ulang juga mendapat status Terakreditasi "A".

Visi terwujudnya sekolah kejuruan yang Produktif, bermutu dan mandiri untuk mendapatkan akreditasi yang baik bagi pemakai jasa lulusan khususnya di lingkungan, dan dimasyarakat pada umumnya.

Sedangkan misi SMK YPM 3 adalah Menghasilkan lulusan yang memiliki IMTAQ dan IPTEK yang tangguh serta mampu mengaktualisasikannya dalam wujud kompetensi kerja yang tinggi sesuai dengan **MOTTO YPM “ BERIMAN, BERILMU, dan BERAMAL “**.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Pada tahap awal ini peneliti melakukan pendekatan kepada pihak sekolah SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Hal pertama yang dilakukan peneliti adalah mencari informasi by internet untuk mengetahui apa saja jurusan di SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Dari situ peneliti menghubungi pihak TU dan disarankan langsung datang ke Sekolah dengan membawa Surat Pengantar dan proposal Skripsi. Dan menemui bapak Jamil kepala kurikulum.

Keesokan harinya peneliti menyiapkan surat pengantar dan proposal skripsi sesuai permintaan dari sekolah. Sekitar jam 1 siang peneliti sampai di sekolah SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Sampai dari sana peneliti menemui dibagian kantor guru kemudian oleh pihak guru diarahkan kepada pihak kepala kurikulum yang bernama bapak Jamil. Pada hari itu bapak kepala kurikulum berada ditempat, dan peneliti langsung diterima dengan baik. Namun peneliti belum mendapatkan izin untuk mengadakan penelitian di SMK YPM 3 Taman Sidoarjo karena harus ditindaklanjuti ke kepala sekolah. Kemudian proposal dan surat pengantar dari kampus disimpan untuk ditindaklanjuti. Dan disarankan untuk menghubungi 3 hari lagi.

Hari ketiga peneliti menghubungi bapak Jamil, namun beliau meminta peneliti datang besok pagi untuk janji dengan kepala sekolah. Lalu esok harinya peneliti menemui beliau kembali namun ketika peneliti datang, bapak kepala sekolah tidak berada ditempat. Maka bapak Jamil

menyarankan untuk datang lagi sekitar jam 1. Sekitar jam 1 peneliti datang lagi, namun bapak Jamil tidak berada ditempat sehingga oleh pihak guru disarankan langsung ketemu dengan bapak kepala sekolah. Oleh kepala sekolah peneliti disambut baik dan Peneliti pun menyampaikan apa yang menjadi tujuan kedatangannya, yaitu meminta izin mengadakan penelitian di sekolah SMK YPM 3 Taman Sidoarjo. Bapak kepala sekolah tidak lantas langsung menerima apa yang menjadi kehendak peneliti. Terlebih dulu bapak kepala sekolah meminta surat pengantar dan proposal penelitian. Oleh bagian Tu diambilkan diruangan bapak Jamil dan langsung dipelajari.

Dihari itu juga kepala sekolah mengizinkan dengan syarat di setuju juga oleh pihak BK. Hari itu juga peneliti bertemu dengan koordinator BK ibu Siti Mufaricha. Beberapa jam kemudian beliau mempelajari proposal skripsi dan menanyakan beberapa hal kepada peneliti.

Kemudian peneliti menjelaskan teknik berjalannya penelitian. Dari itu pihak sekolah meminta peneliti untuk membawakan *questionnaire*. Keesokan harinya peneliti menemui pihak sekolah dengan menunjukkan *questionnaire*. Setelah itu peneliti diizinkan meneliti pada keesokan harinya.

Penelitian dilaksanakan pada tanggal 14 Juni 2012. Proses penggalan data, peneliti memasuki kelas dengan diantar guru. Sebelumnya peneliti meminta izin kepada guru pengajar dan juga melalui bantuan wakil kepala kurikulum. Peneliti menyebarkan kuisioner di dua

kelas dilakukan satu hari penyebaran. Masing-masing kelas terdiri dari 40 siswa jadi total dari dua kelas terdiri 80 siswa.

Proses penyebaran dilakukan secara *sampling*. Peneliti menghendaki menggunakan teknik *cluster sampling* (Sutrisno hadi, 2004:188) dengan alasan teknik ini yang dianggap paling dapat dilakukan dengan kondisi subyek yang berada di beberapa ruangan. Dalam proses pemilihan ruangan peneliti mengikuti arahan dari coordinator BK ibu Siti Mufaricha dikarenakan beliau yang lebih mengetahui situasi dan kondisi siswa dan juga terkait dengan perizinan penelitian.

Dari 80 kuesioner yang dibagikan semuanya kembali dalam keadaan baik, hal ini karena adanya kerja sama antara peneliti dengan siswa, yang sebagai subyek penelitian.

3. Diskripsi Hasil Penelitian.

Pengukuran Validitas adalah dengan menentukan besarnya nilai r table dengan ketentuan $df = N-2$, dan disini peneliti menggunakan $N=80$. Berarti $80-2=78$. Dari sini bisa di artikan bahwa tingkat signifikan 5% dan diperoleh r table 0,220. Adapun kaidah yang digunakan :

Jika harga *corrected item Correlation* $> r$ tabel maka aitem Valid, dan jika harga *Corretd item Correlation* $< r$ table maka aitem tidak Valid.

Berdasarkan harga *Corrected item Correlation* tiap aitem dibandingkan dengan r table, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.1. Hasil uji validitas variabel *psychological capital*

No. Item	<i>total correlation</i>	r table	Keterangan
1	0,15	0,220	Tidak Valid
2	0,33	0,220	Valid
3	-0,13	0,220	Tidak Valid
4	0,12	0,220	Tidak Valid
5	0,13	0,220	Tidak valid
6	0,31	0,220	Valid
7	0,17	0,220	Tidak valid
8	0,33	0,220	Valid
9	0,32	0,220	Valid
10	0,29	0,220	Valid
11	0,10	0,220	Tidak Valid
12	0,08	0,220	Tidak Valid
13	0,36	0,220	Valid
14	0,36	0,220	Valid
15	0,33	0,220	Valid
16	0,37	0,220	Valid
17	0,25	0,220	Valid
18	0,10	0,220	Tidak Valid
19	0,35	0,220	Valid
20	0,24	0,220	Valid
21	0,16	0,220	Tidak Valid
22	0,33	0,220	Valid
23	0,23	0,220	Valid
24	0,55	0,220	Valid
25	0,46	0,220	Valid
26	0,31	0,220	Valid
27	0,12	0,220	Tidak Valid
28	0,46	0,220	Valid
29	0,55	0,220	Valid
30	0,34	0,220	Valid

Berdasarkan tabel tersebut maka terdapat 10 item yaitu item nomor 1, 3, 4, 5, 7, 11, 12, 18, 21, dan 27 dikatakan tidak valid, karena r hitung lebih kecil dari r table (0,220) Dengan kata lain aitem ini tidak dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan 20 item dikatakan valid dimana r hitung lebih besar dari r table (0,220) yaitu, item nomer 2, 6, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 29 dan 30. Dengan kata lain *item* ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Tabel 4.2. Hasil uji validitas variabel *sensation seeking*

No. Item	<i>total correlation</i>	r table	Keterangan
1	0,36	0,220	Valid
2	0,39	0,220	Valid
3	0,65	0,220	Valid
4	0,55	0,220	Valid
5	0,57	0,220	Valid
6	0,38	0,220	Valid
7	0,74	0,220	Valid
8	0,40	0,220	Valid
9	0,41	0,220	Valid
10	0,79	0,220	Valid
11	0,67	0,220	Valid
12	0,34	0,220	Valid
13	0,71	0,220	Valid
14	0,71	0,220	Valid
15	-0,16	0,220	Tidak Valid
16	0,54	0,220	Valid
17	0,76	0,220	Valid
18	0,32	0,220	Valid

19	0,65	0,220	Valid
20	0,59	0,220	Valid
21	0,31	0,220	Valid
22	-0,22	0,220	Tidak Valid
23	0,15	0,220	Tidak Valid
24	0,37	0,220	Valid
25	0,32	0,220	Valid
26	0,71	0,220	Valid
27	0,78	0,220	Valid
28	0,77	0,220	Valid
29	0,19	0,220	Tidak Valid
30	0,33	0,220	Valid

Berdasarkan tabel tersebut maka terdapat 4 item yaitu item nomor 15, 22, 23 dan 29 dikatakan tidak valid, karena r hitung lebih kecil dari r table (0,220) Dengan kata lain aitem ini tidak dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan 26 item dikatakan valid dimana r hitung lebih besar dari r table (0,220) yaitu, item nomer 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, dan 30. Dengan kata lain item ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Table 4.3. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Berwirausaha

No. Item	<i>total correlation</i>	r table	Keterangan
1	0,33	0,220	Valid
2	0,57	0,220	Valid
3	0,13	0,220	Tidak Valid
4	0,23	0,220	Valid
5	0,50	0,220	Valid
6	0,46	0,220	Valid
7	0,39	0,220	Valid

8	0,52	0,220	Valid
9	0,31	0,220	Valid
10	0,32	0,220	Valid
11	0,34	0,220	Valid
12	0,18	0,220	Tidak Valid
13	0,30	0,220	Valid
14	0,19	0,220	Tidak Valid
15	0,57	0,220	Valid
16	0,57	0,220	Valid
17	0,15	0,220	Tidak Valid
18	0,26	0,220	Valid
19	0,10	0,220	Tidak Valid
20	0,25	0,220	Valid
21	0,57	0,220	Valid
22	0,57	0,220	Valid
23	0,45	0,220	Valid
24	0,31	0,220	Valid
25	0,44	0,220	Valid
26	0,33	0,220	Valid
27	0,27	0,220	Valid
28	0,50	0,220	Valid
29	0,44	0,220	Valid
30	0,31	0,220	Valid

Berdasarkan tabel tersebut maka terdapat 5 item yaitu item nomor 3, 12, 14, 17 dan 19 dikatakan tidak valid, karena r hitung lebih kecil dari r table (0,220) Dengan kata lain aitem ini tidak dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan 25 item dikatakan valid Dimana r hitung lebih besar dari r table (0,220) yaitu, item nomer 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 15, 16, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 dan 30. Dengan kata lain aitem ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

Realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Priyatno, 2009: 25)

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's*. Menurut Saifuddin Azwar (2002) tinggi rendahnya reliabilitas secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien korelasi antara hasil ukur akan semakin *reliabel*. Biasanya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1, jika koefisien mendekati angka 1.00 berarti semakin tinggi reliabilitasnya.

Dan hasil uji variabel *psychological capital* terlihat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,7605 maka sesuai dengan rumus yang telah disebutkan bahwa variabel ini dikatakan *reliable*. Dan variable ini dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subjek yang sama.

Sedangkan varibel *sensation seeking* Dalam hal ini terlihat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,8801 maka sesuai dengan rumus yang telah disebutkan bahwa variabel ini dikatakan sangat *reliable*. Dan variable ini dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap subjek yang sama.

Dan hasil uji Minat berwirausaha sebesar 0,8056, maka sesuai dengan rumus yang telah disebutkan bahwa variabel ini dikatakan sangat

reliable. Hal ini berarti alat ukur ini dapat di percaya dalam beberapa kali pengukuran terhadap subyek yang sama.

Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>cronbach alpha</i>	r table	Keterangan
<i>Psycap</i>	0,7605	0,220	Reliable
<i>Sensation Seeking</i>	0,8801	0,220	Reliable
<i>Minat berwirausaha</i>	0,8056	0,220	Reliable

Teknik analisi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kendall's tau*. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for window* versi 11,5 sebelum melakukan uji hipotesis maka terlebih dahulu harus melakukan uji asumsi. Uji asumsi dasar yaitu uji normalitas data.

Uji normalitas adalah pengujian untuk melihat apakah sebaran dari variable-variable penelitian sudah mengikuti distribusi kurva normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 11,5. Adapun uji normalitas yang digunakan ini adalah menggunakan *kolmogorov-smirnov*. Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas adalah: "Jika signifikansi > 0,05 maka data tersebut adalah normal, dan Jika signifikansi < 0,05 maka data tersebut adalah tidak normal." (Priyatno, 2009:28)

Tabel 4.5. Tabel Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

	Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
PSY CAP	,106	80	,026	,942	80	,001
Sensation seeking	,225	80	,000	,832	80	,000
Minat berwirausaha	,091	80	,099	,924	80	,000

Berdasarkan uji normalitas data yang didapat melalui penghitungan spss 11,5 maka didapat nilai signifikansi *Kolmogorov-smirnov*. Variabel *Psychological capital* 0,26 berarti lebih kecil dari 0,05 dapat diartikan bahwa variable tersebut tidak normal. Dan variable *sensation seeking* 0,00 berarti juga lebih kecil dari 0,05 dapat diartikan bahwa variable tersebut juga tidak normal. Sedangkan variable minat berwirausaha sebesar 0,099 berarti nilai lebih besar dari 0,05 dapat diartikan bahwa variable Minat berwirausaha sudah mengikuti distribusi normal.

B. Pengujian hipotesis

Tabel 4.6. Uji Korelasi antar Variabel

			Correlations		
			CAPITAL	SEEKING	MINAT
Kendall's tau_b	CAPITAL	Correlation Coefficient	1.000	.064	.309**
		Sig. (2-tailed)	.	.418	.000
		N	80	80	80
	SEEKING	Correlation Coefficient	.064	1.000	.001
		Sig. (2-tailed)	.418	.	.990
		N	80	80	80
	MINAT	Correlation Coefficient	.309**	.001	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.990	.
		N	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil penelitian ini menggunakan korelasi *kendall's tau*, dan diperoleh harga koefisien korelasi sebesar 0,309 dengan signifikansi 0,000. Dimana berdasarkan data tersebut maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikan (p-value) dengan galatnya (dengan menggunakan taraf kepercayaan 5%). Berdasarkan kaidah jika signifikan > 0,05, maka H_0 diterima H_a ditolak yang berarti tidak ada hubungan yang

signifikan antara *psychological capital* dengan minat berwirausaha. Sedangkan jika nilai signifikan $<0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima berarti ada hubungan antara *psychological capital* dan minat berwirausaha.

H_a diterima dengan ketentuan apabila tanda positif (+) pada harga koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan yang searah. Jika negatif (-) pada harga koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan (muhiid, 2010:228). Jadi dapat dijelaskan bahwa hasil korelasinya bersifat positif (+) maka semakin tinggi *psychological capital* akan semakin tingginya minat berwirausaha begitu juga sebaliknya semakin rendah *psychological capital* akan semakin rendah pula minat berwirausaha.

Sedangkan untuk variable *sensation seeking* dapat diperoleh harga koefisien korelasi sebesar 0,064 dengan signifikan 0,418. Dimana berdasarkan data tersebut maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikan (p-value) dengan galatnya (dengan menggunakan taraf kepercayaan 5%). Berdasarkan kaidah jika signifikan $>0,05$, maka H_0 diterima H_a ditolak yang berarti tidak ada hubungan yang signifikan antara *sensation seeking* dengan minat berwirausaha. Sedangkan jika nilai signifikan $<0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima berarti ada hubungan antara *sensation seeking* dan minat berwirausaha.

Sesuai dengan kaidah di atas, maka dapat diartikan bahwa variable *sensation seeking* tidak mempunyai hubungan dengan minat berwirausaha. karena menjadi seorang wirausaha seharusnya mampu membaca peluang-peluang yang ada, bukan hanya berani mengambil resiko tanpa mampu

membaca keuntungan dan belajar atas kegagalan. Seperti yang dikemukakan oleh Saiman, 2009 kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi yang melembaga, produktif dan inovatif.

C. Pembahasan Hasil Penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan antara *psychological capital* dan Minat berwirausaha. Sedangkan *sensation seeking* dan minat berwirausaha tidak terdapat hubungan. Sebagaimana hasil uji analisis korelasi *kendall's tau* yang menunjukkan nilai signifikansi 0,00. Sesuai dengan kaidah jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungan *psychological capital* dengan Minat berwirausaha ditolak atau lebih jelasnya terdapat hubungan antara *psychological capital* dan minat berwirausaha. Sedangkan pada tabel *pearson correlation* terdapat nilai 0,309 untuk variabel *psychological capital*. Dari hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara *psychological capital* dan minat berwirausaha bersifat positif artinya semakin tinggi *psychological capital* maka akan diikuti pula semakin tingginya minat berwirausaha dan juga sebaliknya semakin rendah *psychological capital* maka akan diikuti pula semakin tingginya minat berwirausaha. Seperti Penelitian yang dilakukan

indarti yang membandingkan intensi kewirausahaan antara mahasiswa Indonesia (0,341), Jepang (0,215) dan Norwegia (0,201) dalam penelitiannya telah terbukti bahwa aspek psikologis sangat mempengaruhi intensi kewirausahaan mahasiswa dan telah dibuktikan dari ketiga Negara bahwa aspek psikologis menjadi pengaruh yang signifikan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Evi Indarti (2011) yang berjudul intensi wirausaha pedagang besi tua kendati penelitiannya bersifat kualitatif akan tetapi penelitian ini membahas secara rinci terhadap intensi wirausaha. Hasil yang didapat adalah faktor psikologis sangat mempengaruhi intensi kewirausahaan. Senada apa yang dikatakan Ryan (dalam Bandura, 1997) persepsi diri dan kemampuan diri berperan dalam membangun intensi. Individu yang merasa memiliki self-efficacy yang tinggi akan memiliki intensi yang tinggi untuk kemajuan diri melalui kewirausahaan. Satu lagi penelitian yang dilakukan oleh Didik Sukamto, mahasiswa jurusan psikologi fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Dia meneliti tentang hubungan antara *psychological capital* dengan minat berwirausaha SMK YPM sepanjang Sidoarjo dan hasil dari penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan.

Thomas Begley dan David P. Boyd mengidentifikasi lima macam dimensi, sebagai berikut; 1) dorongan untuk memenuhi kebutuhan (*need achievement*). Dan hasilnya para entrepreneur berada pada tingkat tinggi dalam konsep *Need Achievement*, 2) lokus pengendalian (*locus of control*). Hal ini berhubungan dengan ide bahwa arah individual dan bukan keberuntungan

atau nasib yang mengendalikan kehidupan mereka sendiri, 3) toleransi terhadap resiko. Para entrepreneur yang bersedia menerima resiko moderat, ternyata meraih penghasilan lebih besar atas aktiva mereka, dibandingkan dengan para *entrepreneur* yang tidak bersedia menerima risiko atau bersedia menerima risiko secara berlebihan, 4) toleransi terhadap ambiguitas para *entrepreneur* hingga tingkat tertentu memerlukan sifat ini.

Sedangkan variable *sensation seeking* terdapat nilai 0,064 yang artinya tidak ada hubungan antara *sensation seeking* dengan minat berwirausaha. karena menjadi seorang wirausaha seharusnya mampu membaca peluang-peluang yang ada, bukan hanya berani mengambil resiko tanpa mampu membaca keuntungan dan belajar atas kegagalan. Seperti yang dikemukakan oleh saiman, 2009 kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi yang melembaga, produktif dan inovatif.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis ini maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat hubungan yang positif antara variable *psychological capital* dan variable minat berwirausaha pada siswa SMK YPM 3 Taman Sidoarjo..
Dikarenakan hasil korelasinya bersifat positif maka semakin tinggi *psychological capital* akan semakin tingginya minat berwirausaha siswa SMK YPM 3 Sepanjang Taman Sidoarjo begitu juga sebaliknya semakin rendah *psychological capital* akan semakin rendah pula minat berwirausaha siswa SMK YPM 3 Sepanjang Taman Sidoarjo. Penelitian ini juga mendukung hasil-hasil penelitian terdahulu dan menguatkan proporsi bahwa terdapat hubungan yang positif antara variable *psychological capital* dan variable minat.
2. Tidak terdapat hubungan antara variabel *sensation seeking* dengan minat, karena menjadi seorang wirausaha seharusnya mampu membaca peluang-peluang yang ada, bukan hanya berani mengambil resiko tanpa mampu membaca keuntungan dan belajar atas kegagalan. Seperti yang dikemukakan oleh saiman, 2009 kewirausahaan adalah kemampuan seseorang untuk mendirikan, mengelola, mengembangkan dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Kewirausahaan adalah tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat

tindakan yang membuahkan hasil berupa organisasi yang melembaga, produktif dan inovatif.

B. Saran.

Dari hasil penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis agar tercapai hasil yang lebih baik lagi, antara lain:

1. Untuk kepentingan ilmiah diharapkan ada kelanjutan penelitian sehingga perkembangan ilmu tidak berhenti tetapi dapat lebih berkembang. Oleh karena itu, disarankan menggunakan populasi yang lebih luas serta menambahkan variable-variable yang lain sebagai control.
2. Ada baiknya apabila ada penelitian selanjutnya menggunakan alat ukur yang telah terstandarisasi sehingga hasil yang diperoleh akan lebih valid.
3. Apabila penelitian selanjutnya menggunakan kuesioner sebagai alat ukur, penetapan dan penambahan item juga harus diperhatikan agar lebih banyak lagi aspek-aspek dalam satu variable yang dapat terungkap.
4. Peneliti hendaknya memperhatikan factor-faktor eksternal walaupun factor internal sangat berperan.
5. Bagi kalangan pendidikan supaya terus berinovasi dalam materi kewirausahaan. Karena kewirausahaan sangat menentukan gerak ekonomi Negara kita.
6. Bagi lembaga pendidikan yang berkonsentrasi dalam menunjang tumbuhnya bibit-bibit *entrepreneur* untuk mengajarkan pendidikan berkarakter yang menguatkan sisi psikologis siswa.

DAFTAR PUSTAKA.

- Ajzen, Icek (1988), *from intentions to actions: attitudes, personality, & behavior*. Chicago: Dorsey Press.
- Ajzen, Icek (1991), *The Theory Of Planned Behavior*. Academic press. Inc..
- Arikunto, S. 1993. Manajemen penelitian. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Azwar, S. 1997. Penyusunan skala Psikologi, Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Bandura, Albert (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Freeman.
- Bandura and Lock E, (2003). *Negative self-efficacy and goal effects revisited journal of applied Psychology*.
- Cetin, fatin, 2011. pengaruh modal psikologis organisasi pada sikap komitmen & kepuasan. *Eropa jurnal ilmu social-volume 21, no3*
- Drucker, P.F. 1998. Inovasi dan Kewirausahaan. Praktek dan dasar-dasar. Alih basaha: Naib, R. Jakarta: Erlangga.
- Fishben and Ajzen, (1975) *belief attitude intention and behavior*. Addison Wesley Publishing Company.
- Hakim, Rusman, (2003). Kiat Sukses Berwirausaha, Elex Media Computindo 24-25.
- Harter, James K, Frank L Schmidt, and Theodore L Hayes, 2002 *Business-unit Z level relationship between employee satisfaction, employee engagement, and business autcomes: Ameta analysis journal of applied psychology 87/2 (April): 268-279*.
- Hisrich, R dan Peters, M. 2000. *Entrepreneurship. 4th edition*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies, inc.
- Jakfar, muhammad, (2004). Upaya pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM). Infokop No 25 tahun XX, 2004.
- John J. Kao (1991)*The Entrepreneurial Organisation* Harvard Business School.
- Kanter, R. M. (2006). *Confidence: How winning and losing streaks begin and end*. New York, NY: Crown Publishing.
- . (2004), *Confidence* New York, NY: Crown Publishing.
- Katz, J., dan W. Gartner, 1988. *Properties of emerging organizations*. Academy of Management Review 13.
- Kerlinger, Fred, N, (1973) *Foundation of Behavioral Research*. Holt, Tinehart.
- Khusnurriyah, 2007. Hubungan Antara *sensation seeking* dengan *enterpreneuship* pada sarjana *fresh graduate*. Universitas islam majapahit mojokerto..
- Luthan, F., Avolio, BJ., Avey, J.B., & Norman, S.M. (2007). *Positive Psychological Capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction*.
- Luthans, F., Youssef, C.M., & Avolio, B.J. (2006). *Psychological Capital: developing the human competitive edgte*. New York: Oxford University Press.
- Maddux, J. E. (2002). *Self-efficacy*. In C. R. Snyder & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp. 277-287). New York, NY: Oxford University Press.
- Masten, Ann., S. 2001. *Ordinary magic: Resilience Process in Development*, *American Psychologist* 56/3 (March): 227-239..

- Nasir, M. (1988). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Ghalia Indonesia.
- Osigweh, C.A.B. (1989). *Concept fallibility in organizational science. The management review*, 14 (4), 579-594.
- Oxman, Jeffery A. (2002). *The hidden leverage of human capital. Sloan Management Review* 43/4 (Summer): 79-87.
- Saiman Leonardus, (2009). *Kewirausahaan teori, praktik dan kasus-kasus*, salemba edisi 4., 41-44.
- Schulman, Peter. 1999. *Applying learned optimism to increase sales productivity. Journal of personal selling and sales management* 19/1 (Winter):31-37.
- Seligman, M. (1998), *Learned Optimism*. New York: pocket books, 579-594.
- Sianturi, Mutiara grace, 2011. *Psychological capital merupakan predictor positif job insecurity*. Universitas Sumatera Utara.
- Soeryanto, Eddy, (2009). *Entrepreneurship: menjadi pebisnis ulung*, Elex Media Computindo 8-11.
- Soegiyo, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Alfabeta.
- Sukanto, Didik, (2012). *Hubungan antara psychological capital dengan intention Entrepreneur SMK YPM 3 Sepanjang taman Sidoarjo*, skripsi tidak diterbitkan
- Snyder, C.R., Irving, L., & Anderson, J. (1991). *Hope and health: measuring the will and the ways*. In C.R. Snyder & D.R. Forsyth (Eds). *Handbook of social and clinical psychology* (285-305). Elmsford, NY: Pergamon.
- Stajkovic, a.d., & Luthan, F. (1998). *Social cognitive theory and self-efficacy: going beyond traditional motivational and behavioral approaches. Organizational dynamics*, 26, 62,74.
- Suryabrata, Sumadi. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*, Andi.
- Suryana, 2000, *kewirausahaan*, Jakarta: penerbit Salemba empat.
- Woling, S.J., & Wolin, S. 1994. *The resilient self: How survivors of trouble families rise above adversity. and new York: villard books*.
- Yulk, G. 2002, *leadership in organization* (5th ed). New Jersey: Prentise Hall.
- Zhao, Zhenguo. (2009). *School of business, Tianjin Polytechnic University. The study on psychological capital development of intrapreneurial team. Vol.1, No.2 Desember 2009*.
- Zimmerer, T.W dan Scarborough, N.H.2002. *Pengantar kewirausahaan dan manajemen bisnis kecil*. Jakarta: P.T. Prenhallindo.
- Zuckerman, M., Eysenck, SBJ, & Eysenck, HJ (1978). *Mencari sensasi di Inggris dan Amerika: lintas budaya, usia, dan perbandingan seks*. . *Jurnal Psikologi Konsultasi dan Klinis*, 46 (1), 139-149
- Zuckerman, M., Kolin, EA, Harga, L., & Zoob, I. (1964). *Pengembangan skala sensasi-seeking*. . *Jurnal Konsultasi Psikologi*, 28 (6), 477-482