

**GAMBARAN MINAT *ENTREPRENEURSHIP*  
PADA MAHASISWA AKHIR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya  
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program  
Strata Satu (S1) Psikologi (S.Psi)**



**DEWI WAKHIDATUL MASRUOH  
B77213058**

**PROGRAM STUDI  
PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI DAN KESEHATAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2018**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

Skripsi Penelitian

Gambaran Minat *Entrepreneurship* pada Mahasiswa Akhir UIN Sunan Ampel  
Surabaya

Oleh

Dewi Wakhidatul Masruroh

B77213058

Telah Disetujui untuk Diajukan pada Sidang Skripsi

Surabaya, 10 Januari 2018



**Soffy Balgies, M.Psi Psikolog**

**197609222009122001**

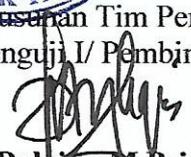
**PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI**  
**SKRIPSI**  
**GAMBARAN MINAT *ENTREPRENEURSHIP***  
**PADA MAHASISWA AKHIR UIN SUNAN AMPEL SURABAYA**

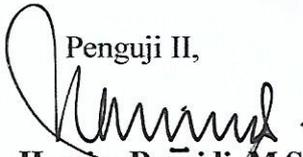
Yang disusun oleh:

Dewi Wakhidatul Masruroh  
B77213058

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada tanggal 22 Januari 2018

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi dan Kesehatan  
  
**Prof. Dr. Moh. Sholeh, M.Pd**  
NIP. 19591201990021001

Susunan Tim Penguji  
Penguji I/ Pembimbing  
  
**Soffy Balqies, M.Psi, Psikolog**  
NIP. 197609222009122001

Penguji II,  
  
**Drs. Hamim Rosyidi, M.Si**  
NIP. 196208241987031002

Penguji III,  
  
**Rizma Fithri, S.Psi., M.Si**  
NIP. 197403121999032001

Penguji IV,  
  
**Dr. Jainudin, M.Si**  
NIP. 196205081991031002

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Gambaran Minat Entrepreneurship pada Mahasiswa Akhir UIN Sunan Ampel Surabaya**” sebagai merupakan karya asli yang diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Karya ini sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.



31 Januari 2018

**Dewi Wakhidatul Masruroh**  
**B77213058**



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: [perpus@uinsby.ac.id](mailto:perpus@uinsby.ac.id)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dewi Wakhidatul Maruroh  
NIM : B77213058  
Fakultas/Jurusan : Psikologi dan Kesehatan / Psikologi  
E-mail address : dewi.wakhidatul@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi     Tesis     Desertasi     Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

**GAMBARAN MINAT *ENTREPRENEURDHIP* PADA MAHASISWA AKHIR**

**UIN SUNAN AMPEL**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 01, Februari, 2018

Penulis

( DEWI WAKHIDATUL M )  
*nama terang dan tanda tangan*

















upah rendah. Di tahun 2011 tercatat 10.000 lebih mahasiswa mengikuti program sarjana wirausaha namun hanya 5.000-an yang merealisasikannya. Dari 4,8 juta mahasiswa hanya 7,4 persen yang meminati wirausaha (Kemenkop UKM, 2017).

Menkop dan UKM Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga mengatakan Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN) adalah gerakan yang tumbuh dari bawah, sehingga memiliki fondasi yang kuat untuk berkembang. " Hal itu yang antara lain membuat ratio wirausaha Indonesia yang pada 2013/2014 lalu masih 1,67% kini, berdasarkan data BPS sudah naik menjadi 3,1%," kata Puspayoga. Menkop Puspayoga menjelaskan, berdasarkan data BPS 2016 dengan jumlah penduduk 252 juta, jumlah wirausaha non pertanian yang menetap mencapai 7,8 juta orang atau 3,1%. Dengan demikian tingkat kewirausahaan Indonesia telah melampaui 2% dari populasi penduduk, sebagai syarat minimal suatu masyarakat akan sejahtera. Menkop mengakui, ratio wirausaha sebesar 3,1% itu masih lebih rendah dibandingkan dengan negara lain seperti Malaysia 5%, China 10%, Singapura 7%, Jepang 11% maupun AS yang 12%. " Namun setidaknya sudah diatas batas minimal 2% dan itu akan terus berkembang," katanya (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, 2017).

Angka pengangguran yang besar dapat diperkecil dengan cara berwirausaha. Wiraswasta merupakan alternatif pilihan yang tepat untuk mengatasi pengangguran. Berwirausaha berarti membuka lapangan kerja baru dan berperan serta mengatasi masalah pengangguran.

Manfaat *entrepreneur* cukup banyak, antara lain menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga mengurangi pengangguran, sebagai generator

pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, kesejahteraan, dan sebagainya, menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang *entrepreneur* itu adalah terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain, selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan, berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya, berusaha mendidik karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan, memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros, memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan (Buchari Alma, 2011).

Faktor timbulnya minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga berkaitan dengan lingkungan keluarga terutama orang tua, maka peran orang tua sangat penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tualah yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan dilingkungan keluarga terutama orang tua, maka pengaruh dilingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak menurut Wibowo (dalam Yonaevy, 2015).

Hurlock, (dalam Yonaevy, 2015) minat merupakan motivasi yang mendorong individu untuk melakukan kegiatan yang dipilihnya, apabila individu melihat sesuatu dan memberi manfaat bagi individu tersebut.

Menurut Suryana (2009), seseorang yang memiliki minat berwirausaha karena adanya suatu motif, yaitu motif berprestasi. Motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik guna mencapai kepuasan pribadi, faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Budaya bisnis keluarga memiliki peran penting dalam pengembangan mahasiswa memiliki minat *entrepreneurship*. Budaya bisnis keluarga yang lahir dalam suatu keluarga memberikan pengaruh pada ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moral, kebiasaan, kemampuan, serta pola tingkah laku pada mahasiswa tersebut. Dengan demikian maka pengaruh unsur budaya bisnis keluarga yang berkelanjutan terhadap minat *entrepreneurship* pada mahasiswa bisa berjangka panjang. Mahasiswa yang memiliki budaya keluarga yang cenderung dilingkungan non bisnis, tidak memiliki kepercayaan, hukum, serta pola tingkah laku yang baik, kemungkinan memiliki minat *entrepreneurship* rendah. Sebaliknya apabila budaya bisnis keluarga tersebut berjalan dengan baik maka minat *entrepreneurship* pada mahasiswa tersebut akan muncul guna memenuhi kebutuhan yang harus dipenuhi.

Walaupun keluarga mampu berperan penting, tapi semua itu tidak ada gunanya bila tidak ada minat yang mendorong keinginan mahasiswa tersebut dalam berwirausaha. Karena belum tentu budaya bisnis keluarga pada mahasiswa

satu dengan yang lain memiliki budaya atau aturan yang sama, memiliki kultur yang kuat dalam membentuk budaya wirausaha. Di perguruan tinggi sendiri sangat perlu untuk mengembangkan minat *entrepreneurship* untuk mendorong *entrepreneur* muda yang baru dengan menerapkan ilmu-ilmu wirausaha yang mereka dapatkan.

Jones dan Rose, dalam Hamid (2013) membahas masalah dalam bisnis keluarga dan berkonsentrasi pada konflik yang terjadi selama suksesi, dalam meningkatkan modal untuk ekspansi bisnis, dengan menggunakan keuntungan bisnis untuk mendukung gaya hidup keluarga yang mewah, dan keluarga besar yang terlibat dalam bisnis keluarga. Mereka berpendapat: "perusahaan keluarga tidak dapat digunakan sebagai istilah generik yang entah bagaimana merangkul strategi dan struktur semua perusahaan yang dikelola oleh keluarga. Skala, ruang lingkup, batasan, organisasi dan status hukum perusahaan keluarga bervariasi secara historis, antara sektor dan antar negara. Strategi perusahaan keluarga juga berbeda antara konteks, periode waktu dan budaya".

Membahas tingkat ketahanan hidup di antara perusahaan keluarga budaya di Inggris (Jones dan Rose, dalam Hamid (2013)), mereka selanjutnya berpendapat bahwa, "Tingkat kelangsungan hidup rendah adalah ciri khas dari kapitalisme keluarga di seluruh dunia. Jika ada hubungan antara penurunan ekonomi makro di Inggris akhir Victoria dan perusahaan keluarga dewasa, bukan berarti mayoritas perusahaan tua dan konservatif. Sebaliknya, mungkin terjadi perlambatan dalam pembentukan perusahaan baru. Hal ini terutama terjadi di daerah dan masyarakat bergantung pada industri pokok, di mana penghalang

masuk mulai bangkit dan beberapa pasar mengalami stagnasi selama paruh kedua abad kesembilan belas. Di sini ada kenaikan yang proporsional dalam pentingnya perusahaan turun-temurun, sementara di komunitas yang tidak melakukan diversifikasi ke sektor yang tumbuh dengan cepat, dinamisme yang muncul dari pembentukan bisnis baru telah hilang ". Meskipun peran lingkungan telah ditekankan sebagai faktor kontribusi dalam keberhasilan usaha kecil, kewiraswastaan dan tindakan kewirausahaan harus bekerja sama di perusahaan kecil dan ini terkait erat dengan karakteristik pribadi pengusaha (Littunen et al., 1998) .

Widiyatnoto, (2013) meneliti tentang pengaruh jiwa kewirausahaan dan budaya keluarga terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 Wonosari dan SMKN 2 Wonosari di kabupaten Gunung Kidul. Menurutnya, minat berwirausaha muncul karena di dahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang kemudia dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman dimana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut.

Seseorang yang telah memutuskan untuk menjadi pelaku usaha meskipun secara *online* dan melanjutkan bisnis keluarga, harus memiliki dorongan kekuatan dari dalam dirinya untuk melakukan hal tersebut. Suryana 2009, seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa depan dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki persepektif dan pandangan kemasa depan. Karena

memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarya dan berkarya. Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. (Ranto, 2016)

Selain keluarga menjadi sosok peranan penting dalam munculnya pola tingkah laku untuk menumbuhkan minat *entrepreneurship*, perguruan tinggi merupakan *agent of change* bagi mahasiswa, hampir semua perubahan dewasa dalam individu, sedikit banyak perguruan tinggi ikut berperan di dalamnya. Dalam kaitannya dengan pengembangan sumber daya manusia, perguruan tinggi mempunyai andil besar dalam menyiapkan sumber daya manusia yang dibutuhkan.

Perguruan tinggi dan mahasiswa memiliki kaitan yang sangat erat dengan pengembangan potensi kreativitas dan inovasi. Perguruan tinggi merupakan wahana dan tempat memproses individu sebagai input dari masyarakat untuk menjadi pribadi atau manusia yang unggul, berkompeten yang akan kembali kepada masyarakat.

Mengangkat kembali wacana *entrepreneurship*, jika kalangan mahasiswa tidak segera menyadari bahwa pengembangan bisnis menjadi pondasi pada pendidikan tingkat yang lebih tinggi, bahkan lebih banyak mematikan kreatifitas peserta didik dan tidak memberi kesempatan kepada peserta didik untuk berinovasi, khususnya dalam hal ini adalah peserta didik yang ada di perguruan tinggi yaitu mahasiswa. Untuk itu, pemerintah serta perguruan tinggi harus berani memperbaiki kebijakan pendidikan yang secara sistemik dengan banyak memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk berkreasi, berkarya, usaha

mandiri dan tidak mematikan kreatifitas dan inovasi mereka. Kreatifitas dan inovasi hanya dapat tumbuh dari jiwa yang memiliki motivasi internal dalam belajar dan motivasi eksternal dengan adanya program pemagangan mahasiswa pada dunia industri, yang menghubungkan mahasiswa dengan praktek berwirausaha secara langsung. Dan dari program pemagangan yang secara berkelanjutan tidak menutup kemungkinan akan berpengaruh pada minat pada diri mahasiswa untuk mengembangkan kewirausahaan yang telah mereka peroleh.

Hasil observasi di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya, ditemukan bahwa masih banyak sarjana yang menganggur tidak hanya menimpa lulusan Perguruan Tinggi Umum, tapi di Perguruan Tinggi Agama juga menghadapi masalah ini. UIN Sunan Ampel sebagai salah satu perguruan tinggi yang ada di Jawa Timur tentunya memiliki beban moral sebagai lembaga pendidikan. Adanya pengembangan bisnis di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya, memberikan secercah harapan agar mahasiswa didik dapat mengembangkan minat *entrepreneurship* serta usaha mandiri. Namun berdasarkan observasi peneliti menemukan bahwa masih rendahnya minat *entrepreneurship* pada mahasiswa, walaupun sudah ada program studi yang memberikan mata kuliah kewirausahaan (*entrepreneurship*) tetapi mahasiswa masih banyak yang menggantungkan dirinya dengan melamar pekerjaan di berbagai instansi hingga lama menganggur.

Dalam penelitian ini subjek yang sesuai dengan kriteria adalah mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel semester 7, karena mahasiswa akhir yang telah menyelesaikan jenjang Strata-1 akan menghadapi dunia kerja. Banyak sekali, mahasiswa lulusan Sarjana yang masih menganggur, oleh sebab itu minat







Penelitian terpublikasi di luar negeri diantaranya; Nor Fuad Bin Abdul Hamid (2013) secara khusus mengacu pada studi eksplorasi di alam dengan perhatian utama untuk menemukan dan memahami keunikan bisnis milik keluarga di antara etnisitas di kalangan orang Melayu dan bisnis keluarga Cina Malaysia karena sedikit penelitian dilakukan di wilayah ini di Malaysia. Hasil menunjukkan bahwa penggunaan pendekatan metode campuran, terutama dalam penelitian eksplorasi, telah memungkinkan kita untuk lebih menilai kebutuhan untuk memahami kompleksitas sistem bisnis keluarga, dan untuk mempelajari karakteristik budaya pemilik atau manajer perusahaan keluarga, karena metode kuantitatif hanya mampu mengidentifikasi seperangkat karakteristik satu dimensi dalam hal parameter dan gagal menjelaskan secara lebih lengkap justifikasi tindakan manajerial yang diambil atau tidak diambil.

Penelitian yang dilakukan Howard Van Auken, Chad Gasta, Lee L'Hote, Julia Dominguez, (2007) melaporkan hasil penelitian yang meneliti dampak berbasis budaya, bertujuan untuk program kewirausahaan di luar negeri untuk kepentingan dalam kepemilikan bisnis. Empat puluh tiga siswa diminta untuk melengkapi kuesioner pra dan pasca program yang menanyakan tentang mereka memahami berbagai kegiatan program dan untuk mengukur minat mereka dalam memulai sebuah bisnis. Pra dan pasca program peringkat rata-rata variabel dilaporkan Hasilnya menunjukkan bahwa pasca-program peringkat rata-rata cenderung lebih tinggi daripada rerata peringkat pra-program. Dua belas dari post-progra nilai mean berbeda secara signifikan dari nilai mean pra-program. Regresi logit analisis menunjukkan bahwa variabel

budaya berhubungan positif dengan minat untuk memulai sebuah bisnis sementara keterampilan bisnis dan kewiraswastaan Spanyol, dan variabel struktur program terkait secara negatif dengan kepemilikan bisnis.

Penelitian yang dilakukan Wee Yu Ghee, Mohamed Dahlan Ibrahim, Hasliza Abdul-Halim (2015) meninjau kembali berbagai faktor yang membentuk kinerja perusahaan keluarga dengan memeriksa isu suksesi dan pengalaman transisi yang dialami oleh penerusnya. Data diambil dari survei yang dikelola sendiri yang diselesaikan oleh 55 2GOs dan 3GOs. Analisis deskriptif, korelasi dan regresi dilakukan untuk menafsirkan temuan kami. Temuan menunjukkan bahwa gaya manajemen, hubungan antara anggota keluarga, nilai dan kepercayaan dan pelatihan penerus secara signifikan mempengaruhi tingkat kinerja bisnis keluarga. Hubungan antara anteseden dan kinerja bisnis ditemukan sebagian dimediasi oleh isu suksesi dan dimediasi sepenuhnya oleh pengalaman sukses. Baik implikasi teoritis dan praktis dan jalan untuk penelitian masa depan dibahas.

Penelitian yang dilakukan Dagmar Valkova (2014) tentang fenomena kontemporer budaya bisnis keluarga yang patut diperhatikan. Bentuk bisnis ini menawarkan untuk tidak hanya menjadi efek ekonomi, juga menghasilkan manfaat sosial dan budaya dari politik tertentu dan stabilitas ekonomi. Masalah serius, tidak hanya di Republik Ceko, Suksesi berguna untuk mentransfer bisnis dalam keluarga. Penelitian ini menyajikan temuan terbaru kegiatan penelitian VŠP diraih di bidang keluarga bisnis.

Penelitian yang dilakukan Allan Discua Cruz, Eleanor Hamilton, Sarah L. Jack (2012) memberikan kontribusi terhadap pemahaman kita tentang budaya kewirausahaan dalam bisnis keluarga. Literatur bisnis keluarga sebelumnya menyoroti bahwa budaya kewirausahaan berada dalam pendirian atau generasi incumbent Identifikasi dan pengejaran peluang yang mengarah pada pembentukan atau usaha memperoleh berkisar pada budaya pendiri-berpusat. Pandangan ini mengabaikan jalannya identifikasi dan pengejaran peluang menjadi bagian dari budaya di perusahaan keluarga. Metode interpretasi digunakan untuk menganalisis enam kelompok bisnis keluarga di Honduras. Unit analisisnya adalah keluarga tim wirausaha (FET), anggota keluarga di balik proses kewirausahaan. Dengan memusatkan perhatian pada tim kewirausahaan keluarga penelitian ini menunjukkan bahwa budaya kewirausahaan ditransmisikan melalui waktu lama interaksi antargenerasi dan berlanjut melalui keterlibatan generasi junior dalam identifikasi dan mengejar peluang. Kami berpendapat bahwa perhatian lebih lanjut terhadap keluarga dan konteks alternatif memperluas pemahaman kita tentang budaya kewirausahaan dalam bisnis keluarga.

Penelitian yang dilakukan Sharon M. Danes and Jinhee lee, Kathryn Stafford, Ramona Kay Zachary Heck (2008) membahas tentang pengusaha secara tradisional dicontohkan sebagai individu kasar yang mengumpulkan kekuatan kreatif inovasi dan teknologi. Menerapkan pandangan kewiraswastaan tradisional, terbatas, dan sempit ini penciptaan dan pertumbuhan perusahaan etnik adalah mengabaikan atau mengabaikan nilai

budaya inti dari konteks etnis di Indonesia dimana perusahaan-perusahaan ini beroperasi. Tidak mungkin lagi bergantung hanya pada teori modal manusia dan rumah tangga deskripsi karakteristik untuk memahami hubungan kompleks dan saling tergantung antara keluarga pemilik etnik, perusahaannya, dan konteks komunitas tempat perusahaan beroperasi.

Di Indonesia, penelitian tentang topic *family business culture* dan minat *entrepreneurship* pada mahasiswa yang berwirausaha sedikit di bahas. Penelitian yang dilakukan oleh Erfikas Widiyatnoto (2013) menguji model perilaku inovatif terutama dengan pengusaha mahasiswa (1) mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 dan SMKN 2 Wonosari di Gunungkidul; (2) mengetahui pengaruh budaya keluarga terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 dan SMKN 2 Wonosari di Gunungkidul; (3) mengetahui pengaruh jiwa kewirausahaan dan budaya keluarga secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 dan SMKN 2 Wonosari di Gunungkidul; (4) mengetahui perbedaan jiwa kewirausahaan, budaya keluarga dan minat berwirausaha antara siswa putri (SMKN 1 Wonosari) dan siswa putra (SMKN 2 Wonosari) di Gunungkidul. Hasilnya menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan jiwa kewirausahaan terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 dan SMKN 2 Wonosari di Gunungkidul, SMKN 1 Wonosari, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan budaya keluarga terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 dan SMKN 2 Wonosari di Gunungkidul, SMKN 1 Wonosari, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan jiwa

kewirausahaan dan budaya keluarga secara bersama-sama terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 dan SMKN 2 Wonosari di Gunungkidul, SMKN 1 Wonosari, (4) Terdapat perbedaan jiwa kewirausahaan, budaya keluarga dan minat berwirausaha antara siswa SMKN 1 (putri) dan SMKN 2 (putra) Wonosari di Gunungkidul.

Penelitian yang dilakukan Rifqi Hapsah, Siti Ina Savira (2013) mengetahui: 1) hubungan *self efficacy* dengan minat berwirausaha, 2) hubungan kreativitas dengan minat berwirausaha, dan 3) hubungan *self efficacy* dan kreativitas dengan minat berwirausaha. Hasil nilai signifikansi korelasi *product moment* antara *self efficacy* dengan minat berwirausaha sebesar 0,000 sehingga disimpulkan ada hubungan signifikan antara *self efficacy* dengan minat berwirausaha. Hasil nilai signifikansi korelasi *product moment* antara kreativitas dengan minat berwirausaha sebesar 0,008 sehingga disimpulkan ada hubungan yang signifikan antara kreativitas dengan minat berwirausaha.

Penelitian yang dilakukan Muhammad Shohib (2013) mengetahui hubungan *adversity quotient* dengan minat *entrepreneurship*. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif yang signifikan antara *adversity quotient* dengan minat *entrepreneurship* dengan nilai koefisien korelasi(R) sebesar 0,225 dan nilai signifikansi (p) 0,024. Hal ini berarti semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula minat *entrepreneurship*, begitu pula sebaliknya, dengan sumbangan efektif sebesar 5%.

Penelitian yang dilakukan Jhonij Sugiarto, Y. Bagus Wismanto, dan Cicilia Tanti Utami (2015) mengetahui efektifitas pelatihan *entrepreneurship skill* untuk mengembangkan minat *entrepreneurship* siswa SMP Karangturi.. Peneliti menggunakan populasi yang tersedia dengan desain pretest-posttest control group design. Minat *entrepreneurship* diukur dengan menggunakan skala. Dengan analisis uji t diperoleh hasil  $t = 4.434$  dan  $p < 0.01$  maka terdapat perbedaan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa ada perbedaan minat *entrepreneurship* antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol sesudah mengikuti pelatihan *entrepreneurship skill*. Kelompok eksperimen memperoleh skor yang lebih tinggi dari pada kelompok eksperimen, yang mempunyai arti bahwa pelatihan *entrepreneurship* mempunyai efektifitas untuk meningkatkan minat *entrepreneurship*.

Penelitian yang dilakukan Tamriatin Hidayah (2012) mengetahui Pengaruh sifat, norma subjektif dan self-efficacy terhadap wirausaha niat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 siswa Ekonomi Mandala Perguruan tinggi di Jember. Hasil penelitian ini terbukti, secara simultan ada korelasi yang signifikan antara Sifat, Norma Subjektif, dan Efikasi Diri terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Ekonomi Mandala di Jember. Sebagian ada yang signifikan korelasi antara sifat dan self efficacy terhadap minat wirausaha dari Mandala Economy College di Jember, namun tidak ada korelasi yang signifikan di antara Norma Subyektif untuk siswa Nial Kewirausahaan Mandala Perguruan Tinggi Ekonomi di Jember.

Merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu tersebut, terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian-penelitian terdahulu. Persamaan dengan penelitian terdahulu adalah meneliti tentang minat *entrepreneurship*. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek dan metode serta topik yang diangkat dalam penelitian ini tentang gambaran minat *entrepreneurship* pada mahasiswa akhir.

## **F. Sistematika Pembahasan**

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada bab pendahuluan ditulis berbagai hal yang berkaitan dengan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, keaslian penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : Kajian Pustaka**

Kajian Pustaka memuat uraian singkat tentang kajian pustaka terkait minat *entrepreneurship*, dan kerangka teoritik.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini membahas tentang rancangan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, populasi, sampel dan teknik sampling, instrumen penelitian dan analisa data.

### **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan substansi atau inti dari laporan penelitian yang dimaksud. Pada bab ini dipaparkan mengenai hasil temuan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian sebagaimana yang telah dirumuskan











Woodworth dan Marquis (2001) berpendapat, minat merupakan suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan obyek yang menarik baginya. Oleh karena itu, minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya. Apabila individu menaruh minat terhadap sesuatu hal ini disebabkan obyek itu berguna untuk menenuhi kebutuhannya.

As'ad (1984) mengartikan minat sebagai suatu sikap yang membuat seseorang senang akan objek situasi, ideide tertentu. Hal ini di ikuti oleh perasaan senang dan cenderung untuk mencari apa yang disenanginya.

Gunarso (1985), mengartikan bahwa minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang berminat terhadap suatu obyek akan mempunyai kekuatan atau dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati atau mendapatkan obyek tersebut.

Slameto (2003:180) mengartikan minat yaitu: Minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu dengan diluar diri. Semakin kuat hubungan tersebut semakin besar minat seseorang.

Dari definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat merupakan suatu motivasi yang menghasilkan rasa suka/senang, dorongan atau ketertarikan dari dalam diri individu untuk melakukan suatu obyek yang diminatinya.



Menurut Slameto (2003:180) minat dapat dibedakan menjadi dua yaitu: Minat yang diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa individu lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya. Minat yang dimanifestasikan melalui partisipasi dalam aktifitas Berdasarkan pembagian di atas, maka minat dapat diketahui bahwa macammacam minat yaitu minat pribadi dan sosial, minat terhadap rekreasi, minat terhadap agama, minat terhadap pendidikan, atau jabatan dapat diekspresikan dan dimanifestasikan.

#### **4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Mappiare (1998:64) menulis "faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah adanya perbedaan latar belakang, tingkat ekonomi, status sosial". Sedangkan menurut Sukardi (1994:46), minat pada diri seseorang dapat timbul karena adanya faktor-faktor sebagai berikut:

1. *The factor of inner urges* (Faktor dorongan dari dalam)

Minat timbul karena pengaruh dari dalam untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani.

2. *The factor of social motive* (Faktor motif dalam lingkungan sosial)

Minat timbul karena pengaruh kebutuhan dalam masyarakat sekitar di lingkungannya.

3. *The faktor of emotional* (Faktor emosional)

Minat timbul karena pengaruh emosi dari seseorang yang bersangkutan, artinya seseorang yang melakukan kegiatan apabila dilakukan dengan perasaan senang akan memperoleh hasil yang memuaskan dan sekaligus memperbesar minatnya terhadap sesuatu







kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman dimana akhirnya muncul keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut (dalam Widiyatnoto, 2013).

Subandono (2007), minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Minat wirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha (dalam Yonaevy, 2015).

Menurut Suryana (2009), seseorang yang memiliki minat berwirausaha karena adanya suatu motif, yaitu motif berprestasi. Motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik guna mencapai kepuasan pribadi, faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi.

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai minat *entrepreneurship* yang telah diuraikan di atas, maka dapat diketahui bahwa minat *entrepreneurship* adalah suatu rasa suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktifitas tanpa ada yang menyuruh untuk menciptakan sebuah usaha baru. Adapun fungsi minat itu sendiri yaitu mendorong timbulnya kelakuan atau suatu perbuatan sebagai pengarah dan penggerak dimana besar kecilnya minat akan menentukan cepat atau lambat suatu pekerjaan.















- (1) Menambah daya tampung tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.
- (2) Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan.
- (3) Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.
- (4) Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu memperjuangkan lingkungan.
- (5) Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya.
- (6) Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
- (7) Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah SWT.
- (8) Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
- (9) Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

Keuntungan menjadi wirausaha menurut Alma (2004:4) adalah sebagai berikut:

- (1) Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
- (2) Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan potensi secara penuh.

- (3)Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
- (4)Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit.
- (5)Terbuka kesempatan untuk menjadi pemimpin.

Berdasarkan pendapat diatas dapat diketahui bahwa manfaat dari wirausaha yaitu sebagai sumber penciptaan dan perluasan kesempatan kerja, pelaksana pembangunan bangsa dan negara, Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh; diteladani; karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji; jujur; berani; hidup tidak merugikan orang lain, Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu memperjuangkan lingkungan, memajukan lingkungan, Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros, Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

Keuntungan wirausaha yakni terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri, terbuka peluang untuk mendemonstrasikan potensi secara penuh, terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal, terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit, terbuka kesempatan untuk menjadi pemimpin.

## **5. Sifat-Sifat *Entrepreneurship***

Menjadi seorang wirausaha yang sukses diperlukan jiwa dan semangat yang kuat dalam diri. Alma (2004:40) menyatakan bahwa “untuk dapat menjadi seorang wirausaha yang sukses maka harus memiliki sifat-sifat yaitu







pelatihan dan pengalaman yang bertahun-tahun, dan pengembangannya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah, dan semangat berprestasi.

### 3) Keberanian Mengambil Risiko

Kemajuan dan kemampuan untuk mengambil risiko merupakan salah satu nilai utama dalam kewirausahaan. Wirausaha yang tidak mau mengambil risiko akan sukar memulai atau berinisiatif. Menurut Angelita S. Bajaro, “seorang wirausaha yang berani menanggung risiko adalah orang yang selalu ingin jadi pemenang dan memenangkan dengan cara yang baik” (Yuyun Wirasmita, 1994: 2). Wirausaha adalah orang yang lebih menyukai usaha-usaha yang lebih menantang untuk mencapai kesuksesan atau kegagalan dari pada usaha yang kurang menantang. Oleh sebab itu, wirausaha kurang menyukai risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Risiko yang terlalu rendah akan memperoleh sukses yang relatif rendah. Sebaliknya, risiko yang tinggi kemungkinan memperoleh kesuksesan yang tinggi, tetapi dengan kegagalan yang sangat tinggi. Oleh sebab itu, ia akan menyukai risiko yang seimbang (moderat). Dengan demikian, keberanian untuk menanggung risiko yang menjadi nilai kewirausahaan adalah pengambilan risiko yang penuh dengan perhitungan dan realitis. Kepuasan yang besar apabila berhasil dalam tugas-tugasnya yang realistis. Situasi risiko kecil dan situasi risiko tinggi dihindari karena sumber kepuasan tidak mungkin didapat pada masing-masing tersebut. Artinya, wirausaha menyukai tantangan yang sukar namun dapat dicapai (Geoffrey G

Meredith, 1999: 37). Wirausaha menghindari situasi risiko yang rendah karena tidak ada tantangan, dan menjahui risiko yang tinggi karena ingin berhasil. Dalam situasi risiko dan ketidakpastian inilah, wirausaha mengambil keputusan yang mengandung potensi kegagalan dan keberhasilan. Pada situasi ini, menurut Meredith (1996: 38), ada dua alternatif atau lebih yang harus dipilih, yaitu alternatif yang mengandung risiko dan alternatif yang konservatif. Pilihan terhadap risiko ini sangat bergantung pada; daya tarik setiap alternatif, kesediaan untuk rugi, kemungkinan untuk sukses dan gagal.

#### 4) Kepemimpinan

Seseorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloporan, keteladanan. Ia selalu ingin tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol. Dengan menggunakan kemampuan kreativitas dan inovasi, ia selalu menampilkan barang dan jasa-jasa yang dihasilkannya dengan lebih cepat, lebih dulu dengan segera berada di pasar. Ia selalu menampilkan produk dan jasa-jasa baru yang berbeda sehingga ia menjadi pelopor baik dalam proses produksi maupun pemasaran. Ia selalu memanfaatkan perbedaan sebagai suatu yang menambah nilai. Karena itu, perbedaan bagi seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan merupakan sumber pembaharuan untuk menciptakan nilai. Ia selalu ingin bergaul untuk mencari peluang, terbuka untuk menerima kritik dan saran yang kemudian di jadikan peluang. Dalam karya dan karsanya, wirausaha selalu ingin tampil baru dan di jadikan peluang. Banyak hasil karya wirausaha berbeda





Unsur-unsur faktor internal yang terdapat pada setiap individu konsumen, secara rinci yaitu kepribadian, pembelajaran, persepsi, motivasi, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal individu, dibedakan dalam dua kategori yakni lingkungan sosial budaya dan upaya para pemasar perusahaan. Lingkungan sosial budaya meliputi budaya, demografi, referensi kelompok, keluarga, dan status sosial (Nitisusastro, 2010).

#### **D. Landasan Teori**

Kerangka teoritis penelitian ini adalah suatu uraian dan visualisasi hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya atau antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dari masalah yang ingin diteliti (Soekidjo Notoatmodjo, 2010). Penelitian ini menggambarkan dengan jelas arah penelitian yang akan dilakukan, maka dari itu perlu dirumuskan suatu kerangka teoritis penelitian. Kerangka teoritis penelitian pada hakikatnya adalah suatu uraian dan visualisasi konsep-konsep serta variable-variabel yang akan diukur (diteliti).

Penelitian ini pada intinya adalah meneliti gambaran minat *entrepreneurship* mahasiswa. Minat *entrepreneurship* adalah motif seseorang yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik untuk mencapai kepuasan pribadi, faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menuju peluang sukses. Terdapat berbagai gambaran karakteristik minat menurut (Suryana, 2009) yaitu: Percaya diri dan optimis, Berorientasi pada tugas dan hasil, Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan, Kepemimpinan, Keorisinalan, dan Berorientasi masa depan.

Selain karakteristik minat ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat *entrepreneurship*, faktor tersebut terbagi menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu yang dapat memberi kekuatan individu untuk berwirausaha. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku *entrepreneur* yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar seperti lingkungan keluarga, lingkungan dunia usaha, lingkungan fisik, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain. Dalam penelitian ini faktor internal terdiri dari kepribadian dan motivasi/dorongan, dan faktor eksternal terdiri dari lingkungan (keluarga) dan pendidikan.

Dalam penelitian ini, ada beberapa gambaran minat *entrepreneurship* salah satunya adalah kepribadian, kepribadian yang khas agar mendukung minat berwirausaha seperti kepemimpinan, percaya diri, *ekstrovert*, kreatif dan inovatif sehingga menjadikan faktor kepribadian penentu minat wirausaha mahasiswa, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dyah (2007) yang menyatakan kepribadian mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha, lebih lengkapnya dijelaskan dalam Alma (2007 :13) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mendorong mahasiswa berwirausaha yaitu personal atau disebut juga kepribadian. Oleh karena itu dalam kewirausahaan diperlukan kepribadian yang baik, sehingga menciptakan kepribadian yang produktif yang nantinya akan berfungsi dalam mengembangkan minat berwirausaha.

Riyanti (2003) yang dikutip oleh Utami (2007) menyatakan salah satu faktor pendorong seseorang untuk berwirausaha yaitu motivasi. Kekuatan motif

pribadi merupakan pendorong yang penting atau diperlukan untuk dapat memulai suatu usaha. Keberhasilan kerja membutuhkan motif-motif untuk mendorong atau memberi semangat dalam pekerjaan. Motif itu meliputi motif untuk kreatif dan inovatif yang merupakan motivasi yang mendorong individu mengeluarkan pemikiran yang spontan dalam menghadapi suatu perubahan dalam memberi alternatif yang berbeda dari yang lain. Motif yang lain yaitu motif untuk bekerja yang ada pada individu agar mempunyai semangat atau minat dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan serta menjalankan tugas dalam pekerjaan. Hal ini didukung oleh pendapat dari Mc Clelland (1995) yang dikutip oleh Utami (2007) yang menyatakan motivasi merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi minat untuk menjadi wirausaha.

Helmi & Rista (2006) menyatakan salah satu aspek yang mempengaruhi minat untuk menjadi wirausaha yaitu lingkungan (keluarga). Beberapa penelitian yang berusaha mengungkap mengenai pengaruh lingkungan keluarga terhadap pembentukan semangat kewirausahaan. Suatu keluarga akan menciptakan kondisi baik tidaknya suatu hubungan atau kegiatan yang individu lakukan. Keluarga yang mendukung akan memberikan proses kelancaran usahanya. Kondisi sosial ekonomi keluarga juga menentukan seseorang berkemauan untuk membuka suatu usaha baru guna memenuhi kebutuhan. Kondisi sosial ekonomi dapat mempengaruhi seseorang bekerja tergantung dari situasi ketika seseorang tersebut akan mendirikan usaha. Apabila seseorang tersebut berkeinginan keras membuka usaha maka faktor ekonomi tidak menjadi permasalahan yang besar.

Pendidikan tidak hanya mempengaruhi seseorang untuk melanjutkan usahanya namun juga membantu dalam mengatasi masalah dalam menjalankan usahanya. Pendidikan formal berperan penting dalam kewirausahaan karena memberi bekal pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha terutama ketika menghadapi suatu permasalahan. Sekolah atau Universitas sebagai tempat berlangsungnya pendidikan formal yang mendukung kewirausahaan akan mendorong individu untuk menjadi seorang wirausahawan. Secara teori diyakini bahwa pembekalan pendidikan pada seseorang sejak usia dini dapat meningkatkan potensi seseorang untuk menjadi wirausahawan. Beberapa penelitian menunjukkan hasil yang mendukung pernyataan tersebut (Kourilsky & Walstad, 1998; Gerry *et al.*, 2008).

Berdasarkan uraian tentang karakteristik dan faktor-faktor tersebut, peneliti berasumsi bahwa gambaran minat *entrepreneurship* dapat digambarkan dengan karakteristik dan faktor-faktor yang mempengaruhi minat dalam berwirausaha dikarenakan hal tersebut akan menjadi dasar bagi individu pada saat mengambil keputusan dalam membuat perencanaan untuk mencapai kesuksesan dan dapat menjadikan acuan karakteristik serta faktor-faktor yang paling dominan mempengaruhi minat *entrepreneurship* pada mahasiswa.

Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel yaitu minat *entrepreneurship*. Penelitian ini merupakan penelitian desain deskriptif yang bertujuan untuk melihat gambaran tingkat minat *entrepreneurship* pada mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel Surabaya sehingga penelitian ini tidak memerlukan uji hipotesa.





*Berorientasi pada tugas dan hasil* (kegiatan yang dilakukan saat waktu luang untuk mencari tambahan pengetahuan dan keterampilan) ; (3) *Berani mengambil resiko* (menyukai tantangan dalam suatu dorongan untuk berusaha secara mandiri dan berani menghadapi resiko) ; (4) *Kepemimpinan* (dapat menghadapi dan menyelesaikan suatu masalah yang timbul) ; (5) *Keorisinalan* (dapat mengembangkan inovasi secara mandiri) ; (6) *Berorientasi masa depan* (guna berkembangnya usaha yang dijalankan hingga sukses).

Berdasarkan variabel diatas, maka variabel kesiapan individu untuk berubahminat *entrepreneurship* (Y) akan diukur dengan menggunakan skala yang dikembangkan oleh peneliti sendiri dengan berdasarkan enam karakteristik minat *entrepreneurship* yaitu *percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil resiko, kepemimpinan, keorisinalan, dan berorientasi pada masa depan*.

## **B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

Populasi menunjuk pada sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Sekaran, 2000). Dalam penelitian ini, populasinya adalah 266 mahasiswa akhir semester tujuh UIN Sunan Ampel, dari 2669 mahasiswa. Jumlah mahasiswa akhir semester 7 UIN Sunan Ampel yang terinci sebagai berikut.



tatap muka. Untuk teknik ini, peneliti mengambil sistem pemilihan populasi. Namun dalam teknik penyebarannya, peneliti menggunakan teknik non probability sampling dengan bentuk teknik *purposive sampling*. Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel dimana tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian (Sugiyono, 2005). Sedangkan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan berdasarkan karakteristik yang telah disebutkan.

Total populasi penelitian ini adalah 10% dari mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya dan sampel penelitian ini sejumlah populasi yakni 266 mahasiswa. Alasan diambilnya sampel dengan jumlah demikian ialah agar distribusi frekuensinya mendekati distribusi normal. Pengambilan sampel peneliti mengacu pada Arikunto (2006) yang menyatakan dasar pengambilan sampel apabila subjek kurang dari 100, maka lebih baik sampel diambil seluruhnya. Selanjutnya jika subjek lebih dari 100 dapat diambil 10% - 15% atau 20% -25% atau lebih tergantung pada : 1) kemampuan peneliti dilihat dari segi waktu, tenaga dan dana, 2) sempit luasnya wilayah pengamatan dari setiap subjek, hal ini menyangkut banyak sedikitnya data dan 3) besar kecilnya resiko yang ditanggung oleh peneliti untuk penelitian yang resikonya besar maka sampelnya lebih besar, hasilnya akan lebih. Oleh karena itu sampel yang akan dijadikan responden adalah 10% dari jumlah seluruh mahasiswa akhir yakni 266 mahasiswa.

Tabel 2. Jumlah Sample Mahasiswa Akhir Semester Tujuh UIN Sunan Ampel Surabaya

NO	Fakultas	JUMLAH
1.	Psikologi dan Ilmu Kesehatan (108/2669)x270	10
2.	Dakwah dan Komunikasi (433/2669)x270	43
3.	Adab dan Humaniora (330/2669)x270	33
4.	Ushuluddin dan Filsafat (213/2669)x270	21
5.	Tarbiyah dan Keguruan (674/2669)x270	68
6.	Syariah dan Hukum (426/2669)x270	43
7.	Sains dan Teknologi (140/2669)x270	14
8.	Ekonomi dan Bisnis Islam (249/2669)x270	25
9.	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (96/2669)x270	9
TOTAL		266

### C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang diteliti. Teknik yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala yang digunakan untuk mendapatkan jenis data kuantitatif. Secara umum, skala merupakan suatu alat pengumpulan data yang berupa sejumlah pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang menjadi sasaran atau responden penelitian. Singkatnya, skala adalah suatu prosedur penempatan atribut atau karakteristik objek pada titik-titik tertentu sepanjang suatu kontinum Azwar (2010).

Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk mengumpulkan data tentang mahasiswa akhir yang mempunyai tingkat kecenderungan tinggi terhadap minat *entrepreneurship*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala minat *entrepreneurship*. Azwar (2010) menyebutkan bahwa karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi antara lain:

- 1) Stimulus berupa pertanyaan yang tidak langsung untuk mengungkapkan atribut yang hendak diukur, yaitu mengungkapkan indikator perilaku dan atribut yang bersangkutan.

- 2) Jawaban subjek terhadap satu aitem baru merupakan sebagian dari banyak indikasi mengenai atribut yang diukur. Sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat dicapai bila semua aitem telah direspon.
- 3) Respon subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban yang “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh. Hanya saja, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula.

Untuk menentukan skor terhadap subjek maka ditentukan norma penskoran dengan lima alternatif jawaban. Menurut Azwar (2013), ada yang perlu diperhatikan dalam pemberian lima alternatif jawaban, yaitu:

1. Kalau pilihan tengah tidak disediakan, sedangkan subjek benar-benar merasa dirinya berada diantara “setuju” dan “tidak setuju” jawaban apa yang harus dipilihnya? Memilih setuju berarti ia menjawab tidak benar, memilih “tidak setuju” pun ia berbohong. Validitas respon tersebut masih dipertanyakan
2. Pilihan tengah harus diwujudkan sebagai netral. Karena respon yang kita inginkan adalah respon yang diyakini oleh subjek. Sekalipun subjek memilih respon netral atau memilih respon Tidak Menentukan Pendapat namun pilihan itu harus merupakan pilihan yang diyakini olehnya. Artinya ia percaya kalau dirinya memang berada pada posisi tengah, ia yakin bahwa dirinya memang netral. Memilih respon positif ataupun





### a. Metode Wawancara

Untuk memperkuat data yang diperoleh dari lapangan peneliti menggunakan metode wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atau pertanyaan (Moleong, 2002:135). Dalam penelitian ini, peneliti sebagai pewawancara (*interviewer*) akan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak yang diwawancarai (*interviewee*) yaitu mahasiswa yang memiliki hasil sangat tinggi terhadap minat *entreprenurship*. Metode wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai aspek dan karakteristik yang diteliti yaitu minat mahasiswa dalam berwirausaha. Pelaksanaan metode wawancara dilakukan setelah penelitian berlangsung yaitu setelah skala psikologi dilakukan.

Tabel 4. Blue print skala *minat entrepreneurship*

No	Dimensi	Indikator	No. Item Pernyataan		Total
			F	UN	
1.	Percaya diri dan optimis	a. Keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri untuk memulai usaha.	1	20	2
		b. Keyakinan terhadap kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk mengembangkan usaha secara mandiri.	2	21	2
		c. Berharap dan yakin akan sukses dimasa depan dengan memulai usaha.	3	22	2
		d. Menunjukkan sikap percaya diri dalam menjalankan usaha baru.	32	26	2
		e. Optimis dalam menjalankan usaha serta tidak bergantung.	33	27	2
		f. Menunjukkan sikap tenang dalam menghadapi tantangan dalam usaha.	34	28	2
		g. Tekun dalam menjalankan usaha.	35	37	2
		h. Memiliki gairah hidup dan mantap terhadap usaha.	36	38	2
2.	Berorientasi pada tugas dan hasil kegiatan	a. Anggapan bahwa keberhasilan merupakan hasil dari prestasi sehingga laba yang akan di capai harus terus berkembang.	29	4,	2
		b. Memiliki Inisiatif dan memulai suatu pekerjaan.	30	5	2
		c. Memiliki motif berprestasi tinggi untuk menunjang karir usaha.	31	6	2
		d. Selalu melatih diri dalam mencari peluang dan pengalaman diri maupun usaha.	7	23	2
3.	Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan	a. Memiliki komitmen terhadap usaha yang sedang dijalankan.	8	24	2
		b. Memiliki keberanian menghadapi resiko yang ada dalam memulai usaha.	9	25	2
4.	Kepemimpinan	a. Keterbukaan bagi pembaruan dan perubahan yang ada di dunia untuk berkembangnya usaha.	42	13	2
		b. Memberikan hasil cepat dalam persaingan antar pasar.	43	14	2
		c. Selalu ingin terlihat menonjol.	44	15	2
		d. Menjadi pelopor terbaru di pasar usaha.	51	54	2
		e. Memanfaatkan peluang kecil dalam mengambil untung besar.	52	55	2
		f. Memiliki sikap lebih dulu dalam mengambil peluang usaha.	53	56	2
		g. Memilliki pemikiran yang berbeda dengan inovasi yang sudah ada.	57	48	2
		h. Selalu dapat bergaul dengan semua kalangan.	58	49	2
		i. Memiliki keterbukaan dalam menerima kritik.	59	50	2



subjek utama penelitian ini. *Try Out* dilaksanakan pada mahasiswa semester tujuh UIN Sunan Ampel yang masih aktif studi, di mulai pada tanggal 20 September - 6 Oktober 2017. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan *SPSS (Statistical Packages for Social Science) for windows*. Untuk menentukan apakah suatu item valid atau gugur, digunakan pedoman nilai koefisien korelasi, item yang memiliki nilai *corrected item-total correlation* diatas 0.3 dinilai sebagai item valid sedangkan yang dibawah 0.3 dinilai sebagai item gugur Azwar (2015).

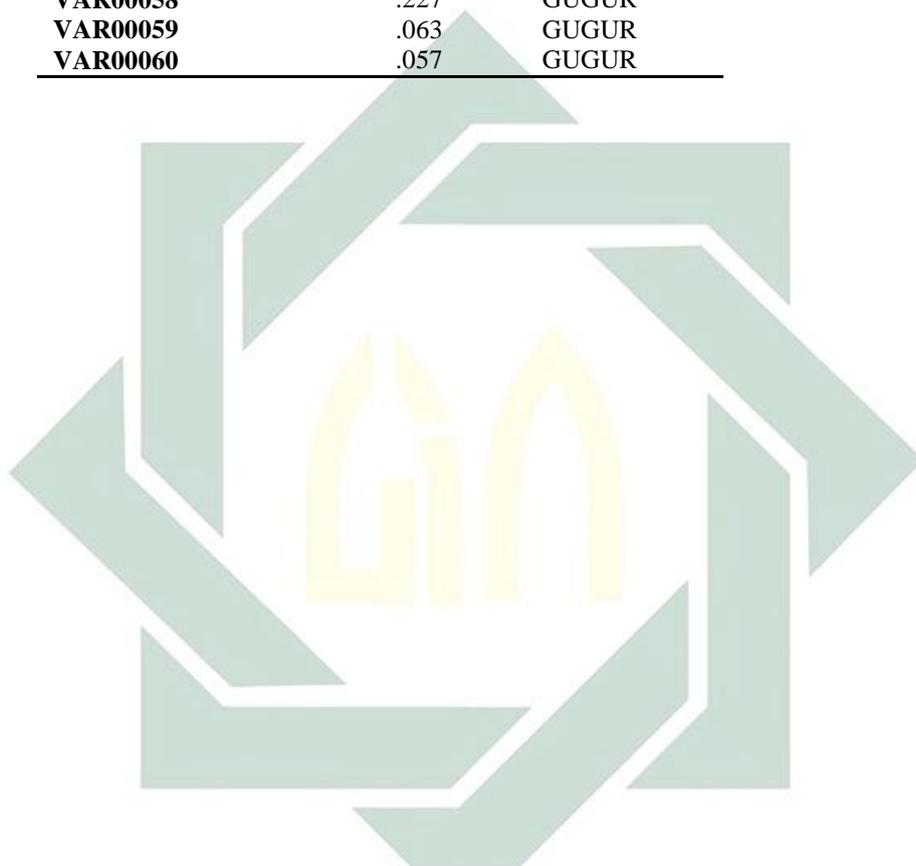
a. Uji Validitas Try Out Skala Minat *Entrepreneurship*

Skala *minat entrepreneurship* merupakan skala yang dibuat sendiri oleh peneliti yang mengacu pada definisi operasional. Dimana skala ini belum pernah dilakukan uji coba sebelumnya sehingga disini peneliti melakukan uji coba instrumen ini, sehingga terdapat butir-butir aitem yang terseleksi agar dapat digunakan sebaagai instrument pengumpul data untuk mendapatkan nilai validitas tinggi dan benar-benar dapat digunakan sebagai instrument pengumpul data untuk penelitian lanjutan.

Berdasarkan uji validitas alat ukur diperoleh hasil bahwa skala *minat entrepreneurship* yang dibagikan kepada 90 subjek penelitian yang terdiri dari 60 item diperoleh sebanyak 16 item valid. Koefisien *corrected item-total correlation* pada skala minat *entrepreneurship* berkisar 0.301 hingga 0,540. Dapat dilihat pada lampiran 4.



<b>Aitem</b>	<b><i>Corrected Aitem- Total Correlation</i></b>	<b>Keterangan</b>
<b>VAR00051</b>	.150	GUGUR
<b>VAR00052</b>	.346	VALID
<b>VAR00053</b>	.231	GUGUR
<b>VAR00054</b>	.015	GUGUR
<b>VAR00055</b>	.022	GUGUR
<b>VAR00056</b>	.114	GUGUR
<b>VAR00057</b>	.175	GUGUR
<b>VAR00058</b>	.227	GUGUR
<b>VAR00059</b>	.063	GUGUR
<b>VAR00060</b>	.057	GUGUR

























Berdasarkan gambar 6 menunjukkan bahwa berdasarkan pekerjaan orangtua dari 266 responden yang menjadi subjek penelitian di dapat 167 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Wiraswasta dengan presentase 63%, kemudian 39 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Wirausaha dengan presentase 15%, 11 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Guru dengan presentase 4%, 1 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Ibu Rumah Tangga dengan presentase 0%, 1 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Nelayan dengan presentase 0%, 24 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Petani dengan presentase 9%, 15 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai PNS dengan presentase 6%, 4 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai TNI dengan presentase 1%, dan 4 responden dengan pekerjaan orangtua sebagai Pensiunan dengan presentase 2%,. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar orangtua responden bekerja sebagai Wiraswasta.

## **2. Deskripsi Data Subjek**

Tujuan dari analisis survey deskriptif adalah untuk mengetahui deskripsi suatu data seperti rata-rata, standard devias, varians, dan lain-lain. Berdasarkan hasil analisis *descriptive statistic* (SPSS) dapat diketahui skor rata-rata (*mean*) dan standard deviasi dari jawaban subjek terhadap skala ukur sebagai berikut:

## a. Deskripsi Statistik

Tabel 9  
Deskripsi Statistik

	N	Range	Min	Max	Mean	Std.Dev
<i>Minat Entrepreneurship</i>	266	33.00	30.00	63.00	46.59	5.22
<i>Valid N (listwise)</i>	266					

Berdasarkan Tabel 9 diatas, dapat memberikan penjelasan bahwa jumlah subjek yang diteliti dari skala *minat entrepreneurship* adalah 266 responden. Diketahui pada skala *minat entrepreneurship* memiliki rentang skor (range) sebesar 33.00, skor terendah adalah 30.00 dan skor tertinggi 63.00 dengan rata-rata (mean) sebesar 46.59 serta standar deviasi sebesar 5.22. Rincian hasil perhitungan deskripsi statistik dapat dilihat lengkap pada lampiran 9.

## b. Deskripsi Data Subjek Berdasarkan Usia

Tabel 10  
Deskripsi Usia

Variabel	Usia	Jumlah	Mean	Stan.Dev
<i>Minat Entrepreneurship</i>	19	5	34.40	2.61
	20	35	39.29	1.41
	21	176	46.34	3.00
	22	40	52.75	1.17
	23	6	57.00	0.89
	25	4	59.75	2.22

Dari tabel 10 Dapat diketahui banyaknya data dari kategori usia yaitu 19 responden yang berusia 19 tahun, usia 20 tahun sebanyak 35 responden, usia 21 tahun sebanyak 176 responden, usia 22 tahun sebanyak 40 responden, usia 23 tahun sebanyak 6 responden dan 25 tahun sebanyak 4 responden. Pada variabel *minat entrepreneurship* nilai rata-rata tertinggi ada pada responden yang berusia 25 tahun dengan nilai mean 59.75.













Tabel 17. Hasil *Descriptive* Minat *Entrepreneurship*

	<i>Frequency</i>
Valid Rendah	39.83
Sedang	48.00

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kategorisasi skor subjek lebih mengarah pada kategori sedang. Hal ini terlihat bahwa 36% skor subjek berada pada kategori tinggi, 55% berada pada kategori sedang dan 9% berada pada kategori rendah. Rincian perhitungan tersebut bisa dilihat pada lampiran 11 dan gambar 7.

Berdasarkan Norma diatas *mean* untuk nilai minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir rendah  $< 39.83$ , sebaliknya untuk *mean* nilai minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir sedang 48.00, dan berdasarkan norma diatas untuk *mean* nilai minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir yang tinggi  $> 48.00$ . Rincian hasil perhitungan norma dan data subjek berdasarkan kategori nilai *mean empiric* dan *hipotetic* dapat dilihat lengkap pada lampiran 11.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka tingkat minat *entrepreneurship* pada mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel Surabaya, dapat disimpulkan dengan diagram dibawah ini:



Berdasarkan gambar 8 menunjukkan bahwa tingkat minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel dari 266 responden acak setiap fakultas memiliki tingkat *minat entrepreneurship* yang memiliki nilai paling tertinggi adalah fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan presentase 12% dan *mean* sebesar 50.26, kemudian tingkat *minat entrepreneurship* yang memiliki nilai tertinggi ke dua adalah fakultas Sains dan Teknologi dengan presentase 12% dan *mean* sebesar 48.57, tingkat *minat entrepreneurship* yang memiliki nilai sedang pertama adalah fakultas Adab dan Humaniora dengan presentase 11% dan *mean* sebesar 46.81, dan tingkat minat *entrepreneurship* pada fakultas lainnya masih terbilang sedang, dengan *mean* yang dapat di lihat pada table 13, dan fakultas yang memiliki nilai *mean* terendah adalah fakultas Ushuluddin dan Filsafat dengan presentase 10% dan *mean* 42.48.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa fakultas di UIN Sunan Ampel Surabaya yang memiliki minat *entrepreneurship* tertinggi adalah fakultas Dakwah dan Komunikasi, sedangkan fakultas yang memiliki minat *entrepreneurship* terendah adalah fakultas Ushuluddin dan Filsafat.

Berdasarkan hasil perbandingan antara rata-rata empirik ( $\bar{x}=46.59$ ) lebih tinggi dari rerata hipotetik ( $\mu=40$ ). Hal ini menunjukkan bahwa minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel Surabaya adalah sedang karena hampir mendekati rerata hipotetik.

Hasil perbandingan kedua menunjukkan bahwa standar deviasi empiric ( $s=5.22$ ) lebih rendah daripada deviasi standar hipotetik ( $\sigma=8$ ). Hal ini menunjukkan bahwa minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel

Surabaya memiliki variasi yang rendah. Dengan kata lain, minat *entrepreneurship* antara satu subjek dengan yang lainnya memiliki kemiripan atau seragam.

### C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana gambaran minat *entrepreneurship* pada mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel. Sebelum dilakukan analisis dengan *descriptive* terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi untuk skala minat *entrepreneurship* sebesar  $0.172 > 0,05$ . Karena nilai signifikansi skala tersebut lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya hasil uji analisis *descriptive* pada tabel 16, didapatkan nilai *mean* 46.59, karena nilai *mean*  $> 0.05$  maka penelitian ini berhasil memberikan hasil bahwa minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki minat yang sedang terhadap *entrepreneur*. Selain itu, berdasarkan uji rata-rata empirik dan hipotetik, minat *entrepreneurship* mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel dapat dikatakan memiliki minat sedang terhadap berwirausaha.

Berdasarkan data demografi yang didapatkan oleh peneliti yaitu usia, jenis kelamin, fakultas, latar belakang budaya dan pekerjaan orangtua. Data yang didapatkan peneliti bahwa nilai rata-rata tertinggi ada pada responden yang berusia 25 tahun dengan nilai *mean* 59.75. Hurlock (1991) berpendapat bahwa perkembangan karir berjalan seiring dengan proses perkembangan manusia dan sudah masuk dalam tahap kematangan karir. Ciri-ciri umum perkembangan fase

usia dewasa awal adalah masa pengaturan dimana pada usia 18/20 – 40 tahun seseorang mulai menerima tanggung jawab sebagai orang dewasa, dan selain itu masa keterasingan sosial ketika memasuki dunia kerja dan kehidupan keluarga, serta masa kreatif karena masa dewasa awal adalah puncak kreatifitas terhadap persaingan dunia kerja. Menurut Kenniston (Santrock dalam Chusaini, 1995) masa dewasa awal adalah masa muda yang merupakan periode transisi antara masa dewasa dan masa remaja yang merupakan masa perpanjangan kondisi ekonomi dan pribadi sementara, hal ini ditunjukkan oleh kemandirian ekonomi dan kemandirian membuat keputusan.

Mahasiswa akhir UIN Sunan Ampel Surabaya yang memiliki minat *entrepreneurship* yang tinggi berada pada usia 25 tahun. Di mana usia kronologis adalah usia ketika seseorang memulai karir sebagai wirausaha dan saat usia tersebut merupakan masa transisi antara masa remaja menuju masa dewasa yang mulai menerima tanggung jawab sebagai orang dewasa. Kematangan karir dan kemandirian ekonomi adalah proses ketika mereka menginjak masa dewasa, selain itu kreatifitas pada masa dewasa awal menjadi kunci untuk persaingan dalam dunia kerja. Mahasiswa yang memiliki kreatifitas yang tinggi akan memilih wirausaha apabila belum mendapatkan pekerjaan.

Data berdasarkan jenis kelamin yang didapatkan bahwa nilai rata-rata tertinggi ada pada responden perempuan dengan nilai *mean* 46.93. Sedangkan pada responden laki-laki hanya memiliki *mean* 45.26, hal tersebut dikarenakan pembagian banyaknya jumlah responden perempuan dari pada laki-laki. Menurut Damayanti (2013) Meskipun dunia wirausaha dan bisnis didominasi oleh kaum

laki-laki dalam dekade ini, situasi tersebut mulai berubah. Sudah sangat banyak perempuan yang menjadi pengusaha dari tingkat mikro, kecil, menengah, dan besar, dengan maksud untuk membantu suami mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga, untuk faktor kemandirian atau sebagai realisasi atas pengetahuan yang didapat sewaktu menjalani pendidikan. Menurut Alma (2011) perempuan pengusaha mempunyai sifat toleransi dan fleksibel, realistis dan kreatif, antusias dan enerjik dan mampu berhubungan dengan lingkungan masyarakat dan memiliki *medium level of self confidence*. Mahasiswi Perempuan di UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki tingkat minat yang tinggi dari pada laki-laki karena kemungkinan berdasarkan teori diatas perempuan di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki toleransi dan fleksibel yang tinggi serta kreatifitas, antusias dan enerjik yang tinggi dari pada laki-laki. Selain itu perempuan di lingkungan UIN Sunan Ampel Surabaya mampu berhubungan baik dengan lingkungan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyawan (2016) bahwa peran moderasi jenis kelamin terlihat nyata dan bermakna pada pengaruh pengetahuan kewirausahaan pada minat berwirausaha. Jenis kelamin juga memoderasi pengaruh norma subyektif kewirausahaan pada minat berwirausaha. Secara umum, responden dengan jenis kelamin perempuan merespon pengaruh tersebut lebih positif dibandingkan dengan laki-laki.

Selanjutnya data yang didapatkan peneliti berdasarkan fakultas bahwa nilai rata-rata tertinggi ada pada responden fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan nilai mean 50.26. Sesuai dengan faktor demografi minat *entrepreneurship*

yaitu pendidikan, karena pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal terkait langsung dengan pendidikan kewirausahaan yang diberikan oleh perguruan tinggi. Munandair (2001), mengatakan dimana apabila seorang siswa memiliki rasa ingin belajar, maka akan dengan mudah dimengerti, memahami dan mengingat tentang hal yang dipelajarinya. Salah satu jurusan yang ada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi yakni jurusan Manajemen Dakwah memiliki pembelajaran kewirausahaan yang melakukan praktik langsung terkait berwirausaha. Hasil penelitian ini juga mendukung teorinya Alma (2011), menyatakan bahwa latar belakang timbulnya minat berwiraushaa adalah pendidikan, lingkungan keluarga, nilai-nilai personal, usia, dan riwayat pekerjaan. Selain itu juga menyatakan bahwa keahlian dan keterampilan wirausaha banyak didapatkan dari pendidikan kewirausahaan.

Kemudian data yang didapatkan peneliti berdasarkan latar belakang budaya nilai rata-rata tertinggi ada pada responden yang memiliki latar belakang budaya Sunda dengan nilai mean 53.25. Menurut Alamsyah (2016), konsep kehidupan mapan dalam setiap generasi dan budaya selalu memiliki ciri khas tersendiri. Meski perbedaan secara terminologi itu pasti, namun dari segi esensi memiliki kesamaan tujuan. Karena tujuan utama hidup adalah menuju kebahagiaan dan kenyamanan. Kebahagiaan dan kenyamanan dalam itu harus ditopang oleh berbagai unsur, salah satunya adalah ekonomi. Sehingga dalam setiap generasi, kemampuan ekonomi selalu akan menjadi salah satu parameter utama kesuksesan generasi tersebut. Dalam konteks keSundaan, nenek moyang

kaum Sunda telah mengajarkan kedisiplinan hidup agar perekonomian baik pribadi maupun publik dapat dikelola dengan baik menuju kesuksesan hidup.

Dari prinsip hidup budaya Sunda, mahasiswa UIN Sunan Ampel yang memiliki budaya Sunda lebih memiliki minat yang tinggi terhadap berwirausaha karena tujuan utama hidup budaya Sunda adalah keamanan ekonomi, banyaknya pengangguran dan sempitnya lapangan pekerjaan, menjadikan berwirausaha menjadi jalan keluar terbaik dalam kebutuhan dalam keamanan ekonomi tersebut.

Sesuai dengan penelitian Nor Fuad Bin Abdul Hamid (2013), peran konsekuensi budaya yang tertanam dalam entitas bisnis keluarga dan orientasi wirausaha pendiri atau pemilik yang mengarah pada kelangsungan hidup bisnis keluarga jangka panjang, dapat memunculkan minat seseorang dalam berwirausaha.

Berdasarkan pekerjaan orangtua nilai rata-rata tertinggi ada pada responden yang orangtuanya bekerja sebagai TNI dengan nilai mean 50.00. prinsip kedisiplinan dan kejujuran yang tumbuh pada didikan lingkungan TNI akan memberikan kebiasaan pada kehidupannya. Seorang *entrepreneur* wajib memiliki kedisiplinan dan kejujuran dalam berwirausaha sesuai dengan manfaat dan keuntungan *entrepreneurship* menurut Alma (2004), menyatakan ada beberapa macam manfaat wirausaha salah satunya adalah menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak

merugikan orang lain dan berusaha mendidik karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.

Orangtua Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya yang bekerja sebagai TNI memiliki pembelajaran yang mendukung manfaat dan keuntungan menjadi *entrepreneurs*, mahasiswa yang memiliki minat tinggi terhadap wirausaha dengan mudah menjalankannya karena pembelajaran keluarga di lingkungan TNI menjadikan mahasiswa tersebut disiplin, jujur, dan mandiri dalam mengembangkan usahanya tersebut.

Namun hasil tersebut tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul-Halim (2015), Temuan menunjukkan bahwa gaya manajemen, hubungan antara anggota keluarga, nilai dan kepercayaan dan pelatihan penerus secara signifikan mempengaruhi tingkat kinerja bisnis keluarga. Hubungan antara anteseden dan kinerja bisnis ditemukan sebagian dimediasi oleh isu suksesi dan dimediasi sepenuhnya oleh pengalaman sukses. Baik implikasi teoritis dan praktis dan jalan untuk penelitian masa depan dibahas.

Berdasarkan dari beberapa penjelasan mengenai *minat entrepreneurship*. Peneliti menegaskan bahwa mahasiswa yang memiliki minat *entrepreneurship* yang tinggi bisa dipengaruhi oleh masa dewasa tengah dimana usia dewasa tengah adalah usia seseorang memulai dunia karir dan kematangan karir di bangun ketika mereka memiliki pengalaman. Selain itu pendidikan secara garis besar dapat menumbuhkan minat *entrepreneurship* pada mahasiswa karena pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan formal tersebut terkait langsung dengan bidang usaha yang dikelola dapat memberikan pengalaman dalam memulai usaha. Dukungan

dari lingkungan keluarga dan lingkungan kerja juga dapat menumbuhkan minat *entrepreneurship* pada mahasiswa. Dan yang terakhir adalah latar belakang budaya memiliki sedikit hal yang dapat mempengaruhi minat *entrepreneurship* mahasiswa karena, tidak banyak budaya yang akan mengajarkan wirausaha di dalam kebudayaannya.

Hasil dari wawancara menunjukkan gambaran minat *entrepreneurship* pada subjek pertama memiliki latar belakang keluarga wirausaha, mulai dari nenek, kakek, saudara dan orangtua. Dorongan lisan dan tindakan juga membuat subjek memiliki motivasi dalam berwirausaha. Terbukti dari wawancara (WCR2A191), selain itu subjek memiliki percaya diri dalam mengembangkan usahanya walaupun subjek masih menjadi *reseller* atau masih mengambil barang dari distributor namun, subjek tetap berhati-hati serta teliti dalam barang yang dijualnya. Perhatian dan ketertarikan subjek sudah dimulai dari dia duduk di bangku SD hingga kuliah di perguruan tinggi. Bahkan subjek pernah berhenti untuk berwirausaha karena sesuatu hal pendidikan namun, subjek tetap melanjutkan berwirausaha lagi. Percaya diri dan optimis subjek terhadap *entrepreneurship* terlihat dari minat subjek terhadap pendidikan yang di berikan ketika kuliah. Subjek sangat antusias dan benar-benar menerapkan apa yang dia dapat di mata kuliah kewirausahaan.

Hasil wawancara gambaran minat *entrepreneurship* pada subjek kedua tidak jauh berbeda dengan subjek pertama. Hanya saja yang membedakan adalah target yang ingin di capai subjek kedua berbeda dengan subjek pertama. Subjek kedua memiliki target ingin menjadi dosen bukan menjadi pengusaha. Namun











- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. (ed. revisi). Jakarta: Rineka Cipta
- Ranto. P. (2016). Membangun Perilaku *Entrepreneur* Pada Mahasiswa Melalui *Entrepreneurship Education*. *Jurnal Bisnis Manajemen Administrasi*. Volume 3, No. 1
- Sanjaya. A. (2016). *Pengertian Mahasiswa Definisi menurut para ahli*. Diakses dari <http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-mahasiswa-definisi-menurut.html?m=1>. pada tanggal 29 September 2016.
- Setyawan. A. (2016). Apakah Gender Bermakna pada Model Pembentukan Minat Berwirausaha?. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 9, No.2. Universitas Surabaya.
- Sevilla, Consuelo et, Al. (1993). *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Indonesia Press.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sora, N. (2014). *Kenali pengertian mahasiswa dan menurut para ahli*. Diakses dari <http://www.pengertianku.net/2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-para-ahli.html>. pada tanggal 14 Desember 2016.
- Sugiarto, J. (2015). Efektivitas Pelatihan *Entrepreneurship Skill* untuk meningkatkan Minat menjadi *Entrepreneurship*. *Kajian Ilmiah Psikologi*. Volume 4, No. 1
- Sugiyono. (2005). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfa Beta.
- Sukardi, Dewa K. (1994). *Bimbingan Karier di Sekolah*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Suntara. (1998). Hubungan antara Sikap Menonton Iklan Rinso di Televisi terhadap Minat Membeli pada Ibu-Ibu Kelurahan Sangkrah. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Surakarta : Fakultas Psikologi UMS.
- Suryana. (2009). *Kewirausahaan Pedoman raktis: Kiat dan Proses menuju Sukses*. Jakarta : Salemba Empat
- Umar, Sekaran. (2000). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* . Edisi Keempat. Penerjemah: Kwan Men Yon. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Utami, E. D. (2007). Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha (Studi deskriptif pada usahawan rental komputer di Sekaran Gunung Pati Semarang). *Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang*.
- Widiyatnoto. E. (2013). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan dan Budaya Keluarga terhadap minat berwirausaha pada siswa SMKN 1 Wonosari dan SMKN 2 Wonosari kabupaten Gunung Kidul. *Artikel Ilmiah Teknik*
- Widyastuti. (2012). Kecanduan mahasiswa terhadap game online. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta
- Winkel, W.S. (1987). *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: PT. Gramedia
- Woodworth, R.S., and Marquis D.G. (2001). *Psychology*. New York: Holt.
- Yonaevy. U. (2015). Hubungan antara dukungan social dengan minat berwirausaha pada mahasiswa fakultas psikologi univversitas muhammadiyah Surakarta. *Kajian Ilmiah Psikologi*.

