

# **Analisa Dampak Kuliah Umum Kewirausahaan Terhadap Pembentukan Sikap dan Motivasi Kewirausahaan Mahasiswa Unand Padang1)**

**Asmi A, Alfitman 2) Gatot3)**

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari sejauhmana dampak kuliah umum kewirausahaan yang diselenggarakan oleh pihak Universitas Andalas setiap hari Jum'at kepada pembentukan sikap dan motivasi mahasiswa Unand Padang ditinjau dari persepsi mahasiswa mengenai materi, cara penyampaian, pengetahuan dan pengalaman narasumber, tingkat penguasaan, serta contoh-contoh usaha yang dijalankan narasumber. Kegiatan kuliah umum kewirausahaan ini diselenggarakan di Pusat Kegiatan Mahasiswa (PKM) Unand Limau Manis. Sampel dan populasi yang digunakan sebagai objek penelitian ini adalah mahasiswa Unand yang mengikuti kuliah umum kewirausahaan pada satu kali kegiatan (*one shot*) kuliah umum berjumlah sebanyak 138 orang yang berasal dari bebrbagai fakultas yang ada di Unand. Kuliah umum kewirausahaan ini biasanya dihadiri berkisar antara 150 dan bahkan sampai lebih dari 500 orang mahasiswa. Studi ini dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada mahasiswa sebanyak 23 pertanyaan tentang persepsi, bakat, dan motivasi kewirausahaan mahasiswa. Hasil pengolahan data penelitian menunjukkan bahwa terbukti sebesar 65,5% dan 56,2% bakat dan motivasi kewirausahaan mahasiswa dipengaruhi oleh persepsi mereka tentang kuliah umum kewirausahaan. Berarti sekitar 34,5% dan 43,8% bakat dan motivasi kewirausahaan mereka dipenagaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan pada penelitian ini. Meskipun masih sangat sederhana dan bahkan mungkin masih banyak kekurangannya, diharapkan hasil penelitian ada dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang tertarik dan memerlukan masukan dari hasil penelitian ini.

**Kata kunci: Persepsi, Bakat dan Motivasi Kewirausahaan**

## **1. LATAR BELAKANG**

Orang Minang atau lebih dikenal dengan sebutan orang Padang sangat terkenal dengan jiwa dagangnya. Hampir seluruh wilayah di Indonseia ini kita bisa jumpai orang Minang. Mereka meninggalkan kampung halaman pergi merantau dengan tujuan untuk mengubah hidup dan nasib mereka. Jiwa merantau ini sudah sangat kental melekat pada pribadi orang Minang. Apalagi pada saat sekarang ini, dimana dirasakan sangat sulit peluang untuk mendapatkan pekerjaan baik dipemerintahan maupun di perusahaan swasta. Ada sekitar 300 ribu orang dan bahkan lebih sarjana di Indonesia yang menganggur tidak bekerja saat ini. Jumlah ini bisa saja akan terus bertambah setiap tahunnya, karena lapangan kerja yang tersedia di perusahaan swasta dan di pemerintahan semakin berkurang seiring dengan semakin belum membaiknya kondisi perekonomian di negeri ini. Ditambah lagi dengan sering terjadinya bencana alam seperti gempa bumi di Aceh, Bengkulu, Jambi, Padang, Jawa Barat, Jogjakarta, Maluku dan beberapa daerah lainnya; banjir, kebakaran hutan, lumpur lapindo; dan lain-lainnya. Disamping itu tingkat korupsi yang masih besar yang sangat merugikan keuangan negara. Kondisi perpoltikan yang masih belum baik serta penegakan peraturan hukum yang tidak adil dan proporsional. Sehingga semuanya ini sangat berpengaruh kepada pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja di negeri ini. Sangat berbeda dengan negara-negara, dimana kondisi alamnya terpelihara, peraturan hukum dan perpolitikannya berjalan baik sehingga perekonomian di negaranya terus berkembang dan membaik. Maka sebagai salah satu alternatif yang tepat untuk membangun danmem perbaiki kondisi perekonomian di negara ini dalah dengan memperbanyak jumlah pengusaha (entrepreneur). Bila semakin banyak pengusaha (entrepreneur) di negeri ini, maka akan semakin maju negara ini, seperti yang dilakukan oleh Singapura, Malaysia, Cina, Korea, Amerika dan lain-lainnya. Enterepreneur adalah orang-orang yang produktif dan kreatif, banyak memberikan manfaat kepada lingkungannya. Dengan diadakannya kuliah umum kewirausahaan oleh Unand diharapkan akan dapat menggugah bakat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha.

- 1) Penelitian ini dibiayai dengan dana DIPA Unand tahun anggaran 2009
- 2) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas
- 3) Mahasiswa Program Internasional Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Perjalanan kuliah umum kewirausahaan Unand sudah berlangsung selama dua tahun terhitung sejak pertama kali dilaksanakan pada tanggal 20 Nopember 2007 yang lalu. Melihat perkembangannya yang begitu bagus serta terlihat semakin banyak mahasiswa Unand dan juga mahasiswa dari perguruan tinggi lain yang mengikuti kuliah umum ini menyebabkan penulis menjadi tertarik untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa Unand tentang kuliah umum kewirausahaan ini dan bagaimana dampaknya terhadap pembentukan sikap dan motivasi kewirausahaan mereka. Untuk lebih pahami kita mengenai penelitian ini, sebelumnya penulis ingin mengetengahkan beberapa pengertian penting sebagai kata kunci dari penelitian ini yaitu persepsi, sikap, motivasi, dan kewirausahaan. Persepsi adalah suatu proses yang ditempuh individu-individu untuk mengorganisasikan dan menafsirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka (Robbins, 2001:88) Motivasi adalah proses pengerahan intensitas, tujuan, dan kegigihan usaha seseorang terhadap pencapaian suatu tujuan (Robbins, 2003:155). Motivasi juga merupakan apa yang menggerakkan anda, apa yang anda cari, atau apa yang akan memberikan anda kepuasan (*Shell Live Ware* (Perusahaan Shell:2008:13). Sikap (*attitude*) merupakan pernyataan penilaian terhadap yang disukai dan tidak disukai mengenai benda, orang, atau kejadian. Sikap juga merupakan keyakinan bagaimana perasaan seseorang terhadap sesuatu (Robbins, 2003:71). Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) adalah proses dimana seseorang mengejar peluang tanpa memperhatikan sumber daya yang ada padanya (Barringer, 2006:5).

Disamping memiliki motivasi yang kuat dan sikap yang jelas terhadap bisnis, entrepreneur juga harus pandai melihat dan menggunakan peluang. Untuk menemukan peluang seseorang harus kreatif dan inovatif (Suryana, 2003:3). Berarti seorang entrepreneur harus memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu baru dan beda (*create something new and different*) melalui berfikir kreatif dan bertindak inovatif. Seorang entrepreneur harus bisa membuat sampah sesuatu yang tadinya tidak bernilai menjadi bernilai (bermanfaat). Profesi entrepreneur sebenarnya merupakan suatu profesi yang sangat menantang dan beresiko (Griffin, 2006:94). Meskipun beresiko, menjadi entrepreneur lebih berpeluang untuk tumbuh dan berkembang secara ekonomi dari pada menjadi karyawan (*professional*).

### Kenapa menjadi *Entrepreneur*?

Ada beberapa alasan kenapa seseorang ingin menjadi pengusaha (*entrepreneur*). Secara umum yaitu karena ingin menjadi boss, mengikuti apa yang menjadi idenya, ingin mewujudkan mimpinya (Barringer, 2006:6), untuk mendapatkan uang, karena punya tanggung jawab yang besar terhadap keluarga, dan lain sebagainya.

Menjadi *entrepreneur* yang sukses tentu tidak mudah. Suryana (2003:2), *Entrepreneur* harus memiliki jiwa dan sikap kewirausahaan yang kuat: percaya diri (yakini optimis dan penuh komitmen); berinisiatif (energik dan kreatif); memiliki motif berprestasi (berorientasi pada hasil dan berwawasan ke depan); memiliki jiwa kepemimpinan (berani mengambil resiko dengan penuh perhitungan). Secara komprehensif Laming (2003:26) dan Barringer (2006:8) menyebutkan 13 karakteristik yang perlu dimiliki oleh entrepreneur yaitu seperti:

- 1) Gemar berbisnis (*passion for business*). Dengan berbisnis dapat merubah kehidupan seseorang menjadi lebih baik dan berarti bagi lingkungannya.
- 2) Ulet meskipun mengalami kegagalan (*tenacity despite failure*). Entrepreneur harus menyadari bahwa berbisnis ada resikonya dan banyak rintangannya, oleh sebab itu entrepreneur harus selalu tekun menjalankan usahanya.
- 3) Fokus terhadap konsumen (*product/customer focus*). Mampu menghasilkan produk/jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan menyenangkannya. Kotler (2003:89), Tidak lagi cukup memberikan kepuasan kepada pelanggan. Anda harus menyenangkan mereka.
- 4) Percaya diri (*confidence*). Entrepreneur harus punya rasa percaya diri pada kemampuan dan konsep bisnisnya. Mereka harus percaya bahwa mereka mampu mencapai apa yang mereka inginkan.
- 5) Berketetapan hati (*self determination*). Berketetapan hati sangat penting bagi entrepreneur yang sukses karena mereka bertindak atas pilihan, mereka tidak pernah menjadi korban keterlambatan. Entrepreneur percaya bahwa keberhasilan atau kegagalan mereka tergantung pada tindakan mereka sendiri.
- 6) Mampu mengelola resiko (*management of risk*). Orang umum sering percaya bahwa para entrepreneur mengambil resiko tinggi, hal tersebut tidak selalu benar. Entrepreneur sering menentukan resiko lebih awal guna sedapat mungkin memperkecilnya.
- 7) Melihat perubahan sebagai peluang (*seeing changes as opportunities*). Entrepreneur harus mampu melihat perubahan sebagai sesuatu yang lumrah dan perlu, seperti perubahan selera konsumen, peraturan, kondisi ekonomi dan teknologi. Mereka mencari perubahan, menanggapiya dan mengeksploitasinya sebagai peluang, yang menjadi dasar berinovasi.
- 8) *Tolerance for ambiguity*. Meskipun tidak ada jaminan untuk berhasil karena faktor ekonomi, cuaca dan perubahan selera konsumen yang tidak bisa dikontrol, seorang entrepreneur harus sabar dengan keadaan ini.
- 9) Inisiatif dan butuh prestasi. Keinginan entrepreneur menindaklanjuti idenya sering berbeda dengan orang yang bukan entrepreneur, mereka sering berinisiatif sementara yang lain tidak.
- 10) Cenderung detail dan perfeksionis. Entrepreneur sering perfeksionis dan berusaha sangat lebih baik atau sempurna membantu bisnis berhasil. Perhatian entrepreneur terhadap detail dan butuh sesuatu yang sempurna berakibat pada mutu produk dan jasa.

- 11) Kreatifitas. Salah satu alasan kenapa entrepreneur berhasil adalah karena mereka punya imajinasi dan bisa memvisualisasikan skenario alternatif. Mereka mampu mengenali peluang sementara yang lainnya tidak.
- 12) Mampu melihat gambaran yang besar. Entrepreneur sering melihat sesuatu yang holistic; mereka bisa melihat gambaran atau keadaan yang besar sementara yang lain hanya melihat sebagian-sebagian.
- 13) Faktor-faktor yang mendorong. Sebuah penelitian dari sekitar 3000 orang pengusaha (*entrepreneur*) menunjukkan faktor yang sangat penting alasan kenapa mereka bekerja mandiri (*self-employed*) adalah untuk memberdayakan keahlian dan kemampuan pribadi, mendapatkan keuntungan dari pengawasan diri sendiri, berbuat sesuatu untuk keluarga mereka, karena mereka menyukai tantangan, dan untuk hidup bagaimana dan dimana mereka pilih.
- 14) Kemandirian diri (*self-efficacy*). Kemandirian diri merupakan keyakinan seseorang dalam kemampuannya melaksanakan tugasnya.

Disamping penjelasan di atas kesuksesan entrepreneur pada dasarnya disebabkan oleh karena diterimanya produk atau jasa yang dihasilkannya dihati konsumennya dengan cara memahami kebutuhan mereka. Waringin (2008:195) menyebutkan enam kebutuhan penting manusia yaitu: kapastian dan kenyamanan, variasi dan ketidak pastian, kesamaan/*love* dan hubungan, sesuatu yang eksklusif atau berbeda, sesuatu untuk menjadi lebih baik, dan rasa berarti (bermakna) dalam hidupnya.

### 3. METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini meliputi unsure-unsur: (1) penetapan masalah yang akan penulis teliti yaitu “analisis mengenai persepsi mahasiswa tentang kuliah umum kewirausahaan dan melihat dampaknya terhadap pembentukan sikap dan motivasi kewirausahaan mahasiswa Unand”, (2) penjelasan rincian studi: a) sifat studi: eksploratif, b) jenis investigasi: melihat hubungan atau korelasi antara persepsi mengenai kuliah umum kewirausahaan dengan pembentukan sikap dan motivasi kewirausahaan mahasiswa Unand, c) tingkat intervensi peneliti: yaitu untuk mempelajari peristiwa yang ditimbulkan akibat kuliah umum kewirausahaan terhadap sikap dan motivasi kewirausahaan mahasiswa Unand, d) konteks studi: direncanakan, e) unit analisis: yaitu mahasiswa Unand yang mengikuti kuliah umum kewirausahaan, f) desain sampel: random, g) horizon waktu: *one shot*, (3) pengukuran variable dengan menggunakan skala likert (Sekaran, 2006:31); (4) metoda pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner; (5) analisa data bersifat kuantitatif dengan menggunakan metoda SPSS.

#### 3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dan sekaligus sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Unand yang mengikuti kuliah umum kewirausahaan yaitu sebanyak 138 orang mahasiswa yang terdiri dari 40 orang mahasiswa fakultas Ekonomi, 12 orang mahasiswa fakultas Teknik, 5 orang mahasiswa fakultas Hukum, 24 orang mahasiswa fakultas Pertanian, 7 orang mahasiswa fakultas Peternakan, 20 orang mahasiswa Politeknik, 5 orang mahasiswa fakultas Sastra, 7 orang mahasiswa fakultas Sospol, 6 orang mahasiswa fakultas MIPA dan 12 orang mahasiswa fakultas Teknik Pertanian.

#### 3.3. Data Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini penulis hanya mengumpulkan data primer yaitu data yang diperoleh dari survey langsung kelapangan ke objek penelitian yaitu mahasiswa Unand yang mengikuti kuliah umum kewirausahaan yaitu sebanyak 138 orang mahasiswa. Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini penulis lakukan dengan cara menyebarkan atau membagikan daftar kuisioner kepada mahasiswa yang benar-benar mengikuti kuliah umum kewirausahaan pada tanggal 8 Mei 2009 (*one shot*) dengan contoh kuisioner seperti terlampir.

#### 3.4. Variabel Penelitian

Variabel yang diukur pada penelitian ini terdiri variable bebas (*independent variable*) atau disebut juga dengan **variable X** yaitu mengenai persepsi mahasiswa tentang kuliah umum kewirausahaan sebanyak **7 pertanyaan** terkait dengan: 1. cara penyampaian/penyajian materi oleh nara sumber, 2. materi yang disampaikan narasumber sesuai dengan harapan mahasiswa, 3. materi yang disampaikan narasumber menambah dan membuka wawasan berbisnis mahasiswa, 4. kesan narasumber sebagai wirausaha yang profesional, 5. penjelasan narasumber tentang cara mengelola bisnis, 6. kepehaman narasumber mengenai bisnis, dan 7. kesan narasumber tentang penguasaan materi kuliah umum. Variabel tidak bebas (*dependent variable*) terdiri dari dua variable yaitu **sikap kewirausahaan mahasiswa** disebut juga dengan **variable Y1** sebanyak **9 pertanyaan** terdiri dari 1. pemahaman mahasiswa tentang karakteristik *entrepreneur*, 2. kemampuan mahasiswa melahirkan ide bisnis, 3. pandangan positif mahasiswa terhadap dunia kewirausahaan (*entrepreneurship*), 4. perilaku mahasiswa sebagai seorang *entrepreneur*, 5. perlu tidaknya kuliah umum kewirausahaan dilanjutkan, 6. ketertarikan mahasiswa untuk berbisnis, 7. keberanian mahasiswa untuk memulai usaha, 8. bias sikap narasumber terhadap sikap mahasiswa, dan 9. ketidak sabaran mahasiswa untuk memulai usaha

atau bisnis; dan **motivasi kewirausahaan mahasiswa** disebut juga **Y2** sebanyak **7 pertanyaan** terdiri dari: 1. perubahan pola pikir mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*, 2. keyakinan mahasiswa untuk memulai bisnis, 3. dorongan dari diri mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*, 4. inspirasi mahasiswa untuk mewujudkan impiannya menjadi *entrepreneur*, 5. cara narasumber dalam melihat peluang yang mendorong mahasiswa untuk bebisnis, 6. perilaku mahasiswa yang tidak malu lagi untuk mulai berbisnis, dan 7. tekak mahasiswa untuk memulai usaha sendiri.

### 3.5. Metoda Analisa Data

Untuk menganalisa data penelitian ini penulis menggunakan metoda statistic dengan analisa regresi sederhana, korelasi, dan uji t.

#### 1. Analisa regresi

Analisa regresi sederhana bertujuan untuk menguji pengaruh simultan dari variable bebas terhadap variable terikat (tidak bebas) dengan formula sebagai berikut:

$$Y1 = a1 + b1X1 \text{ didapatkan persamaan yaitu } Y1 = 1,086 + 0,705 X1$$

Dimana :

Y1 = Sikap kewirausahaan mahasiswa

a1 = Konstanta

b1 = Koefisien Regresi

X1 = Persepsi mengenai kuliah umum kewirausahaan

Dan

$$Y1 = a2 + b2X2 \text{ didapatkan persamaan yaitu } Y1 = 0,969 + 0,717 X1$$

Dimana :

Y2 = Motivasi kewirausahaan mahasiswa

a2 = Konstanta

b2 = Koefisien Regresi

X2 = Persepsi mengenai kuliah umum kewirausahaan

#### 2. Analisa Korelasi

Analisa korelasi (r) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara persepsi mengenai kuliah umum kewirausahaan (X1 dan X2) dengan sikap kewirausahaan mahasiswa (Y1) dan motivasi kewirausahaan mahasiswa (Y2), yang bisa ditentukan dengan klasifikasi koefisien korelasi yang digunakan sebagai berikut :

- o Bila koefisien korelasi antara 0 – 1 positif atau negatif berarti terjadi hubungan yang kuat antara variabel X dengan variabel Y.
- o Bila koefisien korelasi mendekati 0 hubungan antara variabel X dengan variabel Y tidak erat dan bila mendekati 1 berarti erat

Dengan menggunakan metoda SPSS maka didapatkan koefisien korelasi sebesar **0,655 untuk sikap** dan **0,562 untuk motivasi**

### 3.6. Pengujian Hipotesis

Analisa t test, digunakan untuk menguji hipotesa koefisien korelasi apakah signifikan atau tidak bisa ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t_0 = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Ho : p = 0, berarti variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Ha : p < 0, berarti variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Dimana t<sub>0</sub> = mengikuti fungsi t dengan derajat kebebasan df = n – 1

dengan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

dengan ketentuan pengujian hipotesis sebagai berikut :

apabila,

t<sub>0</sub> < t<sub>table</sub> berarti Ho diterima Ha ditolak

t<sub>0</sub> > t<sub>table</sub> berarti Ho ditolak Ha diterima

## 4. KESIMPULAN

### 4.1. Kesimpulan

Sejak pertama kali di laksanakan pada bulan Nopember 2007 sampai dengan sekarang Nopember 2009 berarti kuliah umum kewirausahaan sudah berlangsung selama dua tahun. Guna mengetahui sejauh mana dampak dari aktivitas kuliah umum kewirausahaan ini khususnya kepada pembentukan sikap dan motivasi mahasiswa Unand, maka dari pengamatan di lapangan dan hasil penelitian yang penulis lakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara umum kuliah umum kewirausahaan ini sangat baik dan ada manfaatnya kepada mahasiswa Unand, khususnya mengenai pengetahuan kewirausahaan yang didapatkan dari cerita dan pengalaman narasumber dan praktisi (pengusaha).
2. Persepsi mahasiswa tentang pelaksanaan kuliah umum kewirausahaan terbukti berdampak positif terhadap pembentukan sikap kewirausahaan mahasiswa. Ini dibuktikan dengan tingkat koefisien korelasi sebesar 0,655 atau 65,5%. Berarti hubungan persepsi dengan sikap kewirausahaan mahasiswa signifikan dan nyata.
3. Begitu juga persepsi mahasiswa tentang pelaksanaan kuliah umum kewirausahaan terbukti berdampak positif terhadap motivasi kewirausahaan mahasiswa. Ini juga dibuktikan dengan tingkat koefisien korelasi sebesar 0,562 atau 56,2%. Berarti hubungan persepsi dengan motivasi kewirausahaan mahasiswa signifikan dan nyata.

Evaluation COM 4.0  
PDF Creator Plus 4.0

#### Daftar Bacaan

- Barringer, Bruce R., and R. Duane Ireland, *Entrepreneurship "Successfully Launching New Ventures"*, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey, United States of America, 2006.
- Griffin, Ricky W., and Ronald L. Elbert, *Business*, eight edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey, United States of America, 2006.
- Kotler, Philip., *Marketing Management*, International Edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey, United States of America, 2003.
- Lambing, Peggy A., and Charles R. Kuehl, *Entrepreneurship*, third edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey, United States of America, 2003.
- Robbin, Stephen P., *Organizational Behavior*, Tenth Edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey, United States of America, 2003.
- Robbin, Stephen P., and Mary Coulter, *Management*, Eight Edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, Prentice Hall, New Jersey, United States of America, 2002.
- Sekaran, Uma., *Research Methods for Business*, Edisi 1, Buku 4, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- Sekaran, Uma., *Research Methods for Business*, Edisi 4, Buku 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2006.
- Shell Live Ware, *Panduan Memulai Bisnis Bagi Wirausaha Muda Pemula*, Shell, Jakarta, 2008
- Suryana, *Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, PT. Salemba Empat Patria, Edisi Pertama, Jakarta, 2003
- Waringin, Tung Desem., *Marketing Revolution, Revolution Series*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2008

Evaluation Copy  
PDF Creator Plus 4.0