

**FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI MAHASISWA
INGIN MENJADI WIRAUSAHA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE AMM Mataram)**

Hj. Indah Ariffianti¹⁾

H. Nizar Hamdi²⁾

^{1,2)}Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM Mataram

E-mail: nizar_hamdi69@yahoo.com

Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah a). untuk mengetahui pengaruh berbagai faktor, yaitu sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*), baik secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (bersama-sama) terhadap Motivasi wirausaha mahasiswa pada STIE AMM Mataram. b). untuk mengetahui dari factor-faktor sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*) yang dominan mempengaruhi motivasi wirausaha mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Penelitian ini didesain dengan penelitian diskriptif yang ditujukan untuk mendiskripsikan beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi mahasiswa ingin menjadi wirausaha dan dengan menggunakan analisa Regresi Berganda, uji T dan Uji F akan dapat diketahui mana diantara factor-faktor sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*), yang berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan dan yang dominan berpengaruh terhadap motivasi mahasiswa ingin menjadi wirausaha. Dari hasil penelitian diketahui bahwa secara bersama-sama faktor sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*), berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram yang dibuktikan oleh hasil $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($8.517 > 3.34$), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen (Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Motivasi Wirausaha Mahasiswa) pada STIE AMM Mataram. Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial Demografi (X1) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram, hal ini dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.051 > 2.048$) maka H_a di terima dan H_0 di tolak, artinya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram, diperkuat oleh taraf signifikan yaitu $0.000 < 0.05$. Akan tetapi untuk Faktor Sikap (X2). Berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.810 < 2.048$) maka H_a di tolak dan H_0 di terima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dari Faktor Sikap (X2) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.423 > 0.05$. Demikian pula untuk Faktor Kontekstual (X3) berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.581 < 2.048$) maka H_a di tolak dan H_0 di terima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Kontekstual (X3) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.565 > 0.05$.

Kata Kunci : Faktor-faktor Motivasi, Mahasiswa, Wirausaha

Abstract

The objectives of this research are a). to determine the effect of various factors, including socio-demographic (socio demographic), the attitude of the individual (personal attitude) and contextual (contextual), either partially (individually) or simultaneously (together) against the motivation of student entrepreneurship at STIE AMM Mataram, b). to know of socio-demographic factors (socio demographic), the

attitude of the individual (personal attitude) and contextual (contextual) the dominant influence on the student entrepreneurial motivation STIE AMM Mataram. This study was designed with descriptive research aimed to describe some of the factors that influence the motivation of students want to become entrepreneurs and to use the analysis of multiple regression, T test and F test will be known which of the factors of socio-demographic (socio demographic), the attitude of the individual (personal attitude) and contextual (contextual), which have a significant effect either partially or simultaneously, and the dominant influence on the motivation of the students want to become entrepreneurs. The survey results revealed that together socio demographic (socio demographic), the attitude of the individual (personal attitude) and contextual (contextual), significantly affect the motivation Entrepreneurial Students STIE AMM Mataram as evidenced by the results of the $F_{count} > F_{table}$ ($8517 > 3:34$), then H_0 is rejected and H_a accepted, meaning that there is significant influence between independent variable (Social Factors Demographics, Attitudes and Factors Contextual Factors) together on the dependent variable (Student Entrepreneurial Motivation) at STIE AMM Mataram. Based on the results of partial test (t test) can be explained that a significant difference between Social Factors Demographics (X_1) to Motivation Entrepreneurial Students at STIE AMM Mataram, this is evidenced by the value $t_{count} > t_{table}$ ($4,051 > 2,048$), the H_a accepted and H_0 rejected, meaning that partially positive and significant impact terhadap Student Entrepreneurial Motivation STIE AMM Mataram, which is reinforced by the significant level of $0.000 < 0.05$. But for the attitude factor (X_2). Based $t_{count} < t_{table}$ ($0.810 < 2.048$), the H_a rejected and H_0 is accepted, meaning that partially no significant difference between the attitude of factors (X_2) to the Student Entrepreneurial Motivation at STIE AMM Mataram. It is on show as well with significance level is $0.423 > 0.05$. Similarly to the Contextual Factors (X_3) based $t_{count} < t_{table}$ ($0.581 < 2.048$) then H_a is rejected and H_0 is accepted, meaning that partially no significant difference between the Contextual Factors (X_3) against Motivation Entrepreneurial Students at STIE AMM Mataram. It is on show as well with significance level is $0.565 > 0.05$

Keywords: *Motivation Factors, Students, Entrepreneurs*

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Fenomena rendahnya minat dan motivasi pemuda Indonesia untuk berwirausaha dewasa ini menjadi pemikiran serius berbagai pihak, baik pemerintah, dunia pendidikan, dunia industri, maupun masyarakat. Berbagai upaya dilakukan untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terutama merubah *mindset* para pemuda yang selama ini hanya berminat sebagai pencari kerja (*job seeker*) apabila kelak menyelesaikan kuliah mereka. Hal ini merupakan tantangan bagi pihak sekolah dan perguruan tinggi sebagai lembaga penghasil lulusan.

Semua perguruan tinggi di Indonesia telah memasukkan mata kuliah kewirausahaan ke dalam kurikulum mereka sebagai salah satu mata kuliah pokok yang wajib ditempuh oleh semua mahasiswa. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (*mindset*) seorang wirausahawan (*entrepreneur*). Hal ini merupakan investasi modal manusia untuk mempersiapkan para mahasiswa dalam memulai bisnis baru melalui integrasi pengalaman, keterampilan, dan pengetahuan penting untuk mengembangkan dan memperluas sebuah bisnis. Pendidikan kewirausahaan juga dapat meningkatkan minat para mahasiswa untuk memilih

kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karir selain pilihan karir menjadi pegawai swasta, PNS, atau pegawai BUMN.

Sikap, perilaku, dan minat ke arah kewirausahaan seorang mahasiswa dipengaruhi oleh pertimbangan atas berbagai aspek mengenai pilihan karir sebagai wirausahawan. Pertimbangan atas pilihan karir tersebut dapat berbeda-beda tergantung preferensi terhadap risiko yang akan mereka tanggung kemudian. Mahasiswa yang takut untuk mengambil risiko (*risk averter*) cenderung untuk memilih menjadi seorang pegawai swasta, PNS, atau pegawai BUMN sebagai pilihan karir sedangkan bagi mahasiswa yang berani mengambil risiko (*risk taker*) untuk meninggalkan zona kenyamanan (*comfort zone*) cenderung akan memilih menjadi seorang wirausahawan sebagai pilihan karirnya.

Peran kewirausahaan telah teruji dengan adanya krisis ekonomi yang melanda bangsa Indonesia. Kewirausahaan yang berbasis pada ekonomi rakyat ternyata mampu bertahan dalam situasi yang sulit. Untuk itu perguruan tinggi sebagai lembaga yang menjadi salah satu panutan masyarakat dapat mendorong budaya berwirausaha. Perguruan tinggi mampu memberi dorongan niat mahasiswa untuk berwirausaha. Mahasiswa sebagai komponen masyarakat yang terdidik, sebagai harapan masyarakat dapat membuka lapangan kerja, dengan menumbuhkan niat berwirausaha. (Tjahjono, 2008:2)

Keinginan atau minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir namun berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan atau minat berwirausaha meliputi faktor internal berasal dari dalam diri dapat berupa karakter sifat, maupun faktor sosio demografi seperti umur, jenis kelamin, pengalaman kerja, latar belakang keluarga dan lain-lain yang dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan seseorang (Johnson, 1990; dalam Nishanta, 2008). Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku *entrepreneur* yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar dan kondisi kontekstual.

Beberapa pihak menyoal keberadaan lulusan perguruan tinggi saat ini, Hendarman Direktur Kelembagaan Dikti Depdiknas menyatakan "data pengangguran terdidik di Indonesia menunjukkan bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin rendah kemandirian dan semangat kewirausahaannya." Hal ini disebabkan sistem pembelajaran yang diterapkan di berbagai perguruan tinggi saat ini, yang umumnya lebih terfokus pada ketepatan lulus dan kecepatan memperoleh pekerjaan, dan memarginalkan kesiapan untuk menciptakan pekerjaan. Ciputra (dalam Direktorat Kelembagaan Dikti, 2009) menyatakan: "Mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu jangan hanya diajarkan bagaimana bisa bekerja dengan baik, tetapi dipacu untuk bisa menjadi pemilik dari usaha-usaha sesuai latar belakang ilmu mereka,".

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM (STIE AMM) Mataram sebagai salah satu Perguruan Tinggi di Mataram, Nusa Tenggara Barat memiliki peran dan tanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para mahasiswanya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Peran dan tanggung jawab tersebut telah diwujudkan oleh STIE AMM Mataram dalam bentuk adanya pembelajaran Wirausaha dengan penerapan pola pembelajaran kewirausahaan (melalui mata kuliah kewirausahaan) untuk membekali mahasiswa dengan penge-tahuan ditindak lanjuti dengan adanya pembinaan mahasiswa wirausaha (melalui program mahasiswa wirausaha) yang dijalankan oleh Pusat Pengembangan Kewirausahaan dan Produktivitas Nasional (P2KPN) yang penerapannya dalam bentuk pemberian pinjaman modal usaha dan belajar kongkrit atau praktek langsung mahasiswa menjalankan usahanya pada *took-toko* yang sudah disiapkan.

Persoalannya tidak semua mahasiswa yang telah mengikuti mata kuliah kewirausahaan yang mempunyai keinginan untuk berwirausaha. Bagaimana

menumbuhkan motivasi berwirausaha di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap motivasi atau niat mahasiswa untuk memilih karir berwirausaha setelah mereka lulus sarjana, masih menjadi pertanyaan dan memerlukan penelaah-an lebih jauh.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan memperhatikan urgensi penelitian yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimanakah pengaruh berbagai faktor, yaitu sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*) baik secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (bersama-sama) terhadap motivasi wirausaha mahasiswa pada STIE AMM Mataram.
- b. Manakah dari factor sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*) yang dominan mempengaruhi motivasi wirausaha mahasiswa pada STIE AMM Mataram

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh berbagai faktor, yaitu sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*), baik secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (bersama-sama) terhadap Motivasi wirausaha mahasiswa pada STIE AMM Mataram.
- b. Untuk mengetahui dari factor-faktor sosio demografi (*socio demographic*), sikap individu (*personal attitude*) dan kontekstual (*contextual*) yang dominan mempengaruhi motivasi wirausaha mahasiswa pada STIE AMM Mataram

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Motivasi

Hasibuan (2008:141) mengemukakan bahwa: “Motivasi berasal dari kata latin *Movere* yang berarti dorongan atau menggerakkan. Motivasi (*Motivation*) dalam manajemen hanya ditujukan pada sumber daya manusia umumnya dan bawahan khususnya. Motivasi mempersoalkan bagaimana caranya mengarahkan daya dan potensi bawahan agar mau bekerja sama secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan”.

Supardi dan Anwar (2004:47) mengatakan motivasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk melakukan tujuan. Motivasi yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu perilaku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Jadi, motivasi bukanlah yang dapat diamati tetapi adalah hal yang dapat disimpulkan karena adanya sesuatu yang tampak.

Menurut Masrukhin dan Waridin (2003:22) motivasi merupakan faktor psikologis yang menunjukkan minat individu terhadap pekerjaan, rasa puas dan ikut bertanggung jawab terhadap aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan. Sedangkan Yohanas (2006) menyatakan motivasi adalah faktor yang kehadirannya dapat menimbulkan kepuasan kerja dan meningkatkan produktivitas atau hasil kerja dan menimbulkan berbagai perilaku manusia.

2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Motivasi

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi motivasi sebagai proses psikologis dalam diri seseorang, dimana faktor-faktor tersebut dapat dibedakan atas faktor intern dan faktor ekstern yang berasal dari karyawan.

Menurut Ernest J. McComick dalam Mangkunegara (2008:94), dalam hubungannya dengan lingkungan kerja mengemukakan bahwa “*Work motivation as conditions which influence the arousal, direction, and maintenance of behaviors relevant in work settings*”, (Motivasi kerja didefinisikan sebagai kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja).

Faktor yang mempengaruhi seseorang terdorong untuk berwirausaha adalah kepribadian dan aspek lain seperti faktor usia, pendidikan, lingkungan keluarga dan pergaulan (Nasution, 2001). Johnson (2003) menyatakan seseorang termotivasi menjadi wirausaha karena adanya faktor kesempatan, kebebasan dan kepuasan dalam menjalani hidup. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha meliputi dua aspek yaitu (Utami, 2007):

- a. Aspek Internal, terdiri dari
 - 1) Demografi meliputi:
 - a) Usia.
 - b) Pendidikan. Semakin banyak seseorang tertarik untuk belajar dalam dunia pendidikan akan meningkatkan minat usahanya.
 - 2) Kepribadian
Ciri-ciri seorang wirausaha atau karakter psikologis yang membedakan mengapa kadang kala seseorang lebih dapat memanfaatkan peluang dibandingkan yang lain
 - 3) Motif pribadi meliputi motif untuk bekerja dan motif untuk kreatif
- b. Aspek Eksternal
 - 1) Lingkungan keluarga
 - 2) Lingkungan bekerja

Pada dasarnya pembentukan jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Priyanto, 2008). 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. Beberapa karakteristik psikologis ditemukan dalam sejumlah studi sebagai determinan dari perilaku kewirausahaan seperti: (i) kebutuhan untuk berprestasi (*need of achievement*) (ii) inisiatif dan kreativitas (iii) kecenderungan mengambil resiko (*the propensity to take risk*) (iv) kepercayaan diri dan kontrol diri (*locus of control*) (v) Penghargaan diri (*self-esteem*) and perilaku inovatif (vi) nilai-nilai yang dianut dan tujuan personal dan (vii) Kepemimpinan (*leadership*) (Gerry et al. , 2008). Selain faktor personality traits, beberapa studi lain menyoroti pengaruh sikap (*attitudes*) individual terhadap niat kewirausahaan. Tjahjono & Ardi (2010), mengemukakan beberapa unsur sikap yang terdapat dalam model Theory of Planned Behavior dari Fishbein dan Ajzen berpengaruh terhadap niat kewirausahaan mahasiswa mencakup Otonomi & ewenangan, (*autonomy/authority*) kesempatan ekonomi & tantangan (*economic challenge*), Realisasi diri & Kepercayaan diri (*self realization, and perceived confidence*) Keamanan & Beban kerja (*Security & workload*), Menghindari Tanggung jawab, dan Karier Sosial (*avoid responsibility, dan social career*)

Beberapa studi juga menemukan faktor sosio demografi dapat mendorong munculnya niat seseorang untuk berwirausaha. Faktor-faktor sosio demografi yang diteliti antara lain meliputi jenis kelamin, umur (Johnson et al. , 2010) dan pekerjaan orangtua (Gerry et al. , 2008; dalam Nishanta, 2008).

2.3. Definisi Wirausaha (Entrepreneur).

Pengertian wirausaha berdasarkan pendapat Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (2010; 46) adalah proses di mana seseorang atau sekelompok orang menggunakan usaha dan sarana yang terorganisasi untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai dan bertumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan. Joseph C. Schumpeter menyatakan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang mampu menghancurkan keseimbangan pasar yang baru dan mengambil keuntungan-keuntungan atas perubahan-perubahan tersebut. Berdasarkan pendapat Retno Dewanti (2008) wirausahawan secara umum adalah orang-orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Berdasarkan beberapa pendapat para ahli yang telah disampaikan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa wirausaha adalah sebuah pemikiran yang inovatif, kreatif, yang dijalankan dengan memperhitungkan resiko-resiko yang akan dihadapinya dalam persaingan bisnis di sebuah industri yang akan dimasukinya. Seorang wirausaha merupakan seseorang yang dapat memberi inovasi, kreatifitas, memimpin dan juga mengarahkan apa yang menjadi bisnisnya saat itu.

III. METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang digunakan adalah metode Penelitian Deskriptif. adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu obyek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Dalam penelitian ini populasi yang akan diteliti adalah Mahasiswa STIE AMM Mataram jenjang pendidikan Sarjana (S.1) jurusan/program studi Manajemen dan Akuntansi yang pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan, dan pernah mendapatkan pelatihan Kewirausahaan dari P2KPN STIE AMM Mataram. Teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling* dimana penelitian ini tidak dilakukan pada seluruh populasi, tapi terfokus pada target. sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian, dalam hal ini penelitian dilakukan pada mahasiswa STIE AMM Mataram yang pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan pernah mengikuti pelatihan program mahasiswa wirausaha (PMW) yang diselenggarakan oleh P2KPN STIE AMM Mataram.

Adapun kriteria dari mahasiswa yang dijadikan sampel adalah :

- a. Mahasiswa yang pernah mengikuti mata kuliah kewirausahaan
- b. Mahasiswa yang pernah mendapatkan pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh P2KPN STIE AMM Mataram.
- c. Mahasiswa yang pernah praktek usaha pada toko-toko yang sudah disiapkan oleh STIE AMM Mataram.

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat di klasifikasi menjadi a). Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini Sosio demografi, Sikap, dan Kontekstual. b). Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah Motivasi Wirausaha Mahasiswa.

IV. HASIL PENELITIAN

4.1. Regresi Linear Berganda

Hasil analisa regresi linear berganda atas peranan Faktor Sosial Demografi (X1), Faktor Sikap (X2), dan Faktor Kontekstual (X3). Terhadap Motivasi Wirausaha (Y)

Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM (STIE AMM) Mataram adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1. Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1. (Constant)	.805	.684			2.638	.012
Sosial Demografi (X1)	.670	.165	.696		.4051	.000
Faktor Sikap (X2)	.139	.172	.136		.810	.423
Faktor Kontekstual (X3).	.061	.104	.078		.581	.565

Sumber : hasil print-out SPSS

Dari tabel di atas dapat diketahui persamaan regresi linear yang terbentuk adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = .805 + 0.670X_1 + 0.139X_2 + 0.061X_3 + e$$

- Nilai konstanta sama dengan 0.805 menunjukkan bahwa jika tidak ada Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual, maka besarnya motivasi Wirausaha mahasiswa hanya sebesar 0.805.
- Analisis regresi menunjukkan koefisien regresi $X_1 = 0,670$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan faktor Sosial Demografi (X_1), maka akan menambah Motivasi Wirausaha Mahasiswa sebesar 0,670.
- Analisis regresi menunjukkan koefisien regresi $X_2 = 0,139$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan Faktor Sikap (X_2) , maka akan menambah Motivasi Wirausaha Mahasiswa sebesar 0,139.
- Analisis regresi menunjukkan koefisien regresi $X_3 = 0,061$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan Faktor Kontekstual (X_2) , maka akan menambah Motivasi Wirausaha Mahasiswa sebesar 0,061.

4.2. Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 4.2 : Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.644 ^a	.415	.366	.32597	.415	8.517	3	36	.000	1.074

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel tersebut diatas dan berdasarkan ketentuan kuat tidaknya pengaruh, variabel Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual, terhadap motivasi Wirausaha mahasiswa dapat dijelskan sebagai berikut :

Nilai R Square pada tabel diatas adalah sebesar 0.415 yang manunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sedang dimana variabel Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual, secara bersama-sama mempengaruhi motivasi Wirausaha mahasiswa STIE AMM Mataram sebesar 41,5%, sisanya sebesar 59,5 dipengaruhi oleh 79actor-faktor lain yang tidak diteliti.

4.3. Uji F (Uji Serentak / Simultan)

Analisis ini digunakan untuk melakukan pengujian terhadap pengaruh Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstua secara bersama-sama terhadap motivasi Wirausaha mahasiswa STIE AMM Mataram

Tabel 4.3 : ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.715	3	.905	8.517	.000 ^a
	Residual	3.825	36	.106		
	Total	6.540	39			

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($8.517 > 3.34$), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen (Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Motivasi Wirausaha Mahasiswa) pada STIE AMM Mataram.

4.4. Analisis Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh secara parsial antara Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram.

Tabel 4.3. Coefficients^a

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
(Constant)	.805	.684		2.638	.012					
X1	.670	.165	.696	4.051	.000	.628	.560	.516	.550	1.818
X2	.139	.172	.136	.810	.423	.296	.134	.103	.576	1.737
X3	.061	.104	.078	.581	.565	.234	.096	.074	.901	1.109

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan data dari tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan analisis uji t (Parsial) dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.051 > 2.048$) maka H_a di terima dan H_0 di tolak, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial Demografi (X1) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.000 < 0.05$.
2. Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.810 < 2.048$) maka H_a di tolak dan H_0 di terima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sikap (X2) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.423 > 0.05$.
3. Karena nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.581 < 2.048$) maka H_a di tolak dan H_0 di terima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Kontekstual (X3) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.565 > 0.05$.

4.5. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dijelaskan bahwa Faktor Sosial Demografi (X1), Faktor Sikap (X2), dan Faktor Kontekstual (X3) adalah factor-faktor yang mempengaruhi Motivasi Wirausaha Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM (STIE AMM) Mataram, walaupun berdasarkan hasil analisis determinan manunjukkan bahwa variabel Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual, secara bersama-sama mempengaruhi motivasi Wirausaha mahasiswa STIE AMM Mataram sebesar 41,5%, sisanya sebesar 59,5 dipengaruhi oleh factor-faktor lain

yang tidak diteliti. Hal ini dipertegas bahwa berdasarkan hasil analisa data berdasarkan uji serentak (Uji F) diketahui bahwa Faktor Sosial Demografi (X1), Faktor Sikap (X2), dan Faktor Kontekstual (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram dibuktikan oleh hasil $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($8.517 > 3.34$), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen (Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Motivasi Wirausaha Mahasiswa) pada STIE AMM Mataram.

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji t) dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial Demografi (X1) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram, hal ini dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.051 > 2.048$) maka H_a di terima dan H_0 di tolak, artinya secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram, dan dengan diperkuat oleh taraf signifikan yaitu $0.000 < 0.05$. Akan tetapi untuk Faktor Sikap (X2).

Berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.810 < 2.048$) maka H_a di tolak dan H_0 di terima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara dari Faktor Sikap (X2) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.423 > 0.05$. Demikian pula untuk Faktor Kontekstual (X3) berdasarkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0.581 < 2.048$) maka H_a di tolak dan H_0 di terima, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Kontekstual (X3) terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa pada STIE AMM Mataram. Hal ini di tunjukkan pula dengan taraf signifikan yaitu $0.565 > 0.05$.

V. KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa :

- Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual adalah factor-factor yang mempengaruhi Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram, hal ini dibuktikan dari hasil uji serentak (Uji F), Faktor Sosial Demografi, Faktor Sikap dan Faktor Kontekstual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram.
- Berdasarkan Uji parsial (Uji t), Faktor Sosial Demografi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram, sedangkan factor Sikap dan Faktor Kontekstual tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram
- Berdasarkan Uji parsial (Uji t), factor yang paling besar atau dominan pengaruhnya terhadap Motivasi Wirausaha Mahasiswa STIE AMM Mataram adalah Faktor Sosial Demografi hal ini dibuktikan oleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.051 > 2.048$), diperkuat oleh taraf signifikan yaitu $0.000 < 0.05$.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil temuan dan pembahasan penelitian diatas maka dapat disarankan bahwa dalam rangka meningkatkan Motivasi Wirusaha Mahasiswa STIE AMM Mataram hal-hal yang dapat dilakukan adalah :

- Memperbanyak atau meningkatkan intensitas kegiatan pelatihan maupun praktek-praktek wirausaha baik dalam bentuk magang pada toko-toko yang sudah disiapkan pada STIE AMM Mataram, maupun membentuk inkubator bisnis sebagai tempat pelatihan khusus kewirausahaan bagi mahasiswa STIE AMM Mataram.

- b. Memerbaiki kurikulum dengan memperbanyak muatan mata kuliah atau praktikum kewirausahaan maupun perbaiki materi perkuliahan Kewirausahaan dengan menambahkan materi-materi tentang perubahan sikap dan mental wirausaha.
- c. Memperbanyak kegiatan-kegiatan yang dapat membangun semangat, merubah sikap atau mindset Mahasiswa untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan terutama dalam bentuk adanya program motivator bisnis, dan pembangunan kemandiri dan keberanian mengambil resiko bisnis (*entrepreneursip*).

DAFTAR PUSTAKA

- Hadi Sumarsono “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo
- Irwandi. (2009). Dari 0,18 Persen Menuju 2 Persen Wirausaha. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi.
- Indarti N, 2008. “Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan antara Indonesia, Jepang, dan Norwegia”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Vol.23, No.4.
- Lieli Suharti dan Hani Sirine “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana
- Malayu SP Hasibuan (2008) “ Manajemen Sumberdaya Manusiait, penerbit, Bumi Aksara, Jakarta.
- Nurain, Mujiono S.Pd,MM, Rosmida, SE “ Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Admnistrasi Bisnis) Politeknik Negeri Bengkalis
- Susanto, A.B. 2009. Leadpreneurship. Jakarta: Esensi
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Suryana. (2003). Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses menuju Sukses. Salemba Empat, Jakarta.
- Utami, Erlita Dhiah. (2007). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwiraswasta (Studi Deskriptif pada Usahawan Rental Komputer di Sekaran Gunung Pati Semarang). Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.