

## Motivasi dan Minat Berwirausaha yang Dipengaruhi oleh Faktor *Social Demographics, Personal Attitude, dan Contextual* di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Mataram

<sup>1</sup>Satriawan, <sup>2</sup>Topan Siswanto

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMM, Mataram, Indonesia

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara *social demography, personal attitude, dan contextual* terhadap motivasi dan minat mahasiswa berwirausaha. Penelitian ini didesain dengan pendekatan penelitian kuantitatif yang ditujukan untuk melihat pengaruh antar variabel dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan purposive sampling. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. alat pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala semantik differensial. Alat pengolahan data menggunakan *structure equation modeling*. Pengolahan data penelitian dimulai dengan pengujian analisis *factor confirmatory* (CFA) eksogen dan endogen dan menghasilkan terpenuhinya syarat CFA eksogen dan endogen. Sehingga hasil pengolahan data menunjukkan bahwa pengaruh *social demographics, personal attitude, dan kontekstual* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, *social demographics, personal attitude, dan kontekstual* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dan motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

**Kata kunci:** *social demographics, personal attitude, contextual, motivasi, minat.*

### PENDAHULUAN

Covid-19 merupakan wabah internasional yang memberikan dampak terhadap terpuruknya perekonomian suatu negara, yang diakibatkan oleh pasar tidak terkendali, tingkat konsumsi masyarakat menurun, beberapa lapangan kerja seperti disektor pariwisata mati, yang berdampak kepada banyaknya usaha yang tutup termasuk pemutusan hubungan kerja (PHK).

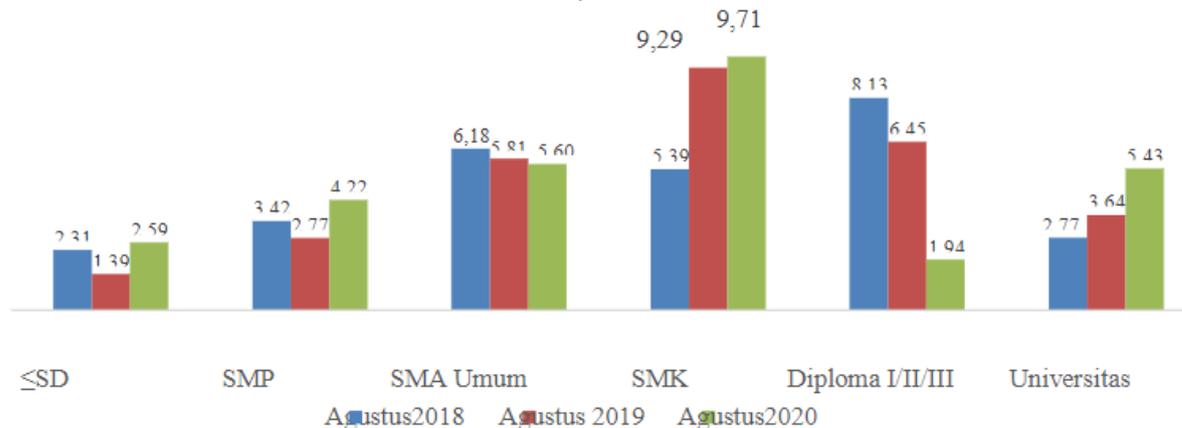
Pengangguran di Nusa Tenggara Barat merupakan menjadi salah satu masalah yang mesti harus dituntaskan, menurut data yang dikemukakan oleh (Murapi et al., 2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dari 3,82 juta penduduk usia kerja, terdapat 455,56 ribu orang (11,93 persen) yang terdampak Covid-19. Sebagian besar penduduk usia kerja yang terdampak Covid-19 mengalami pengurangan jam kerja, yaitu sebanyak 378,85 ribu orang (83,16 persen). Sedangkan jumlah penganggur karena dampak Covid-19 sebanyak 28,39 ribu orang atau sekitar 25,03 persen terhadap total penganggur (113,43 ribu orang). Dengan adanya pandemi Covid-19, tidak hanya masalah kesehatan yang timbul, namun semua aspek dalam kehidupan ikut terdampak termasuk perekonomian. Perekonomian mulai menurun sejak diberlakukannya pembatasan aktivitas. Penurunan tersebut juga berdampak pada dinamika ketenagakerjaan di NTB. Tidak hanya pengangguran, penduduk usia kerja lainnya juga turut terdampak.

Menurut data Badan Pusat Statistik bahwa dari tahun 2018 – 2020 menunjukkan bahwa tingkat pengangguran mengalami peningkatan baik yang berlatar pendidikan rendah tetapi maupun yang berlatar pendidikan tinggi.

---

<sup>1</sup> Penulis korespondensi. satriawanmm@gmail.com

**Gambar 1**  
**Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Menurut Menurut Tingkat Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan, Agustus 2018 - Agustus 2020\*)**



Sumber: BPS Nusa Tenggara Barat 2021

Dari Grafik tersebut menunjukkan bahwa pada Agustus 2020, Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) masing-masing kategori pendidikan mengalami peningkatan. Pengangguran di tingkat SMK masih merupakan yang paling tinggi dibandingkan tamatan jenjang pendidikan lainnya, yaitu sebesar 9,71%. Sedangkan pengangguran di tingkat Diploma dan Universitas masing-masing memberikan kontribusi sebesar 8% (Diploma) dan 5,45% (Sarjana).

Melihat hal tersebut bahwa bahwa lulusan perguruan tinggi juga memberikan kontribusi menyumbangkan pengangguran (pengangguran terdidik), sehingga perlu diberikan solusi dalam menyelesaikan permasalahan tersebut, dimana pemerintah telah mengadakan pameran lowongan kerja (*job fair*). Namun hal tersebut juga tidak bisa maksimal karena jumlah angkatan kerja juga tidak sebanding dengan tingkat penyerapan kerja. Untuk mengurangi tingkat pengangguran di daerah ini.

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) dalam (Arrifianti & Hamdi, 2016)

Perguruan Tinggi Swasta (PTS) juga memberikan andil dalam pelaksanaan kegiatan kewirausahaan, dimana setiap perguruan tinggi menyisipkan mata kuliah kewirausahaan dan pelatihan kewirausahaan sebagai matakuliah wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa, hal ini bertujuan untuk menumbuhkembangkan budaya kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi. Disamping itu merupakan persiapan mental mahasiswa untuk menumbuhkan minat wirausaha, sehingga selain menjadi sarjana mereka memiliki pola pikir, sikap, dan mental menjadi wirausaha.

Peranan perguruan tinggi dalam memotivasi lulusan sarjananya menjadi seorang wirausahawan muda sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausahawan. Dengan meningkatnya wirausahawan dari kalangan sarjana akan mengurangi pertambahan jumlah pengangguran bahkan menambah jumlah lapangan pekerjaan. Saat ini, 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*). (Ranto, 2016)

Peran kewirausahaan sangat penting karena selain untuk mendapatkan penghasilan sendiri, wirausaha juga dapat membuka lapangan kerja baru maka untuk itu perlunya ada dorongan untuk berwirausaha terutama pada perguruan tinggi selaku pencetak sarjan. Perlunya dorongan berwirausaha dalam bentuk peningkatan wawasan kewirausahaan melalui mata kuliah kewirausahaan maupun praktek kewirausahaan yang dilakukan oleh perguruan tinggi untuk mendorong motivasi dan niat untuk berwirausaha. Pendidikan kewirausahaan juga dapat meningkatkan minat para mahasiswa untuk memilih kewirausahaan sebagai salah satu pilihan karir selain menjadi pegawai swasta, PNS, atau pegawai BUMN.

Pengalaman pendidikan peserta didik dapat diperoleh dari berbagai lingkungan, bukan hanya di lingkungan sekolah melainkan melalui masyarakat dan keluarga. Lingkungan masyarakat dan budaya dapat memberikan pengalaman kewirausahaan ketika lingkungan tersebut merupakan sentra wirausaha. Sama halnya dengan keluarga, orang tua yang berwirausaha atau tidak berwirausaha akan memberikan pengalaman kepada anaknya.

Motivasi untuk berwirausaha tidak cukup hanya dibekali dengan pengetahuan atau pendidikan kewirausahaan. Harus ada bekal keterampilan mengenai bidang apa yang akan dijadikan usaha atau menjadi fokus wirausaha. SMK merupakan pendidikan yang membekali pengetahuan dan keterampilan kejuruan tertentu kepada peserta didiknya. Pengetahuan dan keterampilan tersebut, bukan hanya dapat dimanfaatkan untuk mencari pekerjaan di industri/perusahaan, tetapi juga diharapkan dapat digunakan sebagai bekal untuk mandiri dengan membuka usaha sendiri. (Dewi & Mulyatiningsih, 2013)

Namun permasalahan yang terjadi sering sekali terjadi pada pelaksanaan pada perguruan tinggi yang hanya terpaku pada jumlah kelulusan dan kecepatan memperoleh pekerjaan, seperti yang diungkapkan oleh Direktur Kelembagaan Dikti Depdiknas bahwa "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."

Menurut (Rosmiati et al., 2015) berdasarkan hasil penelitiannya mengemukakan bahwa Mahasiswa satu cenderung kurang berminat berwirausaha, karena sebagian besar mahasiswa belum memahami wirausaha. Beberapa sikap, motivasi dan minat mahasiswa berwirausaha dipengaruhi ketidakpahaman menjalankan usaha. Mahasiswa yang mempunyai minat untuk menjadi wirausaha tergantung dari pengalaman. Sisi lainnya karena sebagian besar mahasiswa kurang menyukai tantangan dan kurang berani mengambil risiko.

Sehingga dalam perlu dikaji kembali bagaimana meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha karena merupakan berwirausaha adalah salah satu solusi mengurangi pengangguran..

### **Minat Wirausaha**

Minat wirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Hal yang paling utama yaitu sifat keberanian untuk menciptakan usaha baru. Menurut Santoso, minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Inti dari pendapat tersebut adalah pemusatan perhatian yang disertai rasa senang (Maman Suryamannim, 2006: 22).

Penelitian Aris Subandono (2007: 18), 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. Berdasarkan definisi di atas, maka yang dimaksud dengan minat wirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras dengan adanya pemusatan perhatian untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut akan resiko yang akan dihadapi, senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami, serta mengembangkan usaha yang diciptakannya. Minat wirausaha tersebut tidak hanya keinginan dari dalam diri saja tetapi harus melihat ke depan dalam potensi mendirikan usaha. Menurut Romantika (dalam Setyawati, 2013), indikator minat berwirausaha yaitu kesadaran, kemauan, perasaan tertarik, perasaan senang.

### **Motivasi Berwirausaha**

Dorongan untuk berwirausaha sebagai pilihan karir, (Segal et al., 2005) mengemukakan dua teori berkenaan tentang dorongan untuk berwirausaha, *“push” theory* dan *“pull” theory*. Menurut *“push” theory*, individu di dorong (push) untuk menjadi wirausaha dikarenakan dorongan lingkungan yang bersifat negatif, misalnya ketidakpuasan pada pekerjaan, kesulitan mencari pekerjaan, ketidaklunturan jam kerja atau gaji yang tidak cukup. Sebaliknya, *“pull” theory* berpendapat bahwa individu tertarik untuk menjadi wirausaha karena memang mencari hal-hal berkaitan dengan karakteristik wirausaha itu sendiri, seperti kemandirian atau memang karena yakin berwirausaha dapat memberikan kemakmuran. Beberapa penelitian (Keeble et al., 1992; Orhan and Scott, 2001) dalam (Segal et al., 2005) mengindikasikan bahwa kebanyakan individu menjadi wirausaha terutama disebabkan *“pull” factors*, daripada *“push” factors*. Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan beberapa indikator untuk mengukur motivasi berwirausaha adalah semangat, kepemimpinan, pantang menyerah, dan komitmen.

Wirausaha berkembang dan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi dipicu oleh faktor pribadi dan lingkungan sosial, seperti pertama, faktor pribadi yang memicu wirausaha adalah pencapaian locus of control, toleransi, pengambilan resiko, nilai-nilai pribadi, pengetahuan, pengalaman, usia, komitmen dan ketidakpuasan (Noore via Suryana, 2003:63) dalam (Rochayati et al., n.d.) Kedua, faktor pemicu yang berasal dari lingkungan adalah peluang, model peran, aktivitas, pesaing, sumber daya, informasi dan kebijakan pemerintah. Faktor pemicu yang berasal dari lingkungan sosial meliputi keluarga, orangtua, dan jaringan kelompok.

Faktor-faktor pendorong wirausaha di antaranya adalah pertama, faktor personal (Susanto, 2009:7-11) dalam (Rochayati et al., n.d.). Seorang wirausahawan memiliki *locus of control internal* yang lebih tinggi daripada seorang nonwirausahawan. Artinya, mereka memiliki keinginan yang lebih kuat untuk menentukan nasib sendiri. Kedua, faktor lingkungan. Faktor lingkungan mempunyai peran yang signifikan dalam pembentukan jiwa wirausahawan. Salah satu faktor lingkungan yang berpengaruh besar dalam membentuk jiwa wirausaha adalah faktor budaya. Ketiga, faktor sosiologis. Kondisi sosial juga turut memberikan andil dalam meningkatkan aktivitas kewirausahawan dalam kelompok-kelompok tertentu seperti kaum wanita, minoritas serta akademis. Keempat, faktor ketersediaan sumber daya. Ketersediaan modal adalah hal yang sangat penting. Demikian pula ketersediaan sumber daya lainnya, termasuk sumber daya manusia dengan pengalaman dan keterampilannya, sumber daya informasi seperti media, sumber daya infrastruktur seperti lokasi yang tepat.

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): Pertama, aspek internal, terdiri dari a). *demographics* meliputi: usia, dan pendidikan. Semakin banyak seseorang tertarik untuk belajar dalam dunia pendidikan akan meningkatkan minat usahanya. b). Kepribadian, Ciri-ciri seorang wirausaha atau karakter psikologis yang membedakan mengapa kadang kala seseorang lebih dapat memanfaatkan peluang dibandingkan

yang lain. c). Motif pribadi meliputi motif untuk bekerja dan motif untuk kreatif. Kedua, aspek eksternal, meliputi lingkungan keluarga dan lingkungan bekerja.

Beberapa karakteristi 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 & kewenangan, (*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).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat asosiatif/kausal yang melihat pengaruh sebab-akibat (*kausal*) variable sosio demografi, personal attitude, dan kontekstual terhadap motivasi dan minat berwirausaha. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta (PTS).

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dimana penelitian ini tidak dilakukan pada seluruh populasi, tapi terfokus pada target. *Purposive Sampling* artinya bahwa penentuan sampel mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian

Tabel 1. Sebaran Respoden pada Mahasiswa PTS Sekota Mataram

No.	PTS	Respoden
1	STIE AMM Mataram	25
2	Universitas Muhammadiyah Mataram	25
3	Universitas Pendidikan Mataram	25
4	Universitas Teknologi Mataram	25
5	Universitas Nahdathul Wathan	20
6	Universitas Hanzanwadi Mataram	20
7	PTS Lainnya	10
Jumlah		150

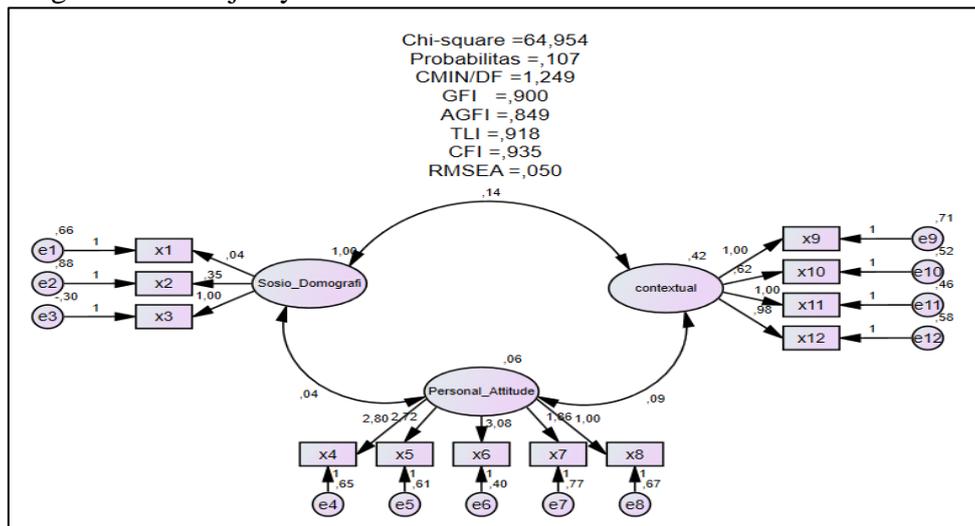
Sumber: Data Primer diolah

Menurut Hair dkk, dalam (Waluyo, 2019), mengemukakan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100-200 sampel untuk tehnik maximum likelihood estimation dan menyarankan agar ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 kali jumlah parameter yang diestimasi. Dimana dalam penelitian ini memiliki 13 indikator atau parameter, maka sampel yang digunakan adalah antara 65-130 sampel, dan jumlah sampel yang dipilih dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel. Penelitian ini membutuhkan analisis data dan interpretasi yang bertujuan menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkap fenomena sosial tertentu. Analisis data yang digunakan adalah *The Structural Equation Modelling (SEM)*

dari paket software statistik AMOS digunakan dalam model dan pengujian hipotesis. Teknik SEM dapat menguji sifat yang multidimensi dan berjenjang dengan lebih dari satu variabel terikat yang berhubungan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Analisis faktor konfirmatori bertujuan untuk menguji unidimensionalitas dari dimensi-dimensi pembentuk masing-masing variabel laten. Hasil analisis faktor konfirmatori dari masing-masing model selanjutnya akan dibahas.



Gambar 1. Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen

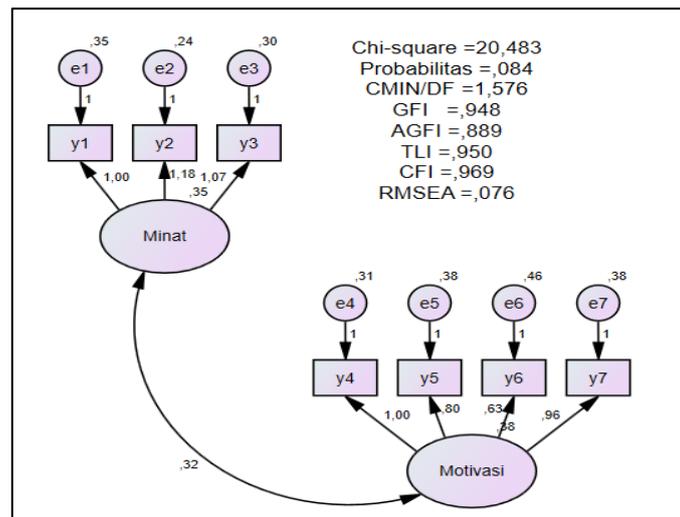
Pada Gambar 1. analisis konstruk Eksogen, dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (*probability*) sebesar  $0,107 > 0,05$  menunjukkan bahwa hipotesis model yaitu : Hipotesis nol ( $H_0$ ) mengatakan bahwa tidak ada perbedaan matriks kovarians sampel, bisa diterima atau model ini dapat diterima. Selain pengujian berdasarkan nilai *probability* perlu juga diperkuat dengan nilai-nilai yang lain: Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sehingga model dapat diterima. Sementara itu, hasil dari regression weight dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Regression Weights Faktor Konfirmasi Eksogen  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
x3 <--- Sosio_Domografi	1,000				
x2 <--- Sosio_Domografi	,351	,091	3,861	***	
x1 <--- Sosio_Domografi	,037	,067	,555	,579	
x8 <--- Personal_Attitude	1,000				
x7 <--- Personal_Attitude	1,860	,798	2,332	,020	
x6 <--- Personal_Attitude	3,080	1,193	2,582	,010	
x5 <--- Personal_Attitude	2,718	1,074	2,531	,011	
x4 <--- Personal_Attitude	2,802	1,107	2,531	,011	
x9 <--- contextual	1,000				
x10 <--- contextual	,619	,167	3,714	***	
x11 <--- contextual	1,002	,218	4,600	***	
x12 <--- contextual	,982	,220	4,454	***	

Sumber: Data Primer Diolah (*Confirmatory factor analysis (AMOS)*)

Berdasarkan Tabel Analisis faktor tersebut menunjukkan nilai pengujian dari masing-masing pembentuk suatu konstruk. Hasil menunjukkan bahwa setiap indikator-indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan hasil baik, yaitu nilai dengan Critical Ratio (CR) >2,0 (Waluyo, 2019) atau dengan probabilitas yang lebih kecil dari 0,05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten eksogen telah menunjukkan unidimensionalitas. Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori yaitu pengukuran terhadap dimensi-dimensi yang membentuk variabel laten/konstruk laten dalam model penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 2. Analisis Faktor Konfirmatori Endogen

Pada Gambar 2. analisis faktor konfirmatori endogen dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi (*probability*) sebesar  $0,314 > 0,05$  menunjukkan bahwa hipotesis model yaitu: Hipotesis nol ( $H_0$ ) mengatakan bahwa tidak ada perbedaan matriks kovarians sampel, bisa diterima atau model ini dapat diterima. Selain pengujian berdasarkan nilai *probability* perlu juga diperkuat dengan nilai-nilai yang lain. Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria goodness of fit.

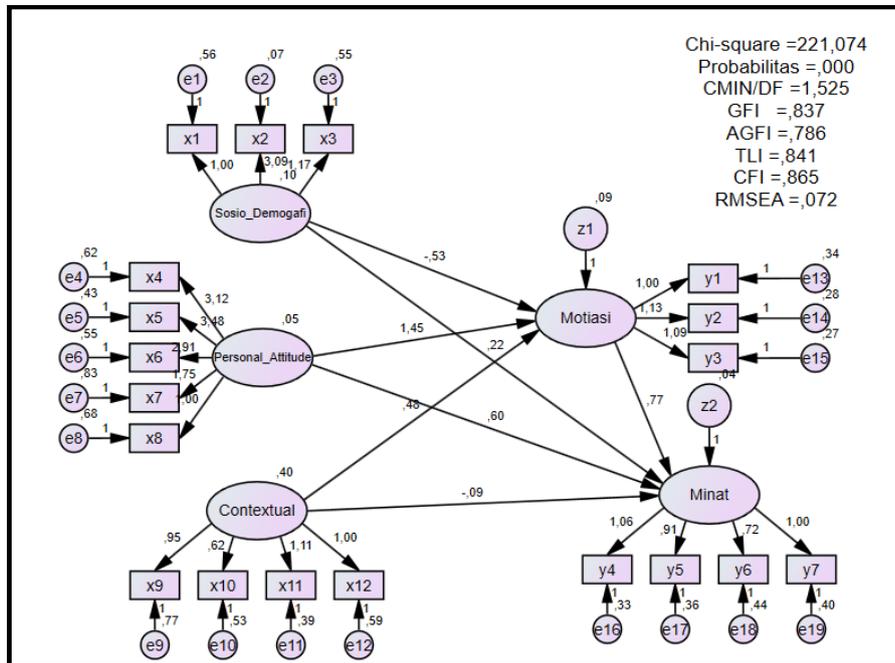
Tabel 3. Regression Weights Faktor Konfirmasi Endogen  
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
y1 <--- Minat	1,000				
y2 <--- Minat	1,179	,166	7,113	***	
y3 <--- Minat	1,067	,159	6,725	***	
y4 <--- Motivasi	1,000				
y5 <--- Motivasi	,805	,143	5,626	***	
y6 <--- Motivasi	,626	,140	4,457	***	
y7 <--- Motivasi	,956	,155	6,161	***	

Sumber: Data Primer diolah ((*Confirmatory factor analysis (AMOS)*))

Berdasarkan Tabel Analisis faktor tersebut menunjukkan nilai pengujian dari masing-masing pembentuk suatu konstruk. Hasil menunjukkan bahwa setiap indikator-indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan hasil baik, yaitu nilai dengan Critical Ratio (CR) > 2,0 (Waluyo, 2019) atau dengan probabilitas yang lebih kecil dari

0,05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten endogen telah menunjukkan unidimensionalitas.



Gambar 3. Hasil Pengujian Structural Equation Model (Full Model)

Gambar 3 menunjukkan bahwa model yang digunakan dapat diterima. Tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari probabilitas 0,05, hal ini berarti model belum fit. Selain itu Indeks pengukuran TLI, CFI, CMIN/DF, RMSEA GFI dan AGFI diterima secara marginal. Dengan demikian uji kelayakan model SEM belum memenuhi syarat penerimaan.

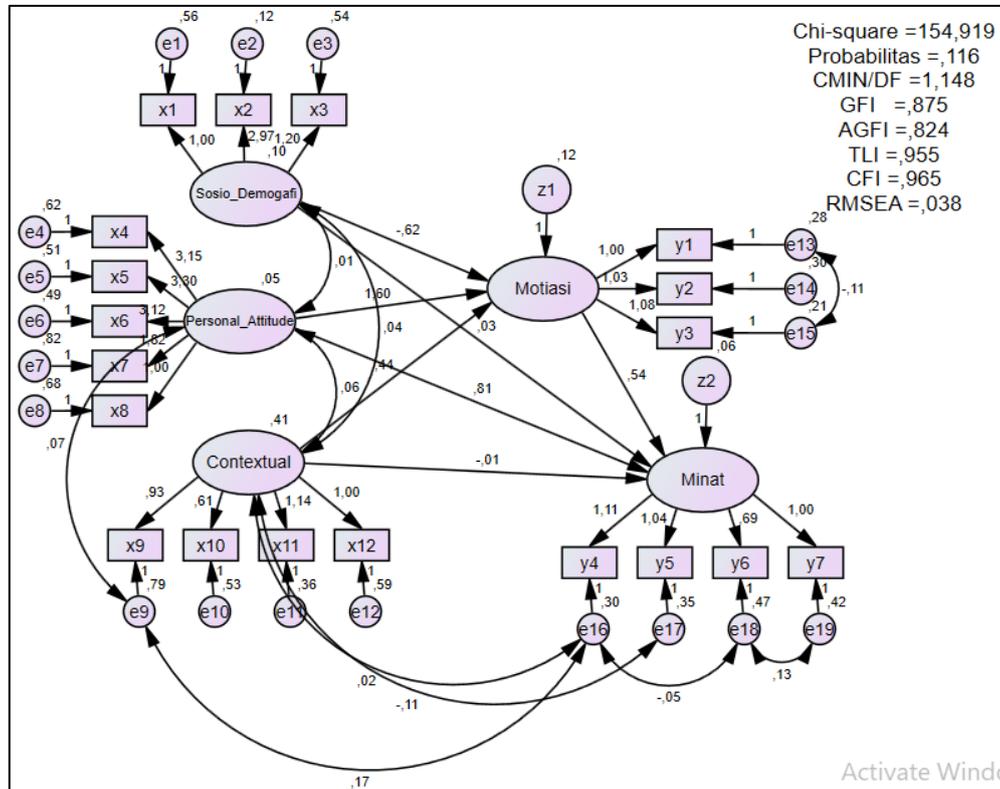
Tabel 4. Kriteria Penilaian Kelayakan Full Model

<i>Good of fit indices</i>	<i>Cut-off value</i>	Hasil uji Model	Evaluasi Model
Chi-Square	Diharapkan kecil	221,074	Marginal
Probability	≥ 0,05	0,000	Marginal
CMIN/DF	≤ 2,00	1,525	Baik
REMSEA	≤ 0,08	0,072	Baik
GFI	≥ 0,90	0,837	Marginal
AGFI	≥ 0,90	0,786	Marginal
TLI	≥ 0,95	0,841	Marginal
CFI	≥ 0,95	0,865	Marginal

Sumber: Data Primer Diolah (*Confirmatory factor analysis (AMOS)*)

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori belum memenuhi kriteria goodness of fit. Pengujian kesesuaian model dilakukan melalui telaah terhadap kriteria goodness of fit. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diketahui bahwa model yang dibangun telah memenuhi kriteria indeks pengujian kelayakan seperti terlihat pada tabel dapat dinyatakan pengujian ini menghasilkan konfirmasi yang baik atas dimensi faktor-faktor serta hubungan-hubungan kausalitas antar faktor. Modifikasi model dilakukan bila terdapat estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar. Apabila standardised residual covariance matrix terdapat nilai diluar ring  $-2,58 \leq residual \leq 2,58$  dan probabilitas (P) bila  $< 0,05$ , maka model yang di estimasi perlu dilakukan modifikasi lebih lanjut dengan pedoman pada indeks modifikasi caranya dengan memilih Indeks Modifikasi (MI) yang terbesar (Waluyo, 2011).

Dalam penelitian ini terdapat nilai probabilitas < 0,05, sehingga perlu dilakukannya modifikasi model sebagai berikut. Berikut Tabel Modifikasi Indices yang merupakan alternative pilihan untuk melakukan modifikasi model. Sehingga setelah dilakukan modifikasi model, maka model berubah menjadi.



Gambar 4. Modifikasi Analisis Full Model

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan dapat diterima. Tingkat signifikansi sebesar 0,295 lebih besar dari probabilitas 0,05, hal ini berarti model sudah fit. Selain itu Indeks pengukuran TLI, CFI, CMIN/DF, RMSEA dan GFI menunjukkan hasil yang baik atau fitmeskipun AGFI diterima secara marginal. Dengan demikian uji kelayakan model SEM telah memenuhi syarat penerimaan.

Tabel 5. Kriteria Penilaian Kelayakan Modifikasi Model

<i>Good of fit indices</i>	<i>Cut-off value</i>	Hasil uji Model	Evaluasi Model
Chi-Square	Diharapkan kecil	154,919	Baik
Probability	≥ 0,05	0,116	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1,148	Baik
REMSEA	≤ 0,08	0,038	Baik
GFI	≥ 0,90	0,875	Baik
AGFI	≥ 0,90	0,824	Marginal
TLI	≥ 0,95	0,955	Baik
CFI	≥ 0,95	0,965	Baik

Sumber: Confirmatory factor analysis (AMOS)

Hasil analisis pengolahan data terlihat bahwa konstruk yang digunakan untuk membentuk sebuah model penelitian, pada proses analisis faktor konfirmatori telah memenuhi kriteria *goodness of fit* sehingga model dapat diterima. Sementara itu, hasil *dari regression weight* dapat dilihat pada tabel berikut:

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)						
		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Motiasi <---	Sosio_Demogafi	-,621	,238	-2,604	,009	par_15
Motiasi <---	Personal_Attitude	1,603	,711	2,255	,024	par_17
Motiasi <---	Contextual	,442	,129	3,423	***	par_19
Minat <---	Sosio_Demogafi	,033	,200	,165	,869	par_16
Minat <---	Personal_Attitude	,806	,550	1,466	,143	par_18
Minat <---	Contextual	-,006	,175	-,032	,974	par_20
Minat <---	Motiasi	,538	,208	2,582	,010	par_21
x1 <---	Sosio_Demogafi	1,000				
x2 <---	Sosio_Demogafi	2,969	1,125	2,638	,008	par_1
x3 <---	Sosio_Demogafi	1,200	,391	3,069	,002	par_2
x8 <---	Personal_Attitude	1,000				
x7 <---	Personal_Attitude	1,819	,848	2,144	,032	par_3
x6 <---	Personal_Attitude	3,116	1,293	2,410	,016	par_4
x5 <---	Personal_Attitude	3,295	1,364	2,416	,016	par_5
x4 <---	Personal_Attitude	3,146	1,316	2,391	,017	par_6
x12 <---	Contextual	1,000				
x11 <---	Contextual	1,138	,217	5,250	***	par_7
x10 <---	Contextual	,610	,158	3,847	***	par_8
x9 <---	Contextual	,932	,213	4,380	***	par_9
y1 <---	Motiasi	1,000				
y2 <---	Motiasi	1,025	,140	7,314	***	par_10
y3 <---	Motiasi	1,084	,155	6,977	***	par_11
y7 <---	Minat	1,000				
y6 <---	Minat	,688	,143	4,819	***	par_12
y5 <---	Minat	1,040	,197	5,288	***	par_13
y4 <---	Minat	1,107	,200	5,522	***	par_14

Sumber: Confirmatory factor analysis (AMOS)

Berdasarkan di atas analisis faktor tersebut menunjukkan nilai pengujian dari masing-masing pembentuk suatu konstruk. Hasil menunjukkan bahwa setiap indikator-indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan hasil baik, yaitu nilai dengan *Critical Ratio* (CR) > 2,0 (Waluyo, 2019). atau dengan probabilitas yang lebih kecil dari 0,05. Dengan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten telah menunjukkan unidimensionalitas.

Berdasarkan pengolahan data penelitian dengan menggunakan analisis SEM, dengan cara menganalisis nilai regresi seperti yang ditampilkan pada tabel pengujian Hipotesis ini dilakukan dengan menganalisis nilai critical ratio (CR) dan nilai probabilitas (P) pada hasil olah data Regression Weights, dibanding dengan batasan statistic yang disyaratkan, yaitu nilai CR di atas 2,00, dan nilai probabilitas di bawah 0,05. Apabila hasil menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima.

Tabel 6. Pengujian Hipotesis

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Hipotesis	Hasil
Motiasi <---	Sosio_Demografi	-,621	,238	-2,604	,009	H1	Diterima
Motiasi <---	Personal_Attitude	1,603	,711	2,255	,024	H2	Diterima

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Hipotesis	Hasil
Motiasi	<--- Contextual	,442	,129	3,423	***	H3	Diterima
Minat	<--- Sosio_Demografi	,033	,200	,165	,869	H4	Ditolak
Minat	<--- Personal_Attitude	,806	,550	1,466	,143	H5	Ditolak
Minat	<--- Contextual	-,006	,175	-,032	,974	H6	Ditolak
Minat	<--- Motivasi	,538	,208	2,582	,010	H7	Diterima

Sumber :Data primer diolah

Dari pengolahan data diketahui bahwa beberapa variable yang memenuhi syarat, yaitu > 2,00 untuk nilai *Critical Ratio* (CR), dan dibawah 0,05 untuk nilai Probabilitas (P). adalah Sosio demografi yang memenuhi syarat tersebut, artinya Sosio demografi berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, artinya perlu peningkatan serta pengembangan terhadap *social demografi* dimana dalam hal ini demografi social seperti usia, kelamin, lokasi dan sebagainya memiliki pengaruh terhadap motivasi berwirausaha dikarenakan setiap daerah memiliki struktur masyarakat yang berbeda dan memiliki keunikan budaya disetiap daerah asal mahasiswa. Sikap Individu (*Personal Attitude*) menunjukkan hasil bahwa variable tersebut memenuhi syarat sehingga *personal attitude* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha hal tersebut menunjukkan sikap seseorang terhadap suatu objek atau subyek sangat menentukan dalam menumbuhkan motivasi mahasiswa dalam berwirausaha, dan kontekstual yang dikaitkan dengan teori pendidikan kewirausahaan perlu ditingkatkan dengan cara memberikan porsi yang cukup terhadap mata kuliah tersebut dengan dilengkapi modul-modul yang relevan. Sehingga dengan adanya modulmodul tersebut akan menjadikan acuan dalam praktikum kewirausahaan. Di samping itu juga perlunya penguatan motivasi melalui inkubator bisnis di lingkungan kampus sebagai upaya untuk mempersiapkan sebagai startup usaha-usaha mahasiswa, serta lebih ditingkatkan kembali program wirausaha. Sedangkan variable lain seperti persepsi terhadap peluang usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat dan motivasi, ini artinya variable persepsi peluang usaha tidak begitu berpengaruh terhadap minat dan motivasi mahasiswa, sehingga variable ini bias diabaikan terutama pada mahasiswa pada perguruan Tinggi Swasta di Kota Mataram.

## SIMPULAN

Dari ketujuh hipotesis yang diajukan bahwa *social demographics*, *personal attitude*, dan *kontekstual* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, namun ketiga variable tersebut (*social demographics*, *personal attitude*, dan *kontekstual*) tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Minat berwirausaha, dan Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Sehingga dalam terutama dilingkungan Perguruan Tinggi Swasta di kota Mataram bahwa perlu peningkatan serta pengembangan terhadap *social demographics* dimana dalam hal ini demografi social seperti usia, kelamin, lokasi dan sebagainya memiliki pengaruh terhadap motivasi berwirausaha dikarenakan setiap daerah memiliki struktur masyarakat yang berbeda dan memiliki keunikan budaya disetiap daerah asal mahasiswa, *personal attitude* (sikap Individu), dan *kontekstual* dimana dalam hal ini dikaitkan dengan teori yang diperoleh dari mata kuliah kewirausahaan seperti merevisi modul kewirausahaan yang lebih aplikatif dan bentuk pengembangan lainnya seperti memajukan inkubator bisnis bagi mahasiswa dalam upaya membantu startup bisnis mahasiswa, sehingga diharapkan mampu meningkatkan motivasi dan minat mahasiswa untuk melakukan kegiatan wirausaha, karena wirausaha merupakan alternative untuk mengurangi pengangguran di Kota Mataram. Saran yang dapat diberikan dalam meningkatkan motivasi mahasiswa berwirausaha maka perguruan tinggi perlu meningkatkan kualitas kewirausahaan dilingkungan kampus.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arrifianti, I., & Hamdi, N. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Mahasiswa Ingin Menjadi Wirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE AMM Mataram). *Jurnal Valid*, 13(1), 73–82. <http://stieamm.ac.id/wp-content/uploads/2017/07/Indah-Arifianti.pdf>
- Dewi, A. V., & Mulyatiningsih, E. (2013). Terhadap Motivasi Berwirausaha Siswa The Effect Of Entrepreneurship Education Experiences And Vocational Skills On The Entrepreneurship Motivation. *Jurnal Pendidikan Vokasi PENDAHULUAN*, 460, 163–177.
- Murapi, I., Astarini, D. A. O., & Subudiartha, I. N. (2021). Tingkat Pengangguran Akibat Covid-19 di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Riset, Ekonomi, Akuntansi Dan Perpajakan (Rekan)*, 2(1), 21–30. <https://doi.org/10.30812/rekan.v2i1.1116>
- Ranto, dwi wahyu pril. (2016). Membangun Perilaku Entrepreneur Pada Mahasiswa Melalui Entrepreneurship Education. *Jbma*, 3(1), 79–86.
- Rochayati, U., Setia, M., & Sari, A. K. (n.d.). *PENGARUH FAKTOR SOSIODEMOGRAFI, SIKAP, DAN KONTEKSTUAL TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA SISWA Umi*. 154–163.
- Rosmiati, Junius, D. T. S., & Munawar. (2015). Sikap, Motivasi, dan Minat Berwirausaha Mahasiswa di Surabaya. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 17(2), 183–200. <https://doi.org/10.21070/jkmp.v5i2.1310>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 42–57. <https://doi.org/10.1108/13552550510580834>
- Waluyo, M. (2019). Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM). *UPN Jatim*, 31.