

**PENGARUH *PERCEIVED DESIRABILITY*, *PERCEIVED FEASIBILITY*,
PROPENSITY TO ACT TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA**

Susetyo Darmanto

Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang

Email : susetyodarmanto@yahoo.co.id

ABSTRACT

Students are the most promising sources of entrepreneurship, and universities are a good place to develop ideas and creativities that can create new young and enlightened entrepreneurs.

The objectice of this researh is to analyze the influence of Perceived Desirability, Perceived Feasibility and Propensity to act toward Entrepreneurial Intention. Sample consisted of 72 students of economics and business faculty of University of 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang. Data were analyzed with A Multiple Linier Regression.

The result showed that Perceived Desirability, Perceived Feasibility and Propensity to act positively and significance influenced on Entrepreneurial Intention. Theory of Entrepreneurial Events supported positive contribution towards entrepreneurial research. Developing model with some other supporting factors are needed to give higher contribution towards entrepreneurial intention.

Key words : Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity to Act, Entrepreneurial Intention

ABSTRAK

Mahasiswa adalah sumberdaya yang paling diharapkan untuk dapat menjadi wirausahawan, dan perguruan tinggi adalah tempat yang bagus untuk mengembangkan ide dan kreatifitas sehingga diharapkan dapat menghasilkan lulusannya menjadi wirausahawan baru yang tercerahkan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility* dan *Propensity to Act* terhadap Intensi berwirausaha. Sampel penelitian terdiri dari 78 mahasiswa Fakultas Ekonomi Untag Semarang yang telah mengikuti Kuliah dan praktek Kewirausahaan. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan sampling acak sederhana. Analisa data menggunakan Regresi Linier berganda dengan alat bantu SPSS 16.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility* dan *Propensity to act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. *Theory of Entrepreneurial Events* memberikan kontribusi yang positif dalam penelitian kewirausahaan, sehingga diperlukan pengembangan model penelitian dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga berperan dalam mendorong minat berwirausaha.

Kata Kunci : Intensi Berwirausaha, Perceived Desirability, Perceived Feasibility, Propensity to Act

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Menurut Hamilton dan Harper (1994), penelitian mengenai perilaku berwirausaha berkembang dari kombinasi berbagai perspektif yaitu ekonomi, psikologi dan sosiologi. Perspektif ekonomi memandang perilaku berwirausaha berdasarkan kondisi kesiapan berwirausaha melalui instrumen-instrumen ekonomi seperti kondisi ekonomi, informasi, akses modal, aturan pemerintah dan faktor ekonomi lainnya. Perilaku berwirausaha dipandang dari perspektif sosiologi menjelaskan hubungan relasi manusia, pola hidup masyarakat serta norma dan budaya bermasyarakat yang membentuk perilaku berwirausaha. Perspektif psikologi mengulas perilaku berwirausaha dilihat dari faktor-faktor psikologis berupa aspek personal dan motif berwirausaha (Wijaya, 2009). Sedangkan menurut Timmons dan Spinelli (2009) Kewirausahaan adalah sebuah proses yang mengintegrasikan peluang (*opportunity*), sumberdaya (*resources*) dan orang (wirausahawan). Pengidentifikasian peluang adalah langkah awal dalam berwirausaha, dan proses ini dikenal dengan Intensi Berwirausaha (Wang, *et al.*, 2011). Dengan memahami antesenden dari intensi berwirausaha akan membantu dosen, konsultan, dan pembuat kebijakan untuk mendapatkan gambaran nyata tentang bagaimana intensi dibentuk dan selanjutnya bagaimana seorang pendiri usaha menjadi percaya dan memiliki motivasi kuat untuk memulai usahanya.

Dua teori utama yang digunakan sebagai dasar oleh para peneliti untuk meneliti tentang Intensi Berwirausaha sebagai prediktor dari Perilaku berwirausaha, yaitu : *The Entrepreneurial Event Theory* (Shapero dan Sokol, 1982) dan *the Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991).

Model Shapero dan Sokol dikembangkan atas dasar tiga elemen, yaitu *perceived desirability*, (sistem nilai individu dan sosial yang mempengaruhi penilaian seseorang), *perceived feasibility*, yaitu persepsi seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru dan *propensity to act* (dorongan dalam diri seseorang untuk bertindak) (Krueger, *et al.*, 2000). Model ini mendapatkan dukungan empirik dari, Peterman dan Kennedy (2003), Linan, *et al* (2007), Shook dan Bratianu (2008), dan lain-lain peneliti.

Krueger, *et al.* (2000) melakukan penelitian dengan membandingkan antara *Theory Entrepreneurial Event* dan *Theory of Planned Behavior*. Hasilnya menyimpulkan bahwa kedua model penelitian tersebut memiliki kemampuan memprediksi Intensi Berwirausaha dimana *Theory Entrepreneurial Event* memberikan kekuatan hubungan lebih besar. Hasil penelitian Krueger, *et al* (2000) juga menyimpulkan bahwa kedua model penelitian tersebut dengan saling berkaitan ketika diterapkan pada penelitian tentang kewirausahaan. *Perceived desirability* sebanding atau semisal dengan dengan *attitude toward behavior* dan *subjective norms*. *Perceived feasibility* semisal dengan *perceived behavior control* atau *perceived self efficacy* dari Bandura (1997).

Menurut Veciana, *et al* (2005) mahasiswa adalah sumberdaya yang paling diharapkan untuk dapat menjadi wirausahawan, atau perguruan tinggi adalah tempat yang bagus untuk mengembangkan ide dan kreatifitas sehingga diharapkan dapat menghasilkan lulusannya menjadi wirausahawan baru yang terserahkan (*new young and enlightened entrepreneurs*)(Parmono, 2005).

Terkait dengan pengaruh pendidikan kewirausahaan tersebut, diperlukan adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha muda yang potensial sementara mereka berada di bangku sekolah (Indarti dan Febriani, 2008). Sikap, pengetahuan dan perilaku mereka tentang kewirausahaan akan membentuk kecenderungan mereka untuk membuka usaha-usaha baru di masa mendatang.

Research Gap

Penelitian kewirausahaan berdasarkan *Theory of Entrepreneurial Event* (Shapero dan Sokol, 1982) relatif belum banyak dilakukan dan dalam beberapa penelitian sebelumnya masih terdapat perbedaan hasil penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Drennan, *et al* (2005), Gaddam (2008), Nasurdin, *et al*(2009) membuktikan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wang, *et al* (2011) menyimpulkan bahwa *Perceived Desirability* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi berwirausaha mahasiswa China dibandingkan dengan mahasiswa Amerika. Penelitian yang dilakukan oleh Linan (2004), Shook and Bratianu (2008), Dissanayake (2013) membuktikan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Audet (2003), Linan, *et al* (2007) membuktikan bahwa *Perceived of Feasibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

Hasil penelitian dan model penelitian terdahulu menyajikan kesimpulan yang belum tentu sesuai dengan kondisi dan situasi, lokasi, model, objek, subjek, waktu, variabel, analisis, sasaran, dan ataupun tujuan penelitiannya

Fenomena Gap

Pada tahun 2000 jumlah mahasiswa Indonesia mencapai 3,2 juta orang dengan tingkat angka partisipasi kasar mencapai 12,4 %. Pada tahun 2004 mencapai jumlah 3,55 juta dengan angka partisipasi kasar mencapai 14,25 % dan tahun 2010 mencapai 4,6 juta dengan angka partisipasi kasar mencapai 18,7 % dan Pemerintah Indonesia berupaya agar angka partisipasi kasar mahasiswa dapat mencapai 30 % pada 2014 (diakses dari www.bappenas.go.id) . Upaya peningkatan angka partisipasi kasar mahasiswa kurang diimbangi dengan kesadaran lulusan perguruan tinggi untuk menjadi wirausahawan. Tingkat pengangguran terbuka pada lulusan perguruan tinggi cenderung meningkat jumlah dan persentasinya, dari 12,16 % pada tahun 2008 menjadi 12,2 % pada tahun 2009 dan 15,8 % pada tahun 2010.

Rumusan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan, research gap, fenomena gap diperlukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Secara teoritis, salah satu teori utama dalam penelitian kewirausahaan adalah *Theory of Entrepreneurial Event* (Shapero&Sokol, 1982), yang menurut beberapa peneliti lebih akurat dalam memprediksi perilaku berwirausaha, akan tetapi belum cukup banyak digunakan untuk penelitian. Berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility*, *propensity to act* terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa”

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh *perceived desirability* terhadap intensi berwirausaha.
2. Menganalisis pengaruh *perceived feasibility* terhadap intensi berwirausaha.
3. Menganalisis pengaruh *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

Teori *Entrepreneurial Event*

Dua teori utama yang digunakan sebagai dasar oleh para peneliti untuk meneliti tentang Intensi Berwirausaha sebagai prediktor dari Perilaku berwirausaha, yaitu : *The Entrepreneurial Event Theory* (Shapero dan Sokol, 1982) dan *the Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Mendasari *Theory of Planned Behavior*, antesenden langsung dari Intensi berwirausaha adalah sikap berwirausaha, norma subyektif dan kendali perilaku. Dalam teorinya mengenai intensi, Shapero &

Sokol (1982) mengadaptasi teori *Reasoned Action* dari Fishbein & Ajzen (1975) dan mengaplikasikan secara khusus dalam dunia wirausaha. Mendasari Teori Entrepreneurial Events dari Shapero & Sokol, intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga dimensi : *Perceived desirability*, *perceived feasibility*, dan *propensity to act*.

Menurut Dessanayake (2013), Shapero dan Sokol dalam teori Entrepreneurial Events berasumsi bahwa seseorang memiliki arah yang akan dituju yang dipengaruhi oleh faktor-faktor penting yang ada di sekitarnya, seperti : keluarga, pekerjaan, status sosial, kemampuan pendanaan, nilai budaya, pendidikan. dan lain-lain yang akan membawanya pada suatu perilaku. Proses pembentukan perilaku tersebut dapat mengalami perubahan yang disebabkan adanya kejadian yang memicu (*trigger events*), baik yang bersifat positif, netral ataupun negatif. Adanya *trigger events* yang bersifat positif akan semakin mendorong seseorang mewujudkan niatnya untuk merealisasikan usahanya.

Perceived desirability

Perceived desirability adalah bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (Krueger, *et al.*, 2000). Bias ini tumbuh dari pandangan atas konsekuensi personal pengalaman kewirausahaan (misalnya baik atau buruk), dan tingkat dukungan dari lingkungan (keluarga, teman, kerabat, sejawat). *Perceived desirability* dinilai seperti sikap dan norma subyektif dalam *Theory of Planned Behavior*. Drennan, *et al* (2005), Gaddam (2008), Nasurdin, *et al* (2009) membuktikan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha

Perceived feasibility

Perceived feasibility menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru (Segal, *et al.*, 2005). *Perceived feasibility* dinilai seperti *Perceived behavior control* pada *Theory of Planned Behavior* dan *Self Efficacy* pada Teori Kognitif Sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Linan (2004), Shook and Bratianu (2008), Dissanayake (2013) .membuktikan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

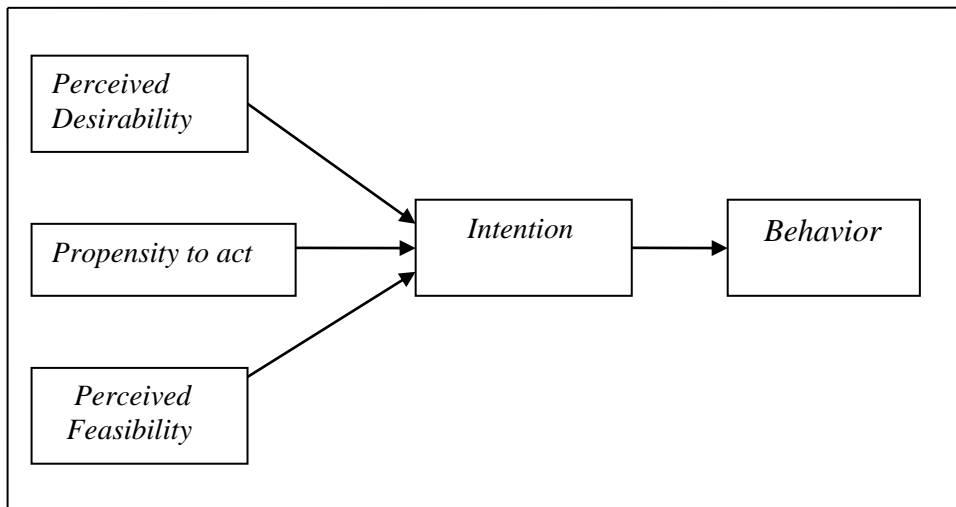
Propensity to act

Menurut Summer (2000), *propensity to act* merupakan salah satu sifat personalitas yang berperan dalam mendorong minat berwirausaha, yang semisal dengan *locus of control* (Krueger, *et al.*, 2000; Segal, *et al.*, 2005). *Propensity to act* menunjukkan dorongan dalam diri seseorang untuk bertindak laku dan intensitasnya sangat bervariasi bagi tiap individu.

Intensi Berwirausaha

Menurut Kreuger *et al* (2000) Intensi merupakan prediktor terbaik bagi sebagian besar perilaku terencana, termasuk dalam perilaku berwirausaha. Dalam penelitian kewirausahaan, Intensi berwirausaha diartikan sebagai tendensi keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko (Ramayah & Harun, 2005; Kristiansen & Indarti, 2004). Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), intensi berwirausaha merupakan fungsi dari tiga determinan (antesenden), yaitu sikap berwirausaha, norma subjektif dan persepsi kendali perilaku berwirausaha (*entrepreneurial self efficacy*). Menurut *Theory of Entrepreneurial Event* (Shapero & Sokol, 1982), Intensi berwirausaha memiliki tiga antesenden, yaitu : *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, *Propensity to Act*.

Gambar 1
Model Theory of Entrepreneurial Event

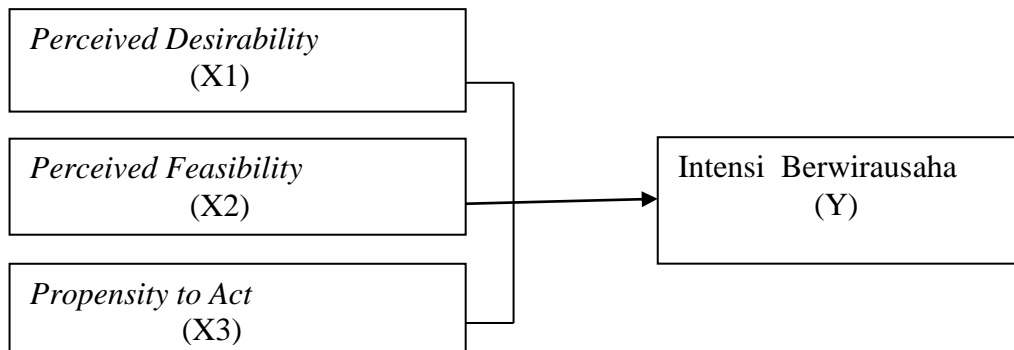


Sumber: Shapero&Sokol (1982)

Model Penelitian

Berdasarkan telaah pustaka yang dilakukan, selanjutnya dikembangkan model penelitian yang mendasari penelitian ini seperti disajikan dalam gambar berikut :

Gambar 2
Model Penelitian



Sumber : Dikembangkan Untuk Penelitian (2013)

Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan pengembangan model penelitian yang dilakukan, hipotesis diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Perceived Desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha
2. *Perceived Feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha
3. *Propensity to Act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Item-item pengukuran variabel diadopsi dari peneliti-peneliti sebelumnya, dan respon terhadap item-item tersebut berupa penilaian pada 7 poin skala dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. *Perceived Desirability* diukur dengan 7 item pengukuran yang bersumber dari Krueger, *et al* (2000), Shook dan Bratianu (2008), Gaddam (2008), Dessinayake (2013). *Perceived Feasibility* diukur dengan 4 item pengukuran yang bersumber dari Krueger, *et al* (2000), Paterman and Kennedy (2003), Linan (2004), Gaddam (2008), Shook dan Bratianu (2008), Dissanayake (2013). *Propensity to Act* diukur dengan 3 item pengukuran yang bersumber dari Gaddam (2008), Shook dan Bratianu (2008). Intensi berwirausaha diukur dengan 3 item pengukuran yang bersumber dari Krueger, *et al* (2000), Linan (2004), Gaddam (2008), Disanayake (2013).

Definisi Operasional Variabel penelitian disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
<i>Perceived Desirability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memulai usaha adalah hal yang menarik 2. pandangan yang serius dalam pengembangan usaha 3. Pandangan positif tentang pengembangan usaha 4. Peran dukungan keluarga dalam memulai usaha 5. Dukungan dalam usaha dari orang yang dianggap penting
<i>Perceived Feasibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa siap untuk memulai usaha 2. keyakinan dalam pengembangan usaha 3. kemampuan dalam memanfaatkan peluang usaha 4. keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha
<i>Propensity to Act</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. kerja keras akan menentukan kesuksesan 2. pantang menyerah 3. selalu optimis dalam menyelesaikan pekerjaan
Intensi Berwirausaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih memilih karier wirausaha 2. Akan merealisasikan usaha dalam 1-3 tahun kedepan 3. selalu mencari informasi bisnis

Sumber : dikembangkan dalam penelitian (2013)

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi Penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang yang telah mengikuti kuliah dan praktek kewirausahaan sejumlah 265 orang. Sampel penelitian dipilih secara acak dengan menggunakan Rumus Slovin, didapatkan 72 mahasiswa

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini mengacu pada skala interval yang diberi rentang variasi pilihan, dari pilihan yang sangat tidak setuju (STS) sampai dengan jawaban sangat setuju (SS) sebanyak tujuh kemungkinan.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui survey menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh dipilahkan, dinilai, dihitung dan dianalisis sesuai dengan rencana penelitian.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini meliputi Uji kualitas data (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (Normalitas, multikolonieritas, heterocedastisitas), analisis regresi berganda, uji kebaikan model (Uji F dan koefisien determinasi), Uji hipotesis (Uji t).

Uji Asumsi Klasik

a. Pengujian multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2006). Uji multikolonieritas dilakukan dengan melihat *Tolerance Value* dan *VIF (Variance Inflation Factor)* 10, yang mana apabila nilai *Tolerance Value* dibawah 0,10 dan *VIF* diatas 10, maka data mengalami gejala multikolonieritas (Ghozali, 2006).

b. Uji Normalitas Data

Uji normalitas menguji apakah dalam sebuah model regresi yang mengasumsikan bahwa setiap residual didistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah tiap residual didistribusikan secara normal. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2006)

c. Pengujian gejala *heterocedasticity*

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi adanya ketidaksamaan *varians* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians tersebut tetap, maka disebut *homocedasticity*, dan jika berbeda maka disebut *heterocedasticity*. Uji *heterocedasticity* dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*.

Uji Kebaikan Model (*Goodness of Fit Model*)

a. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk membuktikan secara statistik bahwa keseluruhan koefisien regresi variabel independen *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act* signifikan dalam menentukan variabel dependen intensi berwirausaha. Kriteria pengujianya dengan membandingkan antar nilai F-hitung dengan F-tabel pada derajat kepercayaan 5 % (Ghozali, 2006).

b. Uji keeratan hubungan (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Koefisien determinasi didefinisikan sebagai bagian dari keragaman total variabel tak bebas Y (variabel yang dipengaruhi atau variabel dependen) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas X (variabel yang mempengaruhi atau variabel independen). Semakin besar koefisien determinasi menunjukkan semakin baik kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen (Ghozali,2006)

Analisis Model Regresi Linier

Model Regresi didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali,2006)

Dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y : Variabel dependen IB
- a : nilai konstanta
- b_{1,2,3} : Angka arah koefisien regresi
- X₁ : Variabel independen PD
- X₂ : Variabel independen PF
- X₃ : Variabel independen PA
- e : Residual

Uji Hipotesis

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility*, *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha. Kriteria pengujiannya dengan membandingkan antar nilai t-hitung dengan t-tabel pada derajat kepercayaan 5 % (Ghozali, 2006).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Reliabilitas dan Validitas

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pertanyaan penelitian yang digunakan adalah valid dan reliabel seperti diasajikan dalam Tabel 2 dan Tabel 3 di bawah ini

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Reliabilitas
1	<i>Perceived Desirability</i>	0,798	0,6	Reliabel
2	<i>Perceived Feasibility</i>	0,768	0,6	Reliabel
3	<i>Propensity to Act</i>	0,707	0,6	Reliabel
4	Intensi Berwirausaha	0,700	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

Tabel 3
Hasil Uji Validitas

No	Kode Variabel	r hitung	r tabel	Validitas
<i>Perceived Desirability</i>				
1	PD1	0,713	0,232	Valid
	PD2	0,619	0,232	Valid
	PD3	0,604	0,232	Valid
	PD4	0,551	0,232	Valid
	PD5	0,438	0,232	Valid
<i>Perceived Feasibility</i>				
2	PF1	0,642	0,232	Valid
	PF2	0,474	0,232	Valid
	PF3	0,638	0,232	Valid
	PF4	0,536	0,232	Valid
<i>Propensity to Act</i>				
3	PA1	0,420	0,232	Valid
	PA2	0,602	0,232	Valid
	PA3	0,562	0,232	Valid
Intensi Berwirausaha				
4	IB1	0,542	0,232	Valid
	IB2	0,489	0,232	Valid
	IB3	0,529	0,232	Valid

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

Uji Asumsi Klasik
a) Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Perceived Desirability	.783	1.278
Perceived Feasibility	.930	1.075
Propensity to Act	.827	1.210

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak mempunyai nilai *tolerance* < 0,10 dan tidak mempunyai nilai *VIF* > 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem multikolinieritas.

b) Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian pada Tabel 5 memperlihatkan bahwa probabilitas koefisien beta semuanya tidak signifikan ($p > 0,05$) maka disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat problem heteroskedastisitas

Tabel 5
Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients	
1	(Constant)	.406	.343		.240
	Perceived Desirability	.015	.009	.208	.127
	Perceived Feasibility	-.005	.012	-.057	.644
	Propensity to Act	-.010	.015	-.089	.501

a. Dependent Variable: AbsUt

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

c) Uji Normalitas

Hasil uji normalitas disajikan dalam Tabel 6 menunjukkan bahwa besarnya nilai Kosmogorov-Smirnov Z adalah 1,018 dan tidak signifikan pada $\alpha = 0,05$ (Asymp.Sig. (2-tailed)=0,251 > $\alpha = 0,05$) yang berarti data residual berdistribusi normal.

Tabel 6.
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^a	Mean	.0058954
	Std. Deviation	.59613069
Most Extreme Differences	Absolute	.120
	Positive	.104
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		1.018
Asymp. Sig. (2-tailed)		.251

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

Uji Keباikan Model

Untuk mengetahui kebaikan model dilakukan Uji F dan koefisien determinasi.

a) Uji F

Hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS for windows* menunjukkan bahwa nilai F lebih besar daripada 4 ($F = 161,240$) pada derajat kepercayaan 5 % dengan nilai signifikansi (Sig.) 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Model penelitian yang diajukan adalah baik (*fit*). Hasil uji F disajikan pada Tabel 7, sebagai berikut :

Tabel 7
Hasil Uji F

ANOVA^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.429	3	59.810	161.240	.000 ^a
	Residual	25.224	68	.371		
	Total	204.653	71			

a. Predictors: (Constant), Propensity to Act, Perceived Feasibility, Perceived Desirability

b. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

b) Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui kadar keeratan atau keterikatan yang ada diantara variabel dependen (IB) dengan variabel independen (PD,PF,PA). Hasil pengujian memperlihatkan nilai adjusted R square sebesar 0,871 atau 87,1 %. Hal tersebut memperlihatkan bahwa sebesar 87,1% variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen, sedangkan sisanya 12,9% merupakan pengaruh dari variabel lain di luar model penelitian. Nilai koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 8
Nilai Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.936 ^a	.877	.871	.609

a. Predictors: (Constant), Propensity to Act, Perceived Feasibility, Perceived Desirability

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

Uji Hipotesis

Uji t

Untuk memberikan kesimpulan atas hipotesis yang diajukan, dilakukan Uji t. Hasil perhitungan untuk nilai t-hitung dengan menggunakan SPSS for Windows disajikan dalam Tabel 9 sebagai berikut :

Tabel 9
Hasil Uji T (t-test)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.081	.779		-.103	.918
	Perceived Desirability	.182	.021	.408	8.475	.000
	Perceived Feasibility	.308	.026	.516	11.693	.000
	Propensity to Act	.281	.034	.387	8.275	.000

a. Dependent Variable: Intensi Berwirausaha

Sumber : Hasil Penelitian (2013)

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Persamaan Regresi Linier

Dari hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$IB = -0,081 + 0,182 PD + 0,308 PF + 0,281 PA$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hipotesis pertama menguji pengaruh *Perceived Desirability* terhadap Intensi Berwirausaha. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t-hitung = 8,475 lebih besar dari t-tabel = 1,994 dan signifikan pada level signifikansi 5 % (p=0,000). Sehingga disimpulkan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Beberapa penelitian sebelumnya, diantaranya oleh : Krueger, *et al* (2000), Drennan, *et al* (2005), Gaddam (2008), Shook dan Bratianu (2008), Nasurdin, *et al* (2009) juga menyimpulkan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Krueger, *et al* (2000) mengartikan *perceived desirability*

sebagai bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan. Bias ini tumbuh dari pandangan atas konsekuensi personal pengalaman kewirausahaan (misalnya baik atau buruk), dan tingkat dukungan dari lingkungan (keluarga, teman, kerabat, sejawat). Faktor pembelajaran berwirausaha, baik melalui perkuliahan, seminar, praktek kewirausahaan merupakan faktor-faktor yang berperan meningkatkan kesan positif dan ketertarikan seorang untuk berwirausaha. Dukungan dari keluarga dan orang yang dianggap dekat juga berperan dalam meningkatkan ketertarikan dalam memulai usaha (Ramayah dan Harun, 2005).

Hipotesis kedua menguji pengaruh *Perceived Feasibility* terhadap Intensi Berwirausaha. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t-hitung = 11,693 lebih besar dari t-tabel= 1,994 dan signifikan pada level signifikansi 5 % ($p=0,000$). Sehingga disimpulkan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian yang dilakukan oleh Paterman & Kennedy (2003), Krueger, *et al* (2000), Linan (2004), Shook and Bratianu (2008), Dissanayake (2013) yang juga menyimpulkan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Menurut Krueger, *et al* (2000) *Perceived Feasibility* adalah semisal dengan *Perceived Behavior Control* dan *Perceived Self Efficacy* yang dinilai sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam mendorong peningkatan Intensi Berwirausaha. Seorang memutuskan berwirausaha tergantung keyakinan akan kemampuannya dalam mengelola sumberdaya yang dimiliki. Semakin tinggi keyakinan kemampuan seseorang seorang berwirausaha maka akan semakin tinggi minatnya untuk mewujudkan usaha.

Hipotesis ketiga menguji pengaruh *Propensity to Act* terhadap Intensi Berwirausaha. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t-hitung = 8,275 lebih besar dari t-hitung = 1,994 dan signifikan pada level signifikansi 5 % ($p=0,000$). Sehingga disimpulkan bahwa *Propensity to Act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. *Propensity to act* terkait dengan sifat-sifat personalitas seperti optimisme, kerja keras, pantang menyerah (Krueger, *et al.*,2000). Individu yang memiliki jiwa berwirausaha memiliki persepsi diri tidak ditentukan oleh faktor diluar individu, akan tetapi oleh faktor internal individu yaitu optimisme (Ramayah dan Harun, 2005). Upaya untuk mendirikan usaha memerlukan daya tahan yang tinggi yang diperoleh dari inisiatif, kerja keras dan pantang menyerah (Hisrich & Peter, 1985). Penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Krueger, *et al* (2000), Segal, *et al* 2005, Gaddam, 2008) juga menyimpulkan bahwa *Propensity to Act* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirausaha.

PENUTUP

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menguji antesensen langsung Intensi Berwirausaha berdasarkan *Theory of Entrepreneurial Event*, yaitu *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, *Propensity to Act*. Penelitian tentang Intensi Berwirausaha telah berkembang kepada faktor latar belakang (*background factors*), seperti aspek personalitas, pembelajaran dan lingkungan yang dinilai berperan dalam mendorong Intensi Brwirausaha. Obyek penelitian terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah mengikuti kuliah dan praktek kewirausahaan, sehingga belum melibatkan mahasiswa dari disiplin ilmu lain dari perguruan tinggi yang berbeda.

Penelitian yang akan datang, dapat dilakukan dengan pengembangan model penelitian dengan memperhatikan faktor latar belakang dan dengan pengembangan heterogenitas obyek penelitian.

Kesimpulan dan Saran

Perceived Desirability, *Perceived Feasibility* dan *Propensity to Act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. Penelitian ini membuktikan *Theory of Entrepreneurial Events* (shapero & Sokol ,1982) dapat digunakan pada penelitian kewirausahaan. Diperlukan pengembangan model penelitian dengan penambahan variabel, baik yang merupakan faktor latar belakang, seperti personalitas, pembelajaran, lingkungan. Peran dan kerjasama perguruan tinggi, pemerintah dan swasta perlu ditingkatkan untuk menghasilkan wirausahawan-wirausahawan lulusan perguruan tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179-211
- Bandura, A. (1986). *Social Foundation of Thought and Action : A Social Cognitive Theory*. Engelwood Cliffs, Nj : Prentice-hall.
- Dissayanake,D.M.N.S.W. (2013). "The Impact Perceived Desirability and Perceived Feasibility among Undergraduated Students in Sri Lanka : An Extended Model." *The Kelaniya Journal of Management*, 2(1),pp.33-57
- Drennan,J., Kennedy,J., Renfrow,P. (2005). "Impact Childhood Experiences on Development of Entrepreneurial Intentions." *Entrepreneurship and Innovation*, pp. 231-238
- Fayolle, A., Gailly, B., Lassas,N. (2006). "Effect and Counter-effect of Entrepreneurship Education and Social Context on Student's Intention." *Estudios de Economica Aplicada* 24 (2), 509-523
- Gaddam, S.(2008). "Identifying the Relationship Between Behavioral Motives and Entrepreneurial Intentions: An Empirical Study Based Participations of Business Management Students". *The Icfai Journal of Management Research*. 7, 35-5
- Ghozali,I. (2006). *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Versi 5.0*. BP Universitas Diponegoro,Semarang
- Ghozali, I (2008). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prgram SPSS*. BP Universitas Diponegoro,Semarang
- Gorman,G., Hanlon,D. , King,W. (1997). "Entrepreneurship Education : The Australian Perspective for the Nineties". *Journal of Small Business Education*,9,1-14
- Guerrero, M., Rialp, J. And Urbano, D.(2006). "The Impact of Desirability and Feasibility on Entrepreneurial Intentions: A Structural Equation Model". *International Entrepreneurship and Management Journal*
- Hamilton,R.T.,and Harper, D.A. (1994). "The Entrepreneur in Theory and Practice". *Journal of Economic Studies*,21, 3-18
- Hisrich, R. D., Peters, P.M., and Shepard, D.A.(2008). *Entrepreneurship*. Mc Graw Hill International Edition, Singapore.
- Indarti, Nurul and R. Rostiani (2008). "Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang, Norwegia". *Jurnal Ekonomikadan Bisnis Indonesia*, Vol. 23, No. 4.pp. 1-27
- Krueger,N.F. and Carsrud,A.L. (1993). "Entrepreneurial Intention : Applying Theory of Planned Behavior." *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315-330

- Krueger, N.F. and Dickson, P.R. (1994). "How Believing in Ourselves Increases Risk Taking: Perceived Self-Efficacy and Opportunity Recognition." *Decision Sciences*, 25(3), 385-400
- Krueger, N.F., Reilly, M.D., Carsrud, A.L. (2000), "Competing Models of Entrepreneurial Intentions". *Journal of Business Venturing*, 15(2), 411-432
- Kourilsky, M. L. and Walstad, W.B. (1998). "Entrepreneurship and female youth: knowledge, attitude, gender differences, and educational practices". *Journal of Business Venturing* 13 (1): 77-88.
- Linan, F. (2008). "Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions?" *International Entrepreneurship and Management Journal*. 4, 257-272
- Linan, F., and Santos, F.J. (2007). "Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions?". *International Atlantic Economic Society*. 13, 443-45
- Nazurdin, A.M., Ahmad, N.H., Lin, C.E. (2009). Examining a Model of Entrepreneurial Intention Among Malaysian Using SEM Procedure. *European Journal of Scientific Research*. 33(2), 365-373
- Paterman, N.E. and Kennedy, J. 2003. "Enterprise Education : Influencing Student's Perception of Entrepreneurship" *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 129-144
- Parmono, V.R. (2005). "Relevansi Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi Terhadap Pengembangan Usaha Wirausaha Muda Jakarta." *Jurnal Administrasi & Bisnis Vol. 5 (12-13)*, pp. 49-60
- Ramayah, T., and Harun, Z. (2005). "Entrepreneurial Intention Among the Student of Universiti Sains Malaysia (USM)". *International Journal of Management and Entrepreneurship*, 1, 8-20
- Riyanti, B.P.D. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Grasindo: Jakarta.
- Segal, G., Borgia, D. and Schoenfeld, J. (2005). "The Motivation to Become an Entrepreneur". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 11, 42-57
- Shapiro, A. & Sokol, L. (1982). **The Social Dimension of Entrepreneurship**. In : Kent, C.A., Sexton, D.L. & Vesper, K.H. (Eds.). *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Clift, N.J. : Prentice-Hall
- Shook, C.R., and Britianu, C. (2008). "Entrepreneurial Intent in a Transitional Economy: an Application of the Theory Planned of Behavior to Romanian Students". *International Entrepreneurship Management Journal*
- Summers, D. F. (2000). **The formation of entrepreneurial events**. New York : Garland Publishing
- Timmons, J.A. & Spinelli, S. (2009). **New Venture Creation : Entrepreneurship for the 21st Century**. 8th Edition, Mc.Graw-Hill

- Veciana, J.M.; Aponte,M.; Urbano,D. 2005. "University Student's Attitude Towards Entrepreneurship : A Two Countries Comparison". *International Entrepreneurship and Mangement Journal*, **1**, 165-182
- Wang, Weijun; Lu, Wei; Millington,JK (2011)."Determinant of Entrepreneurial Intention Among College Students in China and USA." *Journal of Global Entrepreneurship Research*, **1** (1), pp. 35-44
- Wijaya, Tony. (2007). "Hubungan Adversity Intelligence dengan Intensi Berwirausaha (Sudi Empiris pada Siswa SMKN 7 Yogyakarta)". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, **9**, 117-127
- Wijaya, Tony (2009). "Kajian Model Empirik Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, **10** (2), pp. 93-104