

## Pengaruh Budaya Berwirausaha dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

Ivana Krisantana

ivanakrisantana@gmail.com

Manajemen/Fakultas Bisnis dan Ekonomika

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel budaya berwirausaha (*perceived appropriateness*, *perceived consistence*, dan *perceived effectiveness*) serta pendidikan kewirausahaan sebagai variabel independen terhadap niat berwirausaha sebagai variabel dependen pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya.

Penelitian kuantitatif ini menggunakan desain survei *cross-sectional* dengan skala Likert pada aras interval. Kuesioner dalam penelitian ini telah teruji validitas dan reliabilitasnya. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 238.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keempat variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel *perceived appropriateness*, *perceived consistence*, dan *perceived effectiveness*, yang ketiganya merupakan aspek dari budaya berwirausaha, berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel niat berwirausaha; sementara variabel pendidikan kewirausahaan pada penelitian ini memberi pengaruh negatif yang signifikan terhadap variabel niat berwirausaha.

Kata kunci: *Perceived Appropriateness*, *Perceived Consistence*, *Perceived Effectiveness*, Pendidikan Kewirausahaan, Niat Berwirausaha

**Abstract** - The objective of this research is to examine the effect of entrepreneurship culture (*perceived appropriateness*, *perceived consistence*, and *perceived effectiveness*) also entrepreneurship education as the independent variables to entrepreneurship intention as the dependent variable on the college students in Faculty of Business and Economics, University of Surabaya.

This quantitative research uses cross-sectional survey design, with Likert scale on interval measurement. The questionnaire in this research has proven its validity and reliability. The hypothesis-test is conducted using multiple linear regressions. The number of respondents is 238.

The result shows that all independent variables have significant effects on dependent variable. *Perceived appropriateness*, *perceived consistence*, and *perceived effectiveness*, which three are the aspects of entrepreneurship culture, have positive significant effects on entrepreneurship intention; while

*entrepreneurship education in this research have a negative significant effect on entrepreneurship intention.*

*Keyword: Perceived Appropriateness, Perceived Consistence, Perceived Effectiveness, Entrepreneurship Education, Entrepreneurship Intention*

## **PENDAHULUAN**

Tantangan tersulit yang dihadapi oleh pemimpin-pemimpin negara berkembang saat ini adalah kemiskinan dan pengangguran (Garba *et al.*, 2014). Jumlah pengangguran di Indonesia selama sepuluh tahun terakhir masih tinggi, meskipun sudah mengalami penurunan. Bila diamati lebih jauh, jumlah pengangguran yang berasal dari lulusan universitas justru meningkat, dari 385.418 orang (3,551%) pada Februari 2005 menjadi 695.304 orang (9,899%) pada Februari 2016.

Hal ini tentu perlu menjadi perhatian pemerintah mengingat jumlah lulusan universitas selalu bertambah setiap tahun, dan peningkatannya jauh melebihi jumlah tenaga kerja yang dapat diserap oleh pemerintah dan perusahaan yang sudah ada. Berkaca pada negara-negara maju seperti Amerika Serikat, Jepang, Kanada, dan lain-lain, kewirausahaan memainkan peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi negara (Nwankwo *et al.*, 2012). Usaha untuk mendorong kewirausahaan perlu dilakukan terutama bagi para mahasiswa, agar tingkat pengangguran lulusan universitas dapat menurun.

Menurut Kimwolo *et al.* (2012) dalam Adekiya dan Ibrahim (2016), pelatihan dan pengembangan kewirausahaan merupakan proses yang membuat individu memiliki keahlian yang dibutuhkan dan mengembangkan kepercayaan diri untuk menjadi seorang pengusaha. Cara yang tepat untuk menerapkan program pelatihan dan pengembangan kewirausahaan adalah melalui pendidikan di universitas (Adekiya dan Ibrahim, 2016). Pendapat ini bertentangan dengan hasil penelitian Yurtkoru *et al.* (2014) serta Ambad dan Damit (2016) yang mengatakan sebaliknya.

Hal lain yang dimunculkan oleh Hayton dan Cacciotti (2014) sebagai faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha, adalah karakteristik nilai dan budaya. Budaya yang dimaksud adalah sekumpulan norma dan kepercayaan

sosial, moral, dan etis yang diterima oleh sekelompok orang (Hofstede, 1980 dalam Adekiya dan Ibrahim, 2016). Budaya dapat dijabarkan menjadi tiga aspek dengan mengadopsi *The ACE Model* dari Reardon (1991) dalam Adekiya dan Ibrahim (2016), yaitu *perceived appropriateness*, *perceived consistence*, dan *perceived effectiveness*. *Perceived appropriateness* merupakan derajat sejauh mana kewirausahaan dianggap sebagai pekerjaan yang layak dan dapat diterima dalam masyarakat. *Perceived consistence* merupakan derajat sejauh mana kewirausahaan dianggap sesuai dengan konsep diri seseorang. Sedangkan *perceived effectiveness* merupakan derajat sejauh mana kewirausahaan dianggap mampu/efektif untuk mencapai suatu hasil yang diharapkan atau tujuan hidup seseorang.

Bandura (1986) dalam Adekiya dan Ibrahim (2016), Karayiannis (1993), serta De Pillis dan Reardon (2001) dalam Adekiya dan Ibrahim (2016) mengatakan bahwa penerimaan konsep kewirausahaan oleh lingkungan, baik melalui hubungan interpersonal langsung maupun melalui media sosial, akan menghasilkan penerimaan individu terhadap kewirausahaan. Penerimaan ini akan menimbulkan niat untuk menjadi seorang pengusaha. Di sisi lain, Krueger *et al.* (2000), Liñan dan Chen (2009), Finisterra do Paço *et al.* (2011) dalam Buli dan Yesuf (2015), serta Buli dan Yesuf (2015) justru mengatakan hal yang sebaliknya. Dalam penelitiannya, mereka membuktikan bahwa penerimaan lingkungan terhadap konsep kewirausahaan tidak berpengaruh pada niat berwirausaha.

Ajzen dan Fishbein (1980), Snyder dan DeBono (1985), serta Greenberger dan Sexton (1988) yang ketiganya dikutip dalam Adekiya dan Ibrahim (2016) mengatakan bahwa individu yang menganggap konsep kewirausahaan sesuai dengan nilai-nilai yang dianutnya, akan menjadikan kewirausahaan sebagai identitas pribadinya, sehingga ia pun termotivasi untuk menjadi seorang pengusaha (*perceived consistence*). Di lain pihak, Drucker (1985) serta Adekiya dan Ibrahim (2016) menganggap niat berwirausaha seseorang tidak dipengaruhi oleh karakter wirausaha (*perceived consistence*).

*Perceived effectiveness* yang dijabarkan melalui *Hierarchy of Needs Theory* oleh Maslow (1943:370-396) mengatakan bahwa seorang individu akan

berwirausaha karena termotivasi untuk memenuhi kebutuhannya. Pendapat ini didukung oleh hasil penelitian McClelland (1961) dalam Mat *et al.* (2015) serta Gurol dan Atsan (2006) yang menyebutkan kebutuhan untuk mencapai sesuatu adalah kunci pendorong seseorang berwirausaha. Sementara hasil penelitian terbaru menurut Altinay *et al.* (2012), kebutuhan untuk mencapai sesuatu tidak mempengaruhi niat untuk memulai sebuah bisnis.

Lee-Gosselin dan Grise (1990) serta Kimwolo *et al.* (2012) dalam Adekiya dan Ibrahim (2016); Zhao *et al.* (2005); Henderson dan Robertson (2000) dalam Yurtkoru *et al.* (2014); Türker dan Selçuk (2009), serta Moriano *et al.* (2012) mengatakan bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Namun ternyata penelitian Yurtkoru *et al.* (2014) serta Ambad dan Damit (2016) justru menghasilkan bukti bahwa pendidikan kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap niat berwirausaha.

Studi ini akan meneliti pengaruh budaya berwirausaha dan pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha, dengan hipotesis sebagai berikut.

H<sub>1</sub>: Budaya berwirausaha (*perceived appropriateness*, *perceived consistence*, dan *perceived effectiveness*) serta pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

H<sub>2</sub>: *Perceived appropriateness* berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

H<sub>3</sub>: *Perceived consistence* berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

H<sub>4</sub>: *Perceived effectiveness* berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

H<sub>5</sub>: Pendidikan kewirausahaan berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian dasar (*basic research*), yang bertujuan untuk mengembangkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya (Jogiyanto, 2011:8). Berdasarkan tujuannya, penelitian ini dapat digolongkan sebagai penelitian kausal, karena tujuan dari penelitian ini adalah menguji pengaruh variabel independen variabel dependen (Zigmund *et al.*, 2013:55-56). Penelitian

ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh budaya berwirausaha (*perceived appropriateness, perceived consistence, dan perceived effectiveness*) serta pendidikan kewirausahaan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya. Berdasarkan pendekatannya, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena penelitian ini memerlukan sampel dalam jumlah besar yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, serta menggunakan statistik dalam analisisnya.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang langsung diperoleh dari responden. Desain survei yang digunakan dalam penelitian ini adalah *cross-sectional*, karena desain survei *cross sectional* adalah metode terbaik yang tersedia bagi peneliti ketika tujuan penelitian adalah mengambil sampel tentang opini/persepsi responden terkait isu-isu tertentu, pada waktu tertentu. Aras yang digunakan untuk variabel dependen dan independen dalam penelitian ini adalah aras interval, yaitu aras pengukuran yang menunjukkan jarak yang sama dan selisih yang jelas pada skala (Zikmund *et al.*, 2013:299). Pilihan jawaban pada aras interval disusun dengan skala Likert dengan ekspektasi responden akan merespon dengan menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya melalui lima tingkat. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya. Karakteristik populasi yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah Kewirausahaan dan belum berwirausaha. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 238.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan pada 30 kuesioner awal telah menunjukkan nilai yang valid dan reliabel di mana semua *items* telah memiliki nilai korelasi *Pearson* di atas 0,3 (valid) dan setiap variabel telah memiliki nilai *Cronbach's alpha* di atas 0,6 (reliabel). Selanjutnya, data dianalisis menggunakan *PASW Statistics 18 for Windows*. Data 238 responden telah diuji

normalitasnya, dan terbukti datanya berdistribusi normal. Kemudian, data-data ini diuji regresi linier berganda. Hasilnya ialah sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Anova**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,047	0,240		4,355	0,000
<i>Perceived Appropriateness</i>	0,202	0,074	0,163	2,736	0,007
<i>Perceived Consistence</i>	0,373	0,066	0,364	5,612	0,000
<i>Perceived Effectiveness</i>	0,335	0,067	0,328	4,996	0,000
Pendidikan Kewirausahaan	-0,099	0,041	-0,120	-2,394	0,017

**Tabel 2**  
**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	54.574	4	13.643	59.596	.000
Residual	53.341	233	.229		
Total	107.915	237			

Pada Tabel 2, nilai koefisien dan signifikansi variabel *perceived appropriateness* secara berurutan adalah 0,163 dan 0,007. Nilai koefisien yang lebih besar dari 0 dan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan hubungan antara variabel *perceived appropriateness* dengan variabel niat berwirausaha merupakan hubungan yang positif dan signifikan, sehingga H<sub>2</sub> diterima dan sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adekiya dan Ibrahim (2016).

Menurut Adekiya dan Ibrahim (2016), niat terhadap aktivitas kewirausahaan di masa yang akan datang dapat dipromosikan dengan menyebarluaskan informasi yang akan mendorong mahasiswa memiliki sikap dan

pandangan bahwa karir dalam kewirausahaan adalah sebuah jalur karir yang dapat diterima dan layak diambil setelah lulus. Temuan ini sejalan pula dengan pendapat Karayiannis (1993) yang mengatakan bahwa persetujuan sosial dan budaya terhadap konsep kewirausahaan berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas berwirausaha, sementara penolakan terhadapnya akan menghambat aktivitas berwirausaha. Beberapa tokoh lain seperti Ajzen (1991), Liñán and Chen (2009), Díaz-García dan Jiménez-Moreno (2010), yang semuanya dikutip dalam Buli dan Yesuf (2015), dan Moriano *et al.* (2012) menyatakan tekanan sosial, atau pendapat orang lain, memiliki pengaruh terhadap suatu tingkah laku.

Jadi dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa yang dijadikan responden dalam penelitian ini dipengaruhi oleh lingkungan mereka, baik dari lingkungan terdekat seperti keluarga dan teman, maupun dari lingkungan yang lebih luas misalnya melalui iklan di televisi, pengaruh tokoh panutan, dan sebagainya. Pengaruh yang diberikan oleh lingkungan ini, mendorong para mahasiswa berpersepsi bahwa kewirausahaan adalah sebuah pekerjaan yang layak, dan menjadi seorang pengusaha dapat membuat mereka diterima oleh masyarakat. Dengan persepsi seperti ini, para mahasiswa secara tidak sadar akan terdorong untuk mengembangkan niatnya menjadi seorang pengusaha di kemudian hari.

Hubungan yang selanjutnya adalah variabel *perceived consistence* dengan variabel niat berwirausaha. Nilai koefisien *perceived consistence* sebesar 0,364 (lebih besar dari 0) menunjukkan arah hubungan yang positif, sementara signifikansi sebesar 0,000 (kurang dari 0,05) menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel signifikan, sehingga  $H_3$  diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Ajzen dan Fishbein (1980), Snyder dan DeBono (1985), serta Greenberger dan Sexton (1988), yang semuanya dikutip dalam Adekiya dan Ibrahim (2016). Para tokoh ini mengatakan bahwa seseorang terdorong untuk hidup sesuai dengan nilai-nilai yang dianutnya, atau identitas pribadinya, sehingga seseorang yang menganggap identitasnya sesuai dengan sosok pengusaha, akan terdorong untuk menumbuhkan niat menjadi seorang pengusaha.

Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adekiya dan Ibrahim (2016). Perbedaan ini

disebabkan oleh perbedaan kondisi tempat penelitian dilakukan. Penelitian Adekiya dan Ibrahim (2016) dilakukan di Nigeria yang merupakan negara miskin, sementara penelitian ini dilakukan di Indonesia yang merupakan negara berkembang. Dr. Charles Ugwu, *Director Professional Development Directorate*, dalam wawancaranya dengan *Punch Newspaper* mengatakan bahwa 80% lulusan sarjana di Nigeria menjadi pengangguran. Hal ini terjadi akibat kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia di Nigeria. Sementara di Indonesia, hanya 11% lulusan sarjana yang menjadi pengangguran, menurut Hanif Dhakiri, Menteri Ketenagakerjaan.

Perbedaan persentase yang signifikan ini menyebabkan berbedanya hasil pengaruh *perceived consistence* terhadap niat berwirausaha di kedua negara. Karena lulusan perguruan tinggi di Nigeria sulit mendapat pekerjaan di lapangan kerja yang sudah ada, mereka tidak punya pilihan lain selain menciptakan lapangan kerja itu sendiri. Karena tidak ada pilihan lain, para mahasiswa akan menumbuhkan niat berwirausahanya, meskipun sebenarnya ia tidak memiliki karakter seorang pengusaha. Niat berwirausaha ini tumbuh karena para mahasiswa menyadari inilah satu-satunya jalan untuk bertahan hidup di Nigeria.

Sementara di Indonesia yang persentase pengangguran lulusan universitasnya lebih rendah, *perceived consistence* para mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Penyebabnya, para lulusan universitas di Indonesia masih mendapat tempat pada lapangan pekerjaan yang ada, sehingga mereka tidak harus menjadi seorang pengusaha untuk bertahan hidup. Para lulusan di Indonesia dapat memilih untuk terjun dalam lapangan kerja yang sudah ada, atau membuat lapangan kerjanya sendiri. Tidak adanya kondisi yang memaksa ini mengakibatkan hanya mahasiswa yang berpersepsi dirinya memiliki karakter seorang pengusaha sajalah yang menumbuhkan niat berwirausahanya. Inilah sebabnya, pengaruh *perceived consistence* terhadap niat berwirausaha dalam penelitian ini dikatakan signifikan positif.

Pembahasan berikutnya adalah hubungan antara variabel *perceived effectiveness* dengan variabel niat berwirausaha. Variabel *perceived effectiveness* memiliki nilai koefisien sebesar 0,328 (lebih besar dari 0) yang berarti terdapat

hubungan yang positif di antara kedua variabel. Sedangkan nilai signifikansi dari variabel ini adalah 0,000 (kurang dari 0,05) yang artinya hubungan di antara kedua variabel signifikan. Kesimpulan yang dapat ditarik adalah  $H_4$  diterima, dan hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adekiya dan Ibrahim (2016).

Adekiya dan Ibrahim (2016) dalam temuannya menyatakan bahwa ada hubungan positif dan signifikan yang ditemukan antara persepsi bahwa karir di kewirausahaan dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dengan kecenderungan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan di masa depan. Hasil temuan ini juga sesuai dengan teori kebutuhan yang diungkapkan oleh Maslow (1943:370-396), serta McClelland (1961) dalam Mat *et al.* (2015). Para tokoh ini menekankan bahwa seseorang yang percaya bahwa suatu tindakan tertentu dapat membantunya mencapai tujuan, akan terdorong untuk melakukan tindakan tersebut. Artinya, seseorang yang yakin dapat mencapai tujuan-tujuannya dengan menjadi pengusaha, akan memiliki niat untuk menjadi seorang pengusaha.

Hipotesis yang terakhir,  $H_5$ , membahas tentang hubungan antara variabel pendidikan kewirausahaan dengan variabel niat berwirausaha. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memberi pengaruh yang negatif terhadap niat berwirausaha, yang terlihat dari nilai koefisien yang kurang dari 0, yaitu -0,120. Hubungan antara kedua variabel ini tergolong signifikan, karena pendidikan kewirausahaan memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, yaitu 0,017. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Adekiya dan Ibrahim (2016) yang menemukan adanya hubungan positif antara pendidikan kewirausahaan dengan niat berwirausaha.

Teori Piaget (1954) memaparkan bahwa setiap individu memiliki skema yang terbentuk dari hasil interaksinya dengan lingkungan. Skema ini dapat berubah dan akan terus berkembang, menyesuaikan dengan pengalaman baru. Proses penyesuaian ini terbagi menjadi asimilasi dan akomodasi. Asimilasi adalah proses menambahkan informasi baru ke dalam skema yang sudah ada yang bersifat subyektif. Sedangkan akomodasi adalah proses pengubahan/penggantian skema karena adanya informasi baru yang tidak sesuai dengan skema yang sudah

ada. Contohnya, seorang anak kecil yang memiliki pengalaman awal tentang burung kenari, akan menganggap semua burung adalah kecil, berwarna kuning, dan mencicit. Ini adalah skema awal yang dimilikinya. Bila suatu saat ia melihat burung gagak, yang berbeda namun masih mirip dengan burung kenari, skema awalnya akan mengalami asimilasi. Namun bila suatu saat ia melihat burung unta, yang secara fisik berbeda jauh dengan burung kenari, maka akan terjadi proses akomodasi. Melalui kedua bentuk penyesuaian ini, skema yang dimiliki seorang individu akan berkembang (Piaget, 1954)

Hal yang sama dapat terjadi terkait skema mahasiswa tentang kewirausahaan. Sebanyak 149 responden, atau 62,6% responden, memiliki latar belakang orang tua sebagai seorang pengusaha. Bukan tidak mungkin selama ini orang tua para mahasiswa menceritakan lebih banyak keuntungan menjadi pengusaha, dibanding kesulitan-kesulitan yang dihadapi. Karena itu, skema yang dimiliki mahasiswa terkait kewirausahaan hanya berisi hal-hal yang menguntungkan/menyenangkan saja. Ketika para mahasiswa mendapat pendidikan kewirausahaan melalui mata kuliah Kewirausahaan, tentu ada penyesuaian yang terjadi dengan skema awal mereka, baik asimilasi maupun akomodasi. Mahasiswa yang selama ini menganggap menjadi seorang pengusaha adalah pekerjaan yang menyenangkan, akan mendapati bahwa menjadi pengusaha juga memerlukan pengorbanan yang tidak sedikit. Selain itu, diperlukan pengetahuan dan keterampilan tertentu, termasuk keterampilan bekerja sama dalam kelompok, agar dapat mendirikan dan mempertahankan sebuah usaha yang berkelanjutan.

Para responden yang mengambil mata kuliah Kewirausahaan merasa tidak siap ketika menyadari banyaknya pengorbanan dan persiapan yang perlu mereka miliki untuk menjadi seorang pengusaha. Penyesuaian skema berupa akomodasi ini membuat banyak mahasiswa berpikir ulang untuk menjadi seorang pengusaha. Bukan tidak mungkin, setelah mengambil mata kuliah ini, mahasiswa justru menganggap lebih baik bekerja untuk orang lain dibanding bekerja sendiri. Hal inilah yang membuat niat berwirausaha responden turun setelah mereka mengambil mata kuliah Kewirausahaan.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Lutfi (2010) yang menemukan bahwa masyarakat di Surabaya, Indonesia, pada umumnya termasuk kelompok *risk averse*. Orang yang tergolong *risk averse* merupakan orang yang menghindari resiko, dan akan memilih pilihan yang resikonya paling rendah (Lutfi, 2010). Tentu wajar bila orang-orang seperti ini menurunkan niat berwirausahanya setelah mengetahui melalui pendidikan kewirausahaan tentang banyaknya resiko yang dihadapi seorang pengusaha.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dan dibahas, dapat ditarik konklusi bahwa semua hipotesis yang diuji melalui *PASW Statistics 18 for Windows* dapat diterima dengan penjabaran sebagai berikut.

1. Budaya berwirausaha (*perceived appropriateness, perceived consistence, dan perceived effectiveness*) serta pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya.
2. *Perceived appropriateness* berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya.
3. *Perceived consistence* berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya.
4. *Perceived effectiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya.
5. Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya oleh Adekiya dan Ibrahim (2016) pada responden di Nigeria, dengan judul "*Entrepreneurship intention among students. The antecedent role of culture and*

*entrepreneurship training and development*". Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa budaya berwirausaha, yang dijabarkan menjadi *perceived appropriateness*, *perceived consistence*, dan *perceived effectiveness*, berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa. Hasil ini menunjukkan masyarakat dapat menerima dan menganggap layak profesi pengusaha, merasa memiliki karakter yang sesuai dengan karakter seorang pengusaha, dan meyakini tujuan-tujuannya dapat tercapai dengan menjadi seorang pengusaha. Lingkungan yang seperti ini sangat kondusif dalam mendukung niat berwirausaha mahasiswa.

Penelitian ini memerlukan pengkajian kembali sebelum dapat ditarik kesimpulan yang general, karena penelitian ini baru dilakukan di 2 negara, yaitu Nigeria dan Indonesia. Untuk dapat menarik kesimpulan yang general, penelitian harus dilakukan di banyak negara, karena tiap negara memiliki karakteristik responden, kondisi ekonomi, sosial, dan budaya yang berbeda-beda. Perbedaan yang ada akan menghasilkan hasil yang berbeda. Contohnya, penelitian yang dilakukan di Indonesia, khususnya di Surabaya ini, membuktikan bahwa variabel *perceived consistence* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel niat berwirausaha, tidak seperti penelitian Adekiya dan Ibrahim (2016) di Nigeria yang menyatakan tidak ada hubungan signifikan antara kedua variabel. Selain itu, variabel pendidikan berwirausaha dalam penelitian ini ternyata berpengaruh negatif terhadap variabel niat berwirausaha, meskipun penelitian Adekiya dan Ibrahim (2016) menyatakan pengaruhnya positif signifikan.

Mengacu pada hasil penelitian ini, metode pembelajaran dalam mata kuliah Kewirausahaan harus diubah, supaya pengaruh yang diberikan pada niat berwirausaha mahasiswa tidak negatif. Tim dosen mata kuliah Kewirausahaan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya perlu menyesuaikan metode pembelajaran pada mata kuliah ini dengan cara memberikan pembelajaran yang bertahap. Dengan pembelajaran yang bertahap, skema para mahasiswa akan mengalami asimilasi, bukan akomodasi. Karena para mahasiswa tidak kaget akibat adanya perbedaan skema yang signifikan, niat berwirausaha mereka pun

tidak akan menurun, justru akan meningkat karena mendapat dukungan melalui mata kuliah Kewirausahaan.

Di sisi lain, mahasiswa yang menyadari bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh negatif terhadap niat berwirausaha mereka, harus berupaya memahami dan mempelajari kewirausahaan, selain melalui pendidikan di universitas. Para mahasiswa harus memahami apa saja persiapan dan pengorbanan yang perlu dibuat untuk menjadi seorang pengusaha. Bila selama ini para orang tua hanya menceritakan sisi manis dari kewirausahaan, mereka harus berinisiatif mencari tahu tentang sisi buruknya. Tujuannya, agar mereka tidak kaget ketika menyadari betapa sulit dan banyak pengorbanan yang harus dibuat untuk menjadi pengusaha.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat diperbaiki/disempurnakan dalam penelitian di masa yang akan datang. Penelitian berikutnya yang membahas topik serupa dapat menyelidiki faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap niat berwirausaha, selain aspek budaya berwirausaha dan pendidikan kewirausahaan. Dengan mengetahui lebih banyak faktor yang mempengaruhi niat berwirausaha, akan lebih mudah pula menentukan langkah-langkah yang harus dibuat agar niat kewirausahaan mahasiswa tinggi.

Keterbatasan berikutnya adalah responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada kalangan mahasiswa, karena yang diteliti adalah niat berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian berikutnya dapat mengambil responden yang lebih beragam, misalnya siswa SMA dan SMK, sehingga hasil penelitiannya dapat digunakan untuk menentukan niat berwirausaha siapa yang lebih tinggi.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan terkait sampel yang diambil. Sampel ini hanya memiliki 238 responden yang berada di Surabaya. Agar hasilnya lebih menyeluruh, penelitian selanjutnya perlu mengambil responden dalam jumlah yang lebih banyak, yang berasal dari berbagai universitas (swasta dan negeri) di beberapa kota di Indonesia, bukan hanya Surabaya saja. Hal ini perlu dilakukan mengingat ada perbedaan budaya antar tiap daerah, meskipun masih dalam negara Indonesia. Penelitian di masa yang akan datang juga perlu

dilakukan di negara yang berbeda, selain Nigeria dan Indonesia. Tujuannya agar dapat ditarik kesimpulan yang lebih universal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Adekiya, A.A., dan F. Ibrahim, 2016, Entrepreneurship Intention among Students. The Antecedent Role of Culture and Entrepreneurship Training and Development, *The International Journal of Management Education*, 14(2): 116-132.
- Altinay, L., M. Madanoglu, R. Daniele, dan C. Lashley, 2012, The Influence of Family Tradition and Psychological Traits on Entrepreneurial Intention, *International Journal of Hospitality Management*, 31: 489-499.
- Ambad, S.N.A., dan D.H.D.A. Damit, 2016, Determinants of Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Malaysia, *Procedia Economics and Finance*, 37: 108-114.
- Brancu, L., V. Munteanu, dan D. Gligor, 2012, Study on Student's Motivations for Entrepreneurship in Romania, *Social and Behavioral Sciences*, 62: 223-231.
- Buli, B.M., dan W.M. Yesuf, 2015, Determinants of Entrepreneurial Intentions, *Education + Training*, 57(8/9): 891-907.
- De Pillis, E. dan K.K. Reardon, 1991, *Persuasion in Practice*, Beverly Hills CA: Sage Publications.
- Garba, A. S., S. Kabir, dan A.M. Nalado, 2014, An Assessment of Students' Entrepreneurial Intentions in Tertiary Institution: A Case of Kano State Polytechnic Nigeria, *International Journal of Asian Social Science*, 4(3): 434-443.
- Gurol, Y. dan N. Atsan, 2006, Entrepreneurial Characteristics amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey, *Education and Training*, 48(1): 25-38.
- Hair, J.F., et al., 2010, *Multivariate Data Analysis (7<sup>th</sup> Edition)*, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Hayton, J. C., dan G. Cacciotti, 2014, Is There An Entrepreneurial Culture? A Review of Empirical Research, *ERC Research Paper*, No.16.
- Jogiyanto, H.M. (2011), *Metodologi Penelitian Bisnis Edisi Keempat*. Yogyakarta: BPFE.
- Karayiannis, A. D., 1993, *Entrepreneurial Pluralism and Cultural Diversity*, University of Piraeus.
- Krueger, N. F., M.D. Reilly, dan A.L. Carsrud, 2000, Competing Models of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Business Venturing*, 15: 411-432.
- Liñan, F. dan Y. Chen, 2009, Development and Cross-Cultural Application of A Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intention, *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Lutfi, 2010, The Relationship between Demographic Factors and Investment Decision in Surabaya, *Journal of Economics and Accountancy Ventura*, 13(3): 213-224.

- Maslow, A.H., 1943, *Motivation and Personality (Third Ed.)*, New York: Harper.
- Mat, S.C., S.M. Maat, dan N. Mohd, 2015, Identifying Factors that Affecting the Entrepreneurial Intention among Engineering Technology Students, *Social and Behavioral Sciences*, 211: 1016-1022.
- Moriano, J. A., M. Gorgievski, M. Laguna, U. Stephan, dan K. Zarafshani, 2012, A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention, *Journal of Career Development*, 39(2): 162-185.
- Muktar, M., 2013, Empirical Examination of The Factors That Lead to The Emergence of Entrepreneurs in Kano State, Nigeria. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 2(2): 38-44.
- Nwanko, B.E., G.C. Kanu, M.I. Marire, dan S.K. Balogun, 2012, Gender-Role Orientation and Self Efficacy as Correlates of Entrepreneurial Intention, *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(6): 9-26.
- Shane, S., E.A. Locke, dan C.J. Collins, 2003, *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, UK: Edward Elgar.
- Türker, D. dan S.S. Selçuk, 2009, Which Factors Affect Entrepreneurial Intention of University Students? *Journal of European Industrial Training*, 33(2): 142-159.
- Yurtkoru, E. S., Z. K. Kuşcu, dan A. Doğanay, 2014, Exploring The Antecedents of Entrepreneurial Intention on Turkish University Students, *Social and Behavioral Sciences*, 841-850.
- Zhao, H., S. Seibert, dan G. Hills, 2005, The Mediating Role of Self-Efficacy in The Development of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Applied Psychology*, 90(6): 1265-1272.
- Zikmund, W.G., B.J. Babin, J.C. Carr, dan M. Griffin, 2013, *Business Research Methods Ninth Edition*, South-Western Cengage Learning.
- <http://kalbar.antaranews.com/berita/337193/menteri-keuangan-dorong-universitas-ciptakan-mahasiswa-wirausaha> diunduh pada tanggal 12 Juni 2016
- <http://kinciakincia.com/berita/2421-kemenkop-dan-ukm-dorong-mahasiswa-jadi-wirausaha.html> diunduh pada tanggal 12 Juni 2016
- <http://www.tribunnews.com/regional/2016/11/18/11-persen-pengangguran-di-indonesia-lulusan-perguruan-tinggi> diunduh pada tanggal 5 Desember 2016
- <http://hubpages.com/education/Graduate-Unemployment-in-Nigerian> diunduh pada tanggal 5 Desember 2016