

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI MINAT TECHNOPRENEUR MAHASISWA DI ERA TEKNOLOGI DIGITAL (STUDI KASUS: MAHASISWA ITB AHMAD DAHLAN)

Ambardi¹ dan Helmi Chaidir^{2(*)}

¹Program Studi Akuntansi nstitut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, Jakarta

²Program Studi Manajemen nstitut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, jakarta

Abstract

Growing entrepreneurial or techno-entrepreneurial interest in college students is believed to be an alternative measure to reduce unemployment. Because students are expected to be young educated entrepreneurs who are able to start their own businesses, and are able to open jobs for others. The need for qualified technopreneurs to use technology as a business booster has also increased. This is marked by many new inventions or innovations created based on digital technology. Therefore, to meet these needs, it is necessary to be supported by higher education institutions that prepare students and graduates to be able to create new jobs, in addition to creating innovative, adaptive, competitive science as the main concept of competitiveness and national development in the industrial revolution era 4.0. The purpose of this study is to find out what factors influence student interest to become technopreneur. This research was conducted on the campus of the Ahmad Dahlan Institute of Technology and Business using a questionnaire method. Questionnaires are distributed directly to respondents so that they get a high rate of return. Distribution and collection of questionnaires were carried out throughout the ITB Ahmad Dahlan campus. From the distribution of questionnaires collected data of 310 students. The method of data analysis in this study uses multiple linear regression analysis, which also performed validity, reliability and classical assumption tests. Data processing in this study uses SPSS version 22. From the results of this study indicate that the factors that influence students' interest to become technopreneur are self-esteem, innovation, leadership, profit, and the environment. As for personal challenges, the desire to be a boss and flexibility do not affect the interest in becoming a technopreneur among students.

Keywords: Interest, Technopreneur, College students

Informasi Artikel:

Dikirim: 01 Maret 2020

Ditelaah: 19 Mei 2020

Diterima: 04 Juni 2020

Publikasi daring [online]: Juni 2020

Januari – Juni 2020, Vol 9 (1) : hlm 16-24

©2020 Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.

All rights reserved.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara nomor empat terbesar di dunia dalam hal jumlah penduduk. Berdasarkan survei penduduk antar sensus (supas) 2015 jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2019 diproyeksikan mencapai 266,9 juta jiwa. Persaingan dunia tenaga kerja semakin pesat, berbanding terbalik dengan ketersediaan lapangan pekerjaan, dimana penambahan jumlah penduduk tidak dibarengi dengan penambahan lapangan pekerjaan membuat tingkat pengangguran di Indonesia tinggi. Komponen pembentuk angkatan kerja adalah penduduk yang bekerja dan pengangguran. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada Agustus 2018, sebanyak 124.01 juta orang adalah penduduk bekerja, sedangkan sebanyak 7 juta orang menganggur.

Untuk mengatasi tingginya jumlah pengangguran ini diharapkan adanya peran serta perguruan tinggi untuk memberikan solusi menekan pengangguran dengan memperbaiki sistem pendidikan yang bisa menghasilkan tenaga siap pakai. Pendidikan yang baik diharapkan mampu memberikan sumberdaya manusia yang baik pula. Namun dalam kenyataannya sekarang ini, pendidikan juga dianggap berkaitan erat dengan pengangguran, khususnya pengangguran tenaga kerja terdidik.

Untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan ini, muncul solusi yang dianggap terbaik yaitu wirausaha. Menurut Alma (2007), lulusan perguruan tinggi yang dibekali pendidikan dan idealisme, diharapkan mampu mengembangkan diri menjadi pelopor kewirausahaan, bukan menjadi lulusan universitas yang mencari pekerjaan, tapi seharusnya menciptakan lapangan pekerjaan. Jumlah wirausaha yang masih sedikit ini dipengaruhi oleh lingkungan masyarakat yang menganggap pegawai adalah pekerjaan yang paling membanggakan.

Peluang bisnis yang menarik belakangan ini yang sedang berkembang dan diminati para kalangan milenial adalah di bidang *technopreneur*. Direktur Eksekutif Asosiasi Pengusaha Indonesia (Apindo) Danang Girindrawardana (2019) menyebut jumlah wirausaha di tanah air saat ini baru mencapai 3,1 persen dari total penduduk usia produktif. Jumlah ini terbilang minim dibanding tingkat wirausaha di negara-negara maju yang bisa mencapai 14 persen. Kecilnya jumlah wirausaha ini, bisa jadi dikarenakan kurangnya dukungan pemerintah dan lingkungan perguruan tinggi dalam mempersiapkan tenaga terdidik untuk terjun di bidang wirausaha khususnya *technopreneur*.

Technopreneur secara sederhana dapat juga didefinisikan sebagai peluang bisnis yang memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang belakangan ini. Sedangkan pengertian *technopreneur* menurut Nasution (2007), adalah pengusaha yang membangun bisnisnya berdasarkan keahliannya di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, dan menghasilkan produk inovatif yang berguna tidak hanya bagi dirinya, tetapi bagi kesejahteraan bangsa dan negaranya. Dunia teknologi yang sedang menggeliat saat ini berkembang di seluruh penjuru dunia menjadi peluang yang sangat patut diperhitungkan dan patut dicoba. Seiring dengan perkembangan teknologi digital yang memiliki peran pada sektor industri, bidang kewirausahaan memiliki peluang untuk berkembang lebih besar. Indonesia memiliki sejumlah

potensi seperti jumlah demografi penduduk yang besar, akses internet yang semakin mudah dan murah serta penetrasi yang cukup tinggi. Hal ini tentunya membuka jalan bagi wirausahawan lokal untuk mengembangkan bisnis yang berbasis teknologi begitu terbuka lebar.

Kebutuhan akan *technopreneur* yang mumpuni menggunakan teknologi sebagai pendongkrak usahanya pun semakin meningkat. Hal ini ditandai dari banyak penemuan atau inovasi baru yang diciptakan berbasis teknologi digital. Oleh karenanya untuk memenuhi kebutuhan tersebut perlu dicari tahu faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat mahasiswa perguruan tinggi untuk menjadi seorang *technopreneur*. Tentunya untuk menumbuhkan minat mahasiswa haruslah didukung oleh institusi pendidikan tinggi yang mempersiapkan para mahasiswa dan lulusannya.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat *technopreneur* di kalangan mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan.

Tabel 1. Hipotesis

Rumusan Masalah	Tujuan Penelitian	Hipotesis
<ul style="list-style-type: none"> • Bagaimana pengaruh harga diri terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa. • Bagaimana pengaruh tantangan pribadi terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa • Bagaimana pengaruh keinginan jadi bos terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa • Bagaimana pengaruh inovasi terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa • Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa • Bagaimana pengaruh fleksibilitas terhadap minat <i>techpreneur</i> mahasiswa • Bagaimana pengaruh keuntungan terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa • Bagaimana pengaruh lingkungan terhadap minat <i>technopreneur</i> mahasiswa 	<p>tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat <i>technopreneur</i> dikalangan mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan</p>	<p>H1: Variabel harga diri berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i>. H2: Variabel tantangan pribadi berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i>. H3: Variabel keinginan menjadi bos berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i>. H4: Variabel inovasi berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i> H5: Variabel kepemimpinan berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i>. H6: Variabel fleksibilitas berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i>. H7: Variabel keuangan berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i> H8: Variabel lingkungan berpengaruh terhadap minat <i>technopreneur</i></p>

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di kampus Perguruan Tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad

Dahlan Jakarta. Waktu penelitian berlangsung mulai dari bulan september sampai desember. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* berjenis *purposive sampling*. Non probability sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representatif (Sugiyono, 2014). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016 -2019 di Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan yang berjumlah 2609 orang. Karena jumlah populasi diketahui maka penentuan jumlah sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5 persen. Dalam penelitian ini sampel yang akan digunakan adalah 310 sampel.

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada di dalam sebuah kuesioner. Sedangkan uji asumsi klasik digunakan agar penelitian yang dilakukan dapat dikatakan cukup baik. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolieritas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi (Ghozali, 2011) Untuk menganalisis pengaruh harga diri, tantangan pribadi, keinginan jadi bos, inovasi, kepemimpinan, fleksibilitas, keuntungan, lingkungan terhadap minat berwirausaha, baik secara simultan atau parsial digunakan metode Regresi Linier Berganda dengan menggunakan uji F dan uji t. Secara umum model regresi berganda dirumuskan sebagai berikut:

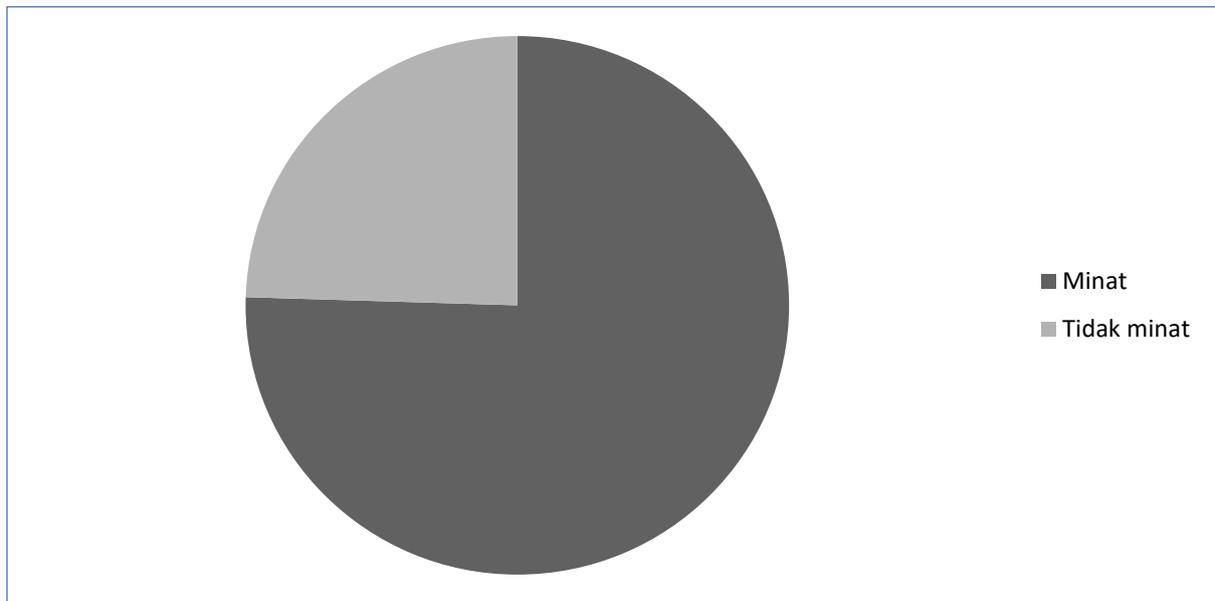
$$Y_i = \alpha + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \beta_3 x_{3i} + \beta_4 x_{4i} + \beta_5 x_{5i} + \beta_6 x_{6i} + \beta_7 x_{7i} + \beta_8 x_{8i} + \epsilon_i$$

Y adalah minat wirausaha, α adalah konstanta, x_1 harga diri, x_2 tantangan pribadi, x_3 keinginan menjadi bos, x_4 inovasi, x_5 kepemimpinan, x_6 fleksibilitas, x_7 keuntungan; x_8 lingkungan, $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7,$ dan β_8 koefisien regresi, dan ϵ galat (pengaruh variabel lain yang tidak masuk dalam model).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di kampus perguruan tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner disebarkan langsung kepada responden sehingga mendapatkan tingkat pengembalian yang tinggi. Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan selama dua bulan yaitu pada bulan September - Oktober 2019 di seluruh kampus ITB Ahmad Dahlan. Dari penyebaran kuesioner terkumpul data responden sebanyak 310 mahasiswa.

Dari hasil pengolahan distribusi frekuensi terhadap variabel minat menjadi technopreneur didapat rata-rata responden menjawab di skala 3-5. Untuk yang menyatakan setuju terhadap minat menjadi technopreneur (rata-rata skor 4) adalah sebanyak 234 mahasiswa (75,5 persen).



Sumber: data diolah, 2020

Gambar 2. Minat Menjadi *Technopreneur*

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas adalah ukuran untuk menilai apakah alat ukur yang digunakan benar-benar mampu memberikan nilai variabel yang ingin diukur. Butir-butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai signifikansi p (sig) < 0.05 . Dari hasil penelitian ini didapat bahwa semua indikator pernyataan yang diukur menunjukkan valid. Sedangkan uji reliabilitas untuk mengukur apakah instrumen tersebut secara konsisten memberikan hasil ukur yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang berlainan. Dari hasil penelitian ini semua indikator kuesioner mempunyai nilai koefisien cronbach alpha diatas 0.6 oleh karena itu dapat dikatakan bahwa semua indikator adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini dengan menggunakan uji probability plot didapatkan bahwa titik-titik atau data berada di dekat dan mengikuti garis diagonalnya maka dikatakan bahwa data terdistribusi dengan normal. Sedangkan dari uji multikolinearitas dideteksi dengan menggunakan nilai tolerance dan Variance inflation factor (VIF). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolienaritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan VIF ≥ 10 . Pada penelitian ini dari hasil deteksi dengan menggunakan nilai tolerance dan Variance inflation factor (VIF). Untuk nilai tolerance pada seluruh variabel lebih besar dari pada 0,10 yang artinya tidak terjadi gejala multikolinearitas atau dari nilai VIF yang semuanya lebih kecil dari 10 juga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolienaritas. Pada penelitian ini pengukuran uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode scatterplot. Terlihat bahwa penyebaran titik-titik atau data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar 0. Selain itu titik-titik juga tidak

membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dari penelitian ini diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut.

$$Y = -0,561 + 0,151X_1 - 0,001X_2 + 0,108X_3 + 0,152X_4 + 0,104X_5 + 0,052X_6 + 0,184X_7 + 0,294X_8 + e$$

Berdasarkan model regresi di atas terlihat bahwa koefisien regresi bertanda positif ada pada X1, X3, X4, X5, X6, X7 dan X8. Hal ini berarti bahwa kenaikan variabel harga diri, keinginan menjadi bos, inovasi, kepemimpinan, fleksibilitas, keuntungan dan lingkungan dengan asumsi variabel lainnya tetap maka minat wirausaha akan mengalami kenaikan. Sedangkan koefisien regresi untuk variabel X2 bertanda negatif. Hal ini berarti bahwa kenaikan variabel tantangan pribadi dengan asumsi variabel yang lain tetap maka minat technopreneur mengalami penurunan.

Tabel 3. Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,561	1,088		-,516	,606
Harga Diri	,151	,051	,151	2,949	,003
Tantangan Pribadi	-,001	,067	-,001	-,017	,986
Menjadi Bos	,108	,065	,081	1,653	,099
Inovasi	,152	,069	,116	2,206	,028
Kepemimpinan	,104	,042	,124	2,501	,013
Fleksibilitas	,052	,036	,068	1,464	,144
Keuntungan	,184	,064	,158	2,861	,005
Lingkungan	,294	,053	,288	5,498	,000

Sumber : Data primer diolah

Uji t digunakan untuk menguji apakah harga diri, tantangan pribadi, keinginan menjadi bos, inovasi, kepemimpinan, fleksibilitas, keuntungan, dan lingkungan berpengaruh terhadap minat berwirausaha secara signifikan. Uji ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dari tabel 3 terlihat bahwa nilai (sig) untuk variabel harga diri (0,003), inovasi (0,028), kepemimpinan (0,013), keuntungan (0,005) dan lingkungan (0,000) mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yang artinya ada pengaruh terhadap minat technopreneur. Sedangkan nilai (sig) untuk variabel tantangan pribadi (0,986), keinginan menjadi bos (0,099) dan fleksibilitas (0,144) mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang artinya tidak ada pengaruh terhadap minat menjadi technopreneur.

Berdasarkan hasil analisis data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat technopreneur pada mahasiswa maka dapat diterangkan sebagai berikut:

- a. Pengaruh harga diri terhadap minat technopreneur
Dari hasil analisis data terlihat bahwa variabel harga diri berpengaruh positif dan signifikan karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,003. Hal ini dapat dimaknai bahwa faktor harga diri mempengaruhi minat technopreneur dikalangan mahasiswa. Adanya anggapan bahwa mahasiswa lebih dihargai dan lebih percaya diri serta adanya rasa bangga ketika memiliki usaha sendiri ternyata tidak menjadi hal yang menentukan untuk menjadi seorang technopreneur.
- b. Pengaruh tantangan pribadi terhadap minat technopreneur
Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel tantangan pribadi mempunyai pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap minat technopreneur. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi menunjukkan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,986. Penyebab tidak signifikannya faktor tantangan pribadi terhadap minat technopreneur mungkin disebabkan bahwa mahasiswa tidak menyukai dengan tantangan untuk mencoba hal-hal baru atau takut dengan hal-hal yang berbau risiko. Bahkan hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien yang negatif yang artinya semakin besar tantangannya semakin tidak berminat mahasiswa untuk menjadi technopreneur.
- c. Pengaruh keinginan menjadi bos terhadap minat technopreneur
Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel keinginan menjadi bos tidak berpengaruh karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,099. Hal ini dapat dimaknai bahwa faktor keinginan menjadi bos tidak mempengaruhi minat technopreneur dikalangan mahasiswa. Adanya keinginan memiliki usaha sendiri dan memiliki kebebasan untuk mengelola usaha sendiri ternyata tidak cukup untuk menumbuhkan minat untuk menjadi technopreneur dikalangan mahasiswa.
- d. Pengaruh inovasi terhadap minat technopreneur
Dari hasil analisis data terlihat bahwa variabel inovasi berpengaruh positif dan signifikan karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,028. Hal ini dapat dimaknai bahwa faktor inovasi mempengaruhi minat technopreneur mahasiswa. Kesenangan akan sesuatu hal yang kreatif dan senang sesuatu yang berhubungan dengan teknologi digital ternyata mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi seorang technopreneur.
- e. Pengaruh kepemimpinan terhadap minat technopreneur
Dari hasil analisis data terlihat bahwa variabel kepemimpinan berpengaruh positif dan signifikan karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,013. Hal ini dapat dimaknai bahwa faktor kepemimpinan mempengaruhi minat technopreneur mahasiswa. Kesenangan mahasiswa berbicara di depan orang banyak dan keinginan lebih menonjol dibandingkan orang lain ternyata hal itu mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi seorang technopreneur.
- f. Pengaruh fleksibilitas terhadap minat technopreneur

Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel fleksibilitas tidak berpengaruh karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih besar dari 0,05 yaitu 0,144. Hal ini dapat dimaknai bahwa fleksibilitas tidak akan mempengaruhi minat technopreneur mahasiswa. Adanya keleluasaan waktu dan tidak terikat akan sesuatu ternyata bukan menjadi pertimbangan bagi mahasiswa untuk menjadi seorang technopreneur.

g. Pengaruh keuntungan terhadap minat technopreneur

Dari hasil analisis data terlihat bahwa variabel keuntungan berpengaruh positif dan signifikan karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,005. Hal ini dapat dimaknai bahwa faktor keuntungan mempengaruhi minat technopreneur mahasiswa. Keinginan bebas mengelola keuangan dari hasil usaha sendiri dan keinginan merasakan kekayaan dari hasil technopreneur ternyata hal itu mempengaruhi mahasiswa untuk menjadi seorang technopreneur.

h. Pengaruh lingkungan terhadap minat technopreneur

Dari hasil analisis data terlihat bahwa variabel lingkungan berpengaruh positif dan signifikan karena tingkat signifikansi menunjukkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Hal ini dapat dimaknai bahwa faktor lingkungan mempengaruhi minat technopreneur mahasiswa. Dorongan dari pihak kampus dan orang tua kepada mahasiswa untuk terjun ke dunia technopreneur merupakan faktor yang sangat penting bagi mahasiswa untuk menjadi seorang technopreneur

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengujian dan hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini maka dapat disimpulkan, bahwa : Faktor harga diri, inovasi, kepemimpinan, keuntungan dan lingkungan berpengaruh terhadap minat technopreneur mahasiswa ITB AD. Sedangkan faktor tantangan pribadi, keinginan menjadi bos dan fleksibilitas tidak berpengaruh terhadap minat technopreneur mahasiswa ITB AD.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhandari, N. C. 2006. Intention For Entrepreneurship Among Students In India. *Journal Entrepreneurship* 15(2), pp 169-171.
- Ghozali, I., 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ginting, M, Yuliawan, E. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (studi kasus pada STMIK Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* Volume 5, Nomor 01, April 2015
- Hisrich, et al. 2008. *Kewirausahaan*. Terjemah, Chriswan Sungkono dan Diana Angelica. Jakarta. Salemba Empat.

- Nasution H, Arman dkk. 2007. Entrepreneurship Membangun Spirit Teknopreneurship. Yogyakarta: Andy Offset
- Siswandi, Y. 2013. Analisis Faktor Internal, Faktor External Dan Pembelajaran Kewirausahaan Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha. Jurnal, Manajemen & Bisnis Vol 13 No 01 April 2013.
- Sekaran, Uma. 2003. Research Methods for Business : A Skill Building Approach, Fourt Edition, John Wiley & Sons, Inc
- Soeryanto, Eddy S. 2010. Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Winarno. 2011. Pengembangan Sikap Entrepreneurship & Intrapreneurship. Jakarta: Permata Puri Media.