

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI PENELITIAN**

#### **A. Tinjauan Teori**

##### **A.1. Minat Berwirausaha**

Minat berwirausaha merupakan gabungan dari teori tentang minat dan teori tentang wirausaha. Berikut ini akan dijelaskan secara terperinci:

##### **1.1. Minat**

Banyak orang tidak mengerti arti sebenarnya istilah “minat” (*interest*). Akibatnya, mereka sering mengacaukannya dengan apa yang tepatnya di sebut suatu “kesenangan” (*whim*).

Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Sebaliknya, kesenangan merupakan minat yang sementara. Ia berbeda dari minat bukan dalam kualitas melainkan dalam ketetapan (*persistence*). Selama kesenangan itu ada, mungkin intensitas dan motivasi yang menyertainya sama tinggi dengan minat. Namun ia segera mulai berkurang karena kegiatan yang ditimbulkannya hanya memberi kepuasan yang sementara. Minat lebih tetap (*persistent*) karena minat memuaskan kebutuhan yang penting dalam kehidupan seseorang (Hurlock, 2000:114).

### **1.1.1. Pengertian Minat**

Minat (*interest*) adalah suatu dorongan dalam diri individu yang menyebabkan terikatnya perhatian individu tersebut pada obyek tertentu (Indryati, 2003:62).

Winkel (1991) menjelaskan bahwa minat adalah kecenderungan dalam diri subyek untuk merasa tertarik pada bidang atau hal tertentu atau merasa senang berkecimpung dalam bidang itu (Guntoro, 2007:15).

As'ad (1995) menjelaskan minat adalah sikap yang membuat orang senang terhadap obyek, situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti oleh perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu. Pola-pola minat seseorang merupakan salah satu faktor yang menentukan kesesuaian orang dengan pekerjaannya (Guntoro, 2007:15).

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan kecenderungan dalam diri subyek untuk merasa tertarik atau merasa senang berkecimpung dalam bidang atau obyek tertentu yang diikuti kecenderungan mencari obyek yang disenangi itu.

### **1.1.2. Pentingnya Minat**

Minat memainkan peran yang penting dalam kehidupan seseorang dan mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap. Minat menjadi sumber *motivasi* yang kuat untuk belajar. Anak (individu) yang berminat terhadap sebuah kegiatan, baik permainan maupun pekerjaan, akan berusaha lebih keras untuk belajar dibandingkan dengan individu yang kurang berminat atau merasa bosan.

Minat mempengaruhi bentuk dan intensitas *aspirasi* seseorang. Ketika anak (individu) mulai berpikir tentang pekerjaan mereka di masa mendatang misalnya, mereka menentukan apa yang mereka ingin lakukan bila mereka dewasa. Semakin yakin mereka mengenai pekerjaan yang diidamkan, semakin besar minat mereka terhadap kegiatan di kelas atau di luar kelas, yang mendukung tercapainya aspirasi itu.

Minat menambah *kegembiraan* pada setiap kegiatan yang ditekuni seseorang. Bila anak (individu) berminat pada suatu kegiatan, pengalaman mereka akan jauh lebih menyenangkan daripada bila mereka merasa bosan. Karena jika anak (individu) tidak memperoleh kegembiraan suatu kegiatan, mereka hanya akan berusaha seperlunya saja. Akibatnya, prestasi mereka jauh lebih rendah dari kemampuan mereka (Hurlock, 2000:114-116).

Franken (1982) menjelaskan bahwa minat merupakan aspek kognitif dari motivasi, atau merupakan gambaran kognitif yang memberikan arah pada suatu tindakan. Besar kecilnya minat seseorang terhadap suatu tugas atau pekerjaan, banyak menentukan keberhasilan yang bersangkutan dalam melaksanakan tugas tadi. Karena motivasi, efisiensi, gerak dan kepuasan kerja, akan didapat apabila pekerjaan tersebut sesuai dengan lapangan yang diminatinya.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa minat dalam diri individu sangat penting artinya bagi kesuksesan yang akan dicapai. Individu yang mempunyai minat terhadap suatu objek atau aktivitas berarti ia telah menetapkan tujuan yang berguna bagi dirinya sehingga ia akan cenderung untuk menyukainya. Dari sana

kemudian segala tingkah lakunya menjadi terarah dengan baik dan tujuan pun akan tercapai (Handayani, 2008:27).

### **1.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat**

Nurwakhid (1995) menjelaskan minat bertalian erat dengan perhatian, keadaan lingkungan, perangsang dan kemauan. Minat pada dasarnya adalah penerimaan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar pribadi sehingga kedudukan minat tidaklah stabil karena dalam kondisi-kondisi tertentu minat bisa berubah-ubah, tergantung faktor-faktor yang mempengaruhinya (Guntoro, 2007:16). Lebih lanjut Nurwakhid (1995) menjelaskan yang mempengaruhi minat secara garis besar ada tiga yaitu faktor fisik, psikis, dan lingkungan:

#### **a. Faktor Fisik.**

Kondisi fisik individu sangat berperan dalam menentukan minat. Faktor fisik merupakan pendukung utama setiap aktivitas yang dilakukan individu (Guntoro, 2007:16).

#### **b. Faktor Psikis**

Faktor psikis yang mempengaruhi minat diantaranya motif, perhatian dan perasaan.

##### **(1). Motif**

Motif adalah dorongan yang datang dari dalam diri manusia untuk berbuat sesuatu. Menurut Walgito (1993) motif diartikan sebagai suatu kekuatan yang terdapat dalam diri organisme yang menyebabkan organisme itu bertindak atau

berbuat. Dorongan ini tertuju kepada suatu tujuan tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa minat timbul jika ada motif, dan motif bersifat alami sebagai akibat perkembangan individu sesuai dengan norma yang ada pada individu.

#### (2). Perhatian

Walgito (1993) menjelaskan bahwa perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau kelompok obyek. Perhatian akan menimbulkan minat seseorang jika subyek mengalami keterlibatan dalam obyek.

#### (3). Perasaan

Winkel (1991) menjelaskan bahwa perasaan adalah aktivitas psikis yang di dalamnya subyek menghayati nilai-nilai suatu obyek. Hubungan perasaan dalam mencapai minat adalah sebagai berikut:

#### **Perasaan -----> Sikap -----> Minat**

Perasaan senang akan menimbulkan minat yang akan diperkuat adanya sikap positif, sebab perasaan senang merupakan suatu keadaan jiwa akibat adanya peristiwa yang datang pada subyek bersangkutan.

#### c. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan yang mempengaruhi minat adalah lingkungan keluarga, sekolah/kampus dan masyarakat;

##### (1). Lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga merupakan satu kesatuan antara ayah, ibu, anak dan keluarga lainnya. Keluarga mempunyai peranan penting dalam mempersiapkan anak untuk mencapai masa depan yang baik bagi diri sendiri, keluarga dan

masyarakat. Keluarga merupakan peletak dasar bagi pola tingkah laku, karakter, intelegensi, bakat, minat dan potensi anak yang dimiliki untuk dapat berkembang secara optimal. Dengan demikian, keluarga merupakan faktor yang paling penting bagi tumbuh dan berkembangnya potensi yang dimiliki anak.

(2). Lingkungan sekolah/kampus.

Sekolah/kampus merupakan lingkungan yang sangat potensial untuk mendorong anak didik/mahasiswa dalam perkembangan minat, misalnya di lingkungan kampus memberi motivasi kepada mahasiswanya untuk mandiri, maka kemungkinan mahasiswa tersebut juga akan punya minat untuk mandiri (Guntoro, 2007:16-19).

3) Lingkungan masyarakat

Lingkungan masyarakat merupakan lingkungan di luar lingkungan keluarga baik di kawasan tempat tinggalnya maupun di kawasan lain (Suryaman, 2006:26). Masyarakat merupakan lingkungan ketiga yang turut mempengaruhi perkembangan minat (Guntoro, 2007:19).

#### **1.1.4. Sifat-Sifat Minat**

Indryati (2003:65) menyatakan ada beberapa sifat-sifat minat antara lain:

a. Minat bersifat pribadi (individual)

Ada perbedaan antara minat seseorang dengan minat orang lainnya. Misalnya si Ana berminat pada warna-warna cerah sedangkan si Brenda berminat pada warna-warna lembut. Minat seseorang merupakan karakteristik yang khas dari orang tersebut, yang membedakannya dari orang lain.

b. Minat berhubungan erat dengan motivasi

Walaupun minat tidak langsung berhubungan dengan perilaku, namun minat erat kaitannya dengan motif dan motivasi. Karena motivasi merupakan sesuatu yang mendorong munculnya tingkah laku, maka secara tidak langsung dapat dikatakan bahwa minat itu mempengaruhi tingkah laku.

### 1.1.5. Macam-Macam Minat

Nurwakhid (1995) membagi minat menjadi tiga macam yaitu:

a. Minat yang diekspresikan (*expressed interest*)

Seseorang dapat mengungkapkan minat dengan kata tertentu misalnya ia tertarik mengumpulkan perangko.

b. Minat yang diwujudkan (*manifest interest*)

Seseorang dapat mengekspresikan minat bukan melalui kata-kata melainkan melakukan dengan tindakan atau perbuatan, ikut serta berperan aktif dalam suatu aktifitas tertentu.

c. Minat yang diinventarisasi (*inventoried interest*)

Seseorang memiliki minat dapat diukur dengan menjawab sejumlah pertanyaan tertentu atau pilihan untuk kelompok aktivitas tertentu (Guntoro, 2007:20).

## **1.2. Wirausaha**

### **1.2.1. Pengertian Wirausaha**

Bygrave (1986) menjelaskan wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan suatu organisasi untuk mengejar peluang itu (Alma, 2004:21).

Meredith (2002:11) menjelaskan wirausaha adalah suatu kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dari padanya dan mengambil tindakan yang tepat, guna memastikan sukses.

Nirbito (2000) mengemukakan bahwa wirausaha adalah kombinasi dari pemikir dan pelaksana yang melihat peluang untuk produk dan jasa baru, suatu pendekatan baru, suatu kebijakan baru, atau cara baru untuk memecahkan masalah-masalah sekaligus berbuat sesuatu dengan apa yang dilihatnya hingga memberikan suatu hasil keuntungan (Sumarni, 2006:37).

Menurut beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah suatu kegiatan usaha yang melibatkan kemampuan untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan usaha yang kemudian mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan tindakan yang tepat untuk memastikan sukses.



### 1.2.2. Karakteristik Wirausaha

Para ahli mengemukakan karakteristik wirausaha dengan konsep yang berbeda-beda. Meredith (1996) mengemukakan ciri-ciri dan watak wirausaha sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik dan Watak Wirausaha

NO	KARAKTERISTIK	WATAK
1	Percaya diri dan optimis	Memiliki kepercayaan diri yang kuat, ketidaktergantungan terhadap orang lain, dan individualitas.
2	Berorientasi pada tugas dan hasil	Kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi laba, mempunyai dorongan kuat, energik, tekun dan tabah, tekad kerja keras, serta inisiatif.
3	Berani mengambil resiko dan menyukai tantangan	Mampu mengambil resiko yang wajar.
4	Kepemimpinan	Berjiwa kepemimpinan, mudah beradaptasi dengan orang lain, dan terbuka terhadap saran dan kritik.
5	Keorisinilan	Inovatif, kreatif, dan fleksibel.
6	Berorientasi masa depan	Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

Sumber: Suryana (2006:24).

Scorborough dan Zimmerer (1993) menjelaskan delapan karakteristik wirausaha, yang meliputi:

a. *Desire for responsibility*,

yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya.

Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.

b. *Preference for moderate risk*,

yaitu lebih memilih resiko yang moderat, artinya selalu menghindari resiko,

baik yang terlalu rendah maupun yang terlalu tinggi.

c. *Confidence in their ability to success,*

yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.

d. *Desire for immediate feedback,*

yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.

e. *High level of energy,*

yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.

f. *Future orientation,*

yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.

g. *Skill at organizing,*

yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.

h. *Value of achievement over money,*

yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang (Suryana, 2006:24-25).

### **1.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Seseorang untuk Berwirausaha**

Bygrave (1994) menjelaskan ada beberapa faktor kritis yang berperan dalam membuka usaha baru yaitu:

a. Faktor *personal*, yakni menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang.

b. Faktor *sociological*, yakni menyangkut masalah hubungan dengan family dan sebagainya.

c. Faktor *environmental*, yakni menyangkut hubungan dengan lingkungan (Alma, 2004:6).

Adriana (2003) menjelaskan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berwirausaha. Dari keempat faktor ini yang sangat berperan adalah faktor pribadi, kemudian didukung dengan adanya faktor lingkungan, sosiologi, dan faktor organisasi.

a. Faktor pribadi,

Dalam hal ini para wirausaha sebagian besar mengawali usahanya karena tidak mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keinginannya atau karena tidak adanya pekerjaan untuk mereka.

b. Faktor lingkungan,

Faktor lingkungan yang berpengaruh yaitu adanya sumber daya dalam bentuk modal, dan pada pengimplementasian dan pertumbuhannya dipengaruhi adanya pelanggan dan pemasok yang bagi para wirausaha berpengaruh bagi usaha mereka.

c. Faktor sosiologi,

Faktor sosiologi yang berpengaruh yaitu adanya dukungan orang tua, keluarga, jaringan kelompok yang mempengaruhi mereka untuk berwirausaha.

d. Faktor organisasi,

Pada pertumbuhan usaha mereka dipengaruhi oleh faktor organisasi yaitu dengan adanya strategi, produk, dan adanya kerjasama (Kandar, 2008:25).

#### **1.2.4. Langkah Awal Berwirausaha**

Menjadi wirausaha (*entrepreneur*) merupakan hak azasi semua orang. Langkah awal yang harus dilakukan apabila berminat terjun ke dunia wirausaha

adalah menumbuhkan jiwa kewirausahaan di dalam diri kita. Banyak cara yang dapat dilakukan misalnya:

a. Melalui pendidikan formal.

Saat ini berbagai lembaga pendidikan baik menengah maupun tinggi menyajikan berbagai program atau paling tidak mata kuliah kewirausahaan, sehingga memungkinkan untuk membangun jiwa kewirausahaan pada peserta didiknya.

b. Melalui seminar-seminar kewirausahaan.

Berbagai seminar kewirausahaan seringkali diselenggarakan dengan mengundang pakar dan praktisi kewirausahaan sehingga melalui media ini kita akan membangun jiwa kewirausahaan dalam diri kita.

c. Melalui pelatihan.

Berbagai simulasi usaha biasanya diberikan melalui pelatihan, baik yang dilakukan dalam ruangan (*indoor*) maupun di luar ruangan (*outdoor*). Melalui pelatihan ini, keberanian dan ketanggapan kita terhadap dinamika perubahan lingkungan akan diuji dan selalu diperbaiki dan dikembangkan.

d. *Otodidak*.

Melalui berbagai media kita bisa menumbuhkan semangat berwirausaha. Misalnya melalui biografi pengusaha sukses (*sucess story*), media televisi, radio, majalah, koran, dan berbagai media yang dapat kita akses untuk menumbuhkembangkan jiwa wirausaha yang ada di diri kita (Muhyi, 2007:8).

Sarosa (2004:24) mengemukakan langkah awal dalam berwirausaha yang meliputi:

a. Menyatakan keinginan untuk berwirausaha,

b. Memiliki ide pada bidang usaha tertentu. Menurut Lambing (2000) ada dua pendekatan utama yang digunakan;

(1). Pendekatan *inside-out (idea generation)*,

yaitu pendekatan berdasarkan gagasan sebagai kunci yang menentukan keberhasilan usaha. Mereka melihat keterampilan sendiri, kemampuan, latar belakang, dan sebagainya yang menentukan jenis usaha yang akan dirintis.

(2). Pendekatan *outside-in (opportunity recognition)*,

yaitu pendekatan yang menekankan pada basis ide bahwa perusahaan akan berhasil apabila menanggapi atau menciptakan kebutuhan di pasar. *Opportunity recognition* tidak lain adalah pengamatan lingkungan, yaitu alat pengembangan yang akan ditransfer menjadi peluang-peluang ekonomi (Suryana, 2006:101).

c. Mencari informasi tentang bidang usaha yang diminati, melalui;

(1) membaca buku tentang usaha tertentu,

(2) mengikuti seminar/training atau penyuluhan,

(3) mencari informasi usaha lewat internet,

(4) membaca biografi pengusaha sukses,

(5) observasi dengan pelaku bisnis,

(6) riset sederhana.

Suryana (2006:102) juga menjelaskan bahwa dalam merintis usaha baru terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan:

a. Bidang dan jenis usaha yang dimasuki,

b. Bentuk usaha dan kepemilikan yang akan dipilih,

c. Tempat usaha yang akan dipilih,

- d. Organisasi usaha yang akan digunakan,
- e. Jaminan usaha yang mungkin diperoleh,
- f. Lingkungan usaha yang akan berpengaruh.

### **1.3. Minat Berwirausaha**

#### **1.3.1. Pengertian Minat Berwirausaha**

Berdasarkan pengertian tentang minat dan wirausaha sebagaimana dijelaskan di atas, maka minat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai kecenderungan hati dalam diri subyek untuk tertarik melihat dan menilai kesempatan-kesempatan usaha yang kemudian mengumpulkan informasi sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil tindakan yang tepat untuk mewujudkannya.

#### **1.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha**

Berdasarkan penjelasan Nurwakhid (1995) yang dikutip dalam Guntoro (2007:16) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi 'minat' di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah;

##### **a. Faktor Fisik**

Nurwakhid (1995) menjelaskan bahwa kondisi fisik individu sangat berperan dalam menentukan minat (Guntoro, 2007:16). Maka individu yang memilih berwirausaha kondisi fisiknya harus benar-benar kuat karena berwirausaha adalah pekerjaan yang penuh dengan tantangan. Sebagaimana yang

dikemukakan oleh Frinces (2011: 50) bahwa seorang calon wirausaha harus melakukan persiapan diri secara terencana dan matang yang meliputi persiapan kesehatan fisik, mental, dan spiritual.

#### b. Faktor Psikis

Faktor psikis yang mempengaruhi minat berwirausaha diantaranya adalah;

##### (1). Motif

Walgito (1993) menjelaskan motif merupakan suatu kekuatan/dorongan yang terdapat dalam diri organisme yang menyebabkan organisme itu bertindak atau berbuat, dan dorongan ini tertuju kepada suatu tujuan tertentu (Guntoro, 2007:16). Dalam hal ini, seorang individu yang merasa tertarik atau berminat untuk berwirausaha karena ada dorongan dari dalam dirinya untuk menjadi seorang wirausahawan, maka individu tersebut akan melakukan tindakan yang berkaitan dengan minat berwirausahanya tersebut. Motif yang mendorong seseorang untuk minat berwirausaha antara lain karena adanya kebutuhan akan pendapatan, dan harga diri (Suryaman, 2006:23).

##### (2). Perhatian

Walgito (1993) menjelaskan bahwa perhatian merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau kelompok obyek. Perhatian akan menimbulkan minat seseorang jika subyek mengalami keterlibatan dalam obyek (Guntoro, 2007:17). Dalam kaitannya dengan minat berwirausaha, misalnya; seorang individu yang sebelumnya memperhatikan cara-cara yang harus dilakukan ketika berwirausaha, kemudian

individu tersebut mengalami keterlibatan langsung dalam praktek berwirausaha, maka dalam diri individu akan timbul minat berwirausaha.

### (3). Perasaan

Winkel (1991) menjelaskan bahwa perasaan adalah aktivitas psikis yang di dalamnya subyek menghayati nilai-nilai suatu obyek. Perasaan senang akan menimbulkan minat yang akan diperkuat adanya sikap positif, sebab perasaan senang merupakan suatu keadaan jiwa akibat adanya peristiwa yang datang pada subyek bersangkutan (Guntoro, 2007:17-18). Dalam hal ini, individu yang mempunyai perasaan senang terhadap wirausaha maka ia akan bersungguh-sungguh dalam melaksanakan aktivitas yang menunjang/berkaitan dengan wirausaha tersebut, dengan harapan memperoleh pengetahuan dan pengalaman yang kemudian menumbuhkan minat untuk berwirausaha.

### c. Faktor Lingkungan

Faktor lingkungan yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah;

#### (1). Lingkungan keluarga

Keluarga merupakan peletak dasar bagi pola tingkah laku, karakter, intelegensi, bakat, minat dan potensi yang dimiliki anak untuk dapat berkembang secara optimal (Guntoro, 2007: 19). Dalam kaitannya dengan minat berwirausaha, maka keluarga memiliki peranan yang penting bagi tumbuh-kembangnya minat berwirausaha dalam diri individu. Menurut Suryaman (2006:25) minat berwirausaha akan terbentuk apabila keluarga memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut, karena sikap dan aktifitas sesama anggota keluarga saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung. Orang tua yang



berwirausaha dalam bidang tertentu dapat menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha pula.

(2). Lingkungan sekolah/kampus.

Sekolah/kampus merupakan lingkungan yang sangat potensial untuk mendorong anak didik/mahasiswa dalam perkembangan minat (Guntoro, 2007:19). Termasuk di dalamnya adalah minat berwirausaha. Dalam hal ini sekolah/kampus yang memberikan mata pelajaran kewirausahaan yang praktis dan menarik dapat membangkitkan minat siswa/mahasiswa untuk berwirausaha (Alma, 2004:6).

(3). Lingkungan masyarakat

Lingkungan Masyarakat merupakan lingkungan di luar lingkungan keluarga, baik di kawasan tempat tinggalnya maupun di kawasan lain (Suryaman, 2006:26). Guntoro (2007:19) menjelaskan bahwa masyarakat merupakan lingkungan ketiga yang turut mempengaruhi perkembangan minat. Dalam kaitannya dengan minat berwirausaha, maka lingkungan yang masyarakatnya mayoritas berwirausaha, kemungkinan besar individu yang ada di lingkungan tersebut juga akan berminat terhadap wirausaha.

### **1.3.3. Ciri-Ciri Individu yang Memiliki Minat Berwirausaha**

Berdasarkan definisi minat berwirausaha di atas, peneliti menyimpulkan bahwa individu yang memiliki minat berwirausaha akan melakukan langkah-langkah awal dalam berwirausaha sebagaimana teori dari Sarosa (2004: 24) yang meliputi:

- a. Menyatakan keinginan untuk berwirausaha,
- b. Memiliki ide pada bidang usaha tertentu, yang dilakukan dengan dua pendekatan;
  - (1). Pendekatan *inside-out (idea generation)*, yaitu pendekatan berdasarkan gagasan sebagai kunci yang menentukan keberhasilan usaha. Mereka melihat keterampilan sendiri, kemampuan, latar belakang, dan sebagainya yang menentukan jenis usaha yang akan dirintis.
  - (2). Pendekatan *outside-in (opportunity recognition)*, yaitu pendekatan yang menekankan pada basis ide bahwa perusahaan akan berhasil apabila menanggapi atau menciptakan kebutuhan di pasar (pengamatan lingkungan).
- c. Mencari informasi tentang bidang usaha yang diminati, melalui;
  - (1) membaca buku tentang usaha tertentu,
  - (2) mengikuti seminar/training atau penyuluhan,
  - (3) mencari informasi usaha lewat internet,
  - (4) membaca biografi pengusaha sukses,
  - (5) observasi dengan pelaku bisnis,
  - (6) riset sederhana.

## **A.2. Konsep Diri**

Manusia sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan satu dengan lainnya, melalui interaksi yang bebas dengan memberikan stimulus dan respon. Hal ini akan menimbulkan tanggapan tentang bagaimana orang itu berperilaku, dan menilainya tidak lepas dari persepsi terhadap diri sendiri, yang kemudian

sampailah pada gambaran dan penilaian pada diri sendiri. Konsepsi-konsepsi manusia mengenai dirinya sendiri mempengaruhi pilihan tingkah laku dan pengharapannya dalam hidup ini (Sumarni, 2006:12).

## **2.1. Pengertian Konsep Diri**

William D. Brooks (1974) menjelaskan konsep diri (*self concept*) adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis (Rakhmat, 2008:99).

Konsep diri merupakan evaluasi dari domain yang spesifik dari diri. Remaja dapat membuat evaluasi terhadap berbagai domain dalam hidupnya, akademik, atletik, penampilan fisik dan sebagainya (Santrock, 2003:336).

Konsep diri adalah semua persepsi kita terhadap aspek diri yang meliputi aspek fisik, aspek sosial dan aspek psikologis yang didasarkan dari pengalaman dan interaksi kita dengan orang lain (Alex, 2003:507).

Konsep diri adalah konsep totalitas yang secara konsisten tersusun dari berbagai penghayatan diri dan hubungan diri dengan orang lain dengan berbagai aspek kehidupan sekaligus nilai yang terkait dengan penghayatan tersebut (Julianti, 2005:221).

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa konsep diri adalah pandangan menyeluruh tentang diri sendiri baik mengenai aspek fisik, aspek sosial, dan aspek psikologis yang didasarkan dari pengalaman dan interaksinya dengan orang lain.

## 2.2. Pentingnya Konsep Diri

Konsep diri mempunyai peranan penting dalam menentukan perilaku individu. Bagaimana individu memandang dirinya akan tampak dari seluruh perilaku. Dengan kata lain, perilaku individu akan sesuai dengan cara individu memandang dirinya sendiri. Apabila individu memandang dirinya sebagai orang yang tidak mempunyai cukup kemampuan untuk melakukan suatu tugas, maka seluruh perilakunya akan menunjukkan ketidakmampuannya tersebut, begitu pula sebaliknya (Pudjijoyanti, 1993: 4).

Fuhrmann (1990) menjelaskan konsep diri adalah variabel yang akan ikut menentukan bagaimana individu menerima, merasakan dan merespon diri dan lingkungannya. Bila individu menilai dirinya kurang baik, maka individu akan menganggap remeh dan membayangkan kegagalan usahanya, sedangkan bila individu menilai dirinya baik atau positif maka individu akan bersifat optimis terhadap usahanya dan berusaha mengatasi kesulitan sehingga bertambah kemungkinannya untuk sukses. Sementara itu Craven (2002) menyatakan bahwa konsep diri yang positif akan berhubungan dengan afeksi terhadap diri sendiri (*self worth*) dan penerimaan diri. Perasaan terhadap diri sendiri yang positif disertai penerimaan diri, akan membuat perkembangan individu dalam konteks kemasyarakatan, termasuk dalam dunia kerja menjadi optimal melalui pengenalan tahap-tahap perkembangan dengan pemahaman yang cerdas, pengambilan keputusan yang matang, pengaturan diri yang bertanggung jawab dan moral yang otonom (Widodo, 2004: 2).

Ada tiga alasan yang dapat menjelaskan peranan penting konsep diri dalam menentukan perilaku. Pertama, konsep diri mempunyai peranan dalam mempertahankan keselarasan batin (*inner consistency*). Alasan ini berpangkal dari pendapat bahwa pada dasarnya individu berusaha mempertahankan keselarasan batinnya. Apabila timbul perasaan, pikiran atau persepsi yang tidak seimbang atau saling bertentangan, maka akan terjadi situasi psikologis yang tidak menyenangkan. Untuk menghilangkan ketidaksielarasan tersebut, individu akan mengubah perilakunya.

Kedua, seluruh sikap dan pandangan individu terhadap dirinya sangat mempengaruhi individu tersebut dalam menafsirkan pengalamannya. Sebuah kejadian akan ditafsirkan secara berbeda antara individu yang satu dengan lainnya karena masing-masing individu mempunyai sikap dan pandangan yang berbeda terhadap diri mereka.

Ketiga, konsep diri menentukan pengharapan individu. Menurut beberapa ahli, pengharapan ini merupakan inti dari konsep diri. Seperti yang dikemukakan oleh Mc Candless (1970) bahwa konsep diri merupakan seperangkat harapan serta penilaian perilaku yang merujuk kepada harapan-harapan tersebut (Pudjijogyanti, 1993:5-7).

### **2.3. Komponen Konsep Diri**

Pudjijogyanti (1988) menjelaskan konsep diri terbentuk atas dua komponen yaitu:

a. Komponen kognitif,

merupakan pengetahuan individu tentang keadaan dirinya, misalnya “Saya anak bodoh”. Komponen kognitif merupakan penjelasan dari “Siapa saya” yang akan memberi gambaran tentang diri saya. Gambaran diri (*self picture*) tersebut akan membentuk citra diri (*self image*).

b. Komponen afektif,

merupakan penilaian diri individu terhadap diri, penilaian tersebut akan membentuk penerimaan terhadap diri (*self acceptance*) serta penghargaan diri (*self esteem*) individu (Alex, 2003:511).

Hurlock (1979: 22), Ratnaningsih (2002: 11-12) menjelaskan bahwa pada dasarnya konsep diri memiliki tiga komponen yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Komponen *perseptual*, yang sering disebut konsep diri fisik,

yaitu citra yang dimiliki seseorang terhadap penampilan jasmaniahnya dan kesan yang ditimbulkannya terhadap orang lain.

b. Komponen *konseptual*, yang sering disebut konsep diri psikologis,

yaitu kemampuan konsepsi seseorang tentang ciri-ciri khusus, kemampuan dan ketidakmampuannya, latar belakang, serta masa depannya.

c. Komponen sikap,

yaitu perasaan yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri; sikap terhadap statusnya sekarang maupun masa depannya, sikapnya terhadap harga diri, rasa bangga, rasa malu dan sejenisnya (Sumarni, 2006:17).

## 2.4. Struktur Konsep Diri

Pudjijogyanti (1988) menjelaskan, secara hirarkis konsep diri terdiri atas tiga peringkat:

a. Konsep diri global,

yaitu cara individu memahami keseluruhan dirinya (suatu arus kesadaran dari seluruh keunikan individu). Cara menanggapi diri sendiri secara keseluruhan dapat dibagi dalam tiga hal, yaitu:

- (1). Konsep diri yang disadari, yakni pandangan individu mengenai kemampuannya, statusnya, dan perannya.
- (2). *Aku sosial* (aku menurut orang lain), yakni pandangan individu tentang cara orang lain memandang atau menilai dirinya.
- (3). *Aku ideal*, yakni harapan individu tentang dirinya atau akan menjadi apa dirinya kelak. Jadi, *aku ideal* merupakan aspirasi individu.

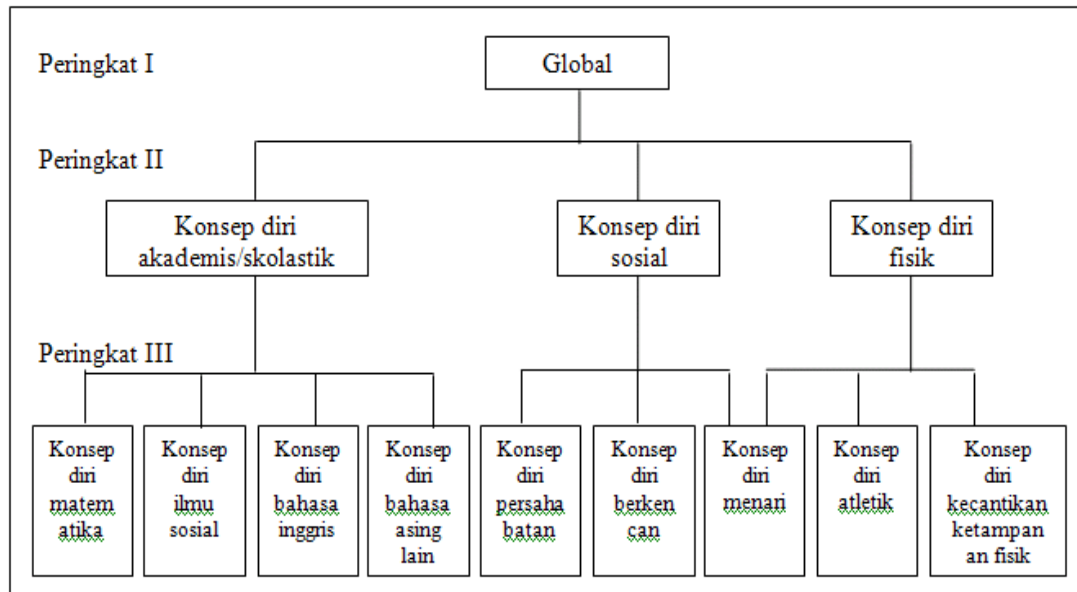
b. Konsep diri mayor,

yaitu cara individu memahami aspek sosial, fisik dan akademis dirinya

c. Konsep diri spesifik,

yaitu cara individu dalam memahami dirinya terhadap setiap jenis kegiatan dalam aspek akademis, sosial maupun fisik (Alex, 2003:508-509).

Di bawah ini disajikan gambar struktur konsep diri:



Sumber: Alex (2003:509)  
Gambar 1. Struktur Konsep Diri

## 2.5. Jenis-Jenis Konsep Diri

Jenis-jenis konsep diri ada dua macam yaitu konsep diri yang positif dan konsep diri yang negatif.

### a. Konsep diri positif

Rakhmat (2008:105) menjelaskan ciri-ciri orang yang memiliki konsep diri positif adalah;

- (1). Individu yakin akan kemampuannya mengatasi masalah,
- (2). Individu merasa setara dengan orang lain,
- (3). Individu menerima pujian tanpa rasa malu,
- (4). Individu menyadari bahwa setiap orang memiliki perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat,



- (5). Individu mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubahnya.

b. Konsep diri negatif

Rakhmat (2008:105) menjelaskan ciri-ciri orang yang memiliki konsep diri negatif adalah;

- (1). Individu peka terhadap kritik, yakni individu sangat tidak tahan terhadap kritik yang diterimanya dan mudah marah atau naik pitam.
- (2). Individu responsif sekali terhadap pujian, yakni walaupun individu mungkin berpura-pura menghindari pujian, ia tidak dapat menyembunyikan antusiasmenya pada waktu menerima pujian.
- (3). Individu bersikap *hiperkritis*, yakni individu tidak pandai dan tidak sanggup untuk mengungkapkan penghargaan atau pengakuan pada kelebihan orang lain (ia selalu mengeluh, mencela, atau meremehkan apa pun dan siapa pun).
- (4). Individu cenderung merasa tidak disenangi orang lain, yakni individu merasa tidak diperhatikan, karena itulah ia bereaksi pada orang lain sebagai musuh, sehingga tidak dapat melahirkan kehangatan dan keakraban persahabatan.
- (5). Individu bersikap pesimis terhadap kompetisi, yakni individu menganggap tidak akan berdaya melawan persaingan yang merugikan dirinya. Seperti terungkap dalam keengganannya untuk bersaing dengan orang lain dalam membuat prestasi.

Apabila dikaitkan dengan mahasiswa, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang memiliki konsep diri yang positif akan dapat mengenal dirinya

dengan baik. Baik dari sisi kelemahan dan kelebihan sehingga dapat merancang tujuan-tujuan yang sesuai dan realistis, sehingga juga akan lebih bijak dalam menentukan kariernya di masa mendatang, termasuk berani untuk berwirausaha. Sedangkan mahasiswa yang memiliki konsep diri negatif akan pesimis terhadap kompetisi sehingga enggan memanfaatkan kelebihan dan kekurangannya.

## **2.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri**

Konsep diri bukan merupakan faktor bawaan sejak lahir, melainkan faktor yang dipelajari dan terbentuk dari pengalaman individu dalam berhubungan dengan individu lain (Pudjijoyanti, 1993:12). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsep diri. Jalaluddin Rakhmat (1994) menyebutkan faktor “orang lain” dan “kelompok rujukan (*reference group*)” sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri. Harry Stack Sullivan (1953) menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. Sebaliknya, bila orang lain selalu meremehkan kita, menyalahkan dan menolak kita, kita akan cenderung tidak akan menyenangi diri kita (Alex, 2003: 517).

Menurut James F.C (1995) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri ada dua yaitu:

## 1. Faktor pelaku, terdiri dari:

### a. Orang tua

Orang tua kita merupakan kontak sosial paling awal yang kita alami dan yang paling kuat. Informasi yang dikomunikasikan orang tua pada anak akan lebih menancap daripada informasi lain yang diterima anak sepanjang hidupnya dan orang tualah yang menetapkan pengharapan bagi anak-anaknya. Burns (1993) menyatakan bahwa sangat penting untuk menyelamatkan anak dari mendapatkan suatu pandangan mengenai dirinya yang tidak menyenangkan. Konsep diri yang positif pada anak (individu) akan tercipta apabila kondisi keluarga ditandai dengan adanya integritas dan tenggang rasa yang tinggi antar anggota keluarga.

### b. Teman sebaya

Teman sebaya sangatlah mempengaruhi konsep diri pada diri anak (individu). Anak juga membutuhkan penerimaan dari temannya atau kelompoknya. Apabila anak selalu digoda, dicaci maki, dan dibentak, maka konsep diri anak akan terganggu.

### c. Masyarakat

Anak muda tidak terlalu mementingkan kelahiran mereka, kenyataannya bahwa mereka hitam atau putih, anak orang kaya atau bukan, mereka laki-laki atau perempuan. Tetapi masyarakat mereka menganggap penting fakta-fakta semacam itu, akhirnya penilaian ini sampai pada anak (individu) dan mempengaruhi konsep dirinya.

## 2. Faktor substansi, terdiri dari:

### a. Belajar

Konsep diri kita merupakan hasil dari belajar, belajar ini berlangsung terus-menerus tidak pernah kita sadari. Belajar merupakan perubahan psikologis yang relatif permanen yang sebagai akibat dari pengalaman. Dari pengalaman inilah individu dapat mempelajari konsep dirinya.

### b. Asosiasi

Manusia menunjukkan cenderung untuk berfikir asosiasi yaitu mempelajari hubungan-hubungan antara hal-hal yang berbeda. Proses berfikir dan menilai lewat asosiasi ini merupakan dasar bagi pembentukan konsep diri.

### c. Motivasi

Semakin tinggi orientasi yang kita berikan pada sesuatu hadiah, semakin besar kemungkinan kita melakukan kegiatan yang akan menghasilkan hadiah tersebut. Dengan kata lain belajar mencakup motivasi yaitu keadaan yang membangkitkan, yang kita alami ketika bekerja untuk mencapai suatu tujuan. Dua alasan yang diduga sangat penting dalam mempelajari konsep diri adalah keinginan untuk berhasil dan keinginan untuk harga diri (Sumarni, 2006:13-15).

William Brooks (1971) menyebutkan empat faktor yang mempengaruhi perkembangan konsep diri seseorang, yaitu:

#### a. *Self appraisal – viewing self as an object*

Istilah ini menunjukkan suatu pandangan yang menjadikan diri sendiri sebagai objek dalam komunikasi, atau dengan kata lain, adalah kesan kita terhadap diri kita sendiri. Dalam hal ini, kita membentuk kesan-kesan kita tentang

diri kita. Kita mengamati perilaku fisik (lahiriah) secara langsung; misalnya, kita melihat diri kita di depan cermin dan kemudian menilai atau mempertimbangkan ukuran badan kita, pakaian yang kita kenakan, dan senyum manis kita. Penilaian-penilaian tersebut sangat berpengaruh terhadap cara kita memberi kesan terhadap diri sendiri: cara kita merasakan tentang diri kita, suka atau tidak suka, senang atau tidak senang, pada apa yang kita lihat tentang diri kita.

Apabila merasakan apa yang kita tidak sukai tentang diri kita, di sini kita berusaha untuk mengubahnya. Dan jika kita tidak mau mengubahnya, inilah awal dari konsep diri yang negatif terhadap diri kita sendiri.

*b. Reaction and response of others*

Sebetulnya, konsep diri itu tidak saja berkembang melalui pandangan kita terhadap diri sendiri, namun juga berkembang dalam rangka interaksi kita dengan masyarakat. Oleh sebab itu, konsep diri dipengaruhi oleh reaksi serta respons orang lain terhadap diri kita, misalnya saja dalam berbagai perbincangan masalah sosial. Menurut Brooks (1971), konsep diri adalah hasil langsung dari cara orang lain bereaksi secara berarti kepada individu.

Karena kita mendengar adanya reaksi orang terhadap diri kita; misalnya saja tentang apa yang mereka sukai atau tidak mereka sukai, baik atau buruk, sukses atau gagal, yang menyangkut diri kita, muncul apa yang mereka rasakan tentang diri kita: perbuatan kita, ide-ide kita, kata-kata kita, dan semua yang menyangkut diri kita. Dengan demikian, apa yang ada pada diri kita, dievaluasi oleh orang lain melalui interaksi kita dengan orang tersebut, dan pada gilirannya evaluasi mereka mempengaruhi perkembangan konsep diri kita.

c. *Roles you play – Role taking*

Suhardono (1994) menjelaskan peran merupakan seperangkat patokan yang membatasi perilaku yang mesti dilakukan oleh seseorang yang menduduki suatu posisi.

Dalam hubungan pengaruh peran terhadap konsep diri, adanya aspek peran yang kita mainkan sedikit banyak akan memengaruhi konsep diri kita. Misalnya, ketika masih kecil, kita sering “bermain peran”; kita meniru perilaku orang lain yang kita lihat, umpamanya peran sebagai ayah, ibu, kakek, nenek; atau meniru ekspresi orang lain, misalnya cara tersenyum, cara marah dari orang yang kerap kita lihat. Permainan peran inilah yang merupakan awal dari pengembangan konsep diri. Dari permainan peran ini pula, kita mulai memahami cara orang lain memandang diri kita.

d. *Reference groups*

Yang dimaksud dengan *reference groups* (kelompok rujukan) adalah kelompok yang kita menjadi anggota di dalamnya. Jika kelompok ini kita anggap penting, dalam arti mereka dapat menilai dan bereaksi pada kita, hal ini akan menjadi kekuatan untuk menentukan konsep diri kita. Dalam hubungan ini, menurut William Brooks (1971) berdasarkan penelitian yang telah dilakukannya menunjukkan bahwa cara kita menilai diri kita merupakan bagian dari fungsi kita dievaluasi oleh kelompok rujukan.

Sikap yang menunjukkan rasa tidak senang atau tidak setuju terhadap kehadiran seseorang, biasanya dipergunakan sebagai bahan komunikasi dalam penilaian kelompok terhadap perilaku seseorang. Dan komunikasi tersebut

selanjutnya akan dapat mengembangkan konsep diri seseorang sebagai akibat dari adanya pengaruh kelompok rujukan. Semakin banyak kelompok rujukan yang menganggap diri kita positif, semakin positif pula konsep diri kita (Alex, 2003: 518-521)

### **A.3. Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik**

#### **3.1. Pengertian Mahasiswa**

Basir (1992) menjelaskan mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar pada perguruan tinggi tertentu. Menurut Winkel (1997) masa mahasiswa meliputi rentang umur 18/19 tahun sampai 24/25 tahun. Rentang umur mahasiswa ini masih dapat dibagi atas umur 18/19 tahun sampai 20/21 tahun yaitu mahasiswa dari semester I sampai dengan semester IV, dan umur 21/22 tahun sampai 24/25 tahun yaitu mahasiswa semester V sampai dengan semester VIII (Anwar, 2009:25).

#### **3.2. Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik**

Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik adalah mereka yang terdaftar dan belajar di Program Studi (Prodi) Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Berdasarkan data mahasiswa di bagian Tata Usaha (TU) Fakultas Ekonomi UMG tahun 2011, jumlah keseluruhan mahasiswa yang aktif pada Prodi Manajemen UMG hingga akhir Mei 2011 adalah 225 orang.

## **B. Hubungan Antar Variabel**

Minat dalam diri individu sangat penting artinya bagi kesuksesan yang akan dicapai. Individu yang mempunyai minat terhadap suatu objek atau aktivitas berarti ia telah menetapkan tujuan yang berguna bagi dirinya sehingga ia akan cenderung untuk menyukainya (Handayani, 2008:27), termasuk dalam hal ini adalah minat berwirausaha. Minat berwirausaha merupakan kecenderungan hati dalam diri subyek untuk tertarik melihat dan menilai kesempatan-kesempatan usaha yang kemudian mengumpulkan informasi sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil tindakan yang tepat untuk mewujudkannya.

Suryana (2003) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha adalah faktor pribadi (faktor fisik, faktor psikis) dan faktor lingkungan (Sumarni, 2006:46). Sementara itu, Setyawan (1994) menjelaskan calon wirausaha (individu yang minat berwirausaha) perlu mengenali kepribadian dan kompetensi diri mereka sendiri, karena bila seseorang berhasil mengenali dirinya, ia akan menemukan kebenaran tentang dirinya dan hal ini akan sangat berarti bagi kehidupannya. Karena bagi wirausaha, pengenalan diri adalah modal awal untuk dapat mengenali lingkungan, mengindera peluang bisnis dan menggerakkan sumber daya, guna meraih peluang tersebut dalam batas resiko yang wajar (Sumarni, 2006:3).

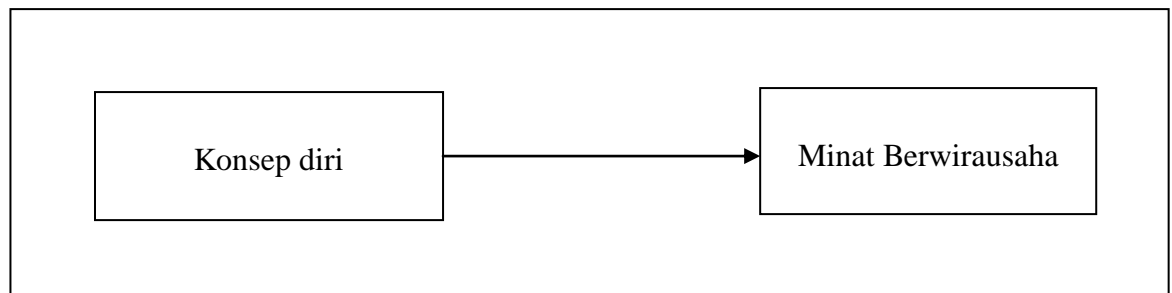
Atas dasar itu maka salah satu faktor yang perlu diperhatikan untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa adalah konsep diri, yang merupakan faktor psikis mahasiswa. Karena sebagaimana dikemukakan Hurlock (1979) dan Ratnaningsih (2002) di dalam konsep diri terkandung tiga komponen



yang meliputi *pertama*; komponen *perceptual* (konsep diri fisik) yaitu citra yang dimiliki seseorang terhadap penampilan jasmaniahnya dan kesan yang ditimbulkannya terhadap orang lain. *Kedua*; komponen *konseptual* (konsep diri psikologis) yaitu konsepsi seseorang tentang ciri-ciri khusus, kemampuan dan ketidakmampuannya, latar belakang, serta masa depannya. *Ketiga*; komponen sikap yaitu perasaan yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri; sikap terhadap statusnya sekarang maupun masa depannya, sikapnya terhadap harga diri, rasa bangga, rasa malu dan sejenisnya (Sumarni, 2006:17). Sehingga dengan adanya konsep diri, maka mahasiswa dapat mengenali kondisi fisiknya, latar belakangnya, statusnya sekarang, potensi dan kelemahannya. Dengan mengetahui semuanya itu, mahasiswa dapat menemukan jati dirinya dan mampu meyakinkan dirinya sendiri bahwa ia mempunyai kemampuan yang dapat dikembangkan, sehingga percaya diri akan muncul bahwa ia dapat melakukan usaha mandiri tanpa harus selalu mengandalkan orang lain karena mampu melihat peluang yang ada agar berguna bagi kehidupannya.

Hal inilah yang membuat munculnya kaitan antara konsep diri dengan minat berwirausaha pada diri mahasiswa.

### C. Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konseptual Hubungan antara Tingkat Konsep Diri dengan Tingkat Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

### D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang diajukan oleh peneliti yang berupa pernyataan-pernyataan untuk diuji kebenarannya (Winarsunu, 2004:9). Hipotesis penelitian ini adalah “Terdapat hubungan antara Tingkat Konsep Diri dengan Tingkat Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik”.