

PENGARUH KEPERIBADIAN LIMA BESAR DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA STMIK “AMIKBANDUNG”

Siti Sarah

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Membangun
Jl. Soekarno Hatta No. 448 Bandung

Email : bebesar31@gmail.com

ABSTRAK

Badan Pusat Statistika mencatat bahwa pengangguran di Indonesia selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Jika dilihat dalam kurun waktu lima tahun kebelakang dari tahun 2008 hingga tahun 2013, angka pengangguran di Indonesia mengalami penurunan, fakta bahwa pengangguran yang walaupun menurun namun angka pengangguran tetap ada. Untuk mengatasi keterbatasan lapangan pekerjaan diharapkan lulusan dari perguruan tinggi juga mampu membuka usaha sendiri, dan salah satu caranya adalah dengan menerapkan kurikulum kewirausahaan di beberapa kampus-kampus baik jurusan bisnis maupun non bisnis dan tidak hanya diterapkan di universitas tapi juga di sekolah menengah (Sihombing, 2012), dan STMIK “AMIKBANDUNG” adalah salah satu sekolah tinggi non bisnis yang juga menerapkan kurikulum kewirausahaan. Salah satu solusi untuk mengatasi pengangguran khususnya dikalangan *educated people* adalah

dengan memunculkan intensi berwirausaha pada diri mahasiswa. Dengan mengetahui intensi seseorang untuk berwirausaha, maka secara umum dapat diprediksi kemungkinan orang tersebut untuk memulai suatu usaha atau berwirausaha di masa depan (Krueger & Casrud, 1993 dalam Melvin Wong, 2006). Adanya intensi berwirausaha pada diri seseorang bisa dipengaruhi oleh faktor kepribadian lima besar dan norma subyektif. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dan mengetahui pengaruh dari variabel kepribadian lima besar dan norma subyektif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG”. Dari hasil penelitian yang didapat adalah kepribadian lima besar dan norma subyektif berpengaruh terhadap intensi berwirausaha baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : Kepribadian Lima Besar, Norma Subyektif, dan Intensi Berwirausaha

PENDAHULUAN

Mempunyai penghasilan adalah kebutuhan setiap orang, dan untuk mempunyai penghasilan itu maka manusia harus berusaha, baik berusaha dengan bekerja kepada orang lain sebagai pegawai ataupun berwirausaha. Namun yang terjadi di masyarakat Indonesia khususnya dikalangan mahasiswa adalah mencari penghasilan dengan bekerja di perusahaan orang lain. Persepsi mahasiswa yang sudah terbentuk sejak lama akibat nilai-nilai yang ditanamkan oleh keluarga adalah menganggap berwirausaha sebagai suatu solusi dalam mengatasi pengangguran tetapi solusi tersebut tidak memberikan keamanan dan kepastian kerja. “Bahkan yang lebih memprihatinkan tidak ada jaminan untuk sarjana muda untuk mendapatkan pekerjaan” (Teddy Oswari, 2005). Apalagi kompetisi antara para pencari kerja semakin ketat karena perusahaan-perusahaan semakin selektif untuk memilih karyawan dengan mencantumkan kualifikasi yang tinggi. Hal itu menyebabkan masalah sosial dan ekonomi yang dihadapi setiap negara yaitu pengangguran. Walaupun berdasarkan Badan Pusat Statistika mencatat bahwa pengangguran di Indonesia selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Jika dilihat dalam kurun waktu lima tahun kebelakang dari tahun 2008 hingga tahun 2013, angka pengangguran di Indonesia mengalami penurunan, namun fakta pengangguran tetap ada dan belum bias dihapuskan.

“Untuk mengatasi keterbatasan lapangan pekerjaan diharapkan lulusan dari perguruan tinggi juga mampu membuka usaha sendiri, dan salah satu caranya adalah dengan menerapkan kurikulum kewirausahaan di beberapa kampus-kampus baik jurusan bisnis maupun non bisnis dan tidak hanya diterapkan di universitas tapi juga di sekolah menengah” (Sihombing, 2012). Salah satu solusi untuk mengatasi pengangguran khususnya dikalangan *educated people* adalah dengan memunculkan intensi berwirausaha pada diri mahasiswa. “Dengan mengetahui intensi seseorang untuk berwirausaha, maka secara umum dapat diprediksi kemungkinan orang tersebut untuk memulai suatu usaha atau berwirausaha di masa depan” (Krueger & Casrud, 1993 dalam Melvin Wong, 2006).

Adanya intensi berwirausaha pada diri seseorang bisa dipengaruhi oleh faktor kepribadian lima besar dan norma subyektif. Ajzen (dalam Leon at al., 2007) dalam

teorinya menjelaskan “pilihan seseorang berkarir di bidang kewirausahaan dipengaruhi oleh dukungan lingkungan sosial melalui variabel norma subyektif”. Sedangkan Kerrick and Sharon menginvestigasi dan menemukan hubungan yang positif antara kepribadian lima besar dengan intensi untuk berwirausaha. Sesuai yang dikemukakan oleh Charles Scrciber (Teddy Oswari, 2005) bahwa 85% “keberhasilan seseorang ditentukan oleh sikap mental atau kepribadian”. Beberapa karakteristik kepribadian yang berperan penting dalam intensi wirausaha diantaranya adalah faktor kepribadian lima besar *extraversion, agreeableness, conscientiousness, emotional stability, openness to experience/intellect* (Ciavarella et al. 2004; Hao Zhao dan Scott E Seibert. 2006).

STMIK “AMIKBANDUNG” adalah salah satu perguruan tinggi non bisnis yang sudah menerapkan kurikulum kewirausahaan dan juga menerapkan program untuk meningkatkan intense berwirausaha mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG” melalui technopreneur, namun dari hasil pra kuesioner ditemukan bahwa intense berwirausahanya masih rendah.

TINJAUAN PUSTAKA

Intensi Berwirausaha

Menurut Ajzen (Jean Pierre Boissin et al, 2009) “intensi diasumsikan sebagai faktor motivasional yang mempengaruhi kemunculan suatu perilaku Sehingga karakteristik dari intensi merupakan seluruh kapasitas tindakan individu”. Ajzen, 1991 dalam Jean-Pierre Boissin et al (2009) memaparkan bahwa indikasi dari intensi berwirausaha adalah :

1. Seberapa keras niat seseorang dalam mencoba untuk berwirausaha.
2. Seberapa besar usaha seseorang berencana untuk mengerahkan dalam rangka berwirausaha.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil pendapat dari Ajzen karena determinasi dari intense berwirausaha dipaparkan lebih jelas dan terperinci, dan berdasarkan teori Azjen di atas, dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha adalah indikasi dari seberapa kerasnya seseorang memiliki niat dalam mencoba dan seberapa besar usaha seseorang berencana untuk berwirausaha.

Kepribadian Lima Besar

Larsen & Buss, 2002 (dalam Endah Mastuti, 2005), bahwa “kepribadian adalah sekumpulan ciri-ciri psikologis dan mekanisme pada diri individu yang diorganisasi dan relatif bertahan serta mempengaruhi interaksi-interaksi individu dan adaptasi-adaptasinya terhadap lingkungan”. Lingkungan merupakan penentu terbentuknya kepribadian. Sedangkan dalam Mcshane dan Von Glinow (2010), “Kepribadian adalah pola dari pikiran, emosi, dan perilaku yang menjadi ciri seseorang yang dimana pola tersebut relatif menetap selamanya, dan didalamnya terdapat proses psikologis dalam pembentukan karakteristiknya”. Hal ini pada dasarnya yang membuat seseorang sama atau berbeda dengan yang lainnya.

Sejak pertengahan 1980, lima besar kepribadian (*big five model*) ditemukan sebagai indikator yang kuat dari kepribadian (Ciavarella, 2004). “Beberapa karakteristik kepribadian yang berperan penting dalam intensi wirausaha diantaranya adalah faktor kepribadian lima besar”. “Dari teori kepribadian telah disepakati bahwa istilah yang digunakan dalam lima besar itu adalah *extraversion, emotional stability, agreeableness, conscientiousness, openness to experience*” (Judge et al., 1999; Mount & Barrick, 1998; Hogan, 1991, dalam Ciavarella, 2004).

Adapun penilai untuk tiap 5 faktor dari kepribadian lima faktor (Lima besar) yang ditemukan dalam kajian Goldberg tersebut yaitu:

Tabel 1
Lima besar Kepribadian dan Sifat-sifatnya menurut Goldberg (1990)

Lima Besar Kepribadian	Sifat-sifat
<i>Surgency / Extraversion</i>	Bersemangat, pandai dalam berbicara, terbuka, mudah bergaul dengan orang lain, senang berkumpul dengan orang banyak, tidak suka menunda-nunda, berani mengambil resiko, suka berpetualang, suka hal-hal baru, aktif dalam berkegiatan
<i>Aggreableness</i>	dapat dipercaya, baik hati, dapat diajak kerjasama/kooperatif, sopan, suka mementingkan kepentingan orang lain/peduli, selalu membuat orang lain merasa nyaman
<i>Conscientiousness</i>	pekerja keras, tekun, teratur, rapih, selalu mempersiapkan segala sesuatunya, teliti, disiplin diri dan selalu tepat waktu, menyenangkan, dapat diandalkan, mengikuti kemajuan teknologi dan memahaminya, berorientasi ke masa depan
<i>Emotional stability</i>	suasana hatinya stabil dan tidak mudah berubah-ubah, tenang dalam menghadapi berbagai situasi/tidak mudah cemas, tidak mudah tersinggung dan tidak mudah marah,

Lima Besar Kepribadian	Sifat-sifat
	mandiri, jujur dan berani mengungkapkan isi hati
<i>Intellect / Openness to Experience</i>	Pandai/cerdas dan logis, kreatif dan inovatif , imajinatif , memiliki ide-ide yang cemerlang

Norma Subyektif

Fishbein & Ajzen (1975) mengemukakan bahwa norma subjektif adalah *“the subjective norm is the person’s perception that most people who are important to him think he should or should not perform the behavior in question”*. Sedangkan dalam Linan, 2008 memaparkan bahwa norma subyektif atau norma sosial yang dimaksud adalah persepsi individu mengenai tekanan sosial yang diberikan oleh keluarga, teman atau orang-orang terdekat terhadap keputusannya dalam menampilkan perilaku berwirausaha.

Tekanan sosial atau dukungan sosial merupakan kepercayaan dan ekspetasi seseorang bahwa ia akan mendapatkan dukungan untuk memulai sebuah bisnis baru dari kerabat dekat *“belonging group”* (orangtua, saudara kandung dan pasangannya) dan dari *“reference group”* seperti seperti teman atau kolega dan dosen (Leon *et al.*, 2007).

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), norma subjektif secara umum ditentukan oleh dua determinan berikut:

1. Persepsi atau keyakinan mengenai harapan individu atau kelompok tertentu terhadap dirinya yang menjadi acuan untuk menampilkan perilaku atau tidak (*normative beliefs*)
2. Motivasi individu untuk memenuhi harapan tersebut (*motivation to comply*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan beberapa pendapat diatas karena dari semua pendapat tersebut memiliki arti yang relatif sama, dan berdasarkan beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa norma subyektif merupakan faktor dari *“belonging group”* (orangtua, saudara kandung dan pasangannya) dan dari *“reference group”* (seperti teman atau kolega dan dosen) yang berisi persepsi atau keyakinan dan motivasi seseorang untuk menampilkan sebuah perilaku, dalam hal ini perilaku untuk berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Pada metode deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran kepribadian ditinjau dari *big five personality*, gambaran kondisi norma subyektif, dan gambaran intense berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG". Dan pada metode verifikatif adalah mengetahui pengaruh kepribadian lima besar dan norma subyektif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG".

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi STMIK "AMIKBANDUNG" yang terdaftar sebagai mahasiswa dan mahasiswi tahun ajaran 2004 sampai dengan 2012/2013. Jumlah keseluruhan populasi mahasiswa berjumlah 465 orang. Jumlah sampel yang digunakan adalah 82 orang. "Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara *nonprobability sampling*, Jenis *nonprobability sampling* yang diambil peneliti adalah *Purposive Sampling* karena ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya" (Husein Umar, 2013). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara kuesioner dengan 52 pernyataan yang setelah diuji validitasnya melalui SPSS 13 adalah 4 item yang tidak valid, dimana syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah jika $r = 0,3$. Jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3, maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2013). Untuk item yang tidak valid adalah item nomor 14, 26, 29, dan 30, dimana masing-masing nilai r hitung pada item tidak valid adalah : item 14 = 0.225, item 26 = 0.286, item 29 = 0.250, item 30 = 0.244. Dan dari hasil uji reliabilitas, semua item adalah reliable karena Nilai r_i (reliabilitas instrument) jika jauh dari 1 maka jauh dari reliabel, dikatakan reliabel jika nilai r_i (reliabilitas instrument) diatas 0,7 (Husein Umar, 2013). Untuk nilai cronbach alpha pada X_1 adalah 0,934, X_2 0,933, dan Y adalah 0,910.

PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil analisis deskriptif didapat dari data yang diperoleh dari penelitian ini adalah berdasarkan hasil kuesioner yang disebarakan kepada 82 responden , dimana

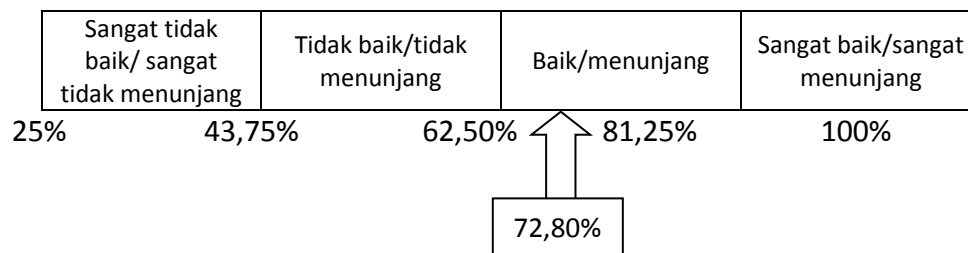
akan dijelaskan menurut masing-masing variabel, baik variabel lima besar kepribadian (X_1), variabel norma subyektif (X_2), dan variabel intensi berwirausaha (Y).

Tabel 2
Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Kepribadian Lima Besar

Dimensi	Presentasi	Kriteria
<i>extraversion</i>	75.25%	Baik/menunjang
<i>agreeableness</i>	76.35%	Baik/menunjang
<i>conscientiousness</i>	69.33%	Baik/menunjang
<i>emotional stability</i>	71.85%	Baik/menunjang
<i>openness to experience</i>	71.26%	Baik/menunjang
Rata-rata	72.80%	Baik/menunjang

(Sumber diolah,2014)

Dari hasil rekapitulasi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata penilaian untuk kepribadian lima besar dari ke lima dimensi adalah baik/menunjang, penentuan kriteria baik tidaknya dapat dilihat di bawah ini :



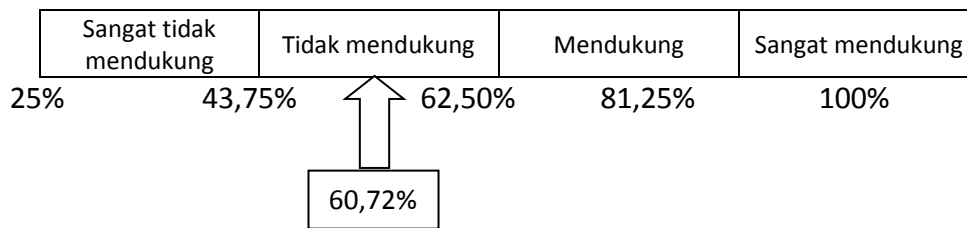
Dibawah ini akan dipaparkan melauai tabel, hasil jawaban dri responden terhadap variabel norma subyektif berdasarkan masing-masing dimensinya.

Tabel 3
Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Norma Subyektif

Dimensi	Presentasi	Kriteria
Normative Beliefs	61.03%	Tidak mendukung
Motivation to Comply	60.42%	Tidak mendukung
Rata-rata	60.72%	Tidak mendukung

(Sumber diolah,2014)

Dari hasil rekapitulasi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata penilaian untuk norma subyektif dari kedua dimensi adalah tidak mendukung, penentuan kriteria mendukung tidaknya dapat dilihat di bawah ini :



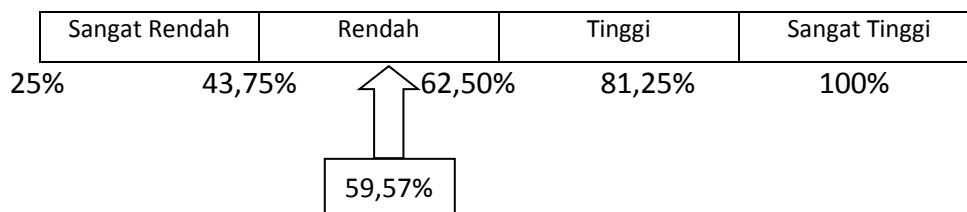
Selanjutnya akan dijelaskan hasil dari jawaban responden terhadap intense berwirausaha yang dipaparkan melalui tabel berikut.

Tabel 4
Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Intensi Berwirausaha

Dimensi	Presentasi	Kriteria
niat dalam mencoba berwirausaha dimasa yang akan datang	53.15%	Rendah
usaha dalam berencana untuk berwirausaha dimasa yang akan datang	66.05%	Tinggi
Rata-rata	59.57%	Rendah

(Sumber diolah,2014)

Dari hasil rekapitulasi diatas, dapat disimpulkan bahwa rata-rata penilaian untuk intensi berwirausaha dari kedua dimensi adalah rendah, penentuan kriteria rendah atau tinggi dapat dilihat di bawah ini :



Pengaruh Kepribadian Lima besar Terhadap Intensi Berwirausaha

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepribadian lima besar memiliki kontribusi yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Artinya intensi berwirausaha dipengaruhi oleh kepribadian lima besar. Dan untuk besarnya pengaruh kepribadian lima besar terhadap intense berwirausaha ditunjukkan dengan angka 13,17%

Dari hasil penelitian, menggambarkan kepribadian lima besar dari semua dimensi (*extraversion, agreeableness, conscientiousness, emotional stability, dan openness to experience*) adalah baik atau menunjang mahasiswa STMIK

"AMIKBANDUNG" untuk menjadi wirausahawan, dimana kriteria menunjang dalam penelitian ini ditunjukkan dengan persentasi 72,70%, namun ternyata walaupun kepribadian lima besar sudah menunjang untuk menjadi wirausaha, pada kenyataannya intensi berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" masih rendah dengan persentasi 59,7%, hal ini bisa disebabkan oleh adanya pengaruh variabel norma subyektif dan variabel lain diluar penelitian.

Selain itu, untuk penilaian gambaran kepribadian lima besar dari lima dimensi dapat dilihat bahwa penilaian gambaran kepribadian berdasarkan dimensi *agreeableness* memiliki nilai paling besar dengan nilai 76,15%. Maka dapat disimpulkan bahwa responden memiliki pribadi yang dapat dipercaya, baik hati, dapat diajak kerjasama/kooperatif, suka mementingkan kepentingan orang lain/peduli, selalu membuat orang lain merasa nyaman.

Sedangkan untuk nilai terendah dari penilaian kepribadian lima besar berdasarkan lima dimensi adalah dimensi *conscientiousness* dengan nilai 69,29%, dengan batas bawah kategori baik adalah 62,50%. Dimana kepribadian *conscientiousness* pekerja keras, teratur, rapih, selalu mempersiapkan segala sesuatunya, teliti, disiplin diri dan selalu tepat waktu, menyenangkan, dapat diandalkan, berorientasi ke masa depan. Menurut peneliti, hal ini terjadi bisa disebabkan oleh faktor dari lingkungan seperti budaya yang tercermin oleh lingkungan sekitarnya terhadap responden yang pada akhirnya terterap pada kepribadiannya seperti yang dikatakan oleh Kristiansen dalam Nurul Indarti, 2008 bahwa faktor lingkungan seperti hubungan social serta faktor budaya dapat mempengaruhi niat dalam dirinya.

Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha

Pada Norma Subyektif ditemukan adanya kontribusi yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Artinya intensi berwirausaha dipengaruhi oleh norma subyektif, dimana besarnya kontribusi norma subyektif terhadap intensi berwirausaha adalah 33,98%.

Variabel norma subyektif memiliki nilai kontribusi terbesar dalam penelitian ini, dimana norma subyektif ini memiliki dua dimensi yang diantaranya adalah *normative beliefs* (persepsi atau keyakinan individu) dan *motivation to comply* (motivasi individu).

Dengan penilaian 61,15% pada gambaran *normative beliefs*, dapat dikatakan bahwa pada *normative beliefs* (persepsi atau keyakinan individu) digambarkan dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *belonging group* (orang tua, saudara kandung, pasangan) dan *reference group* (teman/kolega dan dosen) tidak mengharapkan dan tidak menginginkan responden untuk berwirausaha, yang mana dalam hal ini tidak mendukung ataupun tidak ada faktor dukungan lingkungan sosial terhadap responden untuk berwirausaha, hal ini lah yang menjadi salah satu yang mempengaruhi rendahnya intensi berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG".

Selanjutnya pada dimensi *motivation to comply* (motivasi individu) dengan nilai 60,79% dapat dikatakan bahwa responden tidak menuruti dan tidak menerima arahan dari *belonging group* (orang tua, saudara kandung, pasangan) dan *reference group* (teman/kolega dan dosen) untuk berwirausaha. Hal ini bisa disebabkan baik karena memang tidak ada arahan/dukungan untuk berwirausaha sehingga tidak ada yang harus dituruti ataupun karena responden yang dalam karakteristik usia sudah dewasa memiliki keinginan untuk bebas menentukan pilihannya karena merasa sudah tahu apa yang diinginkan dan ingin memiliki kebebasan untuk memilih.

Pengaruh Kepribadian Lima besar dan Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha

Peneliti menemukan adanya kontribusi positif dan signifikan dari variabel kepribadian lima besar dan norma subyektif terhadap intensi berwirausaha, dimana besarnya kontribusi dari kedua variabel tersebut adalah 0,696 atau 69,6%.

Dari yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa dari hasil penelitian yang menunjukkan gambaran kepribadian lima besar yang dimana termasuk kategori baik/menunjang untuk menjadi wirausahawan, namun pada kenyataannya adalah intensi berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" masih rendah, hal ini bisa terjadi jika tidak dibarengi dengan norma subyektif yang juga mendukung untuk berwirausaha, karena dalam penelitian ini ditemukan pengaruh terbesar dari dua

variabel yang diteliti terhadap intensi berwirausaha adalah norma subyektif, dimana dalam hal ini adalah norma subyektif memberi pengaruh besar terhadap rendahnya intensi berwirausaha.

Dalam penelitian ini, walaupun kepribadian lima besar sudah baik dan menunjang untuk berwirausaha, namun jika tidak ada arahan, tidak ada bimbingan, ataupun dukungan dari *belonging group* (orang tua, saudara kandung, pasangan) dan *reference group* (teman/kolega dan dosen) untuk berwirausaha, maka menyebabkan rendahnya intensi untuk berwirausaha, dan dikarenakan tidak ada arahan dan dukungan untuk berwirausaha, mahasiswa tersebut menjadi merasa tidak ada yang perlu dituruti atau ditiru, dan tidak ada acuan untuk menampilkan perilaku karena tidak ada yang menginginkannya atau mengharapkannya untuk berwirausaha.

Normative beliefs dapat dibentuk sebagai hasil dari sebuah proses penyimpulan yakni jika seseorang yakin bahwa orang-orang yang penting bagi dirinya akan merasa senang jika dia menampilkan perilaku tertentu maka seseorang itu akan menyimpulkan bahwa kelompok yang menjadi acuannya berkeinginan agar dirinya menampilkan perilaku tersebut.

Konsep mengenai determinan *motivation to comply* (motivasi individu) untuk memenuhi harapan orang-orang yang penting baginya untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu bisa diartikan secara berbeda-beda. Dari dua pendekatan baik teoritis maupun empiris menunjukkan bahwa motivasi untuk memenuhi harapan paling tepat diartikan sebagai kecenderungan untuk menerima arahan dari rujukan tertentu dari seseorang ataupun kelompok (Fishbein & Ajzen, 1975).

Selain variabel kepribadian dan norma subyektif, intensi berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian, dimana besar kontribusinya adalah 9,73%.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Deskriptif

Berikut ini adalah hasil uji hoptesis deskriptif dari masing-masing variabel (kepribadian lima besar, norma subyektif, dan intense berwirausaha).

1. Uji Hipotesis Kepribadian Lima Besar

Pengujian hipotesis deskriptif untuk variabel kepribadian lima besar bertujuan untuk mengetahui apakah kepribadian lima besar termasuk baik/menunjang atau tidak melalui uji satu arah. Adapun hipotesis deskriptif kepribadian lima besar yaitu:

- Ho : $\mu X_1 \leq 62,51\%$ (Kepribadian mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG” ditinjau dari teori kepribadian lima besar tidak baik/tidak menunjang untuk menjadi wirausahawan)
 Atau $\mu X_1 \leq 2,51$
 Ha : $\mu X_1 > 62,51\%$ (Kepribadian mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG” ditinjau dari teori kepribadian lima besar baik/menunjang untuk menjadi wirausahawan)
 Atau $\mu X_1 > 2,51$

Selanjutnya dapat dihitung nilai t_{hitung} Secara manual, diperoleh melalui perhitungan berikut:

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\sigma / \sqrt{n}}$$

$t_{hitung} = \frac{2,9 - 2,51}{0,7 / \sqrt{82}} = 5,045$	$\bar{x} = 2,9$ $\mu_0 = 2,51$ $\sigma = 0,7$ $n = 82$
---	---

\bar{x} = Rata-Rata Skor Responden

μ_0 = Batas Bawah Kriteria

σ = Simpangan Baku

n = Jumlah Responden

Sementara itu, t_{tabel} dengan *degree of freedom* (df) = 81 didapatkan nilai 1,663. Kriteria pengujian hipotesis ini yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,045 > 1,633$ maka H_0 ditolak. Mengartikan pernyataan diatas berarti kepribadian mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG” ditinjau dari teori kepribadian lima besar baik/menunjang untuk menjadi wirausahawan.

2. Uji Hipotesis Norma Subyektif

Pengujian hipotesis deskriptif untuk variabel norma subyektif bertujuan untuk mengetahui apakah norma subyektif termasuk mendukung atau tidak melalui uji satu arah. Adapun hipotesis deskriptif norma subyektif yang diajukan dalam uji satu arah ini yaitu:

- Ho : $\mu X_2 \leq 62,51\%$ (Kondisi norma subyektif yang dalam hal ini adalah faktor dari lingkungan sosial tidak mendukung mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk berwirausaha)
Atau $\mu X_2 \leq 2,51$
- Ha : $\mu X_2 > 62,51\%$ (Kondisi norma subyektif yang dalam hal ini adalah faktor dari lingkungan sosial mendukung mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk berwirausaha)
Atau $\mu X_2 > 2,51$

Selanjutnya dapat dihitung nilai t_{hitung} Secara manual, diperoleh melalui perhitungan berikut:

$\bar{x} = 2,4$	$t_{hitung} = \frac{2,4 - 2,51}{0,8 / \sqrt{82}} = -1,245$
$\mu_0 = 2,51$	
$\sigma = 0,8$	
$n = 82$	

Kriteria pengujian hipotesis ini yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak, dan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka Ho diterima. Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yaitu $-1,245 < 1,633$ maka Ho diterima. Mengartikan pernyataan diatas berarti kondisi norma subyektif yang dalam hal ini adalah faktor dari lingkungan sosial tidak mendukung mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk berwirausaha.

3. Uji Hipotesis Intensi Berwirausaha

Pengujian hipotesis deskriptif untuk variabel intensi berwirausaha bertujuan untuk mengetahui apakah intensi berwirausaha termasuk tinggi atau rendah melalui uji satu arah. Adapun hipotesis deskriptif intensi berwirausaha yang diajukan dalam uji satu arah ini yaitu:

- Ho : $\mu X_3 \leq 62,51\%$ (Intensi mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk berwirausaha rendah)
Atau $\mu X_3 \leq 2,51$
- Ha : $\mu X_3 > 62,51\%$ (Intensi mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk berwirausaha tinggi)
Atau $\mu X_3 > 2,51$

Selanjutnya dapat dihitung nilai t_{hitung} Secara manual, diperoleh melalui perhitungan berikut:

$\bar{x} = 2,4$ $\mu_0 = 2,51$ $\sigma = 0,9$ $n = 82$	$t_{hitung} = \frac{2,4 - 2,51}{0,9 / \sqrt{82}} = -1,106$
---	--

Kriteria pengujian hipotesis ini yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas, didapatkan nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yaitu $-1,106 < 1,633$ maka H_0 diterima. Mengartikan pernyataan diatas berarti intensi mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk berwirausaha rendah.

Analisis Verifikatif

Berikut ini adalah hasil dari pengujian hipotesis (*path analysis*) dengan menggunakan SPSS 13.

Tabel 5
Nilai Koefisien Determinasi Secara Simultan
Model Summary(b)

Model	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
				R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.696	.688	2.43741	.696	90.454	2	79	.000

a Predictors: (Constant), Jumlah_X2, Jumlah_X1
 b Dependent Variable: Jumlah_Y
 (Sumber diolah SPSS,2014)

Tabel 6
Nilai Koefisien Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.583	2.013		-3.768	.000
	Jumlah_X1	.126	.025	.363	4.969	.000
	Jumlah_X2	.420	.053	.583	7.977	.000

a. Dependent Variable: Jumlah_Y
 (Sumber diolah SPSS,2014)

Kerangka hubungan kausal antara jalur (X_1 terhadap Y, X_2 terhadap Y, X_1 dan X_2 terhadap Y) dapat dibuat melalui persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y = \rho_{yx1} X_1 + \rho_{yx2} X_2 + \rho_y \varepsilon$$

Dapat dilihat pada data pada tabel-tabel diatas bahwa :

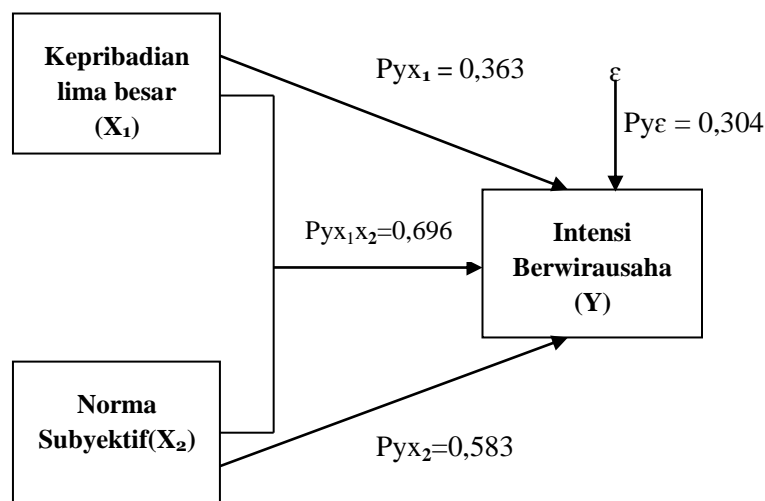
$$\text{nilai } R^2_{yx1.x2} = 0,696$$

$$\rho_y \varepsilon = 1 - R^2_{yx1.x2} = 1 - 0,696 = 0,304$$

$$\rho_{yx1} X_1 = 0,363$$

$$\rho_{yx2} X_2 = 0,583$$

Maka dapat digambarkan seperti berikut ini :



Gambar 1
Diagram Analisis Jalur (Path Diagram) Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y

Berdasarkan diagram persamaan jalur di atas menunjukkan bahwa:

- Pada intensi berwirausaha yang dipengaruhi oleh kepribadian lima besar yaitu sebesar 0,363 atau 13,17% ($0,363^2 \times 100\% = 13,17\%$)
- Pada intensi berwirausaha yang dipengaruhi oleh norma subyektif yaitu sebesar 0,583 atau 33,98%
- Pengaruh langsung faktor-faktor lain di luar variabel kepribadian lima besar dan norma subyektif terhadap variabel intensi berwirausaha (Y) adalah sebesar 0,304 atau 9,24%. Hal ini menunjukkan bahwa intensi berwirausaha juga dipengaruhi oleh faktor lain.
- Besarnya hubungan antara variabel kepribadian lima besar dan norma subyektif terhadap intensi berwirausaha yaitu 0,696.

Berdasarkan hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa norma subyektif mempunyai pengaruh lebih besar terhadap intensi berwirausaha mahasiswa STMIK

“AMIKBANDUNG”. Sedangkan pengaruh kepribadian lima besar mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap intensi berwirausaha. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 7
Pengaruh langsung variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Total	Kontribusi Bersama
X_1	0,363	0,363	13,17%	-
X_2	0,583	0,583	33,98%	-
ϵ	0,304	0,304	9,24%	-
X_1 dan X_2	-	-	-	0,696 atau 69,6%

(Sumber diolah SPSS,2014)

Uji Hipotesis Verifikatif

Pada uji hipotesis verifikatif akan dijelaskan uji hipotesis verifikatif secara simultan dan secara parsial.

Uji Hipotesis Secara Simultan

Uji hipotesis secara simultan ditunjukkan oleh tabel 8 uji hipotesis secara simultan yang dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 8
Uji Hipotesis Secara Simultan
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1074.772	2	537.386	90.454	.000 ^a
	Residual	469.337	79	5.941		
	Total	1544.110	81			

a. Predictors: (Constant), Jumlah_X2, Jumlah_X1

b. Dependent Variable: Jumlah_Y

(Sumber diolah SPSS,2014)

Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan sebagai berikut :

Ha: sekurang-kurangnya $\rho_{yx_k} \neq 0$; k = 1 dan 2

Ho: $\rho_{yx_1} = \rho_{yx_2} = 0$

Hipotesis bentuk kalimat :

Ha : kepribadian lima besar dan norma subyektif berpengaruh secara simultan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG”

Ho : kepribadian lima besar dan norma subyektif tidak berpengaruh secara simultan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa STMIK “AMIKBANDUNG”

Kriteria uji sebagai berikut :

- Jika $F_{hit} \geq F_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5% maka tolak H_0 artinya signifikan.
- Jika $F_{hit} \leq F_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5% maka terima H_0 artinya tidak signifikan.

Dari tabel 8 diperoleh nilai F_{hit} sebesar 90,454 dan F_{tabel} yang didapat dari df_1 (2) dan df_2 (79) adalah 3,11. Dapat dilihat bahwa F_{hit} lebih besar dari F_{tabel} , maka H_0 ditolak yang artinya signifikan dan dapat disimpulkan bahwa kepribadian lima besar dan norma subyektif berpengaruh secara simultan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG".

Uji Hipotesis Secara Parsial

Uji hipotesis secara parsial pada penelitian ini adalah pada variabel X_1 dan X_2 yaitu kepribadian lima besar dan norma subyektif

- Kepribadian lima besar berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial

Uji secara parsial ditunjukkan pada tabel sebelumnya yaitu pada tabel 8.

Hipotesis statistiknya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$H_a : P_{xyj} > 0$

$H_0 : P_{xyj} \leq 0$

Hipotesis bentuk kalimat :

- H_a : Kepribadian lima besar berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.
- H_0 : Kepribadian lima besar tidak berpengaruh positif (pengaruh negatif) terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.

Kriteria uji untuk variable X_1 dan X_2 secara individu/parsial terhadap Y adalah :

- a. Jika $t_{hit} > t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, maka pengujian signifikan atau ada pengaruh positif dari masing-masing X_1 dan X_2 terhadap variabel Y.
- b. Jika $t_{hit} < t_{tabel}$ dengan taraf signifikan 5%, maka pengujian tidak signifikan atau tidak ada pengaruh dari masing-masing X_1 dan X_2 terhadap variabel Y.

Dari tabel 8 didapat t_{hit} untuk variabel X_1 adalah 4,969 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,663, maka $t_{hit} > t_{tabel}$ yang artinya Kepribadian lima besar berpengaruh

positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.

- **Norma subyektif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.**

Hipotesis bentuk kalimat :

- Ha : Norma subyektif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.
H₀ : Norma subyektif tidak berpengaruh positif (berpengaruh negative) terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.

Dari tabel 8 didapat t_{hit} untuk variabel X2 adalah 7,977 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1,663, maka $t_{hit} > t_{tabel}$ yang artinya norma subyektif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial.

KESIMPULAN

1. Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa gambaran kepribadian lima besar dari semua dimensi (*extraversion, agreeableness, conscientiousness, emotional stability, dan openness to experience*) adalah baik atau menunjang mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" untuk menjadi wirausahawan.
2. Gambaran norma subyektif secara keseluruhan adalah rendah atau tidak mendukung responden untuk berwirausaha, dimana pada gambaran *normative beliefs*, dapat dikatakan bahwa *belonging group* (orang tua, saudara kandung, pasangan) dan *reference group* (teman/kolega dan dosen) tidak mengharapkan dan tidak menginginkan responden untuk berwirausaha, yang mana dalam hal ini tidak mendukung ataupun tidak ada faktor dukungan lingkungan sosial terhadap responden untuk berwirausaha. Selanjutnya pada dimensi *motivation to comply* (motivasi individu) yang memiliki nilai terendah menyimpulkan bahwa responden tidak menuruti dan tidak menerima arahan dari *belonging group* (orang tua, saudara kandung, pasangan) dan *reference group* (teman/kolega dan dosen) untuk berwirausaha.

3. Gambaran intensi berwirausaha dari hasil penelitian secara keseluruhan adalah rendah, dimana jika digambarkan menurut dimensinya, gambaran berdasarkan dimensi niat mahasiswa dalam mencoba berwirausaha dimasa yang akan datang adalah yang paling rendah.
4. Kepribadian lima besar berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Artinya intensi berwirausaha dipengaruhi oleh kepribadian lima besar.
5. Norma Subyektif berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha dikalangan mahasiswa STMIK "AMIKBANDUNG" secara parsial. Yang artinya intensi berwirausaha dipengaruhi oleh norma subyektif.
6. Variabel kepribadian lima besar dan norma subyektif secara simultan berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ciavarella, M.A., Buchholtz, A.K., Riordan, C.M., Gatewood, R.D. and Stokes, G.S. 2004. *The big five and venture survival. Is there a linkage?*, *Journal of Business Venturing*, Vol. 19, pp.465–483.
- Endah Mastuti. 2005. *Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian Big Five* (adaptasi dari IPIP) Pada Mahasiswa Suku Jawa. *INSAN* Vol. 7 No. 3
- Fishbein & Ajzen Icek. 1975. *Belief, attitude, intention, and behavior. Philipines*. Addison-Wesley.
- Goldberg, Lewis R. 1990. *Journal of personality and social psychology* vol.59, no.6. *American psychological association: An alternative "description of personality: the big-five factor structure.*
- Hao Zhao, Scott E Seibert. 2006. *The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review.*, 259-271. *In Journal of Applied Psychology* 91 (2).
- Husein Umar, S.E., MBA., M.M., 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi kedua, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Jean-Pierre Boissin. et al. 2009. Dalam jurnalnya *Small business and entrepreneurship*, volume.22: *Student and entrepreneurship ; a comparative study of france and the United states*. Kanada. Questia Media Amerika, Inc.
- Kerrick, Sharon A. 2008. Dalam jurnalnya *an examination of entrepreneurial intentions of university students*, *University of Louisville*.
- Leon J.A, Descals, F.J, Dominguez, J.F. 2007. *The Psychosocial Profile Of The University Entrepreneur*. *Journal of Psychology in Spain*, 11(1), 72-84.
- Linan, Francisco. 2008. *Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions?*. *Int Entrep Manag* (2008) 4:257–272
- Mcshane dan Von Glinow. 2010. *Organizational Behavior. Fifth Edition*. McGraw-Hill.
- Melvin Wong, 2006. *Entrepreneurial Intention: Triggers and barriers to new venture creations in Singapore*. *Singapore Management Review* 28 (2): 47-64.
- Sabrina O. Sihombing. 2012. *Comparing Entrepreneurship Intention: a multigroup structural equation modeling Approach*.

Sugiyono. 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Teddy Oswari. 2005. *Membangun Jiwa Kewirausahaan (Entrepreneurship) "Menjadi mahasiswa Pengusaha (Entrepreneur Student) sebagai Modal untuk Menjadi Pelaku Usaha baru"*. Jakarta. (23-24 Agustus 2005).

Riwayat Hidup:

Siti Sarah, S. Kom., M.M. Pendidikan Terakhir S2, Sekarang menjadi Dosen Tetap di STIE INABA.