Your Reference: ACEBFM2017/No.132222

Date: 19 December 2017

PENGEMBANGAN INTENSI BERWIRAUSAHA DI KALANGAN MAHASISWA

(Bambang Raditya Purnomo, Bambang Purnomo)
Corresponding author: Bambang Raditya Purnomo (bagasayaachafaris@gmail.com)

[Track: ACEBFM2017-Track-1] 132222

Dear Prof. /Dr. /Mr. /Mrs. /Miss/ Ms.

NOTIFICATION OF ACCEPTANCE FOR PRESENTATION IN ASKA2017

Thank you for your submission to the Asian Summit on Knowledge Advancements 2017 (ASKA2017).
The ASKA2017 committee has completed the review for your paper and suggested the following recommendations.

Conference

Asian Conference on Economics, Business, Finance and Management (ACEBFM2017)

Conference Presentation Status

✓ Accepted for conference presentation

Publication

✓ Current status: Accepted
Will be processed for publication in journal indexed by Google Scholar.

Registration Fees

Please pay the registration fees according to the status below (included government tax),

Category	Fees
Paper presenter*	Rp 750,000
Listener/participant	Rp 250,000

* Includes publication, certificate, refreshment, lunch and goodies.
Information of the payment method, please visit http://aska2017.ucmmk.com/registration

Once the payment has been made, please proceed with the paper online registration: http://aska2017.ucmmk.com/reg as soon as possible.

Looking forward to meeting you in Asian Summit on Knowledge Advancements 2017.

Sincerely Yours,

Dr. Arfan Muammar, M.Pd.I.
Chairman ASKA2017
Asian Summit on Knowledge Advancements 2017 (ASKA2017)
http://aska2017.ucmmk.com

Pascasarjana UMSurabaya
Jalan Sutorejo No. 59 Surabaya 60113
Jawa Timur, Indonesia

Website: http://aska2017.ucmmk.com
Email : aska@ucmmk.com

CERTIFICATE

This is certify that :

Drs. Bambang Purnomo, MM

Has participated in

IN 1st ASIAN SUMMIT ON KNOWLEDGE ADVANCEMENTS (ASKA2017)

"Engaging International Networking in Sharing Knowledge Advancements"

As

Presenter

Held by University consortium Muhammadiyah Malaysia in Collaboration with
Universitas Muhammadiyah Surabaya, Gresik, Sidoarjo, Malang, Ponorogo and Jember

Quest Hotel Surabaya, December 27-29th 2017

Chairman ASKA2017

ASKA2017

Dr. M. Arfan Mu'ammar, M.Pd.I

umsurabaya UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURABAYA · UMSIDA DARI SINI PENCERAHAN BERSEMI · University of Muhammadiyah Jember - Indonesia · Muhammadiyah University of Ponorogo · Universitas Muhammadiyah Gresik · UMM Universitas Muhammadiyah Malang

PENGEMBANGAN INTENSI BERWIRAUSAHA DI KALANGAN MAHASISWA

Bambang Raditya Purnomo[1], Bambang Poernomo[2]
[1, 2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr Setomo Surabaya
E-mail: dewi_raditya@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan kondisi aktual intensi berwirausaha mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dr Soetomo, mengidentifikasi faktor penentu intensi berwirausaha mahasiswa dan merumuskan metode pendekatan untuk meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa. Intensi berwirausaha adalah salah satu faktor predisposisi yang menentukan kemampuan seseorag dalam berwirausaha. Salah satu faktor yang menentukan seberapa besar intensi berwirausaha seseorang untuk mewujudkan perilaku berwirausaha adalah lingkungan akademik kampus dalam kehidupan seorang mahasiswa.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis, dimana peneliti mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan, merangkum serta menginterpretasikan data-data yang diperoleh, yang selanjutnya diolah kembali sehingga diperoleh gambaran yang jelas, terarah dan menyeluruh dari masalah yang menjadi objek penelitian. Pendekatan fenomenologis digunakan untuk menganalisis data asli yang dikumpulkan dari pertanyaan wawancara dan dialog dengan informan. Struktur pengalaman digambarkan berdasarkan interpretasi peneliti pada deskripsi peserta. Artikel ini mencoba menjelaskan bagaimana peran akademik kampus dalam menumbuhkan intensi berwirausaha pada mahasiswa dengan menggunakan teori intensi yaitu theory of planned behavior.

Kata kunci: kewirausahaan, intensi berwirausaha, mahasiswa, fenomenologi.

ABSTRACT

This study aims to describe the actual conditions of student entrepreneurship intentions in the Faculty of Economics and Business of Dr. Soetomo University, to identify the determinants of students' entrepreneurship intent and to formulate methods of approach to improve student entrepreneurship intentions. The background of this research is the low intensi entrepreneurship among students. Intensi entrepreneurship is one of the predisposing factors that determine the ability of seseorag in entrepreneurship. One of the factors that determine how much a person's entrepreneurship intentions to realize entrepreneurial behavior is the academic environment of the campus.

This research is a qualitative research with phenomenological approach, where researchers try to explain or reveal the meaning of the concept or the phenomenon of experience based on awareness that occurs in some individuals. In this study the researchers collect, summarize and interpret the data obtained, which then re-processed so that obtained a clear picture, directed and comprehensive of the problem that became the object of research. The phenomenological approach is used to analyze the original data collected from interview questions and dialogue with informants. The structure of experience is illustrated by the researchers' interpretation of the participant description. This article tries to explain how the academic role of campus in cultivating the intention of entrepreneurship to students by using the theory of intention that is the theory of planned behavior.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurship intention, students, phenomenology*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah salah satu diantara sekian banyak negara berkemang yang memiliki masalah terkait kemiskinan dan pengangguran. Mulai yang berpendidikan rendah bahkan sampai dengan yang berpendidikan tinggi mengalami kesulitan dalam mencari pekerjaan. Hal ini terjadi karena sejumlah besar tenaga kerja memaksa ingin memasuki dunia kerja tidak sebanding dengan jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia. Kesenjangan antara penawaran dan permintaan tenaga kerja tersebut menimbulkan kemiskinan.

Salah satu faktor yang menyebabkan tingginya angka pengangguran di Indonesia adalah persepsi bahwa lebih mudah untuk menemukan pekerjaan di sektor formal sebagai karyawan atau pegawai, yang menyebabkan begitu banyak orang yang tidak mencoba untuk menciptakan lapangan kerja sendiri di sektor usaha mikro. Ini jelas mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Maka dirasa sangat perlu untuk mencari solusi mengatasi pengangguran. Salah satu solusi agar seseorang dapat memiliki kemampuan ekonomi untuk menghidupi kehidupannya tanpa menggantungkan dirinya menjadi pegawai atau karyawan adalah dengan memberikan pendidikan dan pembinaan agar bisa menjadi pengusaha mikro. Hasilnya adalah tersedianya lapangan pekerjaan bagi orang lain. Dalam menjadi seorang pengusaha, yang diperlukan adalah bekal keterampilan berwirausaha yang cukup.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Agustus 2010, jumlah angkatan kerja mencapai 116.500.000, meningkat sekitar 530 ribu orang dibanding Februari 2010 dan sampai 2,7 juta orang dibandingkan dengan Agustus 2009. Warga yang bekerja pada Agustus 2010 meningkat 800 ribu orang dibanding Februari 2010, dan naik 3,3 juta orang dibanding Agustus 2010. Jumlah pengangguran pada Agustus 2010 mengalami penurunan sekitar 270 ribu orang jika dibandingkan dengan Februari 2010, dan menurun menjadi 640 ribu jika dibandingkan dengan Agustus, 2009 (BPS, 2012).

Tabel 1. Populasi Berdasarkan Bentuk Aktivitas Utama, 2008 – 2010 (dalam juta)

Bentuk Aktivitas Utama	2008	2009		2010	
	Agustus	Februari	Agustus	Februari	Agustus
Populasi 15+	166,64	168,26	169,33	171,02	172,07
Tenaga Kerja	111,95	113,74	113,83	116,00	116,53
Bekerja	102,55	104,49	104,87	107,41	108,21
Tidak Bekerja	9,39	9,26	8,96	8,59	8,32

Pada bulan Agustus 2010 sekitar 35.800.000 orang (33,06%) bekerja di kegiatan formal dan 72.400.000 (66,94%) bekerja di kegiatan informal. Dari 108.200.000 orang-orang yang bekerja pada Agustus 2010, pekerjaan berstatus sebagai buruh / karyawan sebesar 32,5 juta (30,05%), bekerja sendiri dibantu oleh buruh tidak tetap sebesar 21,7 juta (20,04%), dan bekerja sendiri 21,0 juta (19,44%), sedangkan yang terkecil adalah diri dipekerjakan dibantu oleh buruh tetap 3,3 juta orang (3,01%). Pada tahun sebelumnya (Agustus 2009 - Agustus 2010) ada penambahan pekerja dengan status buruh / karyawan dari 3,4 juta orang, dan keluarga pekerja total 570 ribu orang. Sementara status pekerja di sektor pertanian mengalami penurunan sebesar 64 ribu orang (BPS, 2012).

Dari data di atas, kita dapat melihat bahwa tingkat kewirausahaan di Indonesia masih sangat rendah bila dibandingkan dengan negara-negara lain. Di Amerika Serikat sekitar 11%, Singapura 7%, sedangkan di Indonesia hanya 0,24% dari sekitar 237.600.000 orang di Indonesia yang memiliki kompetensi kewirausahaan. Kondisi ini juga mempengaruhi tingkat pengangguran. tenaga kerja cenderung ingin menjadi seorang pekerja, atau menjadi birokrat di kantor-kantor pemerintah dan bukan pencipta lapangan kerja baru (Dipta, 2015).

Untuk mencapai tingkat kemakmuran bukanlah tugas yang mudah. Banyak perubahan yang diperlukan, usaha dan kerja keras yang fokus dan sistematis oleh Pemerintah, dan keluarga, terutama untuk mengubah individu dari kondisi sekarang untuk menjadi pengusaha yang dibutuhkan. Menjadi seorang pengusaha seharusnya tidak menjadi profesi alternatif, namun menjadi seorang pengusaha adalah pilihan strategis yang harus dilakukan dengan tekad kuat. Dalam kondisi saat ini dapat dikatakan bahwa kunci kemakmuran adalah kewirausahaan, dan kewirausahaan adalah profesi yang sangat menjanjikan dalam mempromosikan kualitas hidup yang baik.

Untuk menumbuhkan intensi berwirausaha maka dibutuhkan beberapa usaha yang menunjang tumbuhnya intensi berwirausaha pada mahasiswa tersebut. Salah satu hal yang bisa menunjang tumbuhnya intensi berwirausaha adalah pendidikan dimana pendidikan kewirausahaan merupakan pendidikan yang mengajarkan seseorang agar mau dan mampu menciptakan kegiatan usahanya sendiri (Eman Suherman, 2008).

Beberapa studi telah menunjukkan bahwa intensi berwirausaha adalah konstruk kunci yang menentukan perilaku kewirausahaan (Andika & Madjid, 2012). Individu yang memiliki niat yang kuat untuk memulai usaha akan memiliki kecenderungan yang besar untuk membuka usaha sendiri. Menurut Krueger dkk (Kueger & Carsrud, 2000), keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan disengaja oleh orang yang bersangkutan. Ini berarti bahwa untuk memulai bisnis, seseorang harus memiliki niat untuk memulai usaha. Jadi intensi berwirausaha dapat dikatakan menjadi prediktor kuat untuk menentukan apakah seseorang akan memutuskan untuk berwiraswasta atau tidak.

Obschonka dkk (2010) menemukan bahwa kewirausahaan dapat dikembangkan melalui pendidikan dan dapat dimulai pada usia dini. Lingkungan sosial dan orang-orang di sekitar individu yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, seperti keluarga atau teman, dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap kewirausahaan. Sebaliknya, individu yang tidak tumbuh di lingkungan kewirausahaan, maka akan cenderung menjadi seorang karyawan di masa depan (Mueller, 2008).

Dari sudut pandang tersebut, artikel ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana lingkungan akademik kampus dapat mempengaruhi perkembangan intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa..

PENGGANGGURAN TERDIDIK

Upaya pemerintah dalam menurunkan tingkat pengangguran sudah menunjukkan perbaikan. Namun demikian, tingkat pengangguran terdidik selama beberapa tahun terakhir tampak terus mengalami peningkatan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS-2017), jumlah Pengangguran ditingkat Diploma, meningkat setiap tahun dari 241,312 orang tahun 2015 menjadi 249,705 orang tahun 2017. Pengangguran Sarjana juga terus berkembang, pada tahun 2015 ada sektar 585,402 orang Sarjana penganggur, pada 2017 meningkat menjadi

606,939 orang. Secara rinci tingkat pengangguran menurut pendidikan dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Pengangguran Terbuka Menurut Tingkat Pendidikan Yang Ditamatkan

Pendidikan Yang Ditamatkan	2015	2016	2017
Tidak / Belum Sekolah	124,303	94,293	92,331
Tidak / Belum Tamat SD	603,194	557,418	546,897
SD	1,320,392	1,218,954	1,292,234
SMP	1,650,387	1,313,815	1,281,240
SMA	1,762,411	2,280,029	1,552,894
SMK	1,174,366	1,348,327	1,383,022
Diploma	241,312	249,362	249,705
Universitas	585,402	605,304	606,939

Keterangan : BPS diolah (data per Februari 2017)

Ada dua hal yang bisa dipetik dari perkembangan tingkat pengangguran ini. Pertama, baik pendidikan dasar sampai sekolah lanjutan atas maupun lulusan perdosenan tinggi/universitas ternyata belum mampu menghasilkan lulusan yang siap pakai, baik sebagai karyawan maupun sebagai tenaga yang memiliki kemampuan yang dibutuhkan dunia usaha. Kedua, pendidikan yang diterapkan di Indonesia, yang kurikulumnya selalu mengalami perubahan hampir setiap pergantian pemerintahan belum mampu menjawab tantangan global, khususnya berkaitan dengan penumbuhan wirausaha baru

Fenomena diatas tidak lepas kaitannya, dengan sistem pendidikan yang belum mampu menghasilkan lulusan yang siap pakai dan menjawab tantangan kebutuhan pasar tenaga kerja. Sistem pendidikan mestinya mampu menghasilkan lulusan yang siap menciptakan pekerjaan baru. Angkatan kerja terdidik harusnya memiliki naluri untuk mau memanfaatkan peluang, berani mengambil risiko, kreatif, dan inovatif. Kalau setiap jenjang pendidikan sudah menanamkan pentingnya kewirausahaan, maka tidak seyogyanya jumlah pengangguran semakin bertambah setiap tahun, walaupun disadari bahwa iklim usaha yang kondusif turut mempengaruhi. Iklim usaha yang kondusif tanpa didukung oleh hasil lulusan dari dunia pendidikan yang tidak memiliki bekal kewirausahaan akan sia-sia, demikian juga sebaliknya.

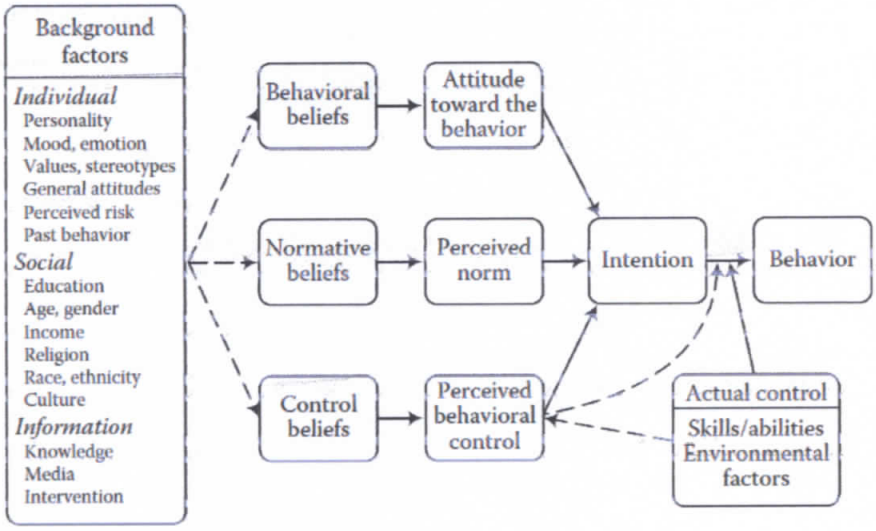
INTENSI BERWIRAUSAHA

Intensi diasumsikan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, yang menunjukkan seberapa keras seseorang akan mencoba untuk mewujudkan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Seiring dengan definisi tersebut, intensi berwirausaha didefinisikan sebagai keadaan kesadaran yang mengarahkan perhatian, pengalaman, dan perilaku masyarakat terhadap perilaku kewirausahaan (Bird, 1988).

Intensi berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor terkuat dari perilaku kewirausahaan. Dalam bentuk yang paling sederhana, intensi dapat memprediksi perilaku, dan intensi itu sendiri diprediksi oleh sikap-sikap tertentu (Khuong & An, 2016). Studi yang dilakukan oleh Kristiansen & Indarti (2004) menunjukkan bahwa intensi berwirausaha

dipengaruhi oleh jenis kelamin, self-efficacy, latar belakang pendidikan, dan kesiapan instrumental (akses ke modal, ketersediaan informasi, dan jaringan sosial).

Teori *Planned Behavior* dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana peran intensi dalam pembentukan perilaku (Fishbein & Ajzen, 2010).



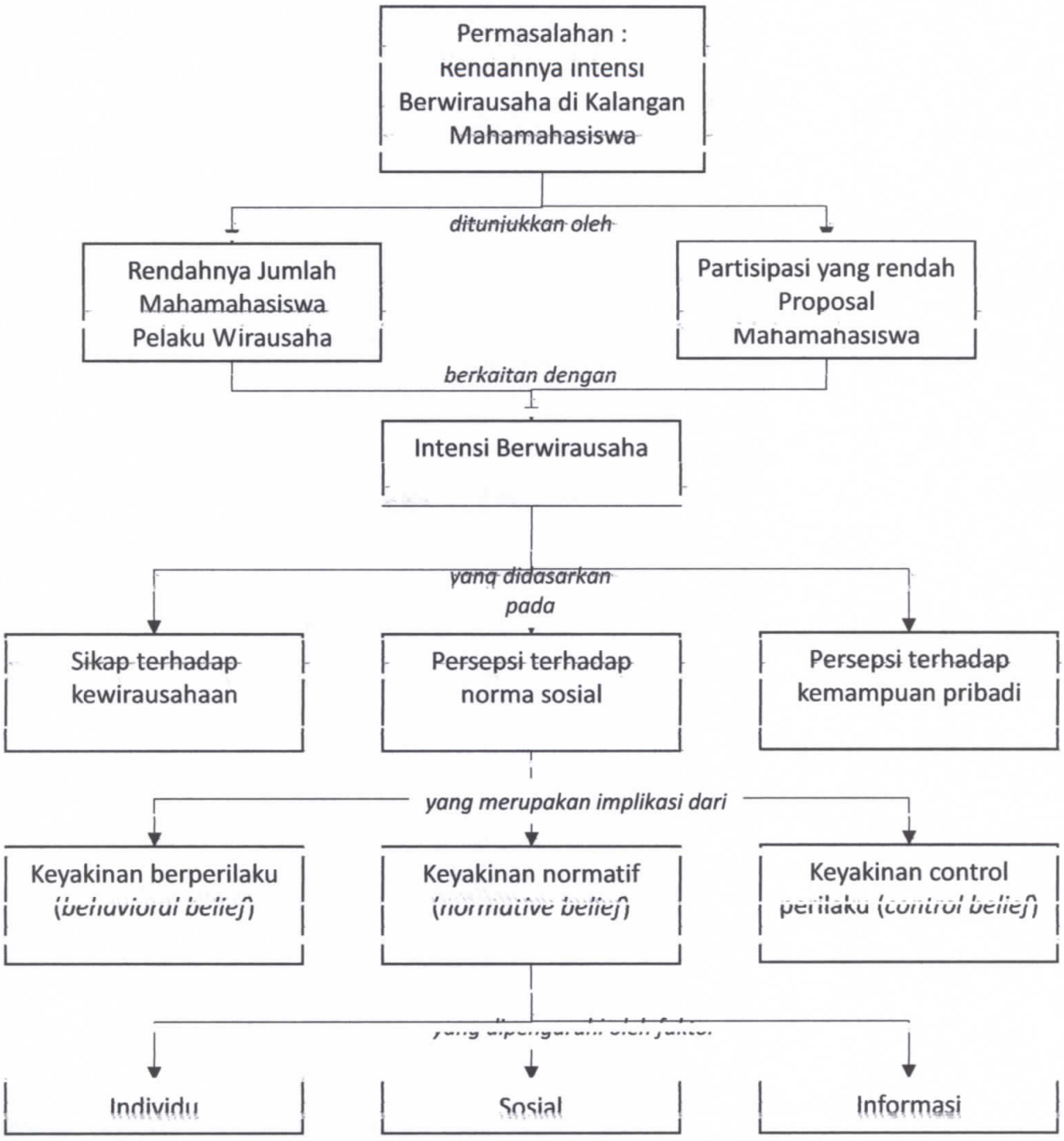
Gambar 1. Theory of Planned Behavior dari Fishbein & Ajzen

Gambar 1 menunjukkan bahwa intensi adalah prediktor utama perilaku, dengan mempertimbangkan keterampilan/kemampuan dan faktor lingkungan. Ada tiga hal yang mempengaruhi intensi, yaitu sikap terhadap perilaku, persepsi terhadap norma, dan kontrol perilaku. Seseorang akan melakukan sesuatu jika ia memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut dan mereka merasa norma di sekitar mereka mendukung mereka untuk melakukannya. Selain itu, penilaian kemampuan sendiri untuk melakukan perilaku seperti itu juga penting. Namun, ketiga aspek ini memiliki tingkat yang berbeda berdasarkan pada keyakinan, norma, dan kontrol tertentu. Hal ini menjelaskan mengapa orang dengan sikap, norma, dan persepsi kontrol yang sama dapat berperilaku berbeda, tergantung faktor mana yang memiliki pengaruh lebih besar. Hal ini pada tingkat analisis lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor individu, sosial, dan informasi tentang perilaku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis, dimana peneliti mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan, merangkum serta menginterpretasikan data-data yang diperoleh, yang selanjutnya diolah kembali sehingga diperoleh gambaran yang jelas, terarah dan menyeluruh dari masalah yang menjadi objek penelitian. Pendekatan fenomenologis digunakan untuk menganalisis data asli yang dikumpulkan dari pertanyaan wawancara dan dialog dengan informan. Struktur pengalaman digambarkan berdasarkan interpretasi peneliti pada deskripsi peserta.

KERANGKA KONSEPTUAL



SIKAP TERHADAP KEWIRAUSAHAAN

Sikap adalah evaluasi dari suatu obyek, baik di tingkat umum maupun khusus (Robinson dkk, 1991). Untuk mengukur sikap terhadap domain tertentu secara akurat, maka perlu dijelaskan dimensi sikap secara khusus. Ada dua kelompok teori tentang sikap, sikap sebagai konstruk unidimensional (Fishbein & Ajzen, 1975) dan sikap sebagai konstruk multidimensional (Rosenberg & Hovland, 1960). Pendekatan unidimensional menyatakan bahwa sikap ditunjukkan dalam bentuk reaksi afektif, sedangkan pendekatan multidimensional atau pendekatan tripartit mengatakan bahwa sikap adalah kombinasi dari tiga bentuk respon, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif terdiri dari

keyakinan dan pikiran individu terhadap obyek sikap. Komponen afektif terdiri dari perasaan positif atau negatif terhadap objek sikap. Komponen konatif atau perilaku terdiri dari intensi berperilaku dan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek tersebut.

Penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap kewirausahaan adalah efek langsung dan tidak langsung yang signifikan dari pengalaman adanya bisnis keluarga, melalui variabel sikap terhadap kepemilikan bisnis, dukungan pihak sekolah, dan *entrepreneurial self efficacy* (Carr & Sequeira, 2007). Dari sisi latar belakang pekerjaan orang tua, sebagian besar responden memang bukan berasal dari keluarga wirausaha. Rata-rata jenis profesi orang tua mereka adalah pegawai negeri (pada instansi vertikal maupun daerah) dan karyawan swasta. Hanya sebagian kecil responden menjawab latar belakang pekerjaan orang tua sebagai wiraswasta. Akibatnya dorongan orang tua agar anaknya aktif mencari pengalaman berusaha secara mandiri sangat kecil.

Hasil Wawancara yang kami lakukan menemukan bahwa sebagian besar responden belum/tidak pernah mengikuti pelatihan, pembekalan, seminar, workshop dan sejenisnya tentang kewirausahaan. Selain faktor kurangnya informasi dan sosialisasi dari penyelenggara juga karena minat mahasiswa itu sendiri untuk mengikuti kegiatan tersebut amat rendah. Bagi responden yang pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan juga hanya dilaksanakan di internal kampus.

Mata kuliah kewirausahaan merupakan mata kuliah yang wajib diikuti oleh mahasiswa disemua jurusan/program studi di FEB Unitomo. Salah satu metode yang digunakan adalah mahasiswa didorong untuk melakukan kegiatan wirausaha dengan membuat dan memasarkan produk yang dihasilkannya. Hal ini dilakukan untuk mendorong kreativitas mahasiswa dan mengetahui seberapa jauh kemampuan mahasiswa dalam menjadi wirausahawan. Bagi sebagian mahasiswa kegiatan ini dianggap sebagai media latihan untuk mengasah keterampilan dan minat berwirausaha, namun bagi sebagian yang lain aktivitas ini hanya tuntutan untuk mendapat nilai semata.

Hal ini membuktikan bahwa sikap dan tindakan wirausaha kurang dapat dieksplorasi oleh mahasiswa secara mandiri. Padahal sikap wirausaha mencerminkan komponen afektif mahasiswa dalam menanggapi peluang usaha yang menyangkut komitmen terhadap pelaksanaan usaha. Tindakan wirausaha mencerminkan hal yang dilakukan oleh wirausaha dalam mencapai tujuannya dalam berwirausaha. Karakter wirausaha mahasiswa terdiri dari dua unsur utama yaitu kepribadian dan kepercayaan diri.

MENTRANSMISIKAN NILAI KEWIRAUSAHAAN PADA MAHASISWA

Ada berbagai jenis norma. Salah satu jenis norma mengacu pada sikap atau apa yang menurut individu benar berdasarkan moral atau keyakinan (*injunctive norm*). Tipe kedua dari norma berkaitan dengan perilaku, yaitu apa yang benar-benar dilakukan individu (*descriptive norm*). Para peneliti menunjukkan bahwa perilaku lebih mungkin diprediksi dengan norma-norma injunctive dibandingkan norma deskriptif (Borsari& Carey, 2003). Setiap individu memiliki teman, menjadi anggota dari suatu kelompok, tinggal di asrama di kampus-kampus, dan merupakan bagian dari komunitas yang lebih besar. Masing-masing kelompok yang tumpang tindih ini memiliki norma-norma yang mungkin sama atau berbeda, dan beberapa atau semua norma-norma ini dapat memberikan pengaruh pada perilaku individu. Di antara

target norma-norma, kesalahan persepsi meningkat dapat seiring dengan meningkatnya jarak sosial, dan kelompok-kelompok sosial yang "dekat" lebih berpengaruh dalam membentuk perilaku (Berkowitz, 2004). Dapat disimpulkan bahwa kedekatan antara dosen dan mahasiswa dapat membantu membentuk norma sosial yang diyakini oleh mahasiswa.

Lebih khusus, Grusec dan Goodnow (1994) menyatakan bahwa ada dua langkah yang terjadi dalam proses penyamaan nilai antara dosen dan mahasiswa. Pada langkah pertama, mahasiswa harus benar-benar memahami nilai-nilai apa yang ingin ditanamkan oleh dosen. Kedua, mahasiswa harus menerima nilai-nilai tersebut sebagai nilai-nilai mereka sendiri. Pada langkah pertama mahasiswa dapat memahami secara akurat, jika tidak maka akan terjadi kesalahan persepsi tentang nilai yang ditanamkan dosen. Dengan kata lain, agar memungkinkan terjadinya transmisi, nilai yang ditanamkan dosen harus kongruen dengan nilai mahasiswa. Berkaitan dengan kewirausahaan, tidak dapat dipungkiri bahwa jika dosen ingin mahasiswa mereka untuk memiliki intensi berwirausaha yang kuat, maka dosen juga perlu untuk mengadopsi nilai-nilai kewirausahaan dalam diri mereka dan kehidupan mereka. Kechara nanta & Baker (1999) menunjukkan nilai-nilai ini termasuk kemerdekaan, kreativitas, kerjasama, dan kepercayaan, sementara Arkush (1984) menyimpulkan bahwa nilai yang mendasari semangat kewirausahaan adalah kerja keras.

Akurasi dalam mempersepsikan nilai dosen lebih besar kemungkinan terjadinya jika ada kesepakatan nilai antara dosen dan mahasiswa dalam sekolah (Knafo & Schwartz, 2009). Kesepakatan dosen dan mahasiswa dapat memberikan pesan nilai yang lebih konsisten dan tidak membingungkan dan lebih mudah untuk dipahami secara akurat. Dikarenakan mahasiswa cenderung melihat ke dosen mereka sebagai model, mereka mungkin menangkap lebih banyak pesan nilai dari dosen tersebut dan memahaminya dengan cukup akurat, bahkan meskipun ada ketidaksepakatan dengan dosennya.

Dari proses transmisi di atas, komunikasi antara dosen dan mahasiswa menjadi sangat penting. Komunikasi yang efektif harus terjadi antara dosen dan mahasiswa, dalam hal ini bertujuan untuk menyamakan nilai-nilai yang akan ditransmisikan antara dosen dan mahasiswa untuk menghindari kesalahan persepsi. Komunikasi antara dosen dan mahasiswa dimaksudkan untuk menyampaikan dan menanamkan nilai-nilai tersebut pada para mahasiswa. Hill dan Taylor (2004) menemukan bahwa komunikasi akan efektif dan tepat jika dosen juga terlibat dalam kegiatan yang dilakukan mahasiswa. Dengan kata lain, dosen tidak hanya menyarankan tetapi juga untuk memberikan contoh dan meluangkan waktu untuk memahami kebutuhan mahasiswa, sehingga mahasiswa mau mendengarkan dosennya, yang akan menjadi awal dari penerimaan nilai yang ditanamkan oleh dosen.

PENINGKATAN ENTREPRENEURIAL SELF EFFICACY (ESE)

Bandura (dalam Schunk, 1990) mendefinisikan self-efficacy sebagai pertimbangan kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksmahasiswaan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja tertentu. Self-efficacy juga didefinisikan sebagai pendapat atau keyakinan yang dimiliki oleh seseorang tentang kemampuannya dalam melakukan suatu bentuk perilaku, dan hal ini berhubungan dengan situasi yang dihadapi oleh orang tersebut, dan meletakkannya sebagai unsur kognitif pembelajaran sosial.

Efikasi menentukan berapa besar usaha yang akan dilalkukan dan bagaimana orang bertahan hidup dalam menghadapi rintangan dan pengalaman yang menyakitkan. Semakin

Ketiga, solusi yang ditawarkan adalah memperbanyak frekuensi praktek kewirausahaan, melaksanakan pembelajaran kontekstual secara periodik, menyediakan dan melengkapi fasilitas kewirausahaan di kampus, mengadakan program inkubator bisnis dan lomba penulisan business plan, peningkatan alokasi anggaran wirausaha mahasiswa serta membangun jaringan wirausaha terpadu dengan stakeholder lokal.

Peran dosen sangat penting dalam pengembangan intensi berwirausaha pada mahasiswa. Namun, tidak banyak dosen yang menyadari hal ini dan lebih mengandalkan sistem pendidikan formal untuk melakukan tugas tersebut. Pada dasarnya semua pihak bertanggung jawab atas pendidikan kewirausahaan, kerjasama di antara mereka sangat penting, karena pendidikan yang komprehensif akan membawa hasil yang lebih matang daripada usaha yang dilakukan secara sporadis dan parsial. Selanjutnya, perlu disadari bahwa artikel ini tidaklah mencukupi dalam membahas tentang pembentukan semangat dan kompetensi kewirausahaan pada mahasiswa-siswi. Perlu pembahasan lebih lanjut yang memperhitungkan aspek-aspek lain seperti kepribadian dan motivasi untuk berwirausaha.

Alternatif cara yang dapat dilakukan FEB Unitomo untuk meningkatkan minat wirausaha mahasiswa diantaranya melalui (a) memperbanyak frekuensi praktek kewirausahaan, sosialisasi dan akses terhadap informasi tentang kewirausahaan di internal kampus juga dibuka seluas-luasnya kepada mahasiswa, (b) melaksanakan pembelajaran kontekstual secara periodik berupa studi lapangan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di area kampus terutama yang dimiliki dan dikelola oleh alumni, (c) menyediakan dan melengkapi fasilitas kewirausahaan yang ada di internal kampus seperti laboratorium, galeri, bengkel dan sejenisnya dalam hal ini Unitomo memiliki Unitomo Street Food sebagai laboratorium hidup kewirausahaan, (d) mengadakan program khusus seperti inkubator bisnis dan lomba-lomba penulisan rencana usaha bagi mahasiswa (business plan) dengan hadiah/bonus tertentu yang berdampak pada meningkatnya minat dan keterampilan berwirausaha, (e) alokasi anggaran memadai kepada kelompok-kelompok mahasiswa yang setelah melalui seleksi tertentu memenuhi syarat dan memiliki prospek untuk mengembangkan usaha, dan (f) membangun jaringan pengembangan wirausaha terpadu dengan stakeholder lokal yang memiliki program sejenis seperti Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan, Bank Indonesia dan Kamar Dagang dan Industri di Surabaya.

REFERENSI

Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), pp. 179-211.

Andika, M., & Madjid, I. (2012). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. In *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper" Improving Performance by Improving Environment*. 190-196.

Arkush, R. D. (1984). " If Man Works Hard the Land Will Not Be Lazy": Entrepreneurial Values in North Chinese Peasant Proverbs. *Modern China*, *10*(4), 461-479.

Badan Pusat Statistik. (2017) Keadaan Ketenagakerjaan Agustus 2017. *Berita Resmi Statistik Badan Pusat Statistik*, (74/11).

Bandura, A., Reese L., & Adams N.E. (1986). Microanalysis of Action and Fear Arousal as a Function of Different Levels of Perceived Self Efficacy, *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 1, 5-21.

Bandura A (1997). *Self-efficacy The Exercise of Control*. W.H. Freeman and Company, New York

Berkowitz, A. D. (2004). The social norms approach: Theory, research, and annotated bibliography.

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, *13*(3), 442−453.

Borsari B & Carey, KB. (2003). Descriptive and Injunctive Norms in College Drinking: A Meta-analytic Integration. Journal of Studies on Alcohol, 64:331-341.

Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, *60*(10), 1090-1098.

Fishbein, M. & Ajzen, I (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research.* Reading, MA: Addison-Wesley.

Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior*. New York : Psychology Press.

Gecas, V. (1989). The Social Psychology of Self-efficacy. *Annual Review of Sociology,* 15: 291–316.

Grusec, J. E., & Goodnow, J. J. (1994). Impact of parental discipline methods on the child's internalization of values: A reconceptualization of current points of view. *Developmental Psychology, 30,* 4-19.

Galloway. L. 2006. Identifying Entrepreneurial Potential in Students. Working Paper 006, National Council for Graduate Entrepreneurship

Gurbuz, G & Aykol, S. 2008. Entrepreneurial Intentions of Young Educated Public in Turkey. Journal of Global Strategic Management, 4(1): 47-56.

Hill, N. E., & Taylor, L. C. (2004). Parental school involvement and children's academic achievement pragmatics and issues. *Current directions in psychological science*, *13*(4), 161-164.

Johnston, K. A., et al. 2010. Identifying ICT Entrepreneurship Potential in Students. Proceedings of Informing Science & IT Education Conference (InSITE), (June): 21-24.

Kechararanta, N., & George Baker, H. (1999). Capturing entrepreneurial values. *Journal of Applied Social Psychology*, *29*(4), 820-833.

Khuong, M.N. & An, N. H. (2016). The Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Students of Vietnam National University — A Mediation Analysis of Perception toward Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management,* Vol. 4, No. 2.

Knafo, A., & Schwartz, S. H. (2009). Accounting for parent-child value congruence: Theoretical considerations and empirical evidence.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention Among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Cuture 12* (01), 55-78.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, *15*(5), 411-432.

Mueller, S. (2008). Increasing Enterpreneurial Intention: Effective Enterpreneurship Course Characteristics. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business,* Vol. 13, No. 1, 2011, 55 – 74.

Obschonka, M., Silbereisen, R.K., & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior, 77*(1), 63-72.

Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, *15*(4), 13-31.

Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components*, *3*, 1-14.

Schunk, D.H. (1990). Introduction to the Section on Motivation and Efficacy, *Journal of Educational Psychology*, 82 (1), 3-6.