

PENGARUH KEPERIBADIAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA: STUDI PADA *INNOVATIVENESS*, *ENTREPRENEURIAL ALERTNESS*, DAN *NEED FOR ACHIEVEMENT* PADA MAHASISWA ADMINISTRASI BISNIS UNIVERSITAS TELKOM

Anisa Siti Zahra^{1*}, Yulia Nur Hasanah²

^{1,2} Universitas Telkom

anzaadrm@student.telkomuniversity.ac.id^{1*}, yulianh@telkomuniversity.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepribadian terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa, khususnya Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif guna meningkatkan wirausahawan muda dan mengurangi masalah pengangguran yang berasal dari lulusan perguruan tinggi (Sarjana dan Diploma). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel dari Kepribadian (*Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, dan *Need for Achievement*) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat berwirausaha mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Nilai koefisien determinasi sebesar menunjukkan bahwa 84% variabel Minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom dapat dijelaskan oleh variabel *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, dan *Need for Achievement*. Sisa 16% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, dan *Need for Achievement* berpengaruh secara positif terhadap Minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom.

Kata Kunci: Kepribadian, Minat Berwirausaha, Mahasiswa

ABSTRACT

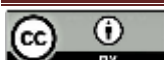
This study aims to determine the effect of personality on entrepreneurial intention in students, especially Telkom University Business Administration students; this research is expected to positively contribute to increasing young entrepreneurs and reducing the problem of unemployment among college graduates (Bachelor and Diploma). The results of the study showed that the three variables of Personality (Innovativeness, Entrepreneurial Alertness, and Need for Achievement) simultaneously had a positive and significant effect on the entrepreneurial interest of Telkom University Business Administration students. The coefficient of determination value shows that 84% of the entrepreneurial interest in Telkom University Business Administration students can be explained by the variables of innovativeness, entrepreneurial alertness, and need for achievement. The remaining 16% is influenced by other variables not examined in this study. In this study, it can be concluded that innovativeness, entrepreneurial alertness, and the need for achievement positively affect the entrepreneurial interest of business administration students at Telkom University.

Keywords: Personality Traits, Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Attitude, Students

PENDAHULUAN

Masalah pengangguran di dunia merupakan fenomena sosial yang perlu diperhatikan. Pada bulan Februari 2023 survei dari Ipsos “Apa yang Dikhawatirkan Dunia” mencatat bahwa pengangguran menjadi isu terbesar keempat yang dikhawatirkan masyarakat dunia, selain inflasi dan kemiskinan. (Alaydrus, 2023). Menurut data Badan Pusat Statistik (2023), pada awal

November 2023, tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Indonesia mencapai 5,32%, atau sekitar 7,86 juta orang. Walaupun secara nominal tingkat pengangguran terbuka turun 0,54% atau sekitar 560.000 orang dari bulan Agustus 2022, Namun sangat disayangkan bahwa dari jumlah tersebut, sekitar 1 juta atau 11,8 % orang yang pengangguran adalah lulusan perguruan tinggi (Sarjana & Diploma); (Gianie, 2023).



Hal tersebut mengartikan bahwa sekitar 40% dari pengangguran di Indonesia pada bulan Februari 2023 merupakan sarjana. Kondisi tersebut menuntut para lulusan Perguruan Tinggi tidak bisa hanya sekedar mengandalkan ijazah untuk mencari pekerjaan, namun juga dituntut untuk memiliki nilai lebih seperti kreatifitas, dan memiliki keinginan untuk membuka lapangan kerja sesuai dengan minat dan bakatnya. Prof Dr Zulkarnain MM menyampaikan cara untuk mengatasi persoalan tersebut yaitu “dengan menanamkan jiwa berwirausaha pada mahasiswa sejak dini” ucapnya dalam (Gareta, 2023).

Namun, sebelum dapat mendorong intensi para mahasiswa muda untuk menjadi pengusaha dan mendukung setiap usahanya, diperlukan adanya pemahaman faktor-faktor dan proses pengambilan keputusan yang mengarahkan seseorang menjadi wirausahawan.

Niat seseorang untuk ingin berwirausaha dapat dipengaruhi banyak hal, dan salah satunya adalah pengaruh dari Kepribadian. Menurut beberapa literatur mengenai psikologi dan perilaku manusia, *Entrepreneurial Behavior* dan niat kewirausahaan dari seseorang dapat dimotivasi atau distimulasi oleh kepribadian dan sejarah sosio - kultural seseorang. Penelitian mengenai kepribadian seseorang telah menumbuhkan minat dalam banyak ilmu termasuk di dalamnya ilmu kewirausahaan (Dacul & Annette, 2017). Menurut (Larvianto & Ratnawati, 2018), semakin baik dan sesuai sifat seseorang maka akan semakin tinggi intensi seseorang untuk dapat menjadi wirausahawan. Namun, hal mengenai itu semua akan lebih dapat terbukti dengan adanya penelitian untuk mencari tau lebih dalam akan pengaruh Kepribadian terhadap keinginan seseorang untuk berwirausaha khususnya pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Telkom University. Ciri-ciri kepribadian merupakan konstruksi yang dapat menggambarkan pola perilaku dalam kehidupan setiap individu. Perbedaan kepribadian telah banyak diteliti oleh beberapa peneliti dalam ruang lingkup wirausaha dan non-wirausaha, dan beberapa ciri - ciri kepribadian tertentu telah terbukti menjadi karakteristik prasyarat untuk berwirausaha (Çolakoğlu & Gözükar, 2016). Seperti prasyarat yang didefinisikan oleh Koh dalam Çolakoğlu & Gözükar (2016) yaitu *Internal locus of control, Strong need for achievement, Moderate level of risk taking, Innovativeness, High levels of self-confidence* dan *High levels of tolerance to ambiguity*. Ada berbagai macam sifat yang dianalisis dalam

penelitian sebelumnya, misalnya penelitian dari (Timmons et al., 1977) gambaran ciri - ciri pribadi terhadap perilaku wirausaha mencakup lebih dari dua puluh ciri. Dalam penelitian ini hanya mencakup sejumlah ciri kepribadian, yaitu *Innovativeness, Entrepreneurial alertness* dan *Need for achievement* karena ciri - ciri kepribadian ini diketahui mempunyai pengaruh yang kuat terhadap niat kewirausahaan individu (Krueger & Carsrud, 1993; Çolakoğlu & Gözükar, 2016; Alshebami & Seraj, 2022).

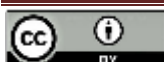
Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepribadian terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Telkom University.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Minat berwirausaha atau keinginan untuk berwirausaha merupakan fondasi awal untuk memulai proses kewirausahaan (Shahzad et al., 2021). Tindakan wirausaha dianggap sebagai perilaku yang terencana, memiliki niat tertentu, yang seringkali dipengaruhi oleh sikap atau *Behavior* (Krueger & Carsrud, 1993). Minat berwirausaha pun dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti faktor latar belakang pendidikan yang didapat atau faktor dari lingkungan sekitar (Ali et al., 2019). Seperti yang dikemukakan oleh Shapero dan Sokol dalam (Çolakoğlu & Gözükar, 2016), Minat berwirausaha erat kaitannya dengan sikap seseorang (Kepribadian). Meskipun terdapat potensi bahwa perilaku dapat berubah sewaktu waktu, namun perilaku individu masih dapat diprediksi dan dijabarkan oleh sikap mereka. Oleh karena itu perlu diketahui faktor perilaku dan sikap apa saja yang dapat mempengaruhi Minat berwirausaha diantara para mahasiswa. Jika minat dan perilaku mahasiswa dapat dikenali dengan lebih baik, maka pendidikan kewirausahaan yang lebih efektif dan solid mengenai kewirausahaan dapat dibangun.

Dalam ranah kewirausahaan, minat berwirausaha merupakan pondasi penting yang dapat menentukan proses penciptaan usaha. Beberapa proses tersebut berhubungan signifikan dengan kepribadian (Zhao & Seibert, 2006; Zhao et al., 2005; Çolakoğlu & Gözükar, 2016; Alshebami & Seraj, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki fokus bahasan mengenai pengaruh Kepribadian (*Locus of Control, Innovativeness, Entrepreneurial Alertness*, dan *Need for Achievement*) terhadap Minat



Berwirausaha Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom.

Kepribadian

Menurut (Koswara, 2005) Kepribadian merupakan kebiasaan, sikap, sifat yang dimiliki seseorang yang dapat berkembang ketika berhubungan dengan orang lain. Kepribadian juga sering diartikan atau dihubungkan dengan ciri khas yang menonjol dalam perilaku individu.

Ada berbagai macam sifat yang dianalisis dalam penelitian sebelumnya, misalnya penelitian dari (Timmons et al., 1977) gambaran ciri - ciri pribadi terhadap perilaku wirausaha mencakup lebih dari dua puluh ciri. Dalam penelitian ini hanya mencakup sejumlah ciri kepribadian, yaitu *Locus of control*, *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness* dan *Need for Achievement* karena ciri-ciri kepribadian ini diketahui mempunyai pengaruh yang kuat terhadap niat kewirausahaan individu (Krueger & Carsrud, 1993; Çolakoğlu & Gözükarar, 2016; Alshebami & Seraj, 2022).

H₄: Kepribadian secara simultan dan signifikan mempengaruhi Minat Berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis.

Innovativeness

Inovasi merupakan sebuah proses mengubah sebuah gagasan menjadi kenyataan, inovasi juga merupakan tentang membuat sebuah nilai (*value*) baru (Staniewski et al., 2016). Inovasi digambarkan sebagai “Pengembangan dan penerapan ide-ide baru dari orang-orang yang telah banyak berinteraksi dalam konteks institusional” Van de Ven, 1986 dalam (Çolakoğlu & Gözükarar, 2016). Proses tersebut melibatkan gagasan dan pengetahuan. Inovasi merupakan kunci kesuksesan untuk mempertahankan organisasi. Singkatnya, inovasi melambangkan kecenderungan untuk terlibat dalam ide-ide baru dan menciptakan hal-hal baru yang berbeda dari praktik yang sudah ada. (Staniewski et al., 2016)

H₁: *Innovativeness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis

Entrepreneurial Alertness

Pada awalnya *Entrepreneurial Alertness* diperkenalkan oleh (Kizner, 1973) merujuk pada kemampuan spesifik atau kemampuan pada wirausahawan dalam melihat peluang untuk menghasilkan *profit* atau keuntungan finansial. Kizner (1973) dalam (Çolakoğlu & Gözükarar, 2016) menyatakan bahwa “elemen kewirausahaan dalam perilaku para ekonomi pasar terdiri dari kewaspadaan terhadap perubahan keadaan yang sebelumnya tidak disadari yang mungkin memungkinkan untuk mendapatkan lebih banyak

imbalan untuk apa pun yang mereka tawarkan daripada yang mungkin sampai sekarang”.

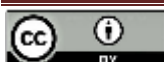
Menurut Tang, Kacmar, dan Busenitz dalam (Hu & Ye, 2017) “*Alertness* merupakan konsep yang memiliki potensial untuk menambahkan secara substansial kepada pemahaman kita akan bagaimana ide baru dapat dimulai dan didapatkan”. Jika menurut (Kirzner, 1973), *Entrepreneurial Alertness* merujuk kepada skill spesifik atau kemampuan wirausahawan untuk mengidentifikasi peluang usaha untuk membuat keuntungan, *Alertness* lebih mengarahkan individu kepada penemuan-penemuan baru yang akan menguntungkan bagi keinginan manusia.

H₂: *Entrepreneurial Alertness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis

Need for Achievement

Konsep dari *Need for Achievement* pada awalnya diperkenalkan pada tahun 1950 (McClelland, 1961). Pada saat itu, peneliti mempercayai bahwa individu yang memiliki *Need for Achievement* yang tinggi akan memiliki tendensi yang kuat untuk menjadi bagian dari aktivitas yang berorientasi untuk masa depan dan juga bersuasana hidup dan inovatif secara alami. Menurut (Utsch & Rauch, 2000) dalam (Çolakoğlu & Gözükarar, 2016) *Need for Achievement* merupakan perilaku yang memungkinkan individu untuk terpacu untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

Need for Achievement pun dapat diartikan sebagai kemauan dan kemampuan untuk melakukan suatu tugas dengan cara yang lebih efektif, untuk mendapatkan apresiasi dari diri sendiri ataupun apresiasi dari orang lain. Individu-individu yang mempunyai *Need for Achievement* yang tinggi cenderung menetapkan tujuan yang cukup rumit dan mengambil keputusan yang lebih beresiko” menurut (Griffin & Moorhead, 2013) dalam (Untu & Widjaja, 2019). Individu dengan *Need for Achievement* yang kuat selalu berharap dapat menghadapi dan menyelesaikan berbagai masalah oleh diri sendiri, mereka menetapkan beberapa tujuan kemudian melakukan upaya pribadi untuk mencapai tujuan tersebut, lalu mereka akan melakukan yang terbaik jika ditengah jalan menemukan kesulitan untuk mencapai tujuannya, mereka akan menemukan pendekatan yang kreatif agar kinerjanya dapat lebih baik.



H₃: *Need for Achievement* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis

Hubungan Antar Variabel

Hubungan *Innovativeness* dengan Minat Berwirausaha

Dasar dari beberapa penelitian mengenai kewirausahaan adalah tentang ciri-ciri kepribadian spesifik dari wirausahawan, dan sejenisnya. Penelitian telah berusaha untuk mengidentifikasi ciri - ciri ini untuk menentukan potensi kewirausahaan (Lachman, 1980; Carland & Carland, 1996) dalam (Çolakoğlu & Gözükar, 2016), dan *Innovativeness* merupakan karakteristik yang paling spesifik memungkinkan ada dalam karakteristik seorang wirausahawan diantara karakteristik lainnya. Reimers-Hild et al dalam (Çolakoğlu & Gözükar, 2016), mendefinisikan bahwa wirausahawan yang sukses merupakan wirausahawan yang inovatif.

Menurut CAFRAD dalam (Çolakoğlu & Gözükar, 2016) pun menyatakan bahwa wirausaha tidak dapat mencapai kesuksesan tanpa inovasi. Mueller dalam Çolakoğlu & Gözükar (2016) mendeskripsikan *Innovativeness* sebagai sebuah komponen signifikan dari kewirausahaan. Yang artinya, kewirausahaan erat kaitannya dengan inovasi, dan hal tersebut dianggap sebagai *Innovative*. Studi dari (Smith & Miner, 1983) melaporkan bahwa *Entrepreneurs* menginginkan untuk selalu menciptakan solusi inovatif. Juga, penelitian dari Law & Breznik, 2017; Çolakoğlu & Gözükar, 2016; Alshebami & Seraj, 2022 menemukan bahwa *Innovativeness* berkorelasi positif dengan Minat berwirausaha.

Hubungan *Entrepreneurial Alertness* dengan Minat Berwirausaha

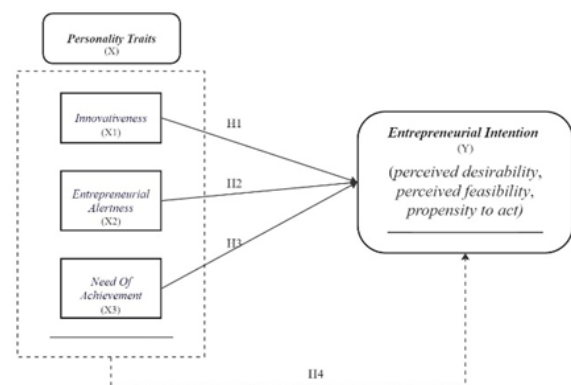
McMullen & Shepherd (2006) dalam (Hu & Ye, 2017) menyajikan bukti empiris bahwa *Entrepreneurial Alertness* berkontribusi terhadap penilaian individu dan peluang mengidentifikasi, yang mana akan membantu membangun Minat berwirausaha dan perilaku bisnis setiap individu di masa depan. Kewirausahaan merupakan tentang pengamatan terus-menerus terhadap perubahan lingkungan yang tanpa disadari dikaitkan dengan inspirasi terhadap suatu potensi aktivitas (Kirzner, 1997 dalam Çolakoğlu & Gözükar, 2016). Dengan demikian, landasan dari kewirausahaan adalah kewaspadaan terhadap peluang meskipun dalam keadaan sulit, keadaan yang menguntungkan, dan kewaspadaan seperti itu memungkinkan individu untuk menjadi wirausahawan

Hubungan *Need for Achievement* dengan Minat Berwirausaha

Studi menunjukkan bahwa *Need for Achievement* berkaitan erat dengan kewirausahaan dan wirausahawan merupakan individu yang memiliki tingkat *Need for Achievement* dengan level yang tinggi dibandingkan non-wirausahawan (Ahmed, 1985; Begley & Boyd, 1987; Kusumawijaya, 2019).

Dalam konteks kewirausahaan, *Need for Achievement* adalah motif yang mendorong seseorang untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan. Wirausahawan memiliki kebutuhan akan *Need for Achievement* yang tinggi sehingga dapat mendorong mereka untuk berusaha keras memenuhi kebutuhan tersebut melalui kesuksesan dalam berbisnis. Berwirausaha merupakan proses yang kompleks karena selain memerlukan modal, pengetahuan dan ketekunan, untuk berwirausaha juga memerlukan pengabdian emosional. Pengabdian tersebut mengacu pada semangat, ketahanan, dan kepercayaan diri. *Need for Achievement* membuat pelaku berwirausaha mau bertindak demi mensukseskan bisnisnya. Beberapa penelitian menemukan bahwa *Need for Achievement* merupakan esensi penting yang mempengaruhi Minat berwirausaha dikalangan individu umum, khususnya pada mahasiswa (Kusumawijaya, 2019; Ndofirepi, 2020 dalam Alshebami & Seraj, 2022).

Berikut merupakan kerangka penelitian dari penelitian ini:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan survei kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner online. Metode pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling dengan metode Simple Random Sampling. Survei dilakukan pada bulan Oktober 2023 hingga

Januari 2024. Total responden sah yang diperoleh yaitu sebanyak 337 Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan *software* SPSS versi 23, yang meliputi beberapa tahapan proses pengujian: Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Statistik.

HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada variabel pertama dalam penelitian ini diketahui bahwa rata-rata Target Capai Responden (TCR) variabel *Innovativeness* (X₂) yaitu 82% dan berada pada interval 80% - 83%. Dengan demikian Tingkat variabel *Innovativeness* (X₂) berada pada kategori baik. Berdasarkan pada hasil kategori, maka dapat disimpulkan bahwa *Innovativeness* pada Mahasiswa Administrasi Universitas Telkom merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Minat berwirausaha. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa 80% dari 100% mahasiswa memiliki karakter inovatif yang tinggi. Memiliki kepribadian inovatif merupakan salah satu kunci menjadi wirausahawan yang sukses.

Untuk variabel kedua Analisis Deskriptif Variabel *Entrepreneurial Alertness* diketahui bahwa rata-rata Target Capai Responden (TCR) variabel *Innovativeness* (X₂) yaitu 82% dan berada pada interval 80% - 83%. Dengan demikian Tingkat variabel *Innovativeness* (X₂) berada pada kategori baik. Berdasarkan pada hasil kategori, maka dapat disimpulkan bahwa *Innovativeness* pada Mahasiswa Administrasi Universitas Telkom merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Minat berwirausaha. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa 80% dari 100% mahasiswa memiliki karakter inovatif yang tinggi. Memiliki kepribadian inovatif merupakan salah satu kunci menjadi wirausahawan yang sukses.

Analisis Deskriptif Variabel ketiga atau *Need for Achievement* diketahui bahwa rata-rata Target Capai Responden (TCR) variabel *Need for Achievement* (X₄) yaitu 86% dan berada pada interval 86% - 87%. Dengan demikian Tingkat variabel *Need for Achievement* (X₄) berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan pada hasil kategori, maka dapat disimpulkan bahwa *Need for Achievement* pada Mahasiswa Administrasi Universitas Telkom merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi Minat berwirausaha. Semakin tinggi sifat *Need for Achievement* seseorang, maka akan semakin tinggi pula minat berwirausaha orang tersebut.

Analisis Deskriptif Variabel ke-empat atau Minat Berwirausaha, dapat diketahui bahwa rata-rata Target Capai Responden (TCR) variabel Minat Berwirausaha (Y) yaitu 87% dan berada pada interval 83% - 89%. Dengan demikian Tingkat variabel Minat Berwirausaha (Y) berada pada kategori sangat baik. Berdasarkan pada hasil kategori, maka dapat disimpulkan bahwa Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Administrasi Bisnis.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N	337	
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.60703097
	Most Extreme Differences	Absolute .046
	Positive	.022
	Negative	-.046
Test Statistic	.046	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.082 ^c	

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 1 diatas, uji One-sample Kolmogorov-Smirnov dapat dikategorikan normal karena hasil Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.082 yang berarti lebih besar dari 0.05 (0.082 > 0.05). Maka dari itu data dapat dikategorikan terdistribusi secara normal.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

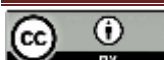
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Innovativeness	0.724	1.382
Entrepreneurial Alertness	0.645	1.550
Need for Achievement	0.739	1.261

Variabel Dependen: Entrepreneurial Intention

Berdasarkan tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* variabel *Innovativeness* sebesar 0.724, *Entrepreneurial Alertness* sebesar 0,645, dan *Need for Achievement* sebesar 0,793. Lalu untuk nilai VIF dari variabel *Innovativeness* sebesar 1.382, *Entrepreneurial Alertness* sebesar 1.550, dan *Need for Achievement* sebesar 1.261. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel X₁, X₂, X₃ > 0,10 dan nilai VIF X₁, X₂, X₃ < 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Regresi Linear Berganda
Unstandardized Coefficient



Model	B	Std. Error
(Constant)	0.383	0.475
Innovativeness	0.064	0.016
Entrepreneurial Alertness	0.056	0.025
Need for Achievement	0.831	0.024

Variabel Dependen: Entrepreneurial Intention

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji analisis regresi linear berganda dapat dirumuskan model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,383 + 0,064X_1 + 0,056X_2 + 0,831X_3$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam variabel dependen yaitu Minat berwirausaha (Y)

a = Bilangan konstan

X₁ = Subjek dalam variabel independen yaitu *Innovativeness*

X₂ = Subjek dalam variabel independen yaitu *Entrepreneurial Alertness*

X₃ = Subjek dalam variabel independen yaitu *Need for Achievement*

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) = 0,383 artinya jika *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, dan *Need for Achievement* nilainya 0. Maka, Minat berwirausaha mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom nilainya 0,383.
2. Nilai koefisiensi regresi variabel *Innovativeness* bernilai positif sebesar 0,064. Setiap peningkatan *Innovativeness* sebesar satuan, maka Minat berwirausaha pada Mahasiswa Administrasi Bisnis meningkat 0,0642.
3. Nilai koefisiensi regresi variabel *Entrepreneurial Alertness* bernilai positif sebesar 0,056. Setiap peningkatan *Entrepreneurial Alertness* sebesar satuan, maka Minat berwirausaha pada Mahasiswa Administrasi Bisnis meningkat 0,056.
4. Nilai koefisiensi regresi variabel *Need for Achievement* bernilai positif sebesar 0,831. Setiap peningkatan *Need for Achievement* sebesar satuan, maka Minat berwirausaha pada Mahasiswa Administrasi Bisnis meningkat 0,831.

Uji Koefisiensi Determinasi

Tabel 4. Koefisiensi Determinasi

Model	R	R Square
1	0.916	0.840

a. Predictors: (Constant), Need of Achievement, Innovativeness, Entrepreneurial Alertness

b. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat diketahui bahwa nilai R adalah sebesar 0,916 dan R Square (R²) adalah sebesar 0,840. Maka, dari hasil uji koefisien di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, *Need for Achievement* terhadap Minat Berwirausaha mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom sebesar 84%. 16% lainnya dapat dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti di penelitian ini, seperti faktor latar belakang pendidikan yang didapat, pengalaman berwirausaha, atau faktor dari lingkungan sekitar (Ali et al., 2019; Becherer & Maurer, 1999).

Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)

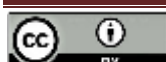
Tabel 5. Signifikansi Parsial (uji-t)

Model	T	Sig.
(Constant)	0.806	0.421
Innovativeness	3.935	0.000
Entrepreneurial Alertness	2.265	0.024
Need for Achievement	34.380	0.000

Untuk membandingkan nilai t tabel dan t hitung dari tabel 5 di atas, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel *Innovativeness* memiliki t hitung (3,935) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Innovativeness* terhadap Minat berwirausaha pada mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom.
2. Variabel *Entrepreneurial Alertness* memiliki t hitung (2,265) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,024 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Entrepreneurial Alertness* terhadap Minat berwirausaha pada mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom.
3. Variabel *Need for Achievement* memiliki t hitung (34,380) > t tabel (1,649) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel *Need for Achievement* terhadap Minat berwirausaha pada mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)



Tabel 6. Signifikansi Simultan (Uji-F)

Mean Square	F	Sig.
434.036	580.970	0.000
0.747		
a. Dependent Variable: Entrepreneurial Intention		
b. Predictors: (Constant), Need of Achievement, Innovativeness, Entrepreneurial Alertness		

Berdasarkan tabel 6 diatas, maka diketahui nilai signifikansi mengenai pengaruh *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, *Need for Achievement* terhadap Minat berwirausaha pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom adalah sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji f_{hitung} (580,970) $> f_{tabel}$ (2,39). Maka *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, *Need for Achievement* secara simultan berpengaruh terhadap Minat berwirausaha pada mahasiswa administrasi bisnis Universitas Telkom.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai ciri-ciri kepribadian yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan analisis variabel *Locus of Control*, mahasiswa masih perlu meningkatkan rasa percaya diri dan mengurangi keraguan dalam diri agar dapat lebih mengendalikan hidupnya sendiri. Oleh karena itu, disarankan agar diberikan konseling khusus untuk membantu mahasiswa meningkatkan kepercayaan diri mereka.
- 2) Berdasarkan analisis variabel *Innovativeness*, hal yang masih perlu ditingkatkan dalam diri mahasiswa adalah kurangnya sifat kreatif mahasiswa dalam melakukan sesuatu. Oleh karena itu, institusi harus dapat memberikan dukungan dan pengajaran yang mumpuni, seperti lebih sering mengadakan kompetisi bisnis dan pembelajaran yang meningkatkan sisi kreatif untuk meningkatkan sifat kreatif mahasiswa.
- 3) Berdasarkan analisis variabel *Entrepreneurial Alertness*, mahasiswa masih perlu meningkatkan *Alertness* mengenai bisnis atau kewirausahaan. Oleh karena itu, institusi dapat memberikan kelas pembelajaran yang membahas mengenai kewirausahaan atau isu-isu global mengenai kewirausahaan agar mahasiswa dapat meningkatkan rasa kewaspadaan mengenai kewirausahaan.

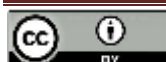
Memotivasi para wirausahawan yang sukses melalui seminar atau workshop juga dapat memotivasi mahasiswa untuk meningkatkan *Entrepreneurial Alertness*.

- 4) Berdasarkan analisis variabel *Need for Achievement*, sifat kompetitif dan *Need for Achievement* masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu, institusi dapat memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan keahlian atau minatnya di bidang bisnis dengan memberikan dukungan finansial, sarana, dan prasarana kepada mahasiswa yang dinilai berpotensi untuk meningkatkan *Need for Achievement*.
- 5) Berdasarkan hasil analisis variabel Minat Berwirausaha, mahasiswa masih perlu meningkatkan keinginannya untuk berwirausaha di masa yang akan datang. Oleh karena itu, institusi dapat memberikan pengajaran, pembelajaran, dan seminar motivasi untuk meningkatkan Intensi Berwirausaha mahasiswa.

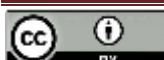
Dengan cara tertentu, diharapkan dapat mengembangkan sifat *Locus of Control*, *Innovativeness*, *Entrepreneurial Alertness*, *Need for Achievement*, dan Minat Berwirausaha pada mahasiswa. Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan pada mahasiswa atau objek penelitian lainnya, dengan variabel yang sama atau berbeda dalam skala yang lebih luas dan sampel yang berbeda, yang diharapkan dapat mempengaruhi intensi berwirausaha individu. Dengan demikian, hasil penelitian dapat digunakan sebagai pembandingan, dan penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai jembatan untuk mengembangkan Minat Berwirausaha pada individu secara lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, I., Ali, M., & Badghish, S. (2019). Symmetric and asymmetric modeling of the entrepreneurial ecosystem in developing entrepreneurial intentions among female university students in Saudi Arabia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 11(4), 435–458. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2019-0039>
- Ahmed, I.-J. (1985). nAch, Risk-taking Propensity, LOCUS of Control and Entrepreneurship. In *Person. inline,ic1. Difl* (Vol. 6, Issue 6).
- Alshebami, A. S., & Seraj, A. H. A. (2022). Exploring the Influence of Potential Entrepreneurs' Personality Traits on



- Small Venture Creation: The Case of Saudi Arabia. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.885980>
- Arkorful, H., & Hilton, S. K. (2022). Locus of control and entrepreneurial intention: a study in a developing economy. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 38(2), 333–344. <https://doi.org/10.1108/jeas-04-2020-0051>
- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79–93.
- Becherer, R. C., & Maurer, J. G. (1999). The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company presidents. *Journal of Small Business Management*.
- Çolakoğlu, N., & Gözükar, İ. (2016). A Comparison Study on Personality Traits Based on University Students' Attitudes toward Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 133–140. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.122>
- Díaz-García, M. C., & Jiménez-Moreno, J. (2010). Entrepreneurial intention: The role of gender. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 261–283. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0103-2>
- Dacul, M. A. (2017). The influence of personality traits on social entrepreneurship intentions of Filipino entrepreneurial students. Center for Business Research & Development.
- Gianie. (2023) “Pengangguran Lulusan Perguruan Tinggi Meningkat” Diambil dari: <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/11/27/pengangguran-lulusan-perguruan-tinggi-pascapandemi-meningkat> (Accessed 7 November, 2023)
- Hu, R., & Ye, Y. (2017). Do entrepreneurial alertness and self-efficacy predict Chinese sports major students' entrepreneurial intention? *Social Behavior and Personality*, 45(7), 1187–1196. <https://doi.org/10.2224/sbp.6356>
- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24(3), 301–319. [https://doi.org/10.1016/s0167-4870\(02\)00188-5](https://doi.org/10.1016/s0167-4870(02)00188-5)
- Krueger, N. F., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5(4), 315–330. <https://doi.org/10.1080/0898562930000020>
- Kusumawijaya, I. K. (2019). The Prediction Of Need For Achievement To Generate Entrepreneurial Intention: A Locus Of Control Mediation. *International Review of Management and Marketing*, 9(4), 54–62. <https://doi.org/10.32479/irmm.8330>
- Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics: A study of Hong Kong MBA students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12–25.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Law, K. M. Y., & Breznik, K. (2017). Impacts of innovativeness and attitude on entrepreneurial intention: among engineering and non-engineering students. *International Journal of Technology and Design Education*, 27(4), 683–700. <https://doi.org/10.1007/s10798-016-9373-0>
- Larvianto, M. H. D., & Ratnawati, I. (2018). Pengaruh sifat kepribadian terhadap intensi menjadi wirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel intervening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Lachman, R. (1980). Toward measurement of entrepreneurial tendencies. *Management International Review*.
- Mueller, S. L. (2004). Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries and cultures. *Journal of developmental entrepreneurship*, 9(3)
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society* van Nostrand Reinhold. Princeton, NJ.
- Markman, G. D., Balkin, D. B., & Baron, R. A. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship theory and practice*,



- 27(2), 149-165.
<https://doi.org/10.1111/1540-8520.00004>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Shahzad, M. F., Khan, K. I., Saleem, S., & Rashid, T. (2021). What factors affect the entrepreneurial intention to start-ups? The role of entrepreneurial skills, propensity to take risks, and innovativeness in open business models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3).
<https://doi.org/10.3390/JOITMC7030173>
- Staniewski, M. W., Nowacki, R., & Awruk, K. (2016). Entrepreneurship and innovativeness of small and medium-sized construction enterprises. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(3), 861–877.
<https://doi.org/10.1007/s11365-016-0385-8>
- Smith, N. R., & Miner, J. B. (1984). Motivational considerations in the success of technologically innovative entrepreneurs. *Frontiers of entrepreneurship research*, 4, 488-495.
- Sella Panduarsa Gareta. (2023). Kemenkop UKM ciptakan satu juta wirausaha baru hingga 2024. Diambil dari: <https://www.antaranews.com/berita/3538692/kemenkop-ukm-ciptakan-satu-juta-wirausaha-baru-hingga-2024> (Akses: 30 September 2023)
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Journal of Business Venturing*, 27(1), 77-94.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.07.001>
- Tentama, F., & Abdussalam, F. (2020). Internal locus of control and entrepreneurial intention: A study on vocational high school students. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 14(1), 97-102.
<https://doi.org/10.11591/edulearn.v14i1.13999>
- Timmons, J. A., Smollen, J. E., & Dingee, A. L. M. (1977). *New venture creation*. Irwin, Homewood, III.
- Utsch, A., & Rauch, A. (2000). Innovativeness and initiative as mediators between achievement orientation and venture performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 45–62.
<https://doi.org/10.1080/135943200398058>
- Venkatapathy, R. (1984). Locus of control among entrepreneurs: A review. *Psychological studies*, 29(1), 97-100.
- Van de Ven, A. H. (1986). Central problems in the management of innovation. *Management Science*.
- Widjaja, W. (2019). Pengaruh motivasi belajar terhadap minat berwirausaha siswa SMA XYZ di Jakarta Barat. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 37-49.
<https://doi.org/10.32502/jimn.v8i2.1819>
- Wahyono. (2023). "Kenapa Banyak Lulusan Perguruan Tinggi Menganggur? Ternyata Ini Biang Keroknya" Diambil dari: <https://edukasi.sindonews.com/read/1198269/211/kenapa-banyak-lulusan-perguruan-tinggi-menganggur-ternyata-ini-biang-keroknya-1694405352> (Akses 7 November 2023)
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271.
<https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>

