

**PENGARUH DUKUNGAN SOSIAL DAN KEPRIBADIAN EKSTRAVERSI
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA**
*THE INFLUENCE OF SOCIAL SUPPORT AND EXTRAVERSION PERSONALITY TO
ENTREPRENEURSHIP INTEREST IN THE STUDENT*

Sriana Septiawati*

*Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas 246, Malang, 65144, Indonesia*

**Email : srianaseptiawati@gmail.com*

No Handphone : 085371617877

ABSTRAK

Kewirausahaan penting untuk ditingkatkan karena Indonesia berada di peringkat 103 dari 132 Negara berdasarkan data Global Entrepreneur Indeks (GEI) tahun 2016. Kewirausahaan merupakan faktor utama dalam mendorong perekonomian nasional, sehingga penting untuk memahami karakteristik yang memacu seseorang menjadi wirausaha. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Desain penelitian Explanatory Survei, subjek penelitian 140 responden dari total 223 mahasiswa Agribisnis. Sistematis penelitian menggunakan kuisisioner dari skala Likert. Teknik analisis data adalah regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi secara bersama-sama mempengaruhi minat berwirausaha dengan kontribusi sebesar 0,302 atau 30,2%. Dukungan sosial terhadap minat berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha dengan R Square menunjukkan besarnya kontribusi sebesar 0,279 atau 27,9%. Kepribadian ekstrasversi terhadap minat berwirausaha mempengaruhi minat berwirausaha dengan R Square menunjukkan besarnya kontribusi sebesar 0,083 atau 8,3%.

Kata Kunci : Dukungan sosial, kepribadian ekstrasversi, minat berwirausaha

ABSTRACT

Entrepreneurship is important to improve as Indonesia is ranked 103 out of 132 Countries based on Global Entrepreneur Index (GEI) data in 2016. Entrepreneurship is a major factor in boosting the national economy, so it is important to understand the characteristics that invite a person into entrepreneurship. The aim of this research is to know the influence of social support and extraversion personality to entrepreneurship interest in the student of Agribusiness University of Muhammadiyah Malang (UMM). Research design use Explanatory Survey, the subject of research 140 respondents from a total of 223 students Agribusiness. Systematic research using questionnaires from Likert scale. The technique of data analysis is multiple linear regression. The results showed that the influence of social support and extraversion personality together with entrepreneurship interest with R Square shows the contribution amount of 0.302 or 30.2%. Social support for entrepreneurship interests affecting entrepreneurship interests with R Square shows the contribution amount of 0.279 or 27.9%. Extraversion personality towards entrepreneurship interest influence entrepreneurship interest with R Square shows contribution amount of 0,083 or 8,3%.

Keywords: Social Support, Extraversion Personality, Entrepreneurship Interest

Mahasiswa adalah mereka yang duduk di Perguruan Tinggi, didalam struktur pendidikan di Indonesia mahasiswa memegang status pendidikan tertinggi diantara yang lain (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya, karena adanya

ikatan dengan suatu Perguruan Tinggi. Seperti Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang bertempat di Malang. Dengan menjadi salah satu Perguruan Tinggi terkemuka, tentunya UMM mencetak mahasiswa yang unggul serta kompeten dibidangnya.

Seperti halnya minat dalam berwirausaha. Jurusan Agribisnis diarahkan untuk mencetak lulusan yang memiliki kompetensi di bidang agribisnis dan entrepreneurship (*agribisnis.umm.ac.id*).

Berdasarkan data *Global Entrepreneur Indeks* (2016) Negara yang maju baik dari sektor ekonomi dan industri ditunjukkan dengan indeks pertumbuhan kewirausahaan. Berikut rangking 10 besar Negara dalam tabel 1 :

Tabel 1. Tingkat Wirausaha

No.	Negara	Keterangan
1	United States	86,2
2	Canada	79,5
3	Australia	78,0
4	Denmark	76,0
5	Sweden	75,9
6	Taiwan	69,7
7	Iceland	68,9
8	Switzerland	67,8
9	United Kingdom	67,7
10	France	66,4

Data pada tabel diatas menunjukkan Negara-negara yang maju secara perekonomian serta industri. Berdasarkan data dari GEI, Indonesia menempati posisi 103 dari 132 dengan skor 22,8 (*Global Entrepreneur Indeks*, 2016). Hal ini merupakan sebuah peningkatan dari tahun sebelumnya yang menempati posisi 120 dari 130 dengan skor 21,0 menempati posisi 10 terendah (*Global Entrepreneur Indeks*, 2015).

Pengaruh dukungan sosial terhadap minat berwirausaha sangatlah penting, terutama dukungan atau bantuan yang berasal dari orang yang memiliki hubungan sosial akrab dengan individu yang menerima bantuan. Bentuk dukungan ini dapat berupa informasi, tingkah laku tertentu, ataupun materi yang dapat menjadikan individu yang menerima bantuan merasa disayangi, diperhatikan dan bernilai. Titik (2006) juga menyatakan salah satu faktor pendorong seseorang untuk berwirausaha yaitu *the parental refugee* yang menjelaskan banyak individu memperoleh pendidikan dan pengalaman dari bisnis yang dibangun keluarganya, lingkungan keluarga sangat mempengaruhi minat berwirausaha seseorang. Munculnya minat berwirausaha didasarkan dari sikap seseorang untuk terjun memulai usaha baru. Krueger, Reilly dan Carsud (2000) mendefinisikan kewirausahaan sebagai cara berpikir yang lebih mengedepankan peluang di atas ancaman. Drucker (1996) menegaskan bahwa kewirausahaan terletak pada teori ekonomi dan masyarakat; teori yang melihat perubahan sebagai normal dan sehat. Dalam konteks wirausaha selalu mencari perubahan, merespon dan mengeksploitasi sebagai sebuah kesempatan.

Selain dukungan sosial, terdapat hal yang tidak kalah penting dalam menumbuhkan minat seorang untuk berwirausaha. Setiap orang tentu memiliki tipe kepribadian yang berbeda. Menurut Horton dan Chester (1982), pengertian kepribadian adalah keseluruhan sikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen seseorang. Sikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen itu akan terwujud dalam tindakan seseorang jika dihadapkan pada situasi tertentu. Setiap orang mempunyai kecenderungan berperilaku yang baku, atau berpola dan konsisten, sehingga menjadi ciri khas pribadinya.

Dukungan sosial dari lingkungan sekitar dapat menumbuhkan kepercayaan diri dalam diri sehingga menumbuhkan minat berwirausaha. Tidak hanya dukungan sosial, hal itu harus dibarengi dengan kepribadian ekstravert.

Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstraverti terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang (UMM).

Hasil dari penelitian ini diharapkan agar dapat menambah kajian ilmu pengetahuan psikologi dan yang lebih spesifik di bidang psikologi industri serta organisasi dan menjadikan sebuah referensi kepada seluruh mahasiswa di Indonesia terutama mahasiswa Agribisnis untuk menjadi seorang wirausaha dibutuhkan dukungan sosial dan kepribadian ekstraverti sebagai modal mahasiswa dalam membentuk keinginan didalam maupun diluar diri.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk menjadi seorang wirausaha, maka mahasiswa harus lebih memperhatikan dukungan sosial seperti halnya tempat tinggal, baik itu lingkungan keluarga, lingkungan tempat tinggal, teman sebaya dan lainnya. Dan juga kepribadian ekstravert seperti halnya kemampuan yang dalam bersikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen pada orang lain.

Winkel (2004) minat diartikan sebagai kecenderungan subyek yang menetap, untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu. Selanjutnya ditambahkan oleh Slameto (2003) minat adalah suatu dorongan dalam diri individu yang menyebabkan terikatnya perhatian individu tersebut pada obyek tertentu.

Dalam minat berwirausaha terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi minat, seperti yang dikatakan L. D Crow (dalam Kristada, 2010), menyebutkan ada tiga faktor yaitu *the factor inner urge* / rangsangan yang datang dari lingkungan, *the factor of social motive* / minat seorang terhadap obyek dan *emotional factor* / faktor perasaan.

Dukungan sosial sangat dibutuhkan oleh siapa saja dalam kehidupan bermasyarakat karena manusia di ciptakan sebagai makhluk sosial. Menurut King (2012) dukungan sosial adalah informasi umpan balik dari orang lain yang menunjukkan bahwa seseorang dicintai

dan diperhatikan, dihargai, dan dihormati, dan dilibatkan dalam jaringan komunikasi dan kewajiban yang timbal balik.

Cotrana (1994) mengembangkan “*Social Provision Scale*” untuk mengukur ketersediaan dukungan sosial yang diperoleh dari hubungan individu dengan orang lain. Terdapat enam komponen atau aspek didalamnya, yaitu : 1) ketergantungan yang dapat diandalkan (*Reliable Alliance*) 2) bimbingan (*Guidance*) 3) adanya pengakuan (*reassurance of Worth*) 4) kedekatan emosional (*Emotional Attachment*) 5) integrasi sosial (*Social Integration*) dan 6) kesempatan untuk membantu (*Opportunity for Nurturance*).

Eysenck (dalam Suryabrata, 2003) menjelaskan bahwa tipe kepribadian adalah organisasi didalam diri individu yang bersifat umum, dan lebih mencakup hal luas. Perhatian Eysenck tertuju pada dimensi-dimensi dasar atau tipe-tipe kepribadian, yang bertujuan menemukan dimensi-dimensi primer sebuah kepribadian, yang akan memungkinkan menyusun tipologi kepribadian yang baik dan tahan uji. Lebih lanjut Eysenck menyatakan bahwa ada dua faktor yang menjadi dasar kepribadian, yaitu *neuroticism* dan *introversion-ekstraversion*. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan pada tipe kepribadian *extraversion* untuk diteliti.

Dengan menggunakan skala adaptasi dari skala ekstrovert oleh Eysenck yaitu *Short-Form Revised Eysenck Personality Questionnaire* atau EPQRS-H (Eysenck, Eysenck & Barret, 1982) yang mengukur tentang tipe kepribadian dan telah dialih bahasakan (Tiwari, Singh, & Singh, 2009).

Menurut Yanto (1996) minat berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Hal yang paling utama yaitu siat keberanian untuk menciptakan usaha baru.

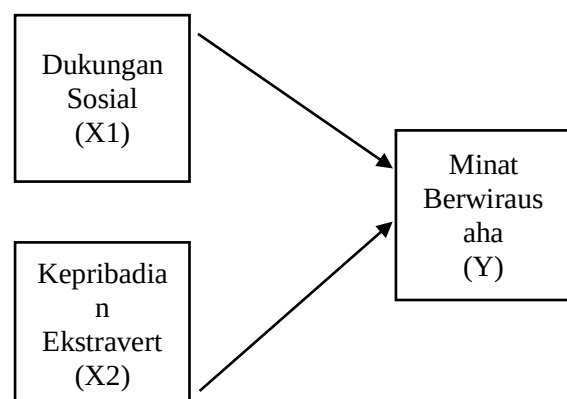
Untuk mencapai hal tersebut, tentu dibutuhkan *The parental refugee* seperti halnya dukungan. Pengaruh dukungan sosial terhadap minat berwirausaha sangatlah penting, terutama dukungan atau bantuan yang berasal dari orang yang memiliki hubungan sosial akrab dengan individu yang menerima bantuan. Bentuk dukungan ini dapat berupa informasi, tingkah laku tertentu, ataupun materi yang dapat menjadikan individu yang menerima bantuan merasa disayangi, diperhatikan dan bernilai.

Dukungan itu dibutuhkan oleh setiap insan. Salah satunya seperti dukungan sosial. Dukungan sosial adalah derajat dukungan yang diberikan kepada individu khususnya sewaktu dibutuhkan oleh orang-orang yang memiliki hubungan emosional yang dekat dengan orang tersebut Gonollen dan Bloney (As'ari, 2005). Sarason, Sarason & Pierce (1990) menerangkan bahwa dukungan sosial dapat dianggap sebagai sesuatu keadaan yang bermanfaat bagi individu yang diperoleh dari orang lain yang dapat dipercaya. Dari keadaan tersebut individu

akan mengetahui bahwa orang lain memperhatikan, menghargai, dan mencintainya.

Selain dukungan sosial, terdapat hal yang tidak kalah penting dalam menumbuhkan minat seorang untuk berwirausaha. Setiap individu satu dan lainnya tentunya memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda-beda. Kepribadian adalah suatu karakteristik sikap dasar yang dimiliki oleh tiap orang dalam hidupnya. Kepribadian menentukan seseorang dalam tiap langkah hidupnya. Untuk memilih dan menjadi seorang wirausaha yang sukses, seseorang cenderung harus memiliki sifat atau kepribadian yang diperlukan untuk menjadi seorang wirausaha. Pernyataan kepribadian mempengaruhi minat wirausaha dikembangkan dari pendapat Alma (2007), Mc Clelland (1995), Riyanti (2003), dan Helmi & Rista (2006).

Berdasarkan teori-teori di atas, ada empat macam kepribadian penting yang mempengaruhi minat menjadi wirausaha yang akan dijadikan sebagai indikator, yaitu ide kreatif, jiwa kepemimpinan, prestasi, jiwa dagang, percaya diri, mudah bergaul dengan orang lain, ekstrovert dan jiwa inovatif. Ekstrovert menjadi salah satu indikator penting dalam mempengaruhi minat berwirausaha. Eysenck (dalam Suryabrata, 2003) mengungkapkan bahwa tipe kepribadian ekstrovert adalah individu yang mempunyai sifat sosial, lebih banyak berbuat dari pada berkontemplasi (merenung dan berfikir), dan seseorang dengan motif-motif yang dikondisionir oleh karakter ekstrovert.



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

Berdasarkan kerangka konsep penelitian diatas, penelitian ini memiliki tiga hipotesis. Hipotesis pertama adalah ada pengaruh dukungan sosial terhadap minat berwirausaha. Hipotesis kedua ada pengaruh kepribadian ekstrovert terhadap minat berwirausaha. Hipotesis ketiga ada pengaruh secara bersama-sama dukungan sosial dan kepribadian ekstrovert terhadap minat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian jenis kuantitatif. Jenis desain penelitian menggunakan *Explanatory Survey* atau eksplanasi survei yang merupakan survei yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel melalui pengujian hipotesis. Survei ini dilakukan dengan mengambil sampel dari total populasi dan penggunaan kuisioner sebagai alat pengumpulan data. Selanjutnya, metode yang digunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif penelitian adalah metode yang bertujuan untuk menggambarkan, situasi yang ada di lapangan berdasarkan fakta dan data yang dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis. Metode verifikasi adalah melalui bukti penelitian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistik, sehingga dapat diambil hasil menunjukkan bukti bahwa hipotesis diterima atau ditolak.

Menurut Sugiyono (2013) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi, sedangkan sampel merupakan sebagian dari populasi. Dalam penelitian ini jumlah mahasiswa agribisnis tahun angkatan 2014 sebanyak 223, dan untuk pengambilan sampel sejalan dengan rumus slovin yang taraf signifikansi 5% yaitu $n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{223}{1 + 223 \times 0,05^2} = 140$. Oleh karena itu teknik yang digunakan adalah *random sampling* dimana setiap anggota dari populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Tidak ada intervensi

tertentu dari pengambilan secara acak ini (Sugiyono, 2013). Pengambilan data penelitian ini dilakukan selama 20 hari. Untuk tahap pertama dibutuhkan 4 hari penyebaran dalam pengujian skala berjumlah 40 orang dan sisanya digunakan untuk penelitian.

Dengan skala penelitian psikologi instrumen penelitian ialah kuisioner menggunakan tiga skala yang telah diadopsikan ke Bahasa Indonesia. Skala dukungan sosial adopsi dari *Social Provisions Scale* (SPS) oleh Cutrona dan Russell (1987) yang terdiri dari 24 aitem yang kemudian diadopsikan ke Bahasa Indonesia dengan contoh aitem “ada orang yang dapat saya percaya untuk meminta nasehat jika saya mengalami masalah”. Skala kepribadian ekstrasversi adopsi dari *Eysenck Personality Quistionnaire Revised-Short* atau EPQR (Tiwari et al, 2009) yang terdiri dari 12 aitem yang kemudian diadopsikan ke Bahasa Indonesia dengan contoh aitem “saya seorang yang senang berbicara”. Skala minat berwirausaha adopsi faktor-faktor yang mempengaruhi minat dari L. D Crow yang telah diadaptasikan oleh peneliti sebelumnya ke Bahasa Indonesia terdiri dari 48 aitem dengan contoh aitem “menciptakan sebuah usaha untuk memajukan daerah di lingkungan tempat tinggal”. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear.

Setelah semua data penelitian terkumpul, peneliti terlebih dahulu menganalisis data yang telah didapatkan. Sebelum dilakukannya uji hasil penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan uji reliabilitas dan validitas dari kuisioner yang digunakan meski sebelumnya kuisioner yang digunakan telah teruji reliabilitasnya. Berikut akan dijelaskan dalam tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

	Hasil Uji Sebelumnya	Jumlah Aitem	Setelah Diuji Kembali	Jumlah Aitem
Dukungan Sosial (X1)	0,9124	24	0,923	22
Kepribadian Ekstraversi (X2)	-	12	0,885	11
Minat Berwirausaha (Y)	0,82	48	0,920	37

HASIL PENELITIAN

Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) bertahun ajaran 2016-2017 menduduki semester lima yang terdiri dari laki-laki 42 orang dan perempuan 58 orang yang berusia rata-rata 20-22 tahun.

Setelah peneliti melakukan uji asumsi syarat seperti uji normalitas dan uji linearitas, maka tahap selanjutnya menggunakan teknik regresi untuk menguji hipotesis penelitian pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstravert terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa agribisnis Universitas Muhammadiyah

Malang. Sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai berikut :

Hal ini dilihat dari $F_{20,944}$ dan nilai $p_{0,000} < 0,05$ yang berarti dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat yaitu minat berwirausaha dengan R_{Square} berkontribusi sebesar 0,302 atau 30,2%. Dukungan sosial dilihat dari $F_{37,935}$ dan nilai $p_{0,000} < 0,05$ yang berarti dukungan sosial mempengaruhi minat berwirausaha dengan R_{Square} berkontribusi sebesar 0,279 atau 27,9%. Dan kepribadian ekstrasversi dilihat dari $F_{8,826}$ dan $p_{0,004} < 0,05$ yang berarti kepribadian ekstrasversi mempengaruhi variabel minat

berwirausaha dengan R Square berkontribusi sebesar 0,083 atau 8,3%.

Pada tabel hasil uji korelasi anantara variabel independen dan dependen menunjukkan dukungan sosial dengan kepribadian ekstrasvert $.006 < .05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Selanjutnya dukungan sosial dengan minat berwirausaha $.000 < .05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan. Untuk kepribadian ekstrasvert dengan minat berwirausaha $.004 < .05$ yang berarti terdapat korelasi yang signifikan.

Pada tabel hasil coefficient diatas nilai t adalah 4.345 dengan signifikansi $.000$, ini berarti nilai t signifikan ($.000 < .05$). Hal ini menunjukkan variabel dukungan sosial dan kepribadian ekstrasvert terhadap

minat berwirausaha berbeda secara signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial dan kepribadian ekstrasvert dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa agribisnis.

Berdasarkan pada hasil tabel-tabel diatas menunjukkan bahwa kedua variabel bebas yaitu dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi mempengaruhi minat berwirausaha, yang berarti hipotesis yang diajukan diterima. Semakin tinggi dukungan sosial yang ada pada diri individu, maka akan semakin tinggi pula minat untuk berwirausaha. Begitu pula dengan kepribadian ekstrasvert semakin tinggi pada diri individu, maka akan semakin tinggi pula minat berwirausaha.

Tabel 3. Deskripsi hasil penelitian

Model	R Square	F Change	Sig. F Change	Mean
Dukungan Sosial	0,279	37,935	0,000	63.58
Kepribadian Ekstrovert	0,83	8,826	0,004	46.56
Dukungan Sosial*Kepribadian Ekstrovert	0,302	20,944	0,000	118.06

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi

Variabel		Dukungan Sosial (X1)	Kepribadian Ekstrasvert (X2)	Minat Berwirausaha (Y)
Dukungan Sosial	Pearson Correlation	1	.271**	.528**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000
	N			
Kepribadian Ekstrasvert	Pearson Correlation	.271**	1	.287**
	Sig. (2-tailed)	.006		.004
	N	100	100	100

Tabel 5. Hasil Coefficient

t	B	Std. Error	Std. Coefficient	sig
4.345	54.525	12.550		.000

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang (UMM). Penelitian yang telah dilakukan menunjukkan adanya pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstrasversi dengan minat berwirausaha. Semakin tinggi tingkat dukungan sosial maka akan menyebabkan minat berwirausaha dalam diri semakin meningkat. Untuk menjadi seorang wirausahawan, tentu diperlukan dukungan seperti dukungan sosial, seperti yang paling utama itu adalah orang terdekat seperti orang tua. Tanpa adanya dukungan sosial, maka tidak akan tumbuh minat usaha dalam diri.

Zimmerer (2002) menyatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu

negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan yang kongkrit berdasar masukan empiris untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna agar dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Yohnson, 2003; Wu et al, 2008). Persoalannya bagaimana menumbuhkan motivasi berwirausaha di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap motivasi atau niat mahasiswa untuk memilih karir berwirausaha setelah

mereka lulus sarjana, masih menjadi pertanyaan dan memerlukan penelaahan lebih jauh.

Johnson (1990) dan Nishanta (2008) berpendapat bahwa faktor internal berasal dari dalam diri wirausahawan dapat berupa karakter sifat, maupun faktor sosio-demografi seperti umur, jenis kelamin, pengalaman kerja, latar belakang keluarga dan lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan seseorang. Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri seseorang yang berupa unsur dari lingkungan sekitar dan kondisi kontekstual.

Temuan dari berbagai studi tentang berbagai faktor yang dapat membentuk perilaku kewirausahaan seseorang semakin jelas memperlihatkan bahwa kewirausahaan seseorang dapat dipelajari dan dibentuk seperti yang disampaikan Johnson (1990). Gorman et al., (1997) dan Nishanta (2008) untuk itu sejumlah atribut personality seperti adanya kebutuhan berprestasi, internal locus of control yang kuat, tingginya kreativitas dan inovasi, ikut berperan dalam membentuk minat seseorang untuk berwirausaha. Sedangkan faktor kontekstual yang cukup mendapat perhatian peneliti adalah dukungan akademik, dukungan sosial dan kondisi lingkungan usaha (Gurbuz & Aykol, 2008).

Seperti hasil penelitian Yonaevy (2015) yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara dukungan sosial (orang tua) dengan minat berwirausaha. Hal ini sesuai dengan teori Darpujiyanto (2010) yaitu minat berwirausaha akan terbentuk apabila orang tua memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut, karena sikap dan aktifitas sesama anggota keluarga saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Ini juga sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Widodo (2011) yaitu salah satu faktor timbulnya minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga atau dukungan keluarga. Berkaitan dengan lingkungan keluarga terutama orang tua, maka peran orang tua sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan dilingkungan keluarga terutama orang tua, maka pengaruh dilingkungan keluarga terhadap anak dapat.

Sama halnya seperti kepribadian ekstrasvert, semakin kepribadian ekstrasvert maka akan semakin berdampak baik pada minat berwirausaha. Menjadi seorang wirausaha tidak hanya diperlukan dukungan sosial semata, tetapi kepribadian ekstrasvert juga sangat diperlukan. Mendorong menjadi seorang yang berpikir kreatif dan inovatif, tentu seorang wirausaha harus memiliki kedua hal tersebut. Karena sikap, perasaan, ekspresi, dan temperamen itu akan terwujud dalam tindakan seseorang jika dihadapkan pada situasi tertentu

Terlepas dari faktor lain yang berpengaruh terhadap minat berwirausaha, penelitian ini dapat

disimpulkan bahwa dukungan sosial dan motivasi berprestasi mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa Agribisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan sosial dan kepribadian ekstrasverti berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel lain yang berpengaruh, seperti sikap, motivasi, ekspektasi pendidikan, pekerjaan orang tua dan sebagainya. Sehingga dapat diketahui variabel yang paling banyak mempengaruhi minat berwirausaha. Pada penelitian selanjutnya dapat menganalisis satu persatu aspek dari dukungan sosial seperti aspek ketergantungan yang dapat diandalkan, bimbingan, adanya pengakuan, kedekatan emosional, integrasi sosial dan kesempatan untuk membantu. Dari keenam aspek dukungan sosial ini mana yang paling berpengaruh dan berapa besar setiap sumbangan dari setiap aspek untuk menumbuhkan minat berwirausaha pada diri mahasiswa. Begitu pula halnya kepribadian ekstrasvert, kepribadian seperti apa yang paling banyak berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa agar lebih dapat ditingkatkan lagi.

Hal ini dilakukan guna menanamkan pola pikir kepada seluruh mahasiswa yang telah lulus dari Perguruan Tinggi hendaknya tidak berharap terlalu tinggi ingin masuk kerja di lingkungan Pemerintah (PNS) atau BUMN, agar menciptakan lapangan kerja sendiri. Pemikiran seperti berdampak kepada Indonesia terus menjadi Negara berkembang, karena menjadi Negara maju salah satu cirinya adalah sebagian besar pendapatan Negara berasal dari industri dan jasa (Hurrell & Kingsbury, 1992). Dan sejalan dengan data *Global Entrepreneur Indeks* tahun 2016 Negara yang maju baik dari sektor ekonomi dan industri ditunjukkan dengan indeks pertumbuhan wirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agribisnis umm. Rabu. 12 Oktober 2016.
<http://agribisnis.umm.ac.id/id/pages/visi-dan-misi>
- Alma, Buchari.2007. *Kewirausahaan, Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Bagi Mahasiswa dan Masyarakat Indonesia*. Bandung : Alfabeta.
- As'ari (2005). *Konsep Dukungan Sosial dalam Keluarga*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama hal: 118-212.
- Ayuningtias, H. A., & Ekawati, S. (2016). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanegara. *Jurnal Ekonomi*, 20(1).

The International Politics of the Environment, 1, 1-47.

Cutrona, C. E., & Russell, D. W. (1987). The provisions of social relationships and adaptation to stress. *Advances in personal relationships*, 1(1), 37-67.

Johnson, B. 1990. Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and The Entrepreneur. *Entrepreneurial Theory Practice*, 14(3): 39-54.

Cutrona, C. E, et. Al. (1994). Peceived parental social support and academic achievement: an attachment theory perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*. 66, 2, 369-378.

Kritsada, A. D. (2010). Peningkatan Minat Membaca Pelajaran Bahasa Indonesia melalui Layanan Bimbingan Belajar dengan Teknik Diskusi Kelompok pada Siswa Kelas XI AP/AK SMK Marsudi Luhur 1 Yogyakarta (Doctoral disertation, Fakultas Ilmu Pendidikan).

Darpujiyanto. 2010. *Pembelajaran Yang Menumbuhkan Minat Mahasiswa Berwirausaha*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia. Di unduh pada tanggal 16 Oktober 2016

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Entrepreneurial intentions: A competing models approach. *Journal of Business Venturing*, 15(5/6), 411-432

Drucker, P.F. (1996). *Konsep Kewirausahaan Era Globalisasi* (Terjemahan). Jakarta : Erlangga.

McClelland, D. C. (1995). Achievement motivation in relation to achievement-related recall, performance, and urine flow, a marker associated with release of vasopressin. *Motivation and Emotion*, 19(1), 59-76.

Eysenck, S. B., Barrett, P., & Eysenck, H. J. (1984). *Eysenck personality questionnaire-revised*. Pergamon Press.

Nishanta, B. 2008. *Influence of Personality Traits and Socio-demographic Background of Undergraduate Students on Motivation for Entrepreneurial Career: The Case of Srilanka*. Paper was presented at the Euro-Asia Management Studies Association (EAMSA) Conference, Japan.

Global Entrepreneur Indeks. 2015. 14 Oktober 2016. <http://thegedi.org/product/2015-global-entrepreneurship-index/>

Global Entrepreneur Indeks. 2016. 14 Oktober 2016. <http://thegedi.org/product/2016-global-entrepreneurship-index/>

Riyanti, B.P. 2003. *Kewirausahaan dari sudut pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Grasindo

Gorman, G., Hanlon, D. & King, W. 1997. Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A TenYear Literature Review. *International Small Business Journal*, 15(3): 56-77.

Sarason, BR. Sarason, IG. Pierce, GR. 1990. Sosial Support : an interaction View. USA: John Willey and Son

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

Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta : Rineka Cipta.

Helmi,A ; Rista,M. 2006. *Kewirausahaan dari perspektif Psikologi*. From <http://avin.filsafat.ugm.ac.id>

Stewart, W.H., Watson, W.E., Carland, J.C. & Carland, J.W. 1998. A Proclivity for Entrepreneurship: A Comparison of Entrepreneurs, Small Business Owners, and Corporate Managers". *Journal of Business Venturing*, 14(2): 189-214.

Horton, P. B. & Chester L. Hunt..1998. Sosiologi. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Hurrell, A., & Kingsbury, B. (1992). The international politics of the environment: an introduction.

Suryabrata, S. (2003). *Psikologi kepribadian*. Jakarta : PT Grafindo Persada.

- Titik, P. (2006). "Faktor Pendorong Minat Berwirausaha (Studi lapangan terhadap polieknik Negeri Jakarta)," *jurnal penelitian ekonomi dan bisi* vol 5 no 1 maret 2006:39-46.
- Tiwari, T., Singh, A. L., & Singh, I. L. (2009). The short-form revised Eysenck personality questionnaire: A Hindi edition (EPQRS-H). *Industrial psychiatry journal*, 18(1), 27.
- Widodo, Muladi. 2011, Pembelajaran Kewirausahaan dan Minat Wirausaha Lulusan SMK, Eksplanasi Volume 6 Nomor 2 Edisi September, halaman 109-122.
- Winkel, W.S. (2004). Psikologi Pengajaran. (Terjemahan Toni Setiawan). Jakarta: Media Abadi.
- Wu, L. Y., Wang, C. J., Chen, C. P., & Pan, L. Y. (2008). Internal resources, external network, and competitiveness during the growth stage: a study of Taiwanese high-tech ventures. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(3), 529-549.
- Yanto. 1996. Peluang Kerja dan Minat Berwirausaha dikalangan Siswa Sekolah Teknologi Menengah Negeri Pembangunan Pekalongan (Laporan Penelitian). Semarang: IKIP Semarang.
- Yohnson. 2003. Peranan Universitas dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Young Entrepreneurs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2):97-111.
- Yonaevy, U. (2015). *Hubungan antara Dukungan Sosial dengan Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Zimmerer, W.T. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Third Edition. New York: Prentice-Hall.