

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Tugas-tugas dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

OLEH:

HERI JUANDA
1602120130



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2020**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 09 Maret 2021

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

HERI JUANDA
NPM : 1602120130

Dengan judul:

**PENGARUH FAKTOR INTENAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

**Ketua Program Studi
Manajemen**

Suryani Murad, S.E, M.SI
NIK: 19720205 200103 2 001

Pembimbing I

Hj. Nadiya, SE, M.Si
NIK: 19590107 199201 2 001

Pembimbing II

Darwis, S.Sos, M.Si
NIK: 19720723 201807 1 001



Mengetahui,
Dekan,

Dis. TAE. Gadeng, SE, M.Si., MM
NIK: 19700408 199401 1 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI

JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Manajemen
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 09 Maret 2021

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

HERI JUANDA
NPM : 1602120130

Dengan judul:

**PENGARUH FAKTOR INTENAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PRODI
MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 02 Maret 2021

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua

Drs. Tarmizi Gadeng, SE., M.Si., MM
NIK: 19700408 199401 1 001

Sekretaris

Suryani Murad, S.E, M.SI
NIK: 19720205 200103 2 001

Anggota

Hj. Nadiya, SE, M.Si
NIK: 19590107 199201 2 001

Anggota

Darwis, S.Sos, M.Si
NIK: 19720723 201807 1 001

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Suryani Murad, S.E, M.SI
NIK: 19720205 200103 2 001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, hidayah, kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh”**. Selanjutnya salawat dan salam kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa syiar islam di atas muka bumi ini.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan dan pengalaman yang penulis miliki. Namun penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam isi maupun teknis penulisannya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya pandangan pikiran, berupa kritik dan saran dari berbagai pihak demi kesempurnaan penulisan ini. Pada kesempatan ini, perkenalkan penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah mendidik, membesarkan, serta mencurahkan kasih sayangnya kepada penulis guna tercapainya cita-cita dan terima kasih juga kepada saudara penulis yang telah memberikan dukungan serta kasih sayang.
2. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Ibu Suryani Murad, SE, M.Si Selaku ketua jurusan manajemen Fakultas

Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh dan

4. Ibu Hj. Nadiya, SE, M.Si selaku pembimbing pertama penulis Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
5. Bapak Darwis, S.Sos, M.Si selaku pembimbing kedua penulis Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah khususnya staf pengajar pada jurusan manajemen yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Teman-teman angkatan yang telah banyak memberikan dorongan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT kita berserah diri, karena segala sesuatu tidak akan terjadi jika bukan atas kehendaknya.

Banda Aceh, Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	7
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Minat Berwirausahaan	8
2.1.2 Modal	13
2.1.3. Kreativitas	15
2.1.4. Inovasi	18
2.2. Penelitian Sebelumnya	21
2.3. Kerangka Penelitian	25
2.4. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Desain Penelitian	28
3.1.1. Tujuan Penelitian	28
3.1.2. Jenis Penelitian.....	28
3.1.3. Horison Penelitian.....	29
3.1.4. Unit Analisis dan Unit Observasi.....	29
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.3. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.4. Definisi dan Operasioanalisis Variabel.....	32
3.5. Teknik Analisis Data	34
3.6. Pengujian Data	35
3.6.1. Uji Reabilitas	35
3.6.2. Uji Validitas	35
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	36
3.7. Pengujian Hipotesis	38
3.7.1. Uji F	38
3.7.2. Uji t.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.2. Karakteristik Responden	41
4.3. Hasil Pengujian Data	42
4.3.1 Uji Validitas Instrumen	42
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	44
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	45
4.4. Analisis Deskriptif	48
4.4.1 Variabel Minat Berwirausahaan	48
4.4.2 Variabel Modal	50
4.4.3 Variabel Kreativitas.....	51
4.4.4 Variabel Inovasi.....	53
4.5. Pembahasan	54
4.5.1 Pengujian Hipotesis	54
4.5.2 Uji Serempak(uji F)	57
4.5.3 Uji Parsial (uji t)	58
4.5.4 Implikasi Penelitian	58
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	61
 DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel. 1.1 Jumlah Mahasiswa Yang Masih Aktif Berdasarkan Tahun Ajaran 2013-2019	4
Tabel 2.1. Penelitian Sebelumnya	23
Tabel. 3.1 Horison Waktu Penelitian	29
Tabel. 3.2 Skala Pengukuran.....	30
Tabel. 3.3 Operasional Variabel.....	33
Tabel 4.1 Karakteristik Respoden	41
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.3 Uji Reliabilitas variabel penelitian (Alpha)	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas)	46
Tabel 4.5 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Minat Berwirausahaan.....	48
Tabel 4.6 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Modal	50
Tabel.4.7 Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kreativitas	51
Tabel.4.8 Penjelasan Responden Terhadap Inovasi	53
Tabel.4.9 Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Minat Berwirausahaan.....	54
Tabel.4.10 Model Summury	56
Tabel.4.11 Anova	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1. Kerangka Pemikiran	26
Gambar IV.1. Hasil Uji Normalitas	45
Gambar IV.2. Hasi Uji Heteroskedastisitas	47

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL TERHADAP MINAT
BERWIRAUSAHA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH**

HERI JUANDA
1602120130

Pembimbing I : Hj. Nadiya, SE, M.Si

Pembimbing II : Darwis, S.Sos, M.Si

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Modal, Kreativitas dan Inovasi terhadap Minat Berwirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Ukuran sampel penelitian ini sebanyak 86 responden. Data penelitian dikumpulkan melalui daftar pertanyaan/kuisisioner dan studi dokumentasi. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F (serempak) dan uji t (parsial) dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara uji simultan antara variabel Modal, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh. Kemudian secara parsial yaitu Modal, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausahaan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Kata kunci: *Modal, Kreativitas, Inovasi dan Minat Berwirausahaan*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini masyarakat kesulitan dalam menemukan lapangan pekerjaan. Kesulitan untuk mendapatkan pekerjaan menimbulkan banyak pengangguran. Pengangguran dan kemiskinan merupakan dua masalah yang masih menghantui masyarakat di banyak negara-negara berkembang termasuk di Indonesia hingga saat ini, dimana Indonesia termasuk negara nomor 4 yang memiliki jumlah total penduduk terbanyak di dunia. Pemerintah selalu berhadapan dengan permasalahan baru dalam bidang ekonomi dari tahun ke tahun, khususnya yang masih belum terselesaikan adalah angka pengangguran yang masih tinggi di Indonesia. Banyaknya jumlah penduduk Indonesia berdampak pada susahnyanya mendapatkan pekerjaan yang layak dan pada akhirnya banyak yang menyerah dan menjadi pengangguran.

Mahasiswa sebagai salah satu kelompok dalam masyarakat yang diharapkan menjadi pemimpin bangsa masa depan, sudah sepantasnya menjadi pelopor dalam mengembangkan semangat kewirausahaan. Dengan bekal pendidikan tinggi yang diperoleh di bangku kuliah dan idealisme yang terbentuk, lulusan Perguruan Tinggi diharapkan mampu mengembangkan diri menjadi seorang wirausahawan dan bukan sebaliknya lulusan Perguruan Tinggi hanya bisa menunggu lowongan kerja bahkan menjadi pengangguran yang pada hakekatnya merupakan beban pembangunan.

Banyak juga sarjana yang hanya menjadi pengangguran, akibatnya pendidikan yang dulunya begitu diagung-agungkan justru terlihat percuma. Banyaknya orang

dengan gelar sarjana dan keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya menjadi faktor yang memicu orang-orang untuk mencari pekerjaan. Sayangnya, persaingan yang begitu ketat dalam seleksi pekerjaan dan banyaknya orang yang bersaing dalam mencari pekerjaan membuat banyak cendekiawan muda yang menjadi pengangguran atau mendapatkan pekerjaan yang kurang layak dari segi kesarjanaannya.

Seorang wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian untuk menjual, mulai dari menawarkan ide hingga komoditas baik berupa produk atau jasa. Seorang wirausahawan (*entrepreneur*) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan.

Dengan kreativitasnya, wirausahawan mampu beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi lingkungan. Sebagai pelaku bisnis, wirausahawan harus mengetahui dengan baik manajemen penjualan, gaya dan fungsi manajemen. Untuk berhasil, ia harus mampu berkomunikasi dan menguasai beberapa elemen kecakapan manajerial, serta mengetahui teknik menjual yang strategis mulai dari pengetahuan tentang produk, ciri khas produk dan daya saing produk terhadap produk sejenis.

Kecenderungan yang terjadi pada mahasiswa-mahasiswa yang duduk di perguruan tinggi saat ini adalah kebanyakan dari mereka lebih menginginkan pekerjaan yang mapan dengan mendapatkan status yang terhormat dan banyak menghasilkan pendapatan setelah menyelesaikan pendidikannya. Kecenderungan

bahwa sebagian besar mahasiswa, termasuk mahasiswa tingkat akhir, serta para sarjana yang baru saja lulus tidak memiliki rencana berwirausaha. Umumnya mereka lebih memilih untuk menjadi seorang pekerja pada perusahaan-perusahaan besar maupun instansi pemerintah (menjadi PNS) guna menjamin masa depan mereka. Oleh karena itu, para sarjana lulusan perguruan tinggi perlu diarahkan dan didukung untuk tidak hanya berorientasi sebagai pencari kerja (*job seeker*) namun dapat dan siap menjadi pencipta pekerjaan.

Hal utama yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wirausaha adalah karena adanya keinginan untuk berwirausaha. Seperti dari hasil penelitian yang penulis kutip dari bukunya Kasmir, mahasiswa sulit untuk mau dan memulai wirausaha dengan alasan mereka tidak mengetahui dan dirangsang untuk berusaha sendiri. Hal ini juga didukung oleh lingkungan budaya masyarakat dan keluarga yang dari dulu selalu ingin anaknya menjadi orang gajian alias pegawai. Di sisi lain, para orang tua kebanyakan tidak memiliki pengalaman dan pengetahuan untuk berusaha. Oleh karena itu, mereka lebih cenderung mendorong anak-anak mereka untuk mencari pekerjaan atau menjadi karyawan. Orang tua juga merasa lebih bangga, bahkan sebagian merasa terbebas, bila anaknya yang telah selesai kuliah mampu menjadi pegawai.

Mahasiswa dapat mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang kewirausahaan yang akan menginspirasi mahasiswa bahwa untuk bersaing di era global dapat dilakukan dengan cara berwirausaha. Selain itu, dengan berwirausaha mahasiswa akan memiliki sumber daya yang berkualitas karena watak wirausaha akan timbul dengan sendirinya ketika mahasiswa memiliki minat untuk

berwirausaha. Untuk pusat IPTEK yang berwawasan lingkungan serta mampu bersaing di era global dengan misi melaksanakan pembelajaran, pelatihan, dan bimbingan secara efektif untuk menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi yang berwawasan lingkungan sehingga mampu bersaing di era global. Penelitian ini berguna untuk mengetahui apa yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha dengan mencari faktor-faktor yang ada pada internal.

Tabel 1.1

Jumlah Mahasiswa Yang Masih Aktif Berdasarkan Tahun Akademik 2013-2019

No	Tahun	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	2013/2014	37	6	43
2	2014/2015	48	17	65
3	2015/2016	77	30	107
4	2016/2017	93	34	127
5	2017/2018	152	60	212
6	2018/2019	243	130	373
7	2019/2020	223	131	353
Jumlah				1.281

Sumber: Fakultas Ekonomi Prodi Universitas Muhammadiyah Aceh, 2020

Dari tabel 1.2 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh dari tahun ke tahun semakin meningkat tapi minat mahasiswa dalam berwirausaha semakin menurun. Hal ini dapat diketahui dari survey awal pada tanggal 6 Juli 2020 dengan 20 mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, faktor modal yang tidak sesuai dengan harapan menjadi satu kendala bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh dalam berwirausaha, karena dalam berwirausaha modal menjadi penyebab pertama untuk memulai suatu usaha. Kemudian umumnya mahasiswa terhadap konsumen, pembisnis tidak pernah mencari tahu seperti apa yang diinginkan konsumen sendiri, tidak ada interaksi dan

informasi langsung untuk mempelajari bagaimana melayani kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Kurangnya ide untuk mengembangkan suatu inovasi baru atau tidak memanfaatkan peluang yang ada dalam meningkatkan usahanya menjadi suatu kebutuhan konsumen kemudian kurangnya informasi mengenai perkembangan dan perubahan lingkungan usaha, mereka hanya mengandalkan faktor peningkatan dan keberuntungan dalam menjalankan usahanya.

Fenomena mengenai kreativitas dapat dijelaskan bahwa rendahnya tingkat kreativitas mahasiswa dalam menciptakan produk yang unggul menjadi satu kendala bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh dalam berwirausaha. Kemudian faktor tidak berhasil memanfaatkan lingkungan usaha dikarenakan wilayah perdagangan yang dilakukan masih dalam lingkungan Universitas Muhammadiyah Aceh dan belum adanya keberanian dari mahasiswa untuk menjangkau lebih luas seperti memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi yang ada untuk mengembangkan bakat untuk menjadi wirausaha yang dapat menentukan keberhasilan kinerja usahanya

Berdasarkan survey awal pada tanggal 6 Juli 2020 dengan 20 mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, 13 dari mahasiswa masih belum memiliki dorongan untuk menciptakan suatu produk. Mahasiswa juga belum mempunyai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menentukan inovasi-inovasi yang kreatif dalam menjalankan kegiatan wirausaha.

Berdasarkan masalah penelitian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh**

Faktor Internal terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh Modal terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Seberapa besar pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh
3. Seberapa besar pengaruh Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh
4. Seberapa besar pengaruh Modal, Kreativitas dan Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas dan rumusan masalah maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh Modal terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Untuk menganalisis pengaruh Kreativitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh

3. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh
4. Untuk menganalisis pengaruh Modal, Kreativitas dan Inovasi secara simultan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dimasa yang akan datang khususnya mengenai Modal, Inovasi, Kreativitas dan Keberhasilan Usaha
- b. Skripsi ini dapat memperkaya kanzah ilmu pengetahuan khususnya bidang ilmu manajemen pemasaran.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan minat berwirausahaan bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan Latar belakang dan rumusan masalah serta tujuan penelitian maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah Pengaruh Faktor Internal (Modal, Inovasi dan Kreativitas) Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Minat Berwirausahaan

2.1.1.1 Definisi Minat Berwirausahaan

Dalam definisi ini ditekankan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Pengertian wirausaha disini menekankan pada setiap orang yang memulai suatu bisnis yang baru. Sedangkan proses berwirausahaan meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi (Buchari, 2016:43). Berwirausahaan merupakan kemauan dan kemampuan seseorang dalam menghadapi berbagai resiko dengan mengambil inisiatif untuk menciptakan dan melakukan hal-hal baru melalui pemanfaatan kombinasi berbagai sumberdaya dengan tujuan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) dan memperoleh keuntungan sebagai konsekuensinya (Rukka, 2015:3).

Entrepreneur berasal dari bahasa Prancis *entrepreneur*, yang secara harfiah mempunyai arti perantara. Dalam bahasa Indonesia, dikenal istilah wirausaha yang merupakan gabungan dari kata wira (gagah berani, perkasa) dan kata usaha. Dengan demikian wirausaha berarti seorang yang mampu memulai dan atau menjalankan usaha secara gagah berani. Dalam kamus umum bahasa Indonesia *entrepreneur* diartikan sebagai orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan

cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkan serta mengatur permodalan operasinya (Abdul, 2015:44).

Minat Berwirausahaan dapat dimiliki seseorang sebagai bakat pembawaan sejak kelahirannya. Minat Berwirausahaan juga dapat dibentuk melalui proses pendidikan dan pengalaman. Sehubungan dengan itu alangkah baiknya jika berwirausahaan di ajarkan dan dipraktikan mulai dari bangku pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Kesuksesan misi pendidikan berwirausahaan baik di sekolah maupun di kampus tentunya sangat ditunjang oleh ketersediaan guru dan dosen yang memiliki kualifikasi yang dibutuhkan. Selain itu kurikulum harus disusun sesuai dengan kebutuhan dunia usaha saat ini dan masa yang akan datang (Suparyanto, 2016:24).

Secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Kegiatan wirausaha dapat dilakukan seorang diri atau berkelompok. Seorang wirausahawan dalam pikirannya selalu berusaha mencari, memanfaatkan, serta menciptakan peluang usaha yang dapat memberikan keuntungan (Kasmir, 2015:18).

Karakteristik wirausaha yaitu kebutuhan akan keberhasilan, setiap orang berbeda dalam tingkat kebutuhan keberhasilannya. Orang yang memiliki tingkat kebutuhan keberhasilan yang rendah akan merasa puas pada status yang dimiliki, sedangkan orang dengan tingkat kebutuhan keberhasilan yang tinggi senang bersaing dengan standart keunggulan dan memilih untuk bertanggung jawab secara pribadi

atas tugas yang dibebankan padanya. Dorongan untuk keberhasilan tersebut tampak dalam pribadi yang ambisius yang memulai perusahaan barunya dan kemudian berkeinginan untuk mengembangkan usahanya. Karakteristik keinginan untuk mengambil resiko oleh wirausaha di dalam memulai atau menjalankan bisnisnya berbedabeda, wirausaha bersedia menerima resiko sebgaimana mereka menghadapi kemungkinan terjadinya kegagalan. Karakteristik percaya diri orang yang memiliki keyakinan pada dirinya sendiri merasa dapat menjawab tantangan yang ada di depan mereka, banyak wirausaha yang sukses adalah orang yang mempunyai percaya diri, mengakui adanya masalah tetapi mempercayai kemampuan dirinya untuk mengatasi masalah. Karakteristik kuat untuk berbisnis banyak wirausaha memperhatikan tingkat keingintahuannya yang dapat disebut sebagai keinginan kuat untuk berbisnis untuk bekerja keras untuk mengembangkan usahanya (Endang, 2016:4).

Minat Berwirausahaan adalah faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga Minat Berwirausahaan dapat di artikan sebagai pendorong perilaku seseorang. Ciri-ciri umum berwirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian, seperti jiwa, watak, sikap, dan perilaku seseorang (Balqish, 2016:3).

2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausahaan

Keuntungan menjadi wirausaha adalah (Buchari, 2016:37):

1. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
2. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh.
3. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
4. Terbuka peluang untuk membatu masyarakat dengan usaha-usaha yang konkrit.
5. Terbuka kesempatan untuk menjadi bos.

Sedangkan kelemahan menjadi wirausaha adalah (Buchari, 2016:40):

1. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul sebagai resiko.
2. Bekerja keras dan waktu/jam kerjanya panjang.
3. Kualitas kehidupannya masih rendah sampai usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat.
4. Tanggung jawabnya sangat besar, banyak keputusan yang harus dibuat walaupun dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

Dari pengamatan perilaku wirausaha maka dapat dikemukakan tiga tipe wirausaha, yaitu (Buchari, 2016:40):

- a. Wirausaha yang memiliki inisiatif.
- b. Yang mengorganisir mekanis sosial dan ekonomi untuk menghasilkan sesuatu.
- c. Yang meneirima resiko atau kegagalan

Selanjutnya diungkapkan pula 3 tipe utama dari wirausaha, yaitu (Buchari, 2016:40):

1. Wirausaha Ahli (*Craftman*).
Wirausaha ahli atau seorang penemu memiliki suatu ide yang ingin mengembangkan proses produksi sistem produksi, dan sebagainya. Dia cenderung membuat model percobaan laboratorium dan sebagainya. Di ajuga menjual lisensi idenya untuk dijadikan produk komersial. Pengetahuannya lebih banyak pada bidang teknis produksi dibandingkan pengetahuan dibidang pengawasan, financing, dan sebagainya. Wirausaha ahli ini biasanya seseorang yang bekerja ada sebuah perusahaan besar kemudian keluar sebagai pegawai dan memulai bisnisnya sendiri.
2. *The Promoter*
The promoter adalah seorang indiviu yang yang tadinya mempunyai latar belakang pekerjaan sebagai sales atau bidang marketing yang kemudian mengembangkan perusahaan sendiri. Keterampilan yang ia miliki biasanya merupakan faktor pendorong untuk mengembangkan perusahaan yang baru ia rintis.
3. *General Manager*
General Manager adalah seorang individu yang ideal yang secara sukses bekerja pada sebuah perusahaan dia banyak menguasai keahlian bidang, produksi, pemasaran, permodalan, dan pengawasan.

2.1.1.3 Indikator Minat Berwirausahaan

Seorang wirausahawan haruslah seorang yang mampu melihat kedepan. Melihat kedepan dengan berfikir penuh perhitungan mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Indikator Minat Berwirausahaan adalah sebagai berikut (Buchari, 2016:40):

a) Percaya Diri

Orang yang percaya diri adalah orang yang sudah matang jasmani dan rohaninya. Pribadi semacam ini adalah pribadi yang independen dan sudah mencapai tingkat *maturity* (kedewasaan).⁷ Percaya diri merupakan suatu paduan sikap dan keyakinan seseorang dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Dalam praktik, sikap kepercayaan ini merupakan keyakinan untuk memulai, melakukan dan menyelesaikan tugas atau pekerjaan yang dihadapi. Oleh sebab itu kepercayaan diri memiliki nilai keyakinan, optimisme, individualitas dan ketidaktergantungan. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri cenderung memiliki keyakinan akan kemampuannya untuk mencapai keberhasilan (Zimerer). Kepercayaan di atas baik langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi sikap mental seseorang seperti kreativitas, keberanian, ketekunan, semangat kerja keras, semangat berkarya dan sebagainya banyak dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri seseorang yang berbaur dengan pengetahuan, keterampilan serta kewaspadaanya.

b) Inisiatif

Berinisiatif artinya selalu ingin mencari dan memulai sesuatu. Untuk memulai diperlukan adanya niat dan tekad yang kuat serta karsa yang besar. Sekali sukses, maka sukses berikutnya akan menyusul, sehingga usahanya semakin maju dan semakin berkembang. Dalam berwirausahaan, peluang hanya diperoleh apabila ada inisiatif. Perilaku isiatif ini biasanya diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman yang bertahun-tahun dan pengembanganya diperoleh dengan cara disiplin diri, berpikir kritis, tanggap, bergairah dan semangat

c) Motivasi Prestasi

Dorongan untuk selalu berprestasi tinggi harus ada dalam diri seorang wirausaha, karena dapat membentuk mental pada diri mereka untuk selalu lebih unggul dan mengerjakan segala sesuatu melebihi standar yang ada. Motivasi berprestasi, *pertama* diartikan sebagai perilaku yang timbul karena melihat standar keunggulan dan dengan demikian dapat dinilai dari segi keberhasilan dan kegagalan. Kondisi *kedua* adalah individu sedikit banyak harus bertanggung jawab atas hasilnya. Ketiga, terdapat suatu tingkat tantangan dan timbul perasaan tidak pasti. Konsep-konsep motivasi berprestasi juga sangat menitik beratkan pada kerja dinamika batiniah. Seseorang yang

memiliki motivasi prestasi maka dalam menjalankan usahanya ia akan berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan

d) **Kepemimpinan**

Seorang wirausahawan yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan, kepeloran dan teladan. Ia selalu ingin tampil beda dan lebih menonjol.¹² Kepemimpinan ialah kualitas tingkah laku seseorang yang mempengaruhi tingkah orang lain atau kelompok orang, sehingga mereka bergerak ke arah tercapainya tujuan bersama. Seorang wirausahawan yang menghendaki kerjasama dengan orang lain hendaknya memiliki keterampilan kepemimpinan.¹³ Seorang wirausaha yang berhasil selalu memiliki sifat kepemimpinan kepeloporan, keteladan. Ia ingin selalu tampil berbeda, lebih dulu, lebih menonjol.

e) **Berani mengambil Risiko**

Setiap usaha, baik usaha baru maupun usaha yang telah lama akan selalu berhadapan dengan risiko. Risiko selalu ada tanpa dapat diketahui secara pasti. Seorang wirausahawan harus belajar dari hal-hal yang pernah terjadi sebelumnya. Berbagai kejadian yang merugikan sebagai dampak dari timbulnya risiko telah memberikan pelajaran yang sangat berharga kepadanya

2.1.2 Modal

2.1.2.1 Definisi Modal

Modal usaha dapat berasal dari modal sendiri/modal pribadi dan modal dari pihak luar/selain pemilik usaha. Modal sendiri diartikan sebagai modal yang digunakan untuk usaha yang sumbernya dari pemilik, sedangkan modal dari pihak luar adalah tambahan modal yang diperoleh dari lembaga-lembaga tertentu untuk memperkuat struktur modal dalam usaha. Dalam sebuah usaha ketersediaan modal menjadi faktor penentu perkembangan usaha, artinya harus selalu ada dana yang digunakan untuk menjalankan usaha dan menanggung risiko usaha agar usaha dapat berlangsung (Suci, 2015:7).

Modal merupakan faktor produksi untuk manusia mengeluarkan aset lain, kepentingan modal sangat dibutuhkan untuk kemajuan usaha, tidak saja tenaga manusia akan tetapi modal juga bisa berupa finansial maupun non finansial yang sangat dibutuhkan (Marzuki: 2015:2). Sedangkan aset merupakan kemungkinan keuntungan

ekonomi yang diperoleh atau dikuasai dimasa yang akan datang oleh suatu lembaga tertentu sebagai akibat dari transaksi atau kejadian yang sudah berlalu (Harahap, 2016:47).

Modal merupakan hasil kerja dan apabila pendapatan yang diperoleh melebihi pengeluaran yang dikeluarkan, maka hal tersebut dapat meningkatkan jumlah modal dan aset yang ada. Dan akan lebih baik jika usaha mikro dan kecil dapat terus meningkatkan pendapatannya. Modal dapat juga beragam yaitu ada modal yang diperoleh dari modal sendiri untuk mengawali jalannya usaha dan untuk seterusnya ada modal yang diperoleh dari upaya peminjaman langsung dari lembaga keuangan baik itu bank ataupun bukan melalui lembaga bank (Marzuki, 2015:3).

Modal usaha ialah suatu investasi dari perusahaan dalam jangka pendek seperti piutang, kas, surat berharga, serta keseluruhan circulating assets/aktiva lancar (Putra, 2016). Adanya Modal usaha sangatlah penting di dalam perusahaan, manajer keuangan harus bisa merencanakan dengan baik besarnya jumlah Modal usaha yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan, karena jika terjadi kelebihan atau kekurangan dana hal ini akan mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan.

Modal pinjaman adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara bekerja didalam perusahaan. Bagi perusahaan yang bersangkutan modal tersebut merupakan utang yang pada saatnya harus dibayar kembali (Marzuki, 2015:3).

2.1.2.2 Sumber Modal

Modal dapat diperoleh dari berbagai macam cara yaitu (Supriyono, 2015:10):

1. Perolehan dana dari diri sendiri atau dana yang dimiliki sendiri, seperti tabungan.
2. Menggadaikan barang yang dimiliki baik ke lembaga nonformal maupun lembaga formal.
3. Melakukan pinjaman kepada lembaga baik ke lembaga nonformal maupun lembaga formal.
4. Perolehan modal dengan menggunakan kekuatan pemasok.
5. Perolehan modal dengan cara bergabung dengan pihak lain atau dikenal dengan mitra.
6. Mendapatkan modal dengan melakukan pinjaman ke perbankan.
7. Mendapatkan modal dengan cara modern, seperti melalui pasar modal dan pengajuan berbagai proposal usaha pada instansi tertentu.

2.1.2.3 Indikator Modal

Modal merupakan hasil kerja dan apabila pendapatan yang diperoleh melebihi pengeluaran yang dikeluarkan, maka hal tersebut dapat meningkatkan jumlah modal dan aset yang ada. (Suci, 2015:27). Modal adalah beberapa dimensi yang mencakup nilai-nilai dalam kelayakan yang menunjukkan beberapa indikator. Indikator-indikator mengenai variabel modal tersebut meliputi (Abbas, 2018:103):

1. Modal syarat untuk usaha
2. Besar modal
3. Hambatan sumber modal
4. Modal sendiri
5. Sumber Modal dari luar

2.1.3 Kreativitas

2.1.3.1 Definisi Kreativitas

Kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menuangkan ide atau gagasan melalui proses berfikir kreatif untuk menciptakan sesuatu. Kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif, akan tetapi juga sangat penting untuk mencapai keberhasilan suatu bisnis. Berfikir kreatif akan mempermudah seseorang wirausaha dalam berinovasi dan memperbaiki hasil kreasi

yang telah ada (Arifudin, 2016:5).

Kreativitas adalah inisiatif terhadap suatu produk atau proses yang bermanfaat, benar, tepat, dan bernilai terhadap suatu tugas yang lebih bersifat heuristic yaitu sesuatu yang merupakan pedoman, petunjuk, atau panduan yang tidak lengkap yang akan menuntun kita untuk mengerti, mempelajari, atau menemukan sesuatu yang baru. Atribut orang yang kreatif adalah terbuka terhadap pengalaman, suka memperhatikan melihat sesuatu dengan cara yang tidak biasa, kesungguhan, menerima dan merekonsiliasi sesuatu yang bertentangan, toleransi terhadap sesuatu yang tidak jelas, independen dalam mengambil keputusan, berpikir dan bertindak, memerlukan dan meng-asumsikan otonomi, percaya diri, tidak menjadi subjek dari standar dan kendali kelompok, rela mengambil resiko yang diperhitungkan, gigih, sensitif terhadap permasalahan, lancar-kemampuan untuk men-generik ide-ide yang banyak, fleksibel keaslian, responsif terhadap perasaan, terbuka terhadap fenomena yang belum jelas, motivasi, bebas dari rasa takut gagal, berpikir dalam imajinasi, selektif (Hadiyati, 2016:3).

Memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang berwirausahaan. Peran sentral dalam berwirausahaan adalah adanya kemampuan yang kuat untuk menciptakan (*to create or to innovate*) sesuatu yang baru, misalnya : sebuah organisasi baru, pandangan baru tentang pasar, nilai-nilai *corporate* baru, proses-proses manufacture yang baru, produk-produk dan jasa-jasa baru, cara-cara baru dalam mengelola sesuatu., cara-cara baru dalam pengambilan keputusan (Hadiyati, 2016:3).

Kreativitas adalah “Berpikir sesuatu yang baru”.“ Kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dalam menghadapi peluang”. Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga bagi bisnis dan kegiatan bisnis pada umumnya. Kretivitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing untuk semua organisasi yang peduli terhadap growth (pertumbuhan) dan change (perubahan) (Suryana, 2016:10).

Kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru antara unsur, data variabel yang sudah ada sebelumnya. Kreativitas sebagai daya cipta, dalam konteks *entrepreneurship* mengungkapkan bahwa, memahami kreativitas (daya cipta) akan memberikan dasar yang kuat untuk membuat modul atau perangkat tentang berwirausahaan. Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan suatu produk yang baru ataupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada sebelumnya, yang berguna, serta dapat dimengerti (Buchari, 2016:69)

2.1.3.2 Indikator Kreativitas

Kreativitas adalah daya cipta yang bernilai ‘lebih’ tinggi dan positif dalam membuat atau menghasilkan suatu produk baru yang lebih pragmatis. Nilai lebih dapat diartikan sebagai lebih baru, lebih baik, lebih bagus, lebih benar, lebih modifikatif, lebih efektif dan lebih efisien. Sementara, lebih ‘pragmatis’ mengandung arti lebih berguna, lebih bermanfaat bagi masyarakat luas dan lebih mudah. Indikator untuk mengukur variabel kreativitas yaitu (Hadiyati, 2016:3):

- a. Keterbukaan terhadap pengalaman (*openness to experience*).
- b. Pengamatan melihat dengan cara yang biasa dilakukan (*observance seeing things in unusual ways*).
- c. Keinginan (*curiosity*)
- d. Kemandirian dalam penilaian, pikiran dan tindakan (*independence in judgement, thought and action*)
- e. Kepercayaan terhadap diri sendiri (*selfh*) Tidak sedang tunduk pada pengawasan kelompok (*not being subject to group standart and control*).

2.1.4 Inovasi

2.1.4.1 Definisi Inovasi

Inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses berwirausahaan. Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan untuk meraih kesuksesan usaha/bisnis adalah kemampuan dalam melakukan inovasi”. Semangat berinovasi wirausaha dapat menciptakan produk baru dan dapat meningkatkan nilai produk yang sudah ada sebelumnya (Arifudin, 2016:5). Kemampuan melakukan inovasi yang lemah dan merasa cukup puas dengan apa yang sudah didapat menjadi faktor yang membuat kemampuan untuk bersaing daya produk yang dihasilkan tidak cukup kuat. Inovasi merupakan kunci utama yang seringkali menjadikan suatu pihak memiliki keunggulan kompetitif. Sesungguhnya inovasi merupakan inti kemampuan perusahaan kecil untuk dapat bersaing dengan perusahaan besar lainnya yang menjadi pesaing mereka

Salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan

berbah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya.

Inovasi dan keberhasilan proses inovasi serta nilai ekonomi yang diciptakan sebagai konsekuensi logis inovasi yang benar berlaku pada tingkat sosietas (Negara Bangsa, Pemerintah, dan Masyarakat), tingkat organisasi dan tingkat individu. Inovasi dan penciptaan nilai pada ketiga tingkatan itu saling mempengaruhi dan pada gilirannya mempengaruhi keunggulan kompetitif individu, organisasi, dan Negara (Alda, 2016:2).

Inovasi adalah pendayagunaan hasil kreativitas tertentu (yang orisinal) sehingga menjadi cara, proses, produk atau sumber nilai baru yang berbeda dari sebelumnya. Sesuatu yang baru dan berbeda tersebut dapat dalam bentuk hasil seperti barang dan jasa, dan bisa dalam bentuk proses seperti ide, metode dan cara sesuatu yang baru dan berbeda yang diciptakan melalui proses berfikir kreatif dan bertindak inovatif merupakan nilai tambahan (*value added*) dan merupakan keunggulan yang berharga.

2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi

Inovasi sangat penting, faktor-faktor yang mempengaruhi inovasi adalah sebagai berikut (Hadiyati, 2016:3):

1. Teknologi berubah sangat cepat seiring adanya produk baru, proses dan layanan baru dari pesaing, dan ini mendorong usaha *entrepreneurial* untuk bersaing dan sukses. Yang harus dilakukan adalah menyesuaikan diri dengan inovasi teknologi baru.

2. Efek perubahan lingkungan terhadap siklus hidup produk semakin pendek, yang artinya bahwa produk atau layanan lama harus digantikan dengan yang baru dalam waktu cepat, dan ini bisa terjadi karena ada pemikiran kreatif yang menimbulkan inovasi.
3. Konsumen saat ini lebih pintar, bergolongan dan menuntut. Mereka mengharap lebih dalam hal kualitas, pembaruan, dan harga. Skill inovatif karena itu dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan mereka.
4. Dengan pasar dan teknologi yang berubah sangat cepat, ide yang sejatinya bagus bisa semakin mudah ditiru, dan ini membutuhkan metode penggunaan produk, proses yang baru dan lebih baik, dan layanan yang lebih cepat secara kontinyu dan
5. Inovasi bisa menghasilkan pertumbuhan lebih cepat, meningkatkan segmen pasar, dan menciptakan posisi korporat yang lebih baik.

Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya.

Perusahaan dapat melakukan inovasi dalam bidang (Hadiyati, 2012:3):

- a. Inovasi produk (barang, jasa, ide dan tempat).
- b. Inovasi manajemen (proses kerja, proses produksi, keuangan pemasaran, dll). Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:
 - 1) Menganalisi peluang,
 - 2) Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang,
 - 3) Sederhana dan terarah,
 - 4) Dimulai dari yang kecil, dan
 - 5) Kepemimpinan

2.1.4.3 Indikator Inovasi

Inovasi merupakan kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. Perilaku inovatif dalam melakukan proses inovasi menjadi 4 tahap sebagai berikut (Buchari, 2016:10):

1. Melihat Peluang

Melihat peluang bagi karyawan untuk mengidentifikasi berbagai peluang/kesempatan yang ada. Peluang dapat berawal dari ketidak kongruenan dan diskontinuitas yang terjadi karena adanya ketidaksesuaian dengan pola yang diharapkan misalnya timbulnya masalah pada pola kerja yang sudah berlangsung, adanya kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, atau adanya indikasi trends yang sedang berubah.

2. Mengeluarkan Ide

Dalam fase ini, karyawan mengeluarkan konsep baru dengan tujuan untuk perbaikan. Kunci dalam mengeluarkan ide adalah mengombinasikan dan mereorganisasikan informasi dan konsep yang telah ada sebelumnya untuk memecahkan masalah dan atau meningkatkan kinerja.

3. Memperjuangkan

Maksudnya disini untuk mengembangkan dan mengimplementasikan ide, karyawan harus memiliki perilaku yang mengacu pada hasil. Untuk mengimplementasikan inovasi sering dibutuhkan koalisi, mendapatkan kekuatan dengan menjual ide kepada rekan yang berpotensi.

4. Aplikasi

Dalam fase ini meliputi perilaku karyawan yang ditujukan untuk membangun, menguji dan memasarkan pelayanan baru. Hal ini berkaitan dengan membuat inovasi dalam bentuk proses kerja yang baru ataupun dalam proses rutin yang biasa dilakukan.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Tujuan dari penelitian sebelumnya adalah untuk melakukan hasil atau persamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian penulis yang sedang dilakukakan Penelitian yang pertama dilakukan oleh Dahmiri (2019) dengan judul Pengaruh Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor internal (kebutuhan berprestasi, tempat pengawasan, kebutuhan akan kebebasan, nilai pribadi dan pengalaman pribadi) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas jambi. Secara Parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara (kebutuhan berprestasi, tempat pengawasan, nilai pribadi dan pengalaman pribadi)

terhadap minat berwirausaha, sedangkan variable kebutuhan akan kebebasan tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.

Harahap (2018) dengan judul Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Iain Langsa). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausahaan pada Mahasiswa Febi Iain Langsa.

Rahmadi (2016) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berwirausaha mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekoonomi Universitas Kadiri sangat tinggi dan dari hasil uji statistik dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa pada mahasiswa adalah faktor inovasi dan kreatifitas serta lingkungan teknologi.

Kemudian Pradipta (2015) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 Ipb Di Bidang Wisata Alam. Hasil penelitian juga menunjukkan hampir seluruh mahasiswa (88%) menyatakan berminat untuk berwirausaha di bidang wisata alam. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga, lingkungan sosial, lingkungan pendidikan, dan pengalaman wirausaha.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Adhitama (2016) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Undip, Semarang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan, lingkungan keluarga dan pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Undip

Ginting (2012) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stmik Mikroskil Medan). Dari hasil penelitian menunjukan secara statistik untuk pengujian secara parsial dimana variabel kepribadian, ketersediaan informasi berwirausahaan, dan kepemilikan jaringan sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Sedangkan untuk variabel lingkungan, demografis, dan akses terhadap modal tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Tabel II.1
Perbedaan dan persamaan dengan Penelitian Sebelumnya

No	Judul, Nama Peneliti, (Tahun)	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil penelitian
1	Pengaruh Faktor Internal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi (Dahmiri, 2019)	– Penelitian Kuantitatif – Regresi linier berganda	– Variabel independen dan dependen – Teknik analisis data	- Lokasi - teknik pengumpulan sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor internal (kebutuhan berprestasi, tempat pengawasan, kebutuhan akan kebebasan, nilai pribadi dan pengalaman pribadi) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas jambi.
2	Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus Pada	– Penelitian Kuantitatif – Regresi linier berganda	– Variabel independen dan dependen – Teknik analisis data	- Lokasi - teknik pengumpulan sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat berwirausahaan pada Mahasiswa Febi

	Mahasiswa Febi Iain Langsa) (Harahap, 2018)				Iain Langsa.
3	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kediri (Rahmadi, 2016)	– Penelitian Kuantitatif – Regresi linier berganda	– Variabel independen dan dependen – Teknik analisis data	- Lokasi - teknik pengumpulan sampel	Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa minat berwirausaha mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekoonomi Universitas Kediri sangat tinggi dan dari hasil uji statistik dari beberapa faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa pada mahasiswa adalah faktor inovasi dan kreatifitas serta lingkungan teknologi.
4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 Ipb Di Bidang Wisata Alam (Pradipta, 2016)	– Penelitian Kuantitatif – Regresi linier berganda	– Variabel independen dan dependen – Teknik analisis data	- Lokasi - teknik pengumpulan sampel	Hasil penelitian juga menunjukkan hampir seluruh mahasiswa (88%) menyatakan berminat untuk berwirausaha di bidang wisata alam. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga, lingkungan sosial, lingkungan pendidikan, dan pengalaman wirausaha
5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Undip, Semarang) (Adhitama,	– Penelitian Kuantitatif – Regresi linier berganda	– Variabel independen dan dependen – Teknik analisis data	- Lokasi - teknik pengumpulan sampel	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi pendapatan, lingkungan keluarga dan pendidikan berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Undip

	2016)				
--	-------	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antar variabel independen dan dependen. Bila dalam penelitian ada variabel moderator dan intervening, maka juga perlu dijelaskan, mengapa variabel itu ikut dilibatkan dalam penelitian. Pertautan antar variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk paradigma penelitian. Oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus didasarkan pada kerangka berfikir (Sugiyono, 2016:60).

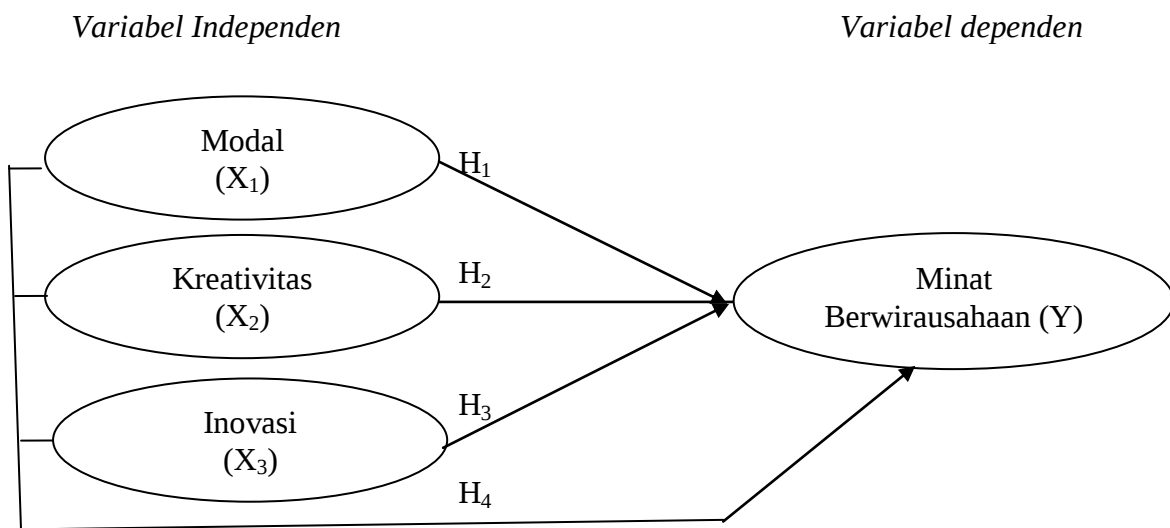
Fenomena tersebut terjadi dikarenakan masih rendahnya motivasi dan minat masyarakat untuk berwusaha. Jika pola pikir masyarakat tidak diubah maka Indonesia akan mempunyai banyak permasalahan, salah satunya adalah semakin menyempitnya lapangan pekerjaan, banyaknya kesempatan kerja dengan orang yang mencari kerja lebih banyak orang yang mencari kerja, sehingga banyak orang yang tidak mendapatkan pekerjaan yang mengakibatkan jumlah pengangguran khususnya pengangguran intelektual menjadi semakin besar serta berdampak pada kondisi perekonomian di Aceh

Berdasarkan landasan teoritis dan penelitian sebelumnya serta penelitian ini dengan judul Minat Berwirausahaan (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh) dijadikan fungsi tiga variabel yakni modal, Inovasi dan Kreativitas. Variabel Minat Berwirausahaan disebut juga variable

terikat (*dependent variabel*), sedangkan Modal, Inovasi dan Kreativitas disebut *variable bebas (independent variabel)*.

Keterkaitan antar variabel tersebut lebih dikenal juga dengan paradigma penelitian seperti pada gambar 2-1 berikut:

Gambar 2.1
Kerangka pemikiran



Sumber : Dikembangkan oleh penulis berdasarkan penelitian sebelumnya (Dahmiri, 2019)

2.4 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H₁ : Modal berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.
- H₂ : Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H_3 : Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H_4 : Modal, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

3.1.1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap dependen. Sebagai lokasi penelitian untuk memperoleh data dan keperluan lainnya, peneliti mengadakan penelitian langsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Objek penelitian ini adalah Modal, Inovasi, Kreativitas dan Minat Berwirausahaan dan mahasiswa yang aktif berdasarkan tahun masuk 2013-2019.

3.1.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi empiris dengan pendekatan penelitian deskriptif. Metode studi empiris merupakan metode penelitian terhadap fakta empiris yang diperoleh berdasarkan observasi atau pengalaman, dimana objek yang diteliti lebih ditekankan pada kejadian sebenarnya daripada persepsi orang mengenai kejadian. Sedangkan Menurut Sugiyono, (2018:5) “penelitian deskriptif didefinisikan sebagai penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*)

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka, kemudian data yang diperoleh di analisis dengan uji statistik untuk membantu menganalisis data kegiatan perhitungan statistik menggunakan program

SPSS (*Statistik Package Social Sciences*) Versi 22. Menurut Siyono (2018:13) metode kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang dispesifikasi adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.

3.1.3. Horizon Waktu

Penelitian deskriptif dibagi menjadi dua tipe berdasarkan rentang waktu (*time horizon*) yaitu *cross sectional*. *Cross sectional* merupakan penelitian yang hanya dilakukan pada satu periode terhadap berbagai sampel dalam populasi. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Juni tahun 2020 sampai dengan selesai.

Untuk lebih jelas dapat dilihat pada Tabel berikut;

Tabel 3.1
Horison Waktu Penelitian

Ketrangan	Mei 2020	Juni 2020	Juli 2020	Agustus 2020	Agustus 2020	Januari 2021	Februari 2021
Pengajuan Judul Proposal							
Survey awal							
Penyusunan Proposal							
Seminar Proposal							
Pembagian Kuisisioner							
Penyusunan Skripsi							
Sidang							

Sumber: Data diolah, 2020

3.1.4. Unit Analisis

Unit analisis merupakan tingkat agregasi data yang dianalisis, antara lain meliputi individual, Data yang dikumpulkan secara individual digunakan untuk

menghitung unit analisis pada tingkat agregasi yang lebih besar. Karakteristik tingkat analisis yaitu bahwa tingkat yang lebih rendah dalam tingkat yang lebih tinggi. Sifat informasi yang dikumpulkan serta tingkat dimana data dijumlahkan untuk analisis, adalah integral dengan keputusan yang dibuat dalam memilih unit analisis. Berdasarkan unit observasi yang dijadikan unit analisis dari penelitian ini adalah individu.

Untuk mengubah data-data kualitatif yang diperoleh dari kuesioner dalam bentuk data kuantitatif maka digunakan skala ukuran yaitu skala Likert Kategori pertanyaan yang dirancang dalam kuesioner diberi nilai skor 1-5 dengan kategori menurut Arikunto (2016:66) “adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

Sumber : Arikunto (2016)

3.2 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Sugiyono (2018:115). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh yang aktif berdasarkan tahun masuk 2013-2019 dengan jumlah 1.281 mahasiswa. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan jumlah sampel

yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan melalui teknik teori Slovin menurut Umar (2017:49) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Proses kelonggaran

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{1.281}{1+1.281.10\%^2}$$

$$n = \frac{1.281}{1+1.281.0,01}$$

$$n = \frac{1.281}{1+12,81}$$

$$n = \frac{1.281}{13,81}$$

n = 92,75 responden dan dibulatkan menjadi 93 responden

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk pengambilan data dilakukan dengan teknik *convenience sampling* dimana peneliti berusaha menarik dari jumlah anggota populasi berdasarkan kemudahan ditemui atau ketersediaan anggota populasi tertentu saja (Sugiyono, 2018). Sampel diambil berdasarkan kemudahan dalam mendapatkan sampel yakni bertemu dengan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Sumber data yang digunakan antara lain (Sugiyono, 2018:139):

- 1) Data primer diperoleh dari dokumentasi dan daftar pertanyaan (kuisisioner). Untuk memperoleh data mengenai variabel yang diteliti maka dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan Kuesisioner. Kuesisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup, yaitu pertanyaan yang dirancang berbentuk pilihan yang telah disediakan.
- 2) Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari studi pustaka melalui artikel maupun yang diambil dari internet untuk mendapatkan data-data dalam penelitian ini.

Untuk memperoleh data mengenai Modal, Inovasi, Kreativitas dan Minat Berwirausahaan dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan Kuesisioner. Responden kuesisioner ini ditujukan untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Bentuk kuesisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup yaitu pertanyaan yang dirancang akan dijawab dengan memilih skala yang disediakan.

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari 4 variabel, yaitu masing-masing variabel terikat yaitu Minat Berwirausahaan, variabel bebas yaitu Modal, Inovasi dan Kreativitas Variabel-variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut :

Tabel III-2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala	Item Pertanyaan
Dependen					
1	Minat Berwirausahaan (Y)	faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan tertentu, sehingga jiwa kewirausahaan dapat di artikan sebagai pendorong perilaku seseorang. (Bukhari, 2016:40).	PercayaDiri	Likert	A1
			Inisiatif		A2
			Motivasi prestasi		A3
			Kepemimpinan		A4
			Berani mengambil resiko		A5
			(Bukhari, 2016:40).		
Independen Variabel					
1	Modal (X ₁)	Modal merupakan hasil kerja dan apabila pendapatan yang diperoleh melebihi pengeluaran yang dikeluarkan, maka hal tersebut dapat meningkatkan jumlah modal dan aset yang ada. (Abbas, 2018:103)	Modal syarat untuk usaha	Likert	B1
			Besar modal		B2
			Hambatan sumber modal		B3
			Modal sendiri		B4
			Sumber modal dari luar		B5
			(Abbas, 2018:103)		
2	Kreativitas (X ₂)	Daya cipta yang bernilai ‘lebih’ tinggi dan positif dalam membuat atau menghasilkan suatu produk baru yang lebih pragmatis. Nilai lebih dapat diartikan sebagai lebih baru, lebih baik, lebih bagus, lebih benar, lebih modifikatif, lebih efektif dan lebih efisien.. (Hadiyati, 2015:3)	Keterbukaan	Likert	C1
			Pengamatan		C2
			Keinginan		C3
			Kamandirian		C4
			Kepercayaan		C5
			(Hadiyati, 2015:3)		

3	Inovasi (X ₃)	Kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka pemecahan masalah dan menemukan peluang. Inovasi merupakan fungsi utama dalam proses kewirausahaan. (Buchari, 2016:10)	Melihat peluang	Likert	D1
			Megeluarkan ide		D2
			Memperjuangkan		D3
			Aplikasi (Buchari, 2016:10)		D4

3.5 Teknik Analisis Data

Data penelitian dianalisis dengan menggunakan model regresi linier berganda dan diolah dengan menggunakan program bantuan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 22. Adapun persamaan model regresi linear berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut (Arikunto (2016:66):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Berwirausahaan
- X₁ = Modal
- X₂ = Kreativitas
- X₃ = Inovasi
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Parameter Regresi
- e = *Error Term*

3.6 Pengujian Data

3.6.1 Uji Keandalan (*Reliability*)

Reliabilitas instrument adalah tingkat konsistensi hasil yang dicapai oleh kuesioner, meskipun digunakan secara berulang-ulang. Pendekatan yang digunakan adalah dengan cara menghitung *Cronbach Alpha* masing-masing variabel yang terlibat. *Cronbach Alpha* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Uji ini dimaksudkan untuk menunjukkan banyaknya variansi atau perbedaan yang diharapkan pada seperangkat pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang terhadap suatu objek. Menurut Malhotra (2016) “ukuran reliabilitas dianggap handal berdasarkan *Cronbach Alpha* adalah sebesar 0,60”

3.6.2 Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur menurut situasi, keperluan dan tujuan tertentu. Dengan kata lain bahwa kuesioner dianggap valid jika kuesioner tersebut benar-benar dapat menyajikan suatu set data mengenai perilaku dan aktivitas responden sebagaimana yang diharapkan. Ukuran data dianggap valid apabila korelasi hitung lebih besar dari angka kritis nilai $-r$ (*table product moment*). Menurut Sugiyono (2018:267) “validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penelitian”. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas data menurut Ghazali (2016:110) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis gambar berupa plot dan uji statistik dengan melihat nilai kurtosis dan *skewness*.

Kenormalan data-data dapat dilihat dari tampilan gambar normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2016:110).

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghazali (2016:91) bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independent. Bila ternyata dalam model regresi terdapat multikolinearitas, maka harus menghilangkan variabel *independent* yang mempunyai korelasi tinggi. Ghazali (2016:91) juga menambahkan Jika nilai tolerance lebih kecil dari 10% dan nilai VIF lebih besar dari 10 berarti ada multikolinearitas. Namun sebaliknya jika hasil

perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang memiliki nilai VIF kurang dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel *independent*.

3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Wiyono (2015:160) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED dengan dasar analisis (1) jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; (2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7 Rancangan Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara serentak dengan menggunakan uji F (F-test) dan secara partial dengan menggunakan uji t (t-test) pada tingkat keyakinan (*convident interval*) 95% dengan kriteria pengambilan keputusan :

3.8.1. Uji t

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat (Y) yaitu pengaruh X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y. Dengan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o .

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka menolak H_a dan menerima H_o .

Karena menguji variabel independen secara individual, maka akan diuji tiga (3) hipotesis pertama pada penelitian ini. Mengikuti kriteria diatas, maka hipotesis penelitian ini menjadi

➤ Hipotesis pertama

H_{o1} = Modal tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H_{a1} = Modal berpengaruh Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

➤ Hipotesis kedua menjadi,

H_{o2} = Kreativitas tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H_{a2} = Kreativitas berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

➤ Hipotesis ketiga :

H_{o3} = Inovasi tidak berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

H_{a3} = Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas
Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

3.8.2 Uji F

Digunakan untuk menguji tingkat signifikansi seluruh variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y). Pengguna Jasa pada tingkat signifikansi 95% adalah :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka menerima H_a dan menolak H_o

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka menolak H_a dan menerima H_o .

Mengikuti kriteria diatas, maka hipotesis ke-empat pada penelitian ini dapat diuraikan menjadi:

H_{o4} = Modal, Kreativitas dan Inovasi tidak berpengaruh terhadap Minat
Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Aceh.

H_{a4} = Modal, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas
Muhammadiyah Aceh.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Permulaan sebelum menjelma Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh (Unmuha), didahului dengan pendirian Akademi Akuntansi Muhammadiyah Aceh pada tahun 1986 sesuai SK Kopertis Wilayah I No. 333/SK.PPS/KOP.I/86, namun dalam rangka pembinaan dan pengembangan serta arahan PP Muhammadiyah Pusat dan Daerah Istimewa Aceh, maka pada tahun 1989 Akademi Akuntansi Muhammadiyah menjadi prodi Akuntansi dan Perguruan Tinggi Muhammadiyah dirubah menjadi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan beberapa Fakultas, salah satunya adalah Fakultas Ekonomi sesuai SK Mendiknas No. 0260/0/1989. Secara legalitas Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh mempunyai dasar hukum pendirian yang cukup kuat memiliki Perserikatan Muhammadiyah disahkan sebagai Badan Hukum pertama sekali pada tanggal 22 Agustus 1941, sebagaimana ditetapkan dalam *Gouvernement Besluit* No. 81, kemudian di rubah No. 40 tgl. 16-8-1920, No. 36 tgl. 2-9-1921.

Visi Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh adalah menjadikan Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh tekemuka di Indonesia, Menghasilkan lulusan yang berkemampuan manajerial dan kewirausahaan dalam bidang Akuntansi dan Manajemen berlandasan ilmu pengetahuan, teknologi dan nilai-nilai islami tahun 2025. Sedangkan misinya adalah menyiapkan lulusan Akuntansi dan Manajemen yang berkualitas secara Akademis

dan berakhlak Mulia dan berperan sebagai penunjang pembangunan ekonomi yang bermanfaat bagi *stakeholder*, berperan sebagai pusat pengembangan Akuntansi Syari'ah dan Manajemen, meningkatkan kualitas sumberdaya tenaga Pendidikan dan Administrasi dan Meningkatkan kualitas Pendidikan dan Pelayanan kepada Mahasiswa serta meningkatkan kerjasama akademik maupun bisnis dengan berbagai institusi baik lokal, nasional maupun internasional.

4.2 Karakteristik Responden

Responden yang penulis jadikan sampel dalam penelitian ini memiliki karakteristik berdasarkan Usia, Jenis Kelamin, Status Pernikahan, Pendidikan, Pekerjaan dan penghasilan rata-rata perbulan yang terlihat pada Tabel IV.1 sebagai berikut

Tabel IV.1
Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1	Usia		
	a. > 19 Tahun	21	22,6
	b. 20 tahun	11	11,6
	c. 21 tahun	30	32,3
	d. 22 tahun	21	22,6
	e. 23 tahun	6	6,5
	f. > 24 tahun	4	4,3
Jumlah		93	100
2	Jenis kelamin		
	a. Pria	74	79,6
	b. Wanita	19	20,4
Jumlah		93	100
3.	Status Pernikahan		
	a. Belum Menikah	91	97,8
	b. Menikah	2	2,2
Jumlah		93	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Dari Tabel IV.1 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia antara kurang dari 19 tahun sebanyak 21 responden atau 22,6%, kemudian yang berusia 20 tahun sebanyak 11 responden atau 11,8%, yang berusia 21 tahun yaitu sebanyak 30 responden atau 32,3%, yang berusia antara 22 tahun yaitu 21 responden atau 22,6%, yang berusia antara 23 tahun yaitu 6 responden atau 6,5% dan yang berusia 24 keatas adalah 4 responden atau 4,3%.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dijelaskan bahwa sebanyak 74 responden atau 79,6% dengan jenis kelamin laki-laki dan sisanya yaitu 19 responden atau 20,4% dengan jenis kelamin perempuan. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan status perkawinan dapat dijelaskan bahwa sebanyak 91 responden atau 97,8% berstatus belum menikah dan sebanyak 2 responden atau 2,2% menikah.

4.3. Hasil Pengujian Data

4.3.1. Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan secara statistik, yaitu dengan menggunakan uji *pearson product-moment coefficient of correlation* dengan bantuan SPSS version 22. Berdasarkan output komputer seluruh pernyataan dinyatakan valid karena memiliki tingkat signifikansi dibawah 5 % sedangkan jika dilakukan secara manual maka nilai korelasi yang diperoleh masing-masing pernyataan harus dibandingkan dengan nilai kritis korelasi *product moment* dimana hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan mempunyai nilai korelasi diatas nilai kritis 5 % yaitu di atas 0,207, sehingga pernyataan-pernyataan tersebut adalah

signifikan dan memiliki validitas kontras. Atau dalam bahasa statistik terdapat konsistensi (*internal consistence*) yang berarti pernyataan-pernyataan tersebut mengukur aspek yang sama. Ini berarti data yang diperoleh adalah valid dan dapat dipergunakan untuk penelitian.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas

No pertanyaan		Variabel	Koefisien korelasi	Nilai kritis 5 % (N=93)	Ket
1	A1	Y	0,787	0,207	Valid
2	A2		0,615	0,207	Valid
3	A3		0,620	0,207	Valid
4	A4		0,390	0,207	Valid
5	A5		0,787	0,207	Valid
6	B1	X1	0,586	0,207	Valid
7	B2		0,569	0,207	Valid
8	B3		0,705	0,207	Valid
9	B4		0,616	0,207	Valid
10	B5		0,667	0,207	Valid
11	C1	X2	0,369	0,207	Valid
12	C2		0,460	0,207	Valid
13	C3		0,467	0,207	Valid
14	C4		0,474	0,207	Valid
15	C5		0,551	0,207	Valid
16	D1	X3	0,323	0,207	Valid
17	D2		0,424	0,207	Valid
18	D3		0,463	0,207	Valid
19	D4		0,542	0,207	Valid

Sumber: Data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel IV.2 diatas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan semuanya valid, karena mempunyai koefisien korelasi (r_{hitung}) lebih besar dari nilai kritis korelasi *product moment* (r_{tabel}) yaitu sebesar 0,207 sehingga semua pertanyaan yang terkandung dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid untuk dilanjutkan penelitian yang lebih mendalam.

4.3.2. Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian Reliabilitas dilakukan dengan internal *consistency* atau derajat ketepatan jawaban. Untuk pengujian ini digunakan *Statistical Packaged for Social Sciences* (SPSS). Setelah melakukan pengujian reliabilitas untuk mengetahui konsistensi hasil sebuah jawaban tentang tanggapan responden. Untuk melakukan pengujian reliabilitas penulis menggunakan program SPSS.

Tabel IV.3
Uji Reliabilitas variabel penelitian (Alpha)

No	Variabel	Item Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Kehandalan
1.	Minat berwirausahaan (Y)	5	0,801	Handal
2.	Modal (X ₁)	5	0,829	Handal
3.	Kreativitas (X ₂)	5	0,703	Handal
4.	Inovasi (X ₃)	4	0,654	Handal

Sumber : data diolah 2020

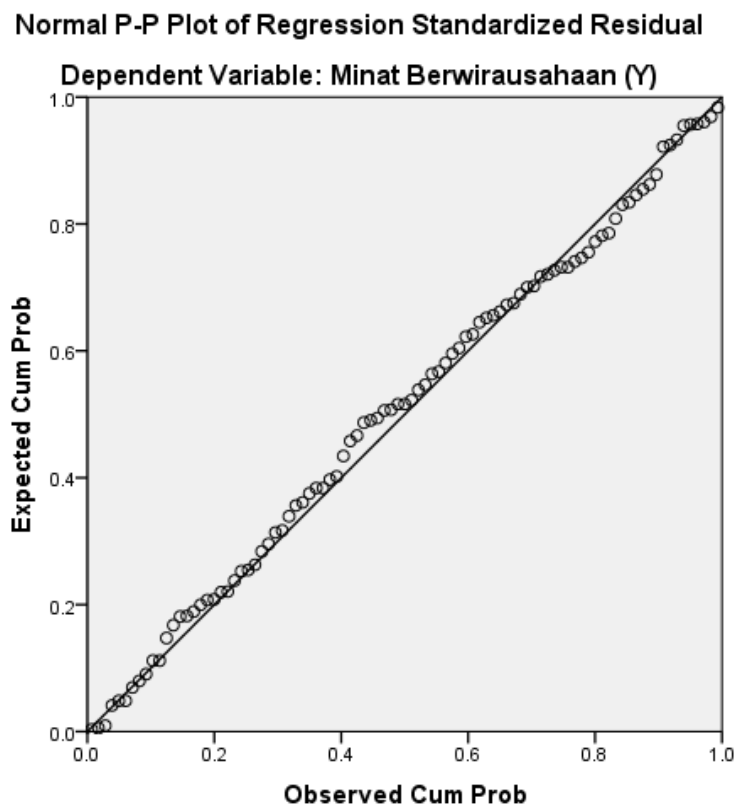
Berdasarkan Tabel IV.3 di atas dapat dijelaskan bahwa hasil uji Reliabilitas dapat dilihat dari nilai cronbach Alpha, nilai *cronbach alpa reliabilitas* yang baik adalah yang makin mendekati 1, Reliabilitas yang kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan lebih dari 0,60 dapat diterimadan reliabilitas dengan *cronbach alpha* 0,80 atau diatasnya adalah baik. Dari hasil pengujian reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa relialibilitas variabel minat berwirausahaan ian berdasarkan pengujian reliabilitas dari instrumen,diketahui bahwa hasil pengujian variabel Modal, Kreativitas dan Inovasi memiliki nilai cronbach alpha > 0,60 artinya semua variabel memiliki kehandalan terhadap minat berwirausaha.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui Analisis Grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Data yang normal ditandai dengan sebaran titik-titik data diseperti garis diagonal. Hasil pengujian normalitas data dapat dilihat pada Gambar IV.1 berikut:

Gambar IV.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan Gambar IV.1 tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis

diagonal. “Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi-asumsi normalitas”. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi minat berwirausahaan berdasarkan masukan variabel independen.

4.3.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinearitas. Pada model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk uji multikolinearitas pada penelitian ini adalah melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel IV.8:

Tabel IV.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Toleransi	VIF	Keterangan
Modal	,409	2,445	Non Multikolinieritas
Kreativitas	,403	2,484	Non Multikolinieritas
Inovasi	,963	1,039	Non Multikolinieritas

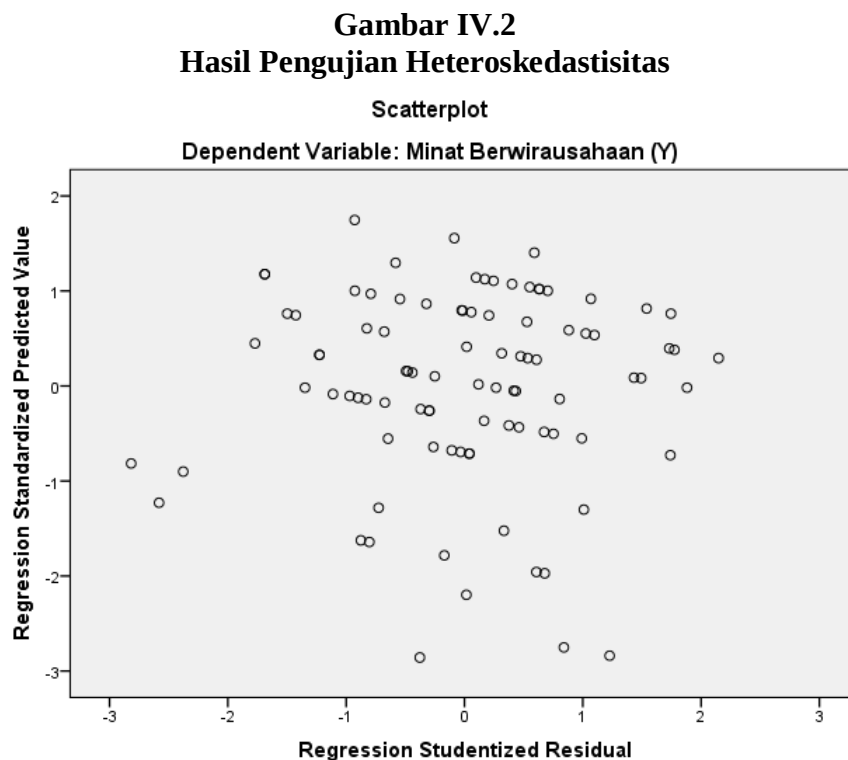
Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.4 maka dapat menunjukkan bahwa tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai Tolerance yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antara variabel independen. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa

tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi pada penelitian ini.

4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika varians berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS dengan mengamati pola yang terdapat pada Scatterplot, dimana hasilnya dapat dilihat pada Gambar IV.2:



Dari Gambar IV.2 uji heteroskedastisitas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas

4.4. Analisis Deskriptif

Penelitian ini mengamati tiga variabel bebas (*independent variabel*) yaitu variabel modal (X_1), variabel kreativitas (X_2) dan variabel inovasi (X_3) dan juga mengamati satu variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel Y, minat berwirausahaan.

4.4.1 Variabel Minat Berwirausahaan

Penjelasan responden tentang variabel minat berwirausahaan dapat dilihat pada Tabel IV.5 sebagai berikut:

Tabel IV.5
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Minat Berwirausahaan

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Responden percaya diri untuk menghadapi persaingan	0	0	1	1,1	13	14,0	38	40,9	41	44,1	4,28
2	Dalam meningkatkan kinerja responden, maka responden mempunyai inisiatif ingin mencari dan memulai sesuatu	0	0	1	1,1	1	10,8	56	60,8	26	28,0	4,15
3	Responden memiliki motivasi untuk berprestasi dalam melakukan usaha responden	0	0	5	5,4	9	9,7	42	45,2	37	39,8	4,19
4	Dalam berwirausaha, responden memiliki jiwa kepemimpinan yang baik	0	0	1	1,1	22	23,1	48	51,6	22	23,7	3,98

Lanjutan Tabel IV.5

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
5	Responden memiliki keberanian untuk mengambil resiko	0	0	1	1,1	13	14,0	38	40,9	41	4,1	4,28
Rerata												4,18

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel IV.5 di atas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama yaitu responden percaya diri untuk menghadapi persaingan dengan nilai rata-rata sebesar 4,28 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Dalam meningkatkan kinerja responden, maka responden mempunyai inisiatif ingin mencari dan memulai sesuatu dengan nilai rata-rata sebesar 4,15 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden memiliki motivasi untuk berprestasi dalam melakukan perkembangan usaha responden dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Dalam berwirausaha, responden memiliki jiwa kepemimpinan yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,98 artinya rata-rata responden mengatakan setuju dan responden memiliki keberanian untuk mengambil resiko dengan nilai rata-rata 4,28 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Nilai rerata pada variabel minat berwirausahaan sebesar 4,18 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pernyataan pada kuisioner karena satuan skala likert berada atau mendekati angka 4 (jawaban responden pada jawaban kuisioner yaitu setuju dengan skor/satuan skala likert 4).

4.4.2 Variabel Modal

Hasil penelitian tentang penjelasan responden mengenai modal dapat dilihat pada Tabel IV.6 sebagai berikut:

Tabel IV.6
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Modal

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Modal merupakan salah satu syarat untuk usaha responden	0	0	4	4,3	14	15,1	50	53,8	25	26,9	4,03
2	Besaran modal usaha merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan perkembangan usaha responden	0	0	1	1,1	15	16,1	50	53,6	27	29,0	4,11
3	Hambatan sumber modal merupakan salah satu faktor yang dapat menurunkan pendapatan responden	0	0	1	1,1	13	14,0	38	40,9	41	44,1	4,28
4	Responden memiliki jaminan yang baik terhadap usaha dengan adanya modal sendiri	0	0	1	1,1	11	10,8	56	60,8	26	28,0	4,15
5	Sumber modal dari luar membuat responden semakin semangat untuk melakukan penjualan demi mencapai target	0	0	5	5,4	9	9,7	42	45,2	37	39,8	4,19
Rerata												4,15

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel IV.6 diatas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama yaitu modal merupakan salah satu syarat untuk usaha responden dengan nilai rata-rata sebesar 4,03 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Besaran modal usaha merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan perkembangan usaha responden dengan nilai rata-rata sebesar 4,11 artinya rata-rata responden mengatakan setuju.

Hambatan sumber modal merupakan salah satu faktor yang dapat menurunkan pendapatan responden dengan nilai rata-rata sebesar 4,28 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden memiliki jaminan yang baik terhadap usaha dengan adanya modal sendiri dengan nilai rata-rata sebesar 4,15 artinya rata-rata responden mengatakan setuju dan sumber modal dari luar membuat responden semakin semangat untuk melakukan penjualan demi mencapai target dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Nilai rerata pada variabel modal sebesar 4,15 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pernyataan yang ada pada kuisioner karena satuan skala likert berada pada angka 4 (jawaban responden pada jawaban kuisioner yaitu setuju dengan skor/satuan skala likert 4).

4.4.3 Variabel Kreativitas

Hasil penelitian tentang penjelasan responden terhadap variabel kreativitas dapat dilihat pada Tabel IV.7 sebagai berikut:

Tabel IV.7
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kreativitas

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Responden memiliki keterbukaan dalam melakukan penjualan	0	0	3	3,2	20	21,5	47	50,5	23	24,7	3,97
2	Responden akan melakukan pengamatan dalam meningkatkan kreativitas usaha responden	0	0	1	1,1	22	23,7	48	51,6	22	23,7	3,98

Lanjutan Tabel IV.7

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
3	Responden ingin meningkatkan kreativitas yang dapat menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang responden pasarkan	0	0	1	1,1	13	14,0	38	40,9	41	44,1	4,12
4	Responden memiliki jiwa kemandirian yang baik	0	0	1	1,1	10	10,8	56	60,8	26	28,0	4,15
5	Responden akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha responden	0	0	5	5,4	9	9,7	42	45,2	37	39,8	4,19
Rerata												4,11

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel IV.7 diatas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama yaitu Responden memiliki keterbukaan dalam melakukan penjualan dengan nilai rata-rata sebesar 3,97 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden akan melakukan pengamatan dalam meningkatkan kreativitas usaha responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,98 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden ingin meningkatkan kreativitas yang dapat menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang responden pasarkan dengan nilai rata-rata sebesar 4,28 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden memiliki jiwa kemandirian yang baik dengan nilai rata-rata sebesar 4,15 artinya rata-rata responden mengatakan setuju dan responden akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha responden dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Nilai rerata pada variabel kreativitas sebesar 4,11 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pernyataan yang ada pada kuisioner karena satuan

skala likert berada pada angka 4 (jawaban responden pada jawaban kuisioner yaitu setuju dengan skor/satuan skala likert 4).

4.4.4 Variabel Inovasi

Hasil penelitian tentang penjelasan responden mengenai variabel inovasi dapat dilihat pada Tabel IV.8 sebagai berikut:

Tabel IV.8
Penjelasan Responden Terhadap Variabel Inovasi

No	Item pertanyaan	Sgt Tdk Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Mean
		Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	Frk	%	
1	Responden akan meningkatkan usaha responden dengan melihat peluang dimasa yang akan datang	0	0	1	1,1	1	10,8	56	60,8	26	28,0	4,15
2	Responden memiliki ide yang baik dalam meningkatkan usaha responden	0	0	5	5,4	9	9,7	42	45,2	37	39,8	4,19
3	Responden tetap memperjuangkan dalam meningkatkan usaha responden	0	0	3	3,2	20	21,5	47	50,5	23	24,7	3,97
4	Responden akan menggunakan aplikasi untuk meningkatkan penjualan demi kelancaran terhadap konsumen	0	0	1	1,1	22	23,7	48	51,6	22	23,7	3,98
Rerata												4,07

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan tabel IV.8 diatas dapat dijelaskan bahwa indikator pertama yaitu Responden akan meningkatkan usaha responden dengan melihat peluang dimasa yang akan datang dengan nilai rata-rata sebesar 4,15 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden memiliki ide yang baik dalam meningkatkan usaha

responden dengan nilai rata-rata sebesar 4,19 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Responden tetap memperjuangkan dalam meningkatkan usaha responden dengan nilai rata-rata sebesar 3,87 artinya rata-rata responden mengatakan setuju dan responden akan menggunakan aplikasi untuk meningkatkan penjualan demi kelancaran terhadap konsumen dengan nilai rata-rata sebesar 3,98 artinya rata-rata responden mengatakan setuju. Nilai rerata pada variabel inovasi sebesar 4,07 artinya rata-rata responden menyatakan setuju dengan semua pernyataan yang ada pada kuisioner karena satuan skala likert berada atau mendekati angka 4 (jawaban responden pada jawaban kuisioner yaitu setuju dengan skor/satuan skala likert 4).

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengujian Hipotesis

Hipotesis menyatakan bahwa faktor-faktor modal (X_1), kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3) berpengaruh terhadap minat berwirausahaan. Model yang digunakan untuk menduga pengaruh tersebut adalah:

Tabel IV.9
Pengaruh variabel bebas terhadap Minat berwirausahaan

Nama variabel	B	Std Error	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
Konstanta	0,369	0,120	3,073	1,987	0,003
Modal (X_1)	0,462	0,036	12,929	1,987	0,000
Kreativitas(X_2)	0,605	0,041	14,839	1,987	0,000
Inovasi(X_3)	0,036	0,016	2,278	1,987	0,025

Sumber: Hasil Penelitian, 2020 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel IV.9 di atas dapat dijelaskan hasil output komputer melalui program SPSS seperti terlihat tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut;

$$Y = 0,369 + 0,462X_1 + 0,605X_2 + 0,036X_3$$

Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut:

1) Koefisien Regresi (β)

- a. Dalam penelitian nilai konstanta adalah 0,369 artinya bila mana Modal (X_1), kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3), dianggap konstan, maka minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, adalah sebesar 0,369 pada satuan skala likert.
- b. Koefisien regresi modal (X_1) sebesar 0,462. Artinya setiap 100% perubahan dalam variabel modal akan meningkatkan minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh sebesar 46,2% dengan asumsi variabel kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3) dianggap konstan.
- c. Koefisien regresi kreativitas (X_2) sebesar 0,605. Artinya setiap 100 % perubahan dalam variabel kreativitas secara relatif akan meningkatkan minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh sebesar 60,5% dengan asumsi variabel modal (X_1), dan inovasi (X_3) dianggap konstan
- d. Koefisien regresi inovasi (X_3) sebesar 0,036. Artinya setiap 100% perubahan dalam variabel inovasi secara relatif akan meningkatkan minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. sebesar 3,6% dengan asumsi variabel modal (X_1) dan kreativitas (X_2), dianggap konstan.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat diketahui bahwa dari ketiga variabel yang diteliti ternyata variabel kreativitas mempunyai pengaruh dominan dalam meningkatkan Minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, karena diperoleh koefisien regresi sebesar 60,5%

2) Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (Adjusted R Square)

Untuk mengetahui seberapa besar kenaikan suatu linier dapat dijelaskan melalui hubungan antara variabel-variabel (korelasi). Jika seluruh nilai dari variabel-variabel tersebut dapat memenuhi suatu persamaan dengan benar, maka dapat dikatakan terdapat korelasi yang sempurna dalam model analisis ini. Dari output SPSS dapat diketahui tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat antara lain:

Tabel IV.10
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 ^a	.950	.948	.12485

a. Predictors: (Constant), Inovasi (X3), Kreativitas (X2), Modal (X1)

Berdasarkan Tabel IV.10 maka diperoleh koefisien korelasi dalam penelitian diperoleh nilai sebesar 0,975 dimana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 97,5%. Artinya faktor modal (X_1), kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3) mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

Sementara itu koefisien determinasi yang diperoleh dengan nilai sebesar 0,948 artinya bahwa sebesar 94,8% perubahan-perubahan dalam variabel terikat (minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh) dapat dijelaskan oleh perubahan-perubahan modal (X_1), kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3). Sedangkan selebihnya sebesar 5,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar tiga variabel seperti dijelaskan diatas misalnya variabel pengawasan kebutuhan, nilai pribadi, pengalaman, lingkungan usaha dan lainnya.

4.5.2. Uji Serempak(uji F)

Untuk menguji pengaruh modal, kreativitas dan inovasi secara serempak terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, digunakan uji Statistik F (uji F). Apabila nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < \text{nilai } F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil Uji serempak dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.11
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig.
1	Regression	26.441	3	8.814	565,391	2,708	,000 ^b
	Residual	1.387	89	.016			
	Total	27.828	92				

Sumber : Data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel IV.11 di atas dapat dijelaskan hasil perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 565,391 dengan signifikansi 0,000, sedangkan F_{table} pada tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,708. Dengan

membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka F_{hitung} (565,391) lebih besar dari F_{tabel} (2,708). Keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara serempak variabel modal (X_1), kreativitas (X_2) dan inovasi (X_3) berpengaruh terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

4.5.3. Uji Parsial(uji t)

Untuk menguji pengaruh modal, kreativitas dan inovasi terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh, digunakan uji Statistik t (uji t). Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada Tabel IV.9. Dapat ketahui besarnya nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai t_{hitung} dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0,05$.

1. Pengaruh Modal (X_1)

Pengaruh modal (X_1) terhadap variabel minat berwirausahaan (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel 4.9 nilai t_{hitung} (12,929) lebih besar dari t_{tabel} (1,987), maka keputusannya adalah menerima H_a dan menolak H_0 . Dari hasil uji signifikansi secara parsial bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara modal terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

2. Pengaruh Kreativitas (X_2)

Pengaruh kreativitas terhadap variabel minat berwirausahaan (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel IV.9 nilai t_{hitung} (14,839) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,987), nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka keputusannya adalah menerima H_a dan menolak H_0 . Dari hasil uji signifikansi secara parsial kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

3. Pengaruh Inovasi (X_3)

Pengaruh inovasi terhadap variabel minat berwirausahaan (Y) secara parsial dapat dilihat pada Tabel IV.9 t_{hitung} (2,278) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,987), nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$, maka keputusannya adalah menerima H_a dan menolak H_0 . Artinya faktor inovasi berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

4.5.4. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa modal, kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Dahmiri (2019), Harahap (2018) dan Rahmadi (2016) karena variabel modal, kreativitas dan inovasi yang diteliti sama-sama berpengaruh terhadap variabel minat berwirausahaan. Implikasi dalam penelitian ini yaitu modal mampu meningkatkan minat berwirausahaan karena modal merupakan faktor utama dalam membangun suatu usaha sehingga modal

sangat berpengaruh terhadap minat berwirausahaan hal ini dapat dilihat seperti besaran modal usaha merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan perkembangan usaha, hambatan sumber modal merupakan salah satu faktor yang dapat menurunkan pendapatan suatu bisnis dan memiliki jaminan yang baik terhadap usaha dengan adanya modal sendiri.

Kemudian selain modal yang dapat meningkatkan minat berwirausahaan yaitu kreativitas, dalam penelitian ini menyatakan bahwa kreativitas mampu meningkatkan minat berwirausahaan suatu bisnis, dengan adanya kreativitas maka produk yang dijual akan bernilai baik bagi konsumen. Semakin baik tingkat kreativitas seseorang maka akan semakin meningkat minat berwirausahaan. Selain itu inovasi mampu meningkatkan minat berwirausahaan, dengan adanya inovasi maka produk yang dijual dapat menarik perhatian bagi konsumen untuk mencoba. Semakin baik inovasi dalam suatu produk atau bisnis maka akan mampu meningkatkan minat berwirausahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Secara uji parsial modal berpengaruh terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Hal ini disebabkan modal usaha merupakan salah satu faktor yang utama untuk memulai suatu usaha. Dampaknya semakin tinggi modal maka semakin meningkat minat berwirausahaan mahasiswa dalam mengembangkan suatu usaha menjadi yang lebih baik serta mempunyai semangat dalam menghadapi pesaing yang bergerak di bidang yang sama.
2. Secara uji parsial kreativitas berpengaruh terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Hal ini disebabkan dengan adanya kreativitas, maka pelaku usaha dapat meningkatkan suatu hal yang baru dengan hasil kerajinan sendiri atau dapat mengembangkan suatu usaha. Semakin tinggi kreativitas pelaku usaha maka semakin meningkat minat berwirausahaan mahasiswa.
3. Secara uji parsial inovasi berpengaruh terhadap minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh. Hal ini disebabkan inovasi para pelaku usaha sangat penting dalam menghadapi para pesaing dengan menjual produk-produk yang menarik dan

dapat meningkatkan peluang usaha dengan memiliki ide-ide dalam mengembangkan suatu produk baru. Semakin tinggi inovasi pelaku usaha maka semakin meningkat minat berwirausaha mahasiswa.

4. Secara simultan modal, kreativitas dan inovasi berpengaruh secara signifikan secara minat berwirausahaan mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Aceh sebagai berikut:

1. Untuk membangun sebuah bisnis usaha, sebaiknya dapat memilih lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat atau konsumen.
2. Dapat meningkatkan kreativitas produk yang sesuai dengan kebutuhan ekonomi konsumen
3. Dapat meningkatkan inovasi pada suatu bisnis yang semenarik mungkin dan mempunyai bentuk atau suatu desain yang berbeda-beda dari pesaing.
4. Untuk penelitian selanjutnya, agar tidak hanya meneliti variabel modal, kreativitas dan inovasi saja tetapi juga meneliti tentang variabel yang lainnya yang berhubungan dengan minat berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Djamila. (2018). Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Ukm Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS) Vol.5, No. 1, Hal 95-111*
- Abdul, Jalil (2015). *Spiritual Entrepreneurship, Transformasi Spiritual. Kewirausahaan*. Yogyakarta: LKIS
- Adhitama. (2016) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Undip, Semarang)*. Skripsi Jurusan Manajemen
- Alda, Ino (2016) Analisis Pengaruh Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Pengembangan Usaha Di PT. Natal Le Mando. *Jurnal Binus University, Jakarta, DKI Jakarta*
- Arifudin, Puji. (2016) Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi Di Kecamatan Wates. *Jurnal Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen*
- Arikunto, S, (2016), *Prosedur Suatu Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Balqish, Farah (2016) Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Distro Di Kota Bandung 2015 (Studi Pada Distro Yang Terdaftar Pada Kick Di Kota Bandung). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia*
- Buchari, Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Endang, Purwanti. (2016) Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Among Makarti, STIE AM Salatiga*
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. 20*. Semarang: Badan Penerbit – Universitas Diponegoro.
- Ginting, M. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada Stmik Mikroskil Medan). *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil Volume 2, Nomor 02*
- Hadiyati, Ernani. (2016). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Universitas Gajayana Malang*.
- Harahap, Sofyan Safri. (2016). *Akuntansi Islam*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksa
- Kasmir. (2015). *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

- Kurniawanto (2016) *Pengaruh Pinjaman Modal Kegiatan Simpan Pinjam Kelompok Perempuan (Spp) Program Pnpm Mandiri Perdesaan Serta Sikap Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Dan Peningkatan Pendapatan Masyarakat Kec. Ambal Kabupaten Kebumen*. Skripsi Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Yogyakarta
- Malhotra, N.K., (2016), *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Marzuki (2015) Pengaruh Modal Pinjaman Terhadap Pendapatan Usaha Kecil Di Lhokseumawe Aceh. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh Lhokseumawe Aceh*
- Nurrohman (2015) Analisis Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Sebelum Dan Sesudah Menerima Pembiayaan Musyarakah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Bmt (Studi Kasus: Bmt Beringharjo Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi*
- Nurzaman, Retno (2015) Pengaruh Kemampuan Wirausaha Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Restoran Sindang Reret Cabang Surapati Bandung. *Jurnal Program Studi manajemen Universitas Komputer Indonesia*
- Panigoro,(2016) *Berbisnis itu (tidak) Mudah*: Jakarta, Bos Medco Group
- Pradipta. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa S1 IPB Di Bidang Wisata Alam*. Skripsi Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan Dan Ekowisata Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor Bogor
- Purwanto, Agus Budi. (2016). *Analisis Faktor-faktor Pendukung Keberhasilan Usaha Elektronik Di Kota Semarang*. Semarang: STIE Pelita Nusantara
- Rahmadi. Afif. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri Vol.1, No.2*
- Rukka, Rusli Muhammad. (2015). *Buku ajar kewirausahaan-1*. Makasar: Universitas Hasanuddin.
- Saleh, Chairul. (2015) Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Keberhasilan Usaha Industri Kecil Melalui Motivasi Usaha Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pengusaha UKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember (UNEJ)*

- Sari, Bida. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia Y.A.I. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, Vol. 2, No. 2
- Suci, Disca. (2015) *Pengaruh Pemberian Kredit Modal Kerja Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Pada PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah (BPRS) Margirizki Bahagia Bantul*. Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Sugiyono, (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suparyanto, (2016). *Kewirausahaan Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2016). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Supriyono Soekarno, (2015) *Cara Cepat Dapat Modal : Wajib Untuk Memulai dan Mengembangkan Usaha*, (Jakarta : PT Gramedia
- Suryana, Yuyus. (2016). *Kewirausahaan. Pendekatan Karkteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Umar, Husein. (2015). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Widiyanto, Ibnu. (2016). *Pointers : Metodologi Penelitian*. Semarang: BP Undip
- Wiyono, Gendro. (2015). *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & Smart PLS 2.0*. STIM YKPN. Yogyakarta

Lampiran 1 KUISIONER

Kuisisioner ini dimaksudkan untuk penulisan karya akhir yang bersifat ilmiah sebagai persyaratan tugas akhir pada Universitas Muhammadiyah Aceh, yang difokuskan pada bidang manajemen.

Petunjuk pengisian : Beri tanda (√) pada *coulum*, yang sesuai dengan pertanyaan yang dipilih berdasarkan kondisi saat ini.

1. Identitas Responden

1. Umur responden

- a. < 19 Tahun ☐
- b. 20 Tahun ☐
- c. 21 Tahun ☐
- d. 22 Tahun ☐
- e. 23 Tahun ☐
- f. > 24 Tahun ☐

2. Jenis kelamin responden

- a. Pria ☐
- b. Wanita ☐

3. Status perkawinan

- a. Belum menikah ☐
- b. Menikah ☐

Keterangan

Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Kurang setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

a. Minat Berwirausahaan (Y)

No	URAIAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya percaya diri untuk menghadapi persaingan					
2	Dalam meningkatkan kinerja saya, maka saya mempunyai inisiatif ingin mencari dan memulai sesuatu					
3	Saya memiliki motivasi untuk berprestasi dalam melakukan perkembangan usaha saya					
4	Dalam berwirausaha, saya memiliki jiwa kepemimpinan yang baik					
5	Saya memiliki keberanian untuk mengambil resiko					

b. Modal (X_1)

No	URAIAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Modal merupakan salah satu syarat untuk usaha saya					
2	Besaran modal usaha merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan perkembangan usaha saya					
3	Hambatan sumber modal merupakan salah satu faktor yang dapat menurunkan pendapatan saya					
4	Saya memiliki jaminan yang baik terhadap usaha dengan adanya modal sendiri					
5	Sumber modal dari luar membuat saya semakin semangat untuk melakukan penjualan demi mencapai target					

c. Kreativitas (X₂)

No	URAIAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memiliki keterbukaan dalam melakukan penjualan					
2	Saya akan melakukan pengamatan dalam meningkatkan kreativitas usaha saya					
3	Saya ingin meningkatkan kreativitas yang dapat menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang saya pasarkan					
4	Saya memiliki jiwa kemandirian yang baik					
5	Saya akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha saya					

a. Inovasi (X₃)

No	URAIAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya akan meningkatkan usaha saya dengan melihat peluang dimasa yang akan datang					
2	Saya memiliki ide yang baik dalam meningkatkan usaha saya					
3	Saya tetap memperjuangkan dalam meningkatkan usaha saya					
4	Saya akan menggunakan aplikasi untuk meningkatkan penjualan demi kelancaran terhadap konsumen					

Lampiran 2 Data Kuisioner

NO. RESPON	KARAKTERIS			INDIKATOR					Y	INDIKATOR R					X1	INDIKATOR					X2	INDIKATOR				X3
	IR1	IR2	IR3	A1	A2	A3	A4	A5		B1	B2	B3	B4	B5		C1	C2	C3	C4	C5		D1	D2	D3	D4	
1	1	1	1	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
2	3	1	1	5	4	5	4	5	4.60	4	4	5	4	5	4.40	4	4	5	4	5	4.40	4	5	4	4	4.25
3	3	1	1	4	5	5	5	4	4.60	4	4	4	5	5	4.40	5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5.00
4	3	2	1	4	4	5	5	4	4.40	4	4	4	4	5	4.20	5	5	4	4	5	4.60	4	5	5	5	4.75
5	2	1	1	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5.00
6	1	1	1	5	5	5	4	5	4.80	4	4	5	5	5	4.60	4	4	5	5	5	4.60	5	5	4	4	4.50
7	2	1	1	5	4	4	3	5	4.20	5	4	5	4	4	4.40	4	3	5	4	4	4.00	4	4	4	3	3.75
8	4	1	1	5	4	4	4	5	4.40	5	4	5	4	4	4.40	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
9	1	1	1	5	5	5	3	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	3	3	5	5	5	4.20	5	5	3	3	4.00
10	4	2	2	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	4	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20	4	5	4	4	4.25
11	2	1	1	3	3	3	4	3	3.20	3	3	3	3	3	3.00	3	4	3	3	3	3.20	3	3	3	4	3.25
12	5	2	1	5	4	4	4	5	4.40	4	5	5	4	4	4.40	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
13	3	1	1	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	5	4	4	4	4	4.20	4	4	5	4	4.25
14	1	1	1	4	4	4	3	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	3	3	3.50
15	3	1	1	5	5	4	5	5	4.80	4	4	5	5	4	4.40	5	5	5	5	4	4.80	5	4	5	5	4.75
16	1	1	1	3	3	3	4	3	3.20	3	5	3	3	3	3.40	5	4	3	3	3	3.60	3	3	5	4	3.75
17	5	2	2	5	4	5	5	5	4.80	4	5	5	4	5	4.60	5	5	5	4	5	4.80	4	5	5	5	4.75
18	1	2	1	5	4	5	4	5	4.60	4	4	5	4	5	4.40	4	4	5	4	5	4.40	4	5	4	4	4.25
19	2	1	1	5	4	5	4	5	4.60	3	4	5	4	5	4.20	4	4	5	4	5	4.40	4	5	4	4	4.25
20	4	1	1	4	4	4	4	4	4.00	5	3	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	3.80	4	4	3	4	3.75
21	4	1	1	4	4	4	4	4	4.00	4	3	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
22	2	1	1	5	4	5	4	5	4.60	4	4	5	4	5	4.40	3	4	5	4	5	4.20	4	5	3	4	4.00
23	3	1	1	5	5	5	4	5	4.80	5	3	5	5	5	4.60	4	4	5	5	5	4.60	5	5	4	4	4.50
24	1	2	1	3	3	5	3	3	3.40	5	5	3	3	5	4.20	3	3	3	3	5	3.40	3	5	3	3	3.50
25	3	1	1	5	5	5	3	5	4.60	4	3	5	5	5	4.40	3	3	5	5	5	4.20	5	5	3	3	4.00
26	5	1	1	3	4	3	4	3	3.40	2	3	3	4	3	3.00	4	4	3	4	3	3.60	4	3	4	4	3.75
27	4	1	1	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
28	1	1	1	5	5	4	4	5	4.60	4	4	5	5	4	4.40	4	4	5	5	4	4.40	5	4	4	4	4.25
29	3	1	1	5	4	4	4	5	4.40	4	4	5	4	4	4.20	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
30	5	1	1	5	5	4	5	5	4.80	4	3	5	5	4	4.20	5	5	5	5	4	4.80	5	4	5	5	4.75
31	2	2	1	5	4	4	4	5	4.40	5	4	5	4	4	4.40	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
32	1	1	1	4	3	5	4	4	4.00	4	4	4	3	5	4.00	4	4	4	3	5	4.00	3	5	4	4	4.00
33	3	1	1	4	5	5	5	4	4.60	5	4	4	5	5	4.60	5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5.00
34	5	1	1	5	5	5	4	5	4.80	4	5	5	5	5	4.80	4	4	5	5	5	4.60	5	5	4	4	4.50
35	3	2	1	4	4	5	5	4	4.40	5	4	4	4	5	4.40	5	5	4	4	5	4.60	4	5	5	5	4.75
36	4	2	1	4	5	5	4	4	4.40	4	4	4	5	5	4.40	5	4	4	5	5	4.60	5	5	5	4	4.75
37	5	2	1	4	4	4	4	4	4.00	5	5	4	4	4	4.40	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
38	2	2	1	5	4	4	4	5	4.40	5	5	5	4	4	4.60	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00
39	3	1	1	4	4	5	4	4	4.20	5	4	4	4	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20	4	5	4	4	4.25
40	1	1	1	5	5	5	3	5	4.60	5	5	5	5	5	5.00	3	3	5	5	5	4.20	5	5	3	3	4.00
41	3	1	1	5	5	4	4	5	4.60	5	5	5	5	4	4.80	4	4	5	5	4	4.40	5	4	4	4	4.25
42	3	1	1	4	4	3	4	4	3.80	3	4	4	4	3	3.60	5	4	4	4	3	4.00	4	3	5	4	4.00
43	2	2	1	5	4	5	4	5	4.60	4	5	5	4	5	4.60	5	4	5	4	5	4.60	4	5	5	4	4.50
44	3	1	1	5	4	4	5	5	4.60	4	5	5	4	4	4.40	5	5	5	4	4	4.60	4	4	5	5	4.50
45	4	2	1	5	4	5	4	5	4.60	4	5	5	4	5	4.60	4	4	5	4	5	4.40	4	5	4	4	4.25
46	1	1	1	5	5	4	4	5	4.60	5	4	5	5	4	4.60	4	4	5	5	4	4.40	5	4	4	4	4.25
47	3	2	1	5	4	5	5	5	4.80	4	5	5	4	5	4.60	4	5	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4.50
48	3	1	1	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	5	4.20	5	4	4	4	5	4.40	4	5	5	4	4.50
49	2	1	1	5	4	5	5	5	4.80	4	4	5	4	5	4.40	4	5	5	4	5	4.60	4	5	4	5	4.50
50	3	2	1	4	5	5	5	4	4.60	5	4	4	5	5	4.60	5	5	4	5	5	4.80	5	5	5	5	5.00
51	4	1	1	5	5	5	4	5	4.80	4	5	5	5	5	4.80	4	4	5	5	5	4.60	5	5	4	4	4.50
52	1	2	1	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5	5	5	5.00	4	5	5	5	5	4.80	5	5	4	5	4.75
53	3	2	1	4	4	4	3	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	3	3	3.50
54	4	2	1	5	5	5	4	5	4.80	4	5	5	5	5	4.80	4	4	5	5	5	4.60	5	5	4	4	4.50
55	3	2	1	3	3	3	4	3	3.20	3	3	3	3	3	3.00	4	4	3	3	3	3.40	3	3	4	4	3.50
56	4	1	1	4	5	4	3	4	4.00	3	4	4	5	4	4.00	3	3	4	5	4	3.80	5	4	3	3	3.75
57	3	1	1	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
58	3	1	1	3	4	4	3	3	3.40	4	3	3	4	4	3.60	3	3	3	4	4	3.40	4	4	3	3	3.50
59	4	1	1	3	4	4	3	3	3.40	4	4	3	4	4	3.80	4	3	3	4	4	3.60	4	4	4	3	3.75
60	6	1	1	4	4	5	5	4	4.40	4	4	4	4	5	4.20	5	5	4	4	5	4.60	4	5	5	5	4.75

61	1	1	1	5	5	4	5	5	4.80	5	4	5	5	4	4.60	4	5	5	5	4	4.60	5	4	4	5	4.50
62	4	1	1	4	4	4	4	4	4.00	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
63	1	1	1	4	4	5	4	4	4.20	4	5	4	4	5	4.40	4	4	4	4	5	4.20	4	5	4	4	4.25
64	3	1	1	4	4	4	5	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	5	4.25
65	6	1	1	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
66	3	1	1	4	5	4	3	4	4.00	4	5	4	5	4	4.40	2	3	4	5	4	3.60	5	4	2	3	3.50
67	1	1	1	4	4	4	4	4	4.00	3	4	4	4	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
68	4	1	1	3	3	2	3	3	2.80	3	2	3	3	2	2.60	3	3	3	3	2	2.80	3	2	3	3	2.75
69	4	1	1	4	4	4	3	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	3	3	3.50
70	6	1	1	3	2	2	4	3	2.80	2	3	3	2	2	2.40	4	4	3	2	2	3.00	2	2	4	4	3.00
71	1	1	1	3	3	3	4	3	3.20	3	3	3	3	3	3.00	5	4	3	3	3	3.60	3	3	5	4	3.75
72	3	1	1	4	4	3	4	4	3.80	4	4	4	4	3	3.80	4	4	4	4	3	3.80	4	3	4	4	3.75
73	4	1	1	5	4	4	3	5	4.20	5	5	5	4	4	4.60	3	3	5	4	4	3.80	4	4	3	3	3.50
74	4	1	1	5	4	4	3	5	4.20	4	5	5	4	4	4.40	4	3	5	4	4	4.00	4	4	4	3	3.75
75	3	1	1	3	3	2	4	3	3.00	3	3	3	3	2	2.80	4	4	3	3	2	3.20	3	2	4	4	3.25
76	6	1	1	4	4	3	3	4	3.60	4	4	4	4	3	3.80	2	3	4	4	3	3.20	4	3	2	3	3.00
77	4	1	1	4	4	4	3	4	3.80	4	4	4	4	4	4.00	3	3	4	4	4	3.60	4	4	3	3	3.50
78	1	1	1	2	4	4	4	2	3.20	2	3	2	4	4	3.00	4	4	2	4	4	3.60	4	4	4	4	4.00
79	3	1	1	3	3	2	2	3	2.60	3	3	3	3	2	2.80	3	2	3	3	2	2.60	3	2	3	2	2.50
80	1	1	1	5	5	4	3	5	4.40	5	5	5	5	4	4.80	3	3	5	5	4	4.00	5	4	3	3	3.75
81	3	1	1	3	4	2	4	3	3.20	4	3	3	4	2	3.20	3	4	3	4	2	3.20	4	2	3	4	3.25
82	4	1	1	4	4	4	5	4	4.20	4	4	4	4	4	4.00	5	5	4	4	4	4.40	4	4	5	5	4.50
83	1	1	1	4	3	4	5	4	4.00	4	4	4	3	4	3.80	5	5	4	3	4	4.20	3	4	5	5	4.25
84	3	1	1	4	4	4	5	4	4.20	3	4	4	4	4	3.80	5	5	4	4	4	4.40	4	4	5	5	4.50
85	1	1	1	4	4	4	5	4	4.20	5	4	4	4	4	4.20	4	5	4	4	4	4.20	4	4	4	5	4.25
86	3	1	1	5	4	3	3	5	4.00	4	4	5	4	3	4.00	3	3	5	4	3	3.60	4	3	3	3	3.25
87	4	1	1	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4.00
88	2	1	1	5	5	5	4	5	4.80	5	5	5	5	5	5.00	4	4	5	5	5	4.60	5	5	4	4	4.50
89	3	1	1	5	4	5	3	5	4.40	5	4	5	4	5	4.60	2	3	5	4	5	3.80	4	5	2	3	3.50
90	1	1	1	4	4	5	3	4	4.00	4	5	4	4	5	4.40	3	3	4	4	5	3.80	4	5	3	3	3.75
91	4	1	1	4	4	4	5	4	4.20	2	4	4	4	4	3.60	5	5	4	4	4	4.40	4	4	5	5	4.50
92	2	1	1	5	5	5	3	5	4.60	4	5	5	5	5	4.80	4	3	5	5	5	4.40	5	5	4	3	4.25
93	4	1	1	5	4	4	4	5	4.40	3	4	5	4	4	4.00	4	4	5	4	4	4.20	4	4	4	4	4.00

Lampiran 3 Frequencies Karakteristik Responden

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 19 tahun	21	22.6	22.6	22.6
	20 tahun	11	11.8	11.8	34.4
	21 tahun	30	32.3	32.3	66.7
	22 tahun	21	22.6	22.6	89.2
	23 tahun	6	6.5	6.5	95.7
	> 24 tahun	4	4.3	4.3	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	74	79.6	79.6	79.6
	Wanita	19	20.4	20.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Status Perkawinan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum menikah	91	97.8	97.8	97.8
	Menikah	2	2.2	2.2	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Lampiran 4 Frequencies Minat Beriwusaha (Y)

Responden percaya diri untuk menghadapi persaingan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	13	14.0	14.0	15.1
	S	38	40.9	40.9	55.9
	SS	41	44.1	44.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Dalam meningkatkan kinerja responden, maka responden mempunyai inisiatif ingin mencari dan memulai sesuatu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	10	10.8	10.8	11.8
	S	56	60.2	60.2	72.0
	SS	26	28.0	28.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Responden memiliki motivasi untuk berprestasi dalam melakukan perkembangan usaha responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.4	5.4	5.4
	KS	9	9.7	9.7	15.1
	S	42	45.2	45.2	60.2
	SS	37	39.8	39.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Dalam berwirausaha, responden memiliki jiwa kepemimpinan yang baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	22	23.7	23.7	24.7
	S	48	51.6	51.6	76.3
	SS	22	23.7	23.7	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Responden memiliki keberanian untuk mengambil resiko

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	13	14.0	14.0	15.1
	S	38	40.9	40.9	55.9
	SS	41	44.1	44.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Lampiran 5 Frequencies Modal (X1)

Modal merupakan salah satu syarat untuk usaha responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.3	4.3	4.3
	KS	14	15.1	15.1	19.4
	S	50	53.8	53.8	73.1
	SS	25	26.9	26.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Besaran modal usaha merupakan salah satu faktor dalam meningkatkan perkembangan usaha responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	15	16.1	16.1	17.2
	S	50	53.8	53.8	71.0
	SS	27	29.0	29.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Hambatan sumber modal merupakan salah satu faktor yang dapat menurunkan pendapatan responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	13	14.0	14.0	15.1
	S	38	40.9	40.9	55.9
	SS	41	44.1	44.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Responden memiliki jaminan yang baik terhadap usaha dengan adanya modal sendiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	KS	10	10.8	10.8	11.8
	S	56	60.2	60.2	72.0
	SS	26	28.0	28.0	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber modal dari luar membuat responden semakin semangat untuk melakukan penjualan demi mencapai target

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.4	5.4	5.4
	KS	9	9.7	9.7	15.1
	S	42	45.2	45.2	60.2
	SS	37	39.8	39.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Lampiran 6 Frequencies Kreativitas (X2)

Responden memiliki keterbukaan dalam melakukan penjualan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.2	3.2	3.2
KS	20	21.5	21.5	24.7
S	47	50.5	50.5	75.3
SS	23	24.7	24.7	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden akan melakukan pengamatan dalam meningkatkan kreativitas usaha responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	22	23.7	23.7	24.7
S	48	51.6	51.6	76.3
SS	22	23.7	23.7	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden ingin meningkatkan kreativitas yang dapat menarik perhatian pelanggan terhadap produk yang responden pasarkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	13	14.0	14.0	15.1
S	38	40.9	40.9	55.9
SS	41	44.1	44.1	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden memiliki jiwa kemandirian yang baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	10	10.8	10.8	11.8
S	56	60.2	60.2	72.0
SS	26	28.0	28.0	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap usaha responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5.4	5.4	5.4
KS	9	9.7	9.7	15.1
S	42	45.2	45.2	60.2
SS	37	39.8	39.8	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Lampiran 7 Frequencies Inovasi (X3)

Responden akan meningkatkan usaha responden dengan melihat peluang dimasa yang akan datang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	10	10.8	10.8	11.8
S	56	60.2	60.2	72.0
SS	26	28.0	28.0	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden memiliki ide yang baik dalam meningkatkan usaha responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5.4	5.4	5.4
KS	9	9.7	9.7	15.1
S	42	45.2	45.2	60.2
SS	37	39.8	39.8	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden tetap memperjuangkan dalam meningkatkan usaha responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3.2	3.2	3.2
KS	20	21.5	21.5	24.7
S	47	50.5	50.5	75.3
SS	23	24.7	24.7	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Responden akan menggunakan aplikasi untuk meningkatkan penjualan demi kelancaran terhadap konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1.1	1.1	1.1
KS	22	23.7	23.7	24.7
S	48	51.6	51.6	76.3
SS	22	23.7	23.7	100.0
Total	93	100.0	100.0	

Lampiran 8 Validitas dan Reliability Minat Beriwusahaan (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	4.28	.743	93
A2	4.15	.642	93
A3	4.19	.824	93
A4	3.98	.722	93
A5	4.28	.743	93

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	16.60	4.525	.787	.696
A2	16.73	5.329	.615	.757
A3	16.69	4.673	.620	.752
A4	16.90	6.349	.390	.773
A5	16.60	4.525	.787	.696

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.88	7.562	2.750	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People	Between Items	139.140	92	1.512	4.747	.001
	Residual	5.712	4	1.428		
	Total	110.688	368	.301		
	Total	116.400	372	.313		
Total		255.540	464	.551		

Grand Mean = 4.18

Lampiran 9 Validitas dan Reliability Modal X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
B1	4.03	.773	93
B2	4.11	.699	93
B3	4.28	.743	93
B4	4.15	.642	93
B5	4.19	.824	93

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	16.73	5.394	.586	.807
B2	16.66	5.706	.569	.810
B3	16.48	5.165	.705	.772
B4	16.61	5.783	.616	.799
B5	16.57	4.965	.667	.783

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.76	8.096	2.845	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People		148.959	92	1.619	2.878	.023
Within People	Between Items	3.191	4	.798		
	Residual	102.009	368	.277		
	Total	105.200	372	.283		
Total		254.159	464	.548		

Grand Mean = 4.15

Lampiran 10 Validitas dan Reliability Kreativitas X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
C1	3.97	.773	93
C2	3.98	.722	93
C3	4.28	.743	93
C4	4.15	.642	93
C5	4.19	.824	93

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	16.60	4.525	.369	.696
C2	16.59	4.418	.460	.657
C3	16.29	4.339	.467	.654
C4	16.42	4.616	.474	.655
C5	16.38	3.868	.551	.616

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
20.57	6.335	2.517	5

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People		116.559	92	1.267	4.658	.001
Within People	Between Items	6.959	4	1.740		
	Residual	137.441	368	.373		
	Total	144.400	372	.388		
Total		260.959	464	.562		

Grand Mean = 4.11

Lampiran 11 Validitas dan Reliability Inovasi (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.654	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
D1	4.15	.642	93
D2	4.19	.824	93
D3	3.97	.773	93
D4	3.98	.722	93

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
D1	12.14	3.187	.323	.654
D2	12.10	2.545	.424	.598
D3	12.32	2.590	.463	.566
D4	12.31	2.565	.542	.513

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.29	4.339	2.083	4

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People		99.790	92	1.085	3.353	.019
Within People	Between Items	3.772	3	1.257		
	Residual	103.478	276	.375		
	Total	107.250	279	.384		
Total		207.040	371	.558		

Grand Mean = 4.07

Lampiran 12 Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Inovasi (X3), Modal (X1), Kreativitas (X2) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Berwirausahaan (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.975 ^a	.950	.948	.12485

a. Predictors: (Constant), Inovasi (X3), Modal (X1), Kreativitas (X2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.441	3	8.814	565.391	.000 ^b
	Residual	1.387	89	.016		
	Total	27.828	92			

a. Dependent Variable: Minat Berwirausahaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Inovasi (X3), Modal (X1), Kreativitas (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.369	.120		3.073	.003
	Modal (X1)	.462	.036	.478	12.929	.000
	Kreativitas (X2)	.605	.041	.554	14.839	.000
	Inovasi (X3)	.036	.016	.055	2.278	.025

a. Dependent Variable: Minat Berwirausahaan (Y)

Descriptive Statistics

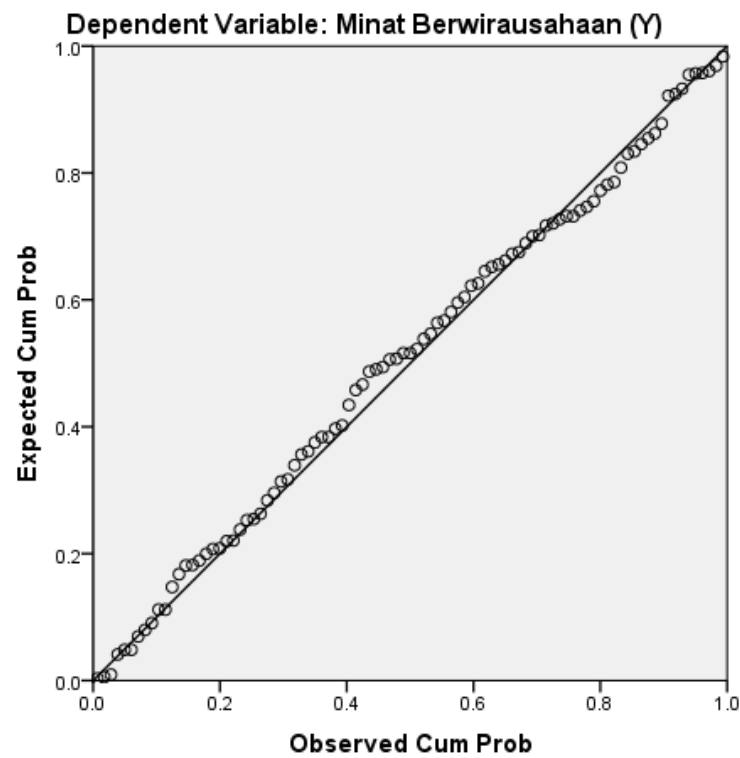
	Mean	Std. Deviation	N
Minat Berwirausahaan (Y)	4.1763	.54998	93
Modal (X1)	4.1527	.56906	93
Kreativitas (X2)	4.1140	.50338	93
Inovasi (X3)	3.7473	.82956	93

Coefficients^a

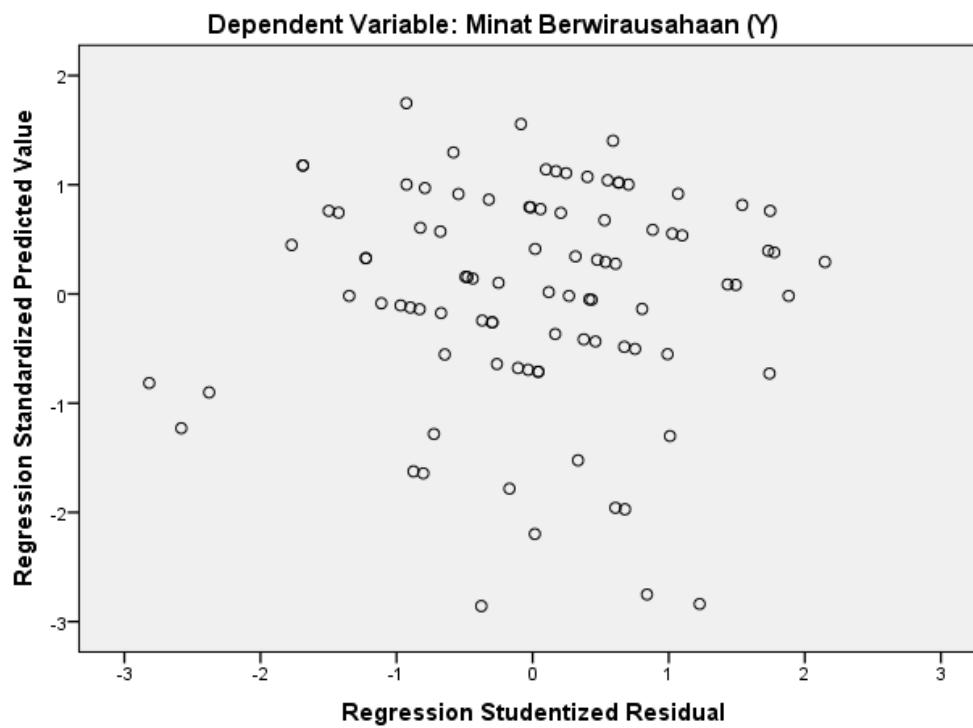
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Modal (X1)	.409	2.445
	Kreativitas (X2)	.403	2.484
	Inovasi (X3)	.963	1.039

a. Dependent Variable: Minat Berwirausahaan (Y)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Nilai F Tabel Pada Tingkat Keyakinan 95%

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
1	161,446	199,499	215,707	224,583	230,160	233,988
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,329
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,688	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,319
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286

DF 2	DF 1					
	1	2	3	4	5	6
51	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
52	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
53	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
54	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
55	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
56	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
57	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
58	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
59	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260
60	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
61	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
62	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
63	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
64	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
65	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
66	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
67	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
68	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
69	3,982	3,132	2,739	2,507	2,350	2,235
70	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
71	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
72	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
73	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
74	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
75	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
76	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
77	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
78	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
79	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
80	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
81	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
82	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
83	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
84	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
85	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
86	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
87	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
88	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
89	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
90	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202
91	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

NILAI T TABEL

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
1	63,656	25,452	12,706	6,314
2	9,925	6,205	4,303	2,920
3	5,841	4,177	3,182	2,353
4	4,604	3,495	2,776	2,132
5	4,032	3,163	2,571	2,015
6	3,707	2,969	2,447	1,943
7	3,499	2,841	2,365	1,895
8	3,355	2,752	2,306	1,860
9	3,250	2,685	2,262	1,833
10	3,169	2,634	2,228	1,812
11	3,106	2,593	2,201	1,796
12	3,055	2,560	2,179	1,782
13	3,012	2,533	2,160	1,771
14	2,977	2,510	2,145	1,761
15	2,947	2,490	2,131	1,753
16	2,921	2,473	2,120	1,746
17	2,898	2,458	2,110	1,740
18	2,878	2,445	2,101	1,734
19	2,861	2,433	2,093	1,729
20	2,845	2,423	2,086	1,725
21	2,831	2,414	2,080	1,721
22	2,819	2,405	2,074	1,717
23	2,807	2,398	2,069	1,714
24	2,797	2,391	2,064	1,711
25	2,787	2,385	2,060	1,708
26	2,779	2,379	2,056	1,706
27	2,771	2,373	2,052	1,703
28	2,763	2,368	2,048	1,701
29	2,756	2,364	2,045	1,699
30	2,750	2,360	2,042	1,697
31	2,744	2,356	2,040	1,696
32	2,738	2,352	2,037	1,694
33	2,733	2,348	2,035	1,692
34	2,728	2,345	2,032	1,691
35	2,724	2,342	2,030	1,690
36	2,719	2,339	2,028	1,688
37	2,715	2,336	2,026	1,687
38	2,712	2,334	2,024	1,686
39	2,708	2,331	2,023	1,685
40	2,704	2,329	2,021	1,684
41	2,701	2,327	2,020	1,683
42	2,698	2,325	2,018	1,682
43	2,695	2,323	2,017	1,681
44	2,692	2,321	2,015	1,680
45	2,690	2,319	2,014	1,679
46	2,687	2,317	2,013	1,679
47	2,685	2,315	2,012	1,678
48	2,682	2,314	2,011	1,677
49	2,680	2,312	2,010	1,677
50	2,678	2,311	2,009	1,676

DF	Tingkat Keyakinan			
	99%	97,5%	95%	90%
51	2,676	2,310	2,008	1,675
52	2,674	2,308	2,007	1,675
53	2,672	2,307	2,006	1,674
54	2,670	2,306	2,005	1,674
55	2,668	2,304	2,004	1,673
56	2,667	2,303	2,003	1,673
57	2,665	2,302	2,002	1,672
58	2,663	2,301	2,002	1,672
59	2,662	2,300	2,001	1,671
60	2,660	2,299	2,000	1,671
61	2,659	2,298	2,000	1,670
62	2,657	2,297	1,999	1,670
63	2,656	2,296	1,998	1,669
64	2,655	2,295	1,998	1,669
65	2,654	2,295	1,997	1,669
66	2,652	2,294	1,997	1,668
67	2,651	2,293	1,996	1,668
68	2,650	2,292	1,995	1,668
69	2,649	2,291	1,995	1,667
70	2,648	2,291	1,994	1,667
71	2,647	2,290	1,994	1,667
72	2,646	2,289	1,993	1,666
73	2,645	2,289	1,993	1,666
74	2,644	2,288	1,993	1,666
75	2,643	2,287	1,992	1,665
76	2,642	2,287	1,992	1,665
77	2,641	2,286	1,991	1,665
78	2,640	2,285	1,991	1,665
79	2,639	2,285	1,990	1,664
80	2,639	2,284	1,990	1,664
81	2,638	2,284	1,990	1,664
82	2,637	2,283	1,989	1,664
83	2,636	2,283	1,989	1,663
84	2,636	2,282	1,989	1,663
85	2,635	2,282	1,988	1,663
86	2,634	2,281	1,988	1,663
87	2,634	2,281	1,988	1,663
88	2,633	2,280	1,987	1,662
89	2,632	2,280	1,987	1,662
90	2,632	2,280	1,987	1,662
91	2,631	2,279	1,986	1,662
92	2,630	2,279	1,986	1,662
93	2,630	2,278	1,986	1,661
94	2,629	2,278	1,986	1,661
95	2,629	2,277	1,985	1,661
96	2,628	2,277	1,985	1,661
97	2,627	2,277	1,985	1,661
98	2,627	2,276	1,984	1,661
99	2,626	2,276	1,984	1,660
100	2,626	2,276	1,984	1,660

Nilai-Nilai r Product Moment Pada Keyakinan 95%

n	Nilai r	n	Nilai r	n	Nilai r
3	0,997	27	0,381	55	0,266
4	0,950	28	0,374	60	0,254
5	0,878	29	0,367	65	0,244
6	0,811	30	0,361	70	0,235
7	0,754	31	0,355	75	0,227
8	0,707	32	0,349	80	0,220
9	0,666	33	0,344	86	0,213
10	0,632	34	0,339	90-94	0,207
11	0,602	35	0,334	95	0,202
12	0,576	36	0,329	100	0,194
13	0,553	37	0,325	125	0,176
14	0,532	38	0,320	150	0,159
15	0,514	39	0,316	175	0,148
16	0,497	40	0,312	200	0,138
17	0,482	41	0,308	300	0,113
18	0,468	42	0,304	400	0,098
19	0,456	43	0,301	500	0,088
20	0,444	44	0,297	600	0,080
21	0,433	45	0,294	700	0,074
22	0,423	46	0,291	800	0,070
23	0,413	47	0,288	900	0,065
24	0,404	48	0,284	1000	0,062
25	0,396	49	0,281		
26	0,388	50	0,279		

Note: n = Jumlah Sampel