

**FAKTOR-FAKTOR PENDORONG MINAT WIRAUSAHA STARTUP**

Indarto¹⁾; Chatarina Yekti P.,²⁾
indarto@usm.ac.id¹⁾; yekti@unika.ac.id²⁾

Magister Manajemen, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia¹⁾
Jurusan Manajemen, Unika Soegijapranata, Semarang, Indonesia²⁾

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima : 28-11-2021

Disetujui : 29-12-2021

Dipublikasikan: 30-12-2021

Keywords:

*entrepreneurial interest;
Startup entrepreneur;
minat berwirausaha;
eksternal factor; internal
factor*

Abstrak

Jumlah usaha startup di Indonesia meningkat pesat mulai tahun 2013 sampai saat ini. Beberapa berhasil, tetapi lebih banyak yang gagal di tengah jalan. Potensi kegagalan usaha startup ternyata cukup tinggi. Tingginya potensi kegagalan tersebut tidak membuat minat untuk berwirausaha startup menurun, namun justru sebaliknya. Penelitian ini mengkaji faktor apa saja yang mendorong minat wirausahawan dalam bisnis startup. Minat berwirausaha dipengaruhi banyak faktor baik faktor internal dan faktor eksternal, antara lain; ekspektasi pendapatan, lingkungan keluarga, pendidikan dan lain-lain. Populasi penelitian ini adalah wirausahawan startup di Kota Semarang. Sampel penelitian sesuai dengan kelayakan statistik yaitu sebanyak 30 wirausahawan startup dengan metode Snowball. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor. Hasil Analisis menunjukkan bahwa berbagai faktor yang mendorong minat wirausaha startup mengelompok pada 5 faktor yaitu: Faktor tersedianya fasilitas dan kesempatan, faktor peluang, faktor aktualisasi diri, faktor kemampuan diri dan faktor pengakuan dari masyarakat.

FACTORS OF INTEREST IN STARTUP ENTREPRENEURSHIP**Abstract**

The number of startup businesses in Indonesia has increased rapidly from 2013 to the present. Some succeed, but more fail in the middle of the road. The high potential for failure does not make interest in startup entrepreneurship decrease, but quite the opposite. This study examines what factors drive the interest of entrepreneurs in the startup business. The interest in entrepreneurship is influenced by many factors, both internal and external factors, including; income expectations, family environment, education and others. The study population was startup entrepreneurs in the city of Semarang. The research sample is in accordance with the statistical feasibility of 30 startup entrepreneurs with the Snowball method. The data analysis technique used is factor analysis. The results of the analysis showed that various factors that boosted entrepreneurial interest in startups were grouped on 5 factors, namely: the availability of facilities and opportunities, opportunity factors, self-actualization factors, self-ability factors and community recognition factors.

✉Alamat korespondensi :

Jl. Soekarno-Hatta Semarang

E-mail: indarto@usm.ac.id

ISSN

1979-4800 (cetak)

2580-8451 (online)

PENDAHULUAN

Beberapa tahun ini perkembangan bisnis startup di Indonesia sangat pesat. Menurut data dari OJK pada tahun 2021 ini terdapat 2100 startup lokal yang ada di Indonesia. Startup merujuk pada perusahaan yang belum lama beroperasi. Perusahaan-perusahaan ini sebagian besar merupakan perusahaan yang baru didirikan dan berada dalam fase pengembangan dan penelitian untuk menemukan pasar yang tepat. Perusahaan *startup* mulai berkembang akhir tahun 90an hingga tahun 2000. Perusahaan Startup dipersepsikan dengan segala yang berhubungan dengan teknologi, web dan internet. Kehadiran startup sendiri bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan jalan memberi kemudahan, layanan yang memanjakan hingga terobosan baru yang tidak pernah ditemui oleh konsumen dalam bisnis offline atau bisnis yang barang/jasanya langsung tampak di depan mata.

Perusahaan yang dapat di golongan sebuah startup adalah perusahaan yang memiliki karakteristik: usia perusahaan kurang dari 3 tahun; jumlah pegawai kurang dari 20 orang; pendapatan kurang dari 1 milyar rupiah /tahun dan masih dalam tahap berkembang dan umumnya beroperasi memanfaatkan teknologi. Steve Blank (2010), mendefinisikan *startup* bisnis sebagai organisasi yang dibentuk untuk mencari model bisnis yang *repeatable* dan *scalable*. *Startup* bukan hanya sekedar perusahaan baru yang memanfaatkan teknologi namun juga mengenai jasa dan gerakan ekonomi rakyat yang bisa mandiri tanpa bantuan perusahaan-perusahaan yang lebih besar. *Startup* adalah sebuah usaha kewiraswastaan yang biasanya merupakan bisnis baru yang tumbuh dengan cepat dan berkembang pesat yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan mengembangkan model bisnis yang layak seputar produk, layanan, proses, ataupun platform yang inovatif. Inti dari *startup* sendiri umumnya terkait dengan konsep ambisi, inovasi, skalabilitas, dan pertumbuhan. Biasanya, *startup* menawarkan produk/jasa yang saat ini belum ditawarkan atau belum terlalu dikenal di pasaran. Di awal pembentukan sebuah *startup*, biasanya biaya pengeluaran lebih besar daripada pemasukan. Satu hal yang dapat disebut sebagai atribut paling penting dalam sebuah *startup* adalah kemampuannya untuk bertumbuh.

Menurut Graham (2017), *startup* adalah sebuah perusahaan yang didesain untuk bisa diukur dengan cepat. Fokus dengan pertumbuhan, sebuah *startup* diharapkan dapat bertumbuh tanpa mempedulikan lokasi geografis. Ini jugalah yang membedakan *startup* dengan usaha kecil. Ada beberapa perbedaan antara usaha kecil dengan usaha *startup*. Pertama; pendanaan bisnis. *Startup* biasanya merupakan sebuah perusahaan yang didukung dengan dana dari investor. Sementara itu, UKM mendapatkan dana bergantung pada pinjaman dari bank, teman, dan keluarga. Kedua, pertumbuhan bisnis. *Startup* didesain untuk mengalami pertumbuhan yang cepat. Tidak seperti UKM yang biasanya tidak berpartisipasi dalam putaran tambahan dana atau investasi, *startup* harus mendapatkan investor dan pendanaan untuk setiap tahap pertumbuhan yang ingin mereka capai. Kebanyakan *startup* mulai melayani hanya sebagian kecil dari pasaran baru kemudian mengembangkan bisnisnya. Sementara UKM dibangun dengan prinsip untuk menghasilkan pendapatan (*revenue*) sebesar mungkin dari awal sambil mempertahankan pengeluaran serendah mungkin. Tidak seperti *startup* yang sering mengeluarkan produk atau layanan bertahap sepanjang perjalanan, UKM mulai menawarkan seluruh menu layanan atau produk mereka dari awal. Model bisnis tradisional mendorong bisnis kecil, sementara model yang berfokus pada pertumbuhan mendorong *startup*. Ketiga risiko bisnis. *Startup* biasanya dimulai dengan keinginan pendirinya untuk menemukan layanan, produk, atau platform yang dapat menarik audience dan menghasilkan keuntungan. Membangun produk atau layanan dari nol membutuhkan waktu, investasi yang besar, dan banyaknya fokus dan konsentrasi. Terkadang, bahkan setelah semua masukan itu, semuanya tidak berjalan dengan lancar. Itulah mengapa *startup* jauh lebih berisiko daripada UKM dalam jangka panjang. UKM juga memiliki risiko tetapi yang

membuat bisnis mereka memiliki risiko yang lebih kecil dari *startup* adalah pendiri UKM biasanya memiliki model bisnis yang sudah terbukti bekerja. Selain itu, karena usaha kecil tidak fokus pada pertumbuhan, mereka tidak memiliki risiko pertumbuhan yang terlalu cepat.

Perkembangan *Startup* di Indonesia bisa dikatakan cukup pesat dan menggembirakan. Setiap tahun bermunculan *startup-startup* baru . Potensi pengguna internet Indonesia yang semakin naik dari tahun ke tahun menjadi peluang untuk mendirikan sebuah *startup* yang memanfaatkan teknologi informasi. Berdasarkan laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini telah mencapai 202,6 juta orang. Selain itu daya beli masyarakat yang meningkat seiring dengan naiknya pendapatan perkapita masyarakat negeri ini ikut mempengaruhi perkembangan industri digital.

Jumlah usaha *startup* di Indonesia memang meningkat pesat tetapi banyak juga yang gagal di tengah jalan. Potensi kegagalan usaha *startup* ternyata cukup tinggi . Profesor Thomas R. Eisenmann dari Havard Business School melakukan penelitian terhadap 101 *startup*, dan menemukan bahwa bahwa bisnis rintisan atau *startup* kebanyakan berujung pada kegagalan. Salah satu penyebab utamanya adalah banyak pelaku bisnis membuat produk yang salah. Mereka gagal menyadari bahwa produk yang dikembangkan tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal ini membuat para pelaku bisnis menghabiskan banyak waktu dan sumber daya untuk sebuah produk yang tak diinginkan, hingga pada akhirnya terpaksa gulung tikar. Di samping itu, ada beberapa penyebab lain, di antaranya: tidak memiliki komposisi tim yang tepat, atau strategi harga yang tidak bisa bersaing. Secara lengkap faktor-faktor yang menyebabkan kegagalan *startup* ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1
Faktor Kegagalan *Startup*

Faktor Penyebab	Persentase (%)
Produk tidak dibutuhkan pasar	42
Kekurangan dana	29
Tim yang buruk	23
Kalah bersaing	19
Persaingan harga	18
Produk yang tidak bagus	17
Pemasaran yang buruk	14
Mengabaikan konsumen	13
Tidak fokus	13
Ketidak harmonisan antara tim dengan investor	13
Kurang bersemangat	9
Lain-lain	8

Sumber: Techin Asia Edu, 2020

Tingginya potensi kegagalan pada *stsrtp* tersebut ternyata tidak membuat minat untuk berwirausaha *startup* menurun, namun justru sebaliknya. Animo untuk membangun *startup* semakin bertumbuh di berbagai kota, termasuk di Kota Semarang. Saat ini di Kota Semarang terdapat sekitar 300 pelaku bisnis *startup*. Meskipun demikian, *startup* Kota Semarang masih tertinggal dibandingkan dengan kota besar lain seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Surabaya. Pemerintah Kota Semarang sendiri terus mendorong program digitalisasi dengan menghadirkan akses WiFi gratis di berbagai area publik. Pengguna internet di kota Semarang ini

pun bertambah setiap tahunnya. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pada akhir tahun 2015, pengguna internet di Semarang mencapai 35 persen, dengan jumlah populasi 1,5 juta penduduk. Pertumbuhan tersebut menjadikan Semarang sebagai salah satu kiblat Smart City di Indonesia. Selain fasilitas dan dukungan, masyarakat Kota Semarang harus dimotivasi dengan berbagai program-program yang mendorong mereka lebih kreatif. Sebanyak 31 persen pelaku bisnis *startup* di Jawa Tengah berasal dari Kota Semarang. Beberapa bisnis *startup* yang cukup berhasil di Kota Semarang diantaranya adalah ; Madhang.id, lindungi hutan.com, Tumbas.in dan Sampah Muda. Beberapa bisnis *startup* tersebut berkonsep sociopreneur yang artinya bisnis *startup* yang dikembangkan tidak bertujuan bisnis semata tetapi juga bertujuan untuk memberdayakan masyarakat.

Fenomena *startup* menarik untuk diteliti khususnya berkaitan dengan factor-faktor yang mendorong berwirausaha *startup*. Factor-faktor pendorong perlu dicari dan dikembangkan agar *startup* di Indonesia semakin tumbuh dan kuat untuk mengoptimalkan potensi dan peluang yang ada. Penelitian ini berfokus pada pelaku wirausaha *startup* yang usahanya berbasis teknologi atau sangat memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usahanya.

TELAAH PUSTAKA

Fenomena pertumbuhan bisnis *startup* yang sangat pesat menunjukkan adanya minat wirausaha yang tinggi untuk berwirausaha *startup*. Kabir et al. (2017) menjelaskan bahwa niat adalah factor kuat terhadap kesediaan dari seorang individu untuk menjadi seorang wirausahawan. Berdasarkan Joseph (2017) dan Noor, Hong, Zakaria, Nik Mud, dan Yunoh (2019), niat berwirausaha didefinisikan sebagai pola pikir dari individu untuk mencapai target bisnis tertentu berdasarkan pengalaman, tindakan, dan perhatian masa lalu. Nathani dan Dwivedi (2019) dan Ismail, Ibrahim, Yaacob, Ibrahim, Zakaria, Razak, Yusoff, Guan, and Kamaruddin (2018) memberikan penjelasan bahwa minat berwirausaha sebagai orientasi mental bagi individu meliputi harapan dan keinginan yang mempengaruhi pilihan untuk berwirausaha. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta ketersediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan. Minat berwirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subyek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir namun berkembang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dapat disimpulkan pengertian minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan dan ketersediaan dari dalam diri sendiri untuk menciptakan sebuah usaha yang kemudian dikelola, diatur oleh diri sendiri serta berani menanggung risiko dalam pengembangan usaha.

Menurut Alma, 2007 (dalam Putra, 2012) menyatakan terdapat 3 faktor kritis yang berperan dalam minat berwirausaha tersebut yaitu : 1) personal yaitu menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang seperti ; ingin mempunyai kebebasan dengan berbisnis sendiri, menyatakan ingin memperoleh uang , membuka bisnis adalah untuk hobi, kesenangan, tantangan dan kepuasan diri. 2) Sociological, yaitu menyangkut masalah hubungan dengan keluarga dan hubungan social, seperti misalnya masalah tanggung jawab terhadap keluarga. Selain itu terhadap pekerjaan orang tua seringkali terlihat bahwa ada pengaruh dari orang tua yang bekerja sendiri, dan memiliki usaha sendiri cenderung anaknya jadi pengusaha pula. Lingkungan dalam bentuk “*role model*” juga berpengaruh terhadap minat berwirausaha. *Role model* ini biasanya melihat kepada orang tua, saudara, dan keluarga lainnya. Dorongan teman cukup berpengaruh terhadap semangat

berwirausaha, karena teman dapat berdiskusi dengan bebas dibandingkan dengan orang lain yang tidak dikenal, sehingga teman dapat memberi bantuan dan dorongan tanpa perlu takut terhadap kritikan. 3) Environmental, yaitu menyangkut hubungan dengan lingkungan seperti: , peluang, aktivitas sekitar , pesaing, sumber daya, dan kebijakan pemerintah.

Keputusan berwirausahaan berkaitan dengan beberapa faktor yaitu ; 1) faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi dan pembelajaran, 2) Faktor Eksternal seperti keluarga, teman atau tetangga . Zimmerer (2002) menyatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peranan universitas melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak universitas bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan wirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Suhartini, 2011 menyatakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah sebagai berikut : 1) Faktor Intrinsik, adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh rangsangan dari individu itu sendiri seperti pendapatan, harga diri, perasaan senang (Hartono, 2005), pendidikan (Sutanto, 2002). Faktor Ekstrinsik, adalah faktor-faktor yang mempengaruhi individu karena pengaruh rangsangan dari luar, yaitu lingkungan Keluarga, lingkungan Masyarakat dan Peluang. Penelitian Bush (2010) menyimpulkan bahwa Minat berwirausaha *startup* dipengaruhi oleh *pull motive* dan *push motive*. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha *startup* adalah kebosanan dalam pekerjaan, keinginan otonomi dalam bekerja, ketidakpuasan terhadap penghasilan. Penelitian Perdani (2018) menyatakan bahwa Pertumbuhan *startup* sangat dipengaruhi oleh pengalaman kerja pengusaha. Penelitian lainnya Jaya (2017) menemukan bahwa Faktor yang menentukan keberhasilan usaha *startup* adalah waktu yang tepat, ide dan pendanaan yang cukup. Penelitian James (2015) juga menunjukkan bahwa variabel kepribadian, lingkungan, demografis, ketersediaan informasi, kepemilikan jaringan sosial, dan akses kepada modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat berwirausaha..Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah faktor pendapatan, perasaan senang, harga diri, pengembangan diri, inovatif dan kreatifitas, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, pendidikan, coba-coba, kemajuan teknologi mendorong terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa yang telah memiliki usaha.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah faktor pendapatan, perasaan senang, harga diri, pengembangan diri, inovatif dan kreatifitas, lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang, pendidikan, coba-coba, kemajuan teknologi mendorong terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa yang telah memiliki usaha.

METODE

Data yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi primer. Data primer digali dari tanggapan wirausahawan *startup* terhadap minat berwirausaha. Karakteristik data yang digunakan adalah data ordinal dengan skala likert (1 sampai 5).

Metode pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability* dengan metode *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah wirausahawan *startup* di Kota Semarang. Dikarenakan jumlah populasi sulit diidentifikasi, maka digunakan *non probability sampling*. Penggunaan *non probability* dengan *purposive sampling* merupakan metode *sampling* yang didasarkan pada kriteria tertentu dalam penelitian. Kriteria yang digunakan adalah responden yang sudah menjalankan usaha *startup* paling tidak 6 bulan yang berada di Kota Semarang. Jumlah populasi yang pasti tidak diketahui karena memang belum ada data usaha start up yang bisa diakses oleh peneliti. Dikarenakan peneliti tidak mengetahui secara pasti jumlah populasi secara pasti yaitu wirausahawan *startup* di Kota Semarang, Maka jumlah sampel dalam penelitian disamakan dengan kelayakan statistik yaitu sebanyak 30 responden. Responden dalam penelitian

ini adalah wirausahawan *startup* yang ada di Kota Semarang yang tergabung dalam komunitas-komunitas pengusaha *startup* ,diantaranya adalah wirausahawan *startup* yang tergabung dalam Komunitas *Startup* Rumah Sasongko yang ada di kawasan Gombel.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form* kepada wirausahawan *startup*. Kepada wirausahawan *startup* tersebut tersebut diminta untuk memberikan kuesioner tersebut kepada teman yang memiliki usaha *startup* juga. Kuesioner yang disebarakan melalui *googleform* mengandung pertanyaan yang berhubungan dengan indikator-indikator penelitian dengan menyediakan alternatif jawaban. Angket data yang diperoleh menggunakan skala *Likert* berupa nilai skor berskala 1 sampai dengan 5.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis faktor. Analisis Faktor merupakan teknik untuk mengombinasikan pertanyaan atau variabel yang dapat menciptakan faktor baru serta mengombinasikan sasaran untuk menciptakan kelompok baru secara berturut-turut.

Menurut Ariastuti & Antara (2006) prosedur melakukan Analisis Faktor : 1) Perumusan Masalah, yaitu mengidentifikasi sasaran / tujuan analisis faktor dan pengukuran variabel-variabel atas dasar skala likert , 2) Penyusunan Matrik Korelasi, dimana dalam tahap ini dilakukan pengujian : *Bartlett's test of sphericity* digunakan untuk menguji variabel-variabel dalam sampel berhubungan ; *Uji Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) yang digunakan untuk pengukuran kelayakan sampel, *Uji Measure of Sampling Adequacy* (MSA) yang digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria $MSA > 0,5$; 3) Menentukan Ketepatan Model, dimana pada tahap ini bertujuan untuk mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik fenomena yang ada; 4) menentukan jumlah factor; 5) rotasi factor dan 6) interpretasi factor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survey diperoleh gambaran umum wirausahawan *startup* sebagai berikut; Berdasarkan dari hasil pengumpulan data kuesioner melalui *googleform* maka peneliti mendapat data primer yang mencakup: identitas wirausahawan *startup*, jenis usaha, legalitas usaha, lama usaha, omzet, jangkauan pemasaran dan persepsi .

Tabel 2. Gambaran Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	%
Di bawah 20 tahun	4	13,33
20 – 30 tahun	20	66,66
Di atas 30 tahun	6	20,00
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Sebagian besar wirausahawan *startup* adalah mahasiswa. Wirausahawan yang masih berstatus mahasiswa tersebut berminat untuk mengembangkan usaha *startup* dengan pertimbangan bahwa mereka harus memulai bisnis sedini mungkin.

Tabel 3. Gambaran Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	%
Mahasiswa	24	80
Pegawai	2	7
Pelajar	4	13
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Paling banyak (26,6 persen) wirausahawan *startup* memilih bidang fashion. Berdasarkan informasi dari responden, jenis usaha pakaian (*fashion*) tidak memiliki resiko yang terlalu besar karena menggunakan sistem PO (PreOrder) dan memang menjadi passion mereka. Fenomena yang menarik beberapa bisnis *startup* adalah berkonsep sociopreneur yang berarti anak muda juga punya kepedulian terhadap sesama.

Tabel 4. Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Usaha Startup

Jenis Usaha	Jumlah	%
Fashion	8	26,6
sociopreneur	7	23,3
Kecantikan	5	16,7
Makanan & Minuman	4	13,3
Jasa	3	10,0
Craft	2	6,7
Barang Online game	1	3,3
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Berdasarkan lama usaha, 70 % wirausahawan *startup* telah menjalankan usaha *startup*-nya lebih dari 1 tahun. Berdasarkan omzet 40 persen berada pada kategori omzet lebih dari Rp 5.000.000. Fenomena ini menunjukkan bahwa wirausahawan *startup* bisa mengandalkan usahanya untuk memperoleh pendapatan.

Tabel 5. Gambaran Responden Berdasarkan Omzet

Omzet (Rp)	Jumlah	%
500.000 – 1.000.000	6	34
1.000.000	10	20
>5.000.000	14	23
Jumlah	30	100

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Analisis faktor

Berdasarkan data yang ada, maka akan dilakukan analisis faktor eksploratori dengan data total data sikap 27. Dengan analisis data yang dilakukan maka akan disimpulkan sesuai hasil analisis. Langkah-langkah berikut ini merupakan output analisis faktor dengan menggunakan program SPSS untuk variable yang diuji, yaitu:

Tabel 6. Hasil KMO dan Bartlett's Test
KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.680
Approx. Chi-Square		653.836
Bartlett's Test of Sphericity	Df	300
	Sig.	.000

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Dari table di atas diketahui Nilai KMO diperoleh 0,680 (lebih besar dari 0,5) , yang menunjukkan bahwa jumlah sampelnya (responden) sudah cukup. Angka Sig. (signifikansi) yang sebesar 0,000 atau dapat dibaca 0,0001. Berdasarkan hasil analisis ini memudahkan untuk mengetahui apakah ada hubungan korelasi antar variabel (karena analisis faktor eksploratori adalah pengelompokan berdasarkan adanya hubungan antar variabel). Jika tidak ada hubungan antar variabel maka analisis faktor eksploratori tidak bisa dilaksanakan. Hipotesisnya adalah: H₀ : Tidak ada hubungan antara sesama variabel yang diuji H₁ : Ada hubungan antara sesama variabel yang diuji Berdasarkan data yang telah diolah angka Sig.-nya sebesar 0.000 yaitu dibawah 0.05 sehingga tolak H₀. Kesimpulannya adalah “ada hubungan antara sesama variabel yang diuji”. Hal ini berarti analisis faktor eksploratori bisa dilakukan.

Analisis faktor menghendaki bahwa matriks data harus memiliki korelasi agar dapat dilakukan analisis faktor. Nilai korelasi tersebut ditunjukkan pada anti-image correlation matrix. Nilai MSA pada diagonal anti-image correlation diharapkan bernilai di atas 0,5. Tabel 7 menunjukkan secara detail angka *Measure Sampling Adequacy* (MSA) untuk setiap variable . Nilai MSA yang lebih dari 0,5 menunjukkan bahwa indikator memiliki korelasi yang diharapkan, sehingga memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Jika nilai MSA kurang dari 0,5 berarti indikator tidak memiliki korelasi yang diharapkan sehingga variabel tidak memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

Pada tabel 7 ditunjukkan bahwa 25 indikator dari 12 variabel minat berwirausaha pada wirausahawan *startup* terdapat 3 indikator yang tidak memenuhi syarat yaitu Laba yang didapat tiap bulan (X1_1), Menjaga gengsi (X3_1), Latar belakang keluarga (X7_2). Maka dari ketiga indikator tersebut dikeluarkan dari faktor karena memiliki angka MSA < 0,5

Jika dilihat lebih detail dari tabel Anti Image Matriks, angka MSA untuk setiap variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 7. Rekapitulasi Angka MSA

Variabel	Item	Angka MSA		Keterangan
Pendapatan (X1)	X1_1	0,297	0,5	Tidak memenuhi syarat
	X1_2	0,707	0,5	Memenuhi syarat
Perasaan Senang (X2)	X2_1	0,632	0,5	Memenuhi syarat
	X2_2	0,669	0,5	Memenuhi syarat
Harga Diri (X3)	X3_1	0,462	0,5	Tidak memenuhi syarat
	X3_2	0,838	0,5	Memenuhi syarat
Pengembangan Diri (X4)	X4_1	0,716	0,5	Memenuhi syarat
	X4_2	0,836	0,5	Memenuhi syarat
Inovatif dan Kreatifitas (X5)	X5_1	0,818	0,5	Memenuhi syarat
	X5_2	0,501	0,5	Memenuhi syarat
Kemampuan (X6)	X6_1	0,833	0,5	Memenuhi syarat
	X6_2	0,813	0,5	Memenuhi syarat
Lingkungan Keluarga (X7)	X7_1	0,608	0,5	Memenuhi syarat
	X7_2	0,418	0,5	Tidak memenuhi syarat
Lingkungan Masyarakat (X8)	X8_1	0,745	0,5	Memenuhi syarat
	X8_2	0,531	0,5	Memenuhi syarat
Peluang (X9)	X9_1	0,806	0,5	Memenuhi syarat
	X9_2	0,726	0,5	Memenuhi syarat
	X9_3	0,729	0,5	Memenuhi syarat
Pendidikan (X10)	X10_1	0,577	0,5	Memenuhi syarat
	X10_2	0,753	0,5	Memenuhi syarat
Coba-Coba (X11)	X11_1	0,748	0,5	Memenuhi syarat
	X11_2	0,693	0,5	Memenuhi syarat
Kemajuan Teknologi (X12)	X12_1	0,608	0,5	Memenuhi syarat
	X12_2	0,629	0,5	Memenuhi syarat

Sumber: Data primer diolah, 2020

Penyusunan Ulang Matrik Korelasi

Tahap selanjutnya adalah penyusunan ulang matrik korelasi yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil KMO dan Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.768
Approx. Chi-Square		566.772
Bartlett's Test of Sphericity	Df	231
	Sig.	.000

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa angka KMO dan Barlett's Test adalah 0,768 , maka dapat diketahui bahwa variabel dan sample yang ada dapat dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan tabel Anti Image Matriks, angka MSA untuk setiap variabel sebagai berikut :

Tabel 9. Rekapitulasi Angka MSA

Variabel	Item	Angka MSA		Keterangan
Pendapatan (X1)	X1_2	0,778	0,5	Memenuhi syarat
	X2_1	0,714	0,5	Memenuhi syarat
Perasaan Senang (X2)	X2_2	0,680	0,5	Memenuhi syarat
Harga Diri (X3)	X3_2	0,805	0,5	Memenuhi syarat
	X4_1	0,799	0,5	Memenuhi syarat
Pengembangan Diri (X4)	X4_2	0,812	0,5	Memenuhi syarat
Inovatif dan Kreatifitas (X5)	X5_1	0,839	0,5	Memenuhi syarat
	X5_2	0,796	0,5	Memenuhi syarat
Kemampuan (X6)	X6_1	0,860	0,5	Memenuhi syarat
	X6_2	0,837	0,5	Memenuhi syarat
Lingkungan Keluarga (X7)	X7_1	0,679	0,5	Memenuhi syarat
Lingkungan Masyarakat (X8)	X8_1	0,759	0,5	Memenuhi syarat
	X8_2	0,778	0,5	Memenuhi syarat
Peluang (X9)	X9_1	0,803	0,5	Memenuhi syarat
	X9_2	0,687	0,5	Memenuhi syarat
	X9_3	0,800	0,5	Memenuhi syarat
Pendidikan (X10)	X10_1	0,628	0,5	Memenuhi syarat
	X10_2	0,731	0,5	Memenuhi syarat
Coba-Coba (X11)	X11_1	0,746	0,5	Memenuhi syarat
	X11_2	0,789	0,5	Memenuhi syarat
Kemajuan Teknologi (X12)	X12_1	0,726	0,5	Memenuhi syarat
	X12_2	0,747	0,5	Memenuhi syarat

Sumber: Data primer diolah, 2020

Syarat : MSA > 0,5 = Variabel memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut
MSA ,< 0,5 = Variabel tidak memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa 22 indikator dari 12 variabel minat berwirausaha pada mahasiswa memiliki angka MSA > 0,5 yang berarti bahwa semua indikator tersebut memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut. Adapun 22 indikator tersebut adalah: 1) indikator Mandiri secara ekonomi , 2) Kebanggaan Diri, 3) Keinginan Pribadi, 4) Menghindari Ketergantungan terhadap orang lain, 5 Mengembangkan Diri, 6) Mengelola waktu, 7) Memiliki ide / inisiatif, 8) Tidak pernah puas, 9) Memiliki kemampuan, 10) Ingin mengembangkan kemampuan yang dimiliki, 11) Dorongan keluarga, 12) Dorongan pihak luar , 13) Pengakuan dari masyarakat, 14) Adanya kesempatan, 15) Tersedianya modal, 16) Tersedianya peralatan yang menunjang usaha , 17) Menggunakan pengalaman yang sudah, 18) Mempunyai latarbelakang pendidikan , 19) Nekat , 20) Mencari kegiatan, 21) Adanya informasi , 22) Adanya perubahan pola pikir masyarakat dalam hal kemudahan

Menentukan Ketetapan Model

Untuk mengetahui apakah model mampu menjelaskan dengan baik fenomena yang ada maka metode yang digunakan adalah *Principal Component Analysis*. Berdasarkan dari nilai-nilai pada tabel Communalities diatas dapat disimpulkan bahwa 22 indikator dari 12 variabel yang ada dapat

dijelaskan di dalam faktor yang terbentuk dan semakin besar nilai Communalities maka semakin erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk.

Tabel 10. Communalities

	Initial	Extraction
X1_2	1.000	.791
X2_1	1.000	.769
X2_2	1.000	.787
X3_2	1.000	.784
X4_1	1.000	.887
X4_2	1.000	.764
X5_1	1.000	.696
X5_2	1.000	.799
X6_1	1.000	.884
X6_2	1.000	.886
X7_1	1.000	.755
X8_1	1.000	.793
X8_2	1.000	.764
X9_1	1.000	.742
X9_2	1.000	.753
X9_3	1.000	.804
X10_1	1.000	.745
X10_2	1.000	.755
X11_1	1.000	.859
X11_2	1.000	.838
X12_1	1.000	.876
X12_2	1.000	.833

Sumber : Data Primer yang diolah,2020

Menentukan Jumlah Faktor

Untuk menentukan jumlah faktor yang terbentuk dapat dilihat dari tabel Total Variance Explained dimana penentuan jumlah faktor didasarkan pada besarnya *eigenvalue*. Faktor-faktor inti yang dipilih adalah faktor yang memiliki *Eigenvalue* > 1. Berdasarkan hasil tahap sebelumnya diketahui bahwa dari 22 *component* terdapat 5 *component* yang memiliki *eigenvalue* > 1 yang artinya dari 22 indikator hanya 5 faktor yang terbentuk.

Rotasi Faktor

Rotasi faktor dilakukan untuk mempermudah interpretasi dalam menentukan variabel-variabel mana saja yang tercantum dalam suatu faktor. Dalam penelitian ini digunakan rotasi *varimax* yaitu suatu metode *orthogonal* rotasi faktor yang meminimalkan jumlah variabel dengan *factor loading* yang tinggi pada satu faktor. Tabel Rotated Component Matrix diatas merupakan tabel yang

memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Berikut adalah distribusi variabel yang akan masuk ke dalam 5 faktor yang sudah terbentuk, yaitu :

Tabel 11. Faktor yang terbentuk

Faktor yang Terbentuk	Variabel
Faktor 1	Dorongan Keluarga (X7_1)
	Adanya Kesempatan (X9_1)
	Tersedianya Modal (X9_2)
	Tersedianya Peralatan Yang Menunjang Usaha (X9_3)
	Nekat (X11_1)
	Mencari Kegiatan (X11_2)
Faktor 2	Kebanggaan Diri (X2_1)
	Memiliki Ide / Inisiatif (X5_1)
	Dorongan Pihak Luar (X8_1)
	Adanya Informasi (X12_1)
	Adanya Perubahan Pola Pikir Masyarakat Dalam Hal Kemudahan (X12_2)
	Mandiri Secara Ekonomi (X1_2)
Faktor 3	Keinginan Pribadi (X2_2)
	Menghindari Ketergantungan Terhadap Orang Lain (X3_2)
	Mengembangkan Diri (X4_1)
	Memiliki Kemampuan (X6_1)
	Mengelola Waktu (X4_2)
	Ingin Mengembangkan Kemampuan Yang Dimiliki (X6_2)
Faktor 4	Tidak Pernah Puas (X5_2)
	Menggunakan Pengalaman Yang Sudah Didapat (X10_1)
Faktor 5	Mempunyai Latar Belakang Pendidikan (X10_2)
	Pengakuan Dari Masyarakat (X8_2)

Sumber: Data primer diolah, 2020

Interprestasi Faktor

Interprestasi faktor dilakukan agar dapat mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut. Dimana pemberian nama pada tiap faktor di dasarkan pada makna umum variabel yang tercangkup di dalamnya. Untuk Faktor 1 terdiri atas dorongan keluarga, adanya kesempatan, tersedianya modal, tersedianya peralatan yang menunjang usaha, nekat dan mencari kegiatan , sehingga bisa dinamakan FAKTOR TERSEDIANYA FASILITAS DAN KESEMPATAN. Untuk Faktor 2 meliputi Kebanggaan diri, dorongan pihak luar, adanya informasi, adanya perubahan pola pikir masyarakat dan kemudahan, sehingga bisa dinamakan FAKTOR PELUANG Untuk Faktor 3 meliputi mandiri secara ekonomi, keinginan pribadi, menghindari ketergantungan terhadap

orang lain, mengembangkan diri, memiliki kemampuan, mengelola waktu, ingin mengembangkan kemampuan yang dimiliki, sehingga dinamakan FAKTOR AKTUALISASI DIRI. Untuk Faktor 4 meliputi tidak pernah puas, menggunakan pengalaman yang sudah didapat, mempunyai latar belakang pendidikan, sehingga dinamakan FAKTOR KEMAMPUAN DIRI. Untuk Faktor 5 dinamakan FAKTOR PENGAKUAN DARI MASYARAKAT

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis factor telah ditemukan 5 faktor yang mendorong minat berwirausaha *startup*, yaitu 1) factor tersedianya fasilitas dan kesempatan, 2) factor peluang, 3) factor aktualisasi diri, 4) factor kemampuan diri dan 5) factor pengakuan dari masyarakat. Ke 5 faktor tersebut mencakup factor individu dan factor lingkungan. Wirausahawan *startup* adalah wirausahawan yang termasuk dalam kelompok wirausaha muda. Menurut Zimerer (2008) wirausaha muda adalah wirausaha yang banyak didominasi oleh generasi muda yang memilih kewirausahaan sebagai jalur karir mereka yaitu mereka yang berumur 20-an tahun. Wirausahawan *startup* adalah wirausahawan muda yang memiliki karakteristik; selalu berambisi untuk selalu mencari peluang (*opportunity obsession*), tahan terhadap risiko dengan cara mentransfer risiko ke pihak lain seperti banker, investor, konsumen, pemasok dan lain sebagainya (*tolerance for risk, ambiguity and uncertainty*), percaya diri, cenderung optimis dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk berhasil (*self confidence*) dan memiliki tingkat energi yang tinggi (*high level of energy*).

Temuan penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Alves., et al (2018) bahwa faktor pendorong minat kewirausahaan diantaranya adalah kematangan usia, pendidikan, pendapatan keluarga, budaya keluarga, ilmu Pengetahuan, teknologi dan teknik yang dimiliki, pengalaman berwirausaha bersama teman atau orang tua, sampai sosial budaya. Wirausahawan *startup* merupakan anak muda yang menguasai teknologi dan memiliki jejaring yang luas. Kemampuan mengadopsi Teknologi dan jejaring yang luas merupakan modal sangat cukup untuk merintis usaha. Faktor tersedianya fasilitas dan kesempatan juga tidak dapat dilepaskan dari pendapatan keluarga. Pendapatan keluarga wirausahawan mendukung wirausahawan *startup* dari sisi pendidikan, fasilitas, kesempatan dan modal. Menurut Jansen et., al (2015) factor tersedianya fasilitas dan kesempatan bisa diperoleh wirausahawan *startup* dari lingkungan keluarga maupun sekolah atau kampus dimana dia belajar. Lingkungan keluarga maupun lingkungan sekolah atau kampus memberi stimulus bekal intrinsik yang sudah dimiliki individu wirausahawan *startup*. Lingkungan keluarga dimana orang tua atau saudara berwirausaha akan menjadi panutan dan menumbuhkan minat wirausahawan. Lingkungan sekolah kampus dimana kurikulum, metode dan kegiatan pembelajarannya menumbuhkan semangat kewirausahaan sangat mendorong wirausahawan untuk mulai berwirausaha bahkan sejak masih sekolah atau kuliah. Tempat pendidikan memberikan bekal pengetahuan, teknologi, kemampuan teknik dan kemampuan manajerial untuk menjalankan *startup*. Sementara lingkungan memberikan peluang, pengakuan, budaya dan pengalaman. Lingkungan yang berupa jejaring dari wirausahawan akan mengasah dan mengembangkan bekal intrinsik yang dimiliki individu wirausahawan *startup* (Moares, et.,al, 2018). Kepekaan terhadap masalah sosial budaya disertai dengan kemampuan mengadopsi pengetahuan dan teknologi menumbuhkan minat untuk mengembangkan wirausaha *startup*.

PENUTUP

Penelitian ini berhasil menemukan 5 faktor yang mendorong minat berwirausaha *startup*, yaitu :1) faktor tersedianya fasilitas dan kesempatan, 2) faktor peluang, 3) faktor aktualisasi diri, 4) factor kemampuan diri dan 5) faktor pengakuan dari masyarakat. Minat berwirausaha akan

muncul dan bertumbuh karena tersedia fasilitas dan kesempatan yang kemudian dimanfaatkan sebaik-baiknya untuk menangkap peluang. Faktor kemampuan diri dan aktualisasi diri mendorong anak-anak muda berani mengambil risiko menjalankan usaha *startup*, yang diperkuat oleh faktor untuk mendapat pengakuan dari masyarakat bahwa mereka bisa sukses, bisa berkontribusi positif terhadap masyarakat melalui wirausaha *startup*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu bahwa obyek penelitian jumlah sampel wirausahawan *startup* yang hanya 30. Untuk penelitian mendatang jumlah sample perlu ditambah dan fokus pada wirausahawan *startup* yang usahanya berbasis teknologi atau digital. Akan menjadi sangat menarik jika obyek penelitian selanjutnya adalah wirausahawan *startup* yang berbasis teknologi dan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alves, A. C., and Schaeffer, P. R., 2019, Determinants of student entrepreneurship: An assessment on higher education institutions in Brazil, *Innovation & Management Review* 16(1)
- Ismail, Mohammad, Lu Man Hong, Muhammad Azim Abu Hassan Sha'ari, Wan Farha Wan Zulkifli, Roslizawati Che Aziz, 2020, Determinant Factors That Influence Entrepreneurial Intention Among Students In Malaysia., *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 22(1)
- Kabir, S. M., Haque, A., & Sarwar, A., 2017, Factors affecting the intention to become an entrepreneur: A study from Bangladeshi business graduate's perspective. *International Journal of Engineering and Information System*
- Dwivedi, Nathani and N, G., 2019. Influence of technology entrepreneurship on entrepreneurial intentions: A cross country analysis. Paper presented at Proceedings of 10th International Conference on Digital.
- Ismail, M., Ibrahim, A. F., Yaacob, M. R., Ibrahim, A. H., Zakaria, M. N., Razak, R. C., Yusoff, M.N.K., Guan, T.T., & Kamaruddin, A. N. 2018. Determine entrepreneurial characteristics using mobile android game freezer. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 12(1),
- Joseph, I. 2017 Factors influencing international student entrepreneurial intention in Malaysia. *American Journal of Industrial and Business Management*, 7, 424–428.
- Noor, Y. M., Hong, L. M., Zakaria, A. N. B. I., Nik Mud, N. N. B., & Yunoh, M. N. M. (2019). The factors influencing small medium enterprise (SMEs) success in Kelantan. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(3), 55–64
- Aimasari, N & Gina, A 2015, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita UMKM Di Kota Bandung Tahun 2015)", TELKOM UNIVERSITY.
- Blank, S. G. (2010). What's A Startup? First Principles. Retrieved September 28, 2016, from <http://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/> CB

- Ginting, M & Eko, Y 2015, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus Pada STMIK MIKROSKIL Medan)”, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 5, No. 1.
- Isa, Muzakar 2013. “Analisis Kompetensi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, Dan Kinerja Industri Mebel”, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.17, No.1.
- Jaya, Arya Mardi, 2017 Analisis Faktor Keberhasilan Startup digital di Yogyakarta, Prosiding SNATIF ke -4 , 2017.
- Putra, S. dan Kurnianto, 2012, “Menumbuh Kembangkan Minat Berwirausaha Bagi Para Mahasiswa di Lingkungan Perguruan Tinggi”, *Akademi Entrepreneurship Terang Bangsa Semarang*.
- Mahesa, D & Rahardja, E 2012. “Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha”, *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.1, No.1
- Putra, R 2012, “Faktor-Faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha (Studi Mahasiswa Manajemen FE Universitas Negeri Padang)”, *Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 1.
- Rahmadi, A & Heryanto, B 2016, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri”, *EkoNiKa*, Vol. 1, No.2.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Suharti, L & Sirine, H 2011, “Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (*Entrepreneurial Intention*) (Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga)”, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 2.
- Suhartini, Y 2011, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Berwiraswasta”, *AKMENIKA UPY*, Vol. 7.
- Silva, de.L.R, 2010 , *Business Start-Up and Growth motives of Entrepreneurs: A Case in Baradford, United Kingdom, working paper series, Manchester Business School*.
- Zimmerer, Thomas W & Norman M. Scarborough. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management (Kewirausahaan dan manajemen Usaha Kecil)* Ed 5. Jakarta: Salemba Empat.