



KEWIRAUSAHAAN BERBASIS *PROMISE AND PERIL* ERA INDUSTRI 4.0 TERHADAP PRILAKU ENTREPRENEUSHIP REMAJA KARANG TARUNA CAKRAWALA TANJUNG PRIOK

Taat Kuspriyono

Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
Corresponding Authors : taat.tat@bsi.ac.id

Abstract - *The progress of digitalization has had its own impact on humans, especially in the field of technology. Industry 4.0 has changed the shift from human power to machine power. This is also felt by youth youth groups who take advantage of Entrepreneurship Based on Promise and Peril in the Industrial Era 4.0 in doing business. To find out the relationship that occurs between Promise-Based Entrepreneurship and Peril in the Industrial Age 4.0 Against Youth Entrepreneurship Behavior, a research method used is a quantitative method, by distributing questionnaires to the object of research, in this case youth Karang Taruna Horizon, Tanjung Priok. The research was conducted with the aim of knowing to what extent youth youth groups are accustomed to doing entrepreneurship based on 4.0. The results of this study show that each variable has a very high relationship. The correlation results of promise-based entrepreneurship (X1) on entrepreneurship behavior (Y) are 0.874 entrepreneurial parallels (X2) on entrepreneurship behavior (Y) are 0.934 and two star signs appear. which means showing a high level of correlation.*

Keywords: *Promise and Peril, Industrial Era 4.0, Entrepreneurship*

1. PENDAHULUAN

Melakukan kegiatan usaha tidak hanya dapat dilakukan oleh orang tua atau pun dewasa, namun juga kegiatan ini dapat dilakukan oleh semua lapisan masyarakat termasuk remaja. Memberikan kegiatan positif kepada remaja terutama disaat pandemi Covid 19 saat ini dengan menghasilkan pendapatan sendiri merupakan hal yang dapat memberikan manfaat kepada mereka. Salah satu aktivitas yang dapat dilakukan untuk melakukan hal tersebut adalah dengan menjadi pelaku usaha untuk kegiatan yang dapat dilakukan baik secara mandiri maupun kerja sama tim, walaupun pada dasarnya aktivitas wirausahawan ini dapat dilakukan kapan pun dan di manapun realitanya di lapangan para pelaku usaha akan tetap menghadapi kendala berupa ancaman dengan pelaku usaha yang menjadi pesaing. Dalam hal ini pelaku usaha harus menerapkan janji

maupun komitmen agar selalu dapat menjalankan usaha tersebut meskipun terdapat ancaman atau kendala dari setiap usaha yang dijalankan.

Perkembangan ekonomi digital telah membuat para pelaku usaha untuk melakukan kegiatan usaha dengan memanfaatkan perkembangan digitalisasi untuk melakukan aktivitas usaha mereka. Perkembangan industri 4.0 telah merubah tenaga manusia menjadi tenaga mesin, seiring dengan hal tersebut sebagai pelaku usaha seharusnya menjalankan usaha dengan berbasis teknologi. Ekonomi digital telah merubah kegiatan usaha menjadi lebih berkembang. Penelitian yang dilakukan oleh (Sangaji, 2019) memperlihatkan bahwa efek dari revolusi industri 4.0 sektor perekonomian mengalami peningkatan, di mana UMKM dan perdagangan mengalami peningkatan dengan pesat. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Diandra, 2019) menjelaskan bahwasannya hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa aktivitas kewirausahaan akan lebih baik dapat melakukan adaptasi dengan Revolusi Industri (RI) 4.0 melalui pengedepanan urgensinya pada bisnis model (*business model*) seperti penerapan teknologi internet dengan basis aplikasi jaringan (*networks*) dan aplikasi (*aplications*).

2. TINJAUAN PUSTAKA

Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha. Wira berarti berani dan usaha berarti usaha atau bisnis. Jadi wirausaha berarti berani berusaha atau berani berbisnis. Kata wirausaha biasanya ditambah wan menjadi wirausahawan atau orang yang berani berusaha atau orang yang berani berbisnis. Kewirausahaan (*Entrepreneurship*) adalah dunia usaha atau dunia bisnis. Dunia atau bidang yang berhubungan dalam memanfaatkan suatu peluang, aktivitas mengelola sumber daya untuk mendapatkan keuntungan. Bisnis adalah usaha atau kegiatan untuk memperoleh keuntungan melalui penjualan barang / produk atau penyedia jasa (Muchson, 2017). Tujuan menjadi wirausaha diantaranya:

1. Meraih keuntungan / profit
2. Meningkatkan ekonomi keluarga
3. Mengembangkan ide, bakat, kemampuan (sumber daya), dan keterampilan menjadi sumber penghasilan.
4. Merekrut tenaga kerja.
5. Sumber penghasilan bagi masyarakat.

Manfaat berwirausaha adalah:

1. Dengan meraih keuntungan /profit maka dapat meningkatkan skala usaha/bisnis sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan pribadi, keluarga, dan pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis.
2. Dengan meningkatkannya ekonomi keluarga maka kesejahteraan hidup meningkat.

3. Dengan berkembangnya ide, bakat, kemampuan (sumber daya), dan keterampilan menjadi sumber penghasilan maka menjadi bukti bahwa sumberdaya tersebut telah dikelola dengan efektif dan efisien (tidak sia-sia)
4. Dengan merekrut tenaga kerja dapat mengurangi pengangguran.
5. Dengan menjadi sumber pemasukan ataupun penghasilan bagi masyarakat maka dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat.
6. Dapat dijadikan sumber pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional
7. Dapat mengembangkan jejaring bisnis maupun sosial.

Ekonomi Digital

Gardin dalam Budiarta (2020) mengatakan ekonomi digital adalah konvergensi komunikasi, komputasi, dan informasi. Ekonomi baru pada dasarnya adalah tentang koordinasi, inovasi, seleksi dan pembelajaran. Kombinasi teknologi komputansi jaringan dan model bisnis baru telah menciptakan dasar, industri, bisnis, dan praktik kerja yang sepenuhnya baru saat ini untuk membentuk ekonomi digital. Marcus, Weinelt dan Goutrobe dalam (Budiarta, 2020) mengatakan ekonomi digital sebagai fenomena yang baru-baru ini muncul dan semakin penting mengingat perkiraan pertumbuhannya semakin meningkat di seluruh dunia.

Ekonomi digital atau ekonomi baru lebih didasarkan dalam bentuk berwujud, informasi, inovasim dan kreativitas, dalam memperluas potensi ekonomi (Persaud, 2001) dan didasarkan pada eksploitasi ide daripada hal-hal material. Fokus ekonomi baru bergerak dari pemrosesan masukan material ke luaran material menuju penciptaan, perdagangan, dan distribusi pengetahuan, kekayaan intelektual, dan berwujud.

Tabel 1.
Definisi Dan Konsep Ekonomi Digital yang Berkembang

Sumber	Definisi	Fokus
Tapscott (Budiarta, 2020) <i>The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence</i>	Tidak ada definisi langsung, tetapi menyebutkannya sebagai “ <i>Age of Networked Intelligence</i> ” di mana “tidak hanya tentang jaringan teknologi mesin pintar, tetapi tentang jaringan manusia melalui teknologi” yang “menggabungkan kecerdasan, pengetahuan, dan kreativitas untuk suatu terobosan dan penciptaan kekayaan dan pembangunan sosial”.	Dikatakan pertama kali dan menciptakan istilah “ekonomi digital”. Penekanan nya bahwa ekonomi digital menjelaskan hubungan antara ekonomi baru, bisnis baru dan teknologi baru, dan bagaimana mereka saling berhubungan satu sama lain (Tapscott, Budiarta, Kustoro dkk (2020)

Tabel 1. mencantumkan serangkaian definisi “ekonomi digital” yang telah muncul seiring berjalannya waktu sejak asal usul istilah ini dicetuskan: *Don Tapscott's The Digital Economy: Promise and Peril in the Age OF Networked Intelligence* (Tapscott dalam Budiarta, Kustoro dkk (2020)). Beberapa sumber menghindari definisi tertentu, misalnya mengidentifikasi ekonomi digital sebagai “struktur kompleks” (Van Gorp dan Bantura dalam Budiarta, Kustoro dkk (2020) , atau dipahami sebagai “konsep dan lebih sebagai cara melakukan sesuatu” (Elmasary dkk, (Budiarta, 2020)). Tetapi sebagian besar menjelaskan definisi spesifik dengan sejumlah definisi baru menjadi varian sederhana dan langsung dari, “ekonomi yang didasarkan pada teknologi digital”.

Kreativitas dan Inovasi

Jika seseorang mampu membuat produk atau menyediakan jasa baru dan berbeda dengan yang sudah ada maka ia dikatakan kreatif. Menurut Conny Setiawan dalam (Muchson, 2017) menjelaskan bahwa kreativitas adalah sebagai kemampuan di dalam menciptakan produk yang baru atau kreativitas adalah:

1. Kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi yang baru atau melihat kaitan-kaitan baru antara unsur, data dan variabel yang telah tampak sebelumnya.
2. Kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru baik berupa ide maupun karya yang relatif berbeda dengan sebelumnya.

Menurut Zimmerer, Scarborough & Wilson dalam Muchson (2017) kreativitas adalah kemampuan untuk memajukan gagasan-gagasan segar ataupun baru serta menemukan langkah baru untuk memandang persoalan dan peluang. Dengan kreativitas seorang entrepreneur mampu memberikan inovasi yaitu kemampuan untuk mengaplikasikan solusi kreatif terhadap permasalahan maupun kesempatan untuk memajukan kehidupan seseorang. Menurut Zimmerer et al dalam Wijatno dalam Muchson (2017) menjelaskan, ide kreatif kadang muncul ketika seorang *entrepreneur* melihat pada sesuatu yang lama dan kemudian berpikir mengenai sesuatu yang baru dan berbeda. Kreativitas merupakan sesuatu dengan hal baru atau segar dan memiliki keunikan. Kreativitas sebuah hal penting dalam entrepreneurship.

Kreativitas mengandung pengertian sebagai berikut:

1. Kreativitas adalah merancang sebuah hal yang asalnya tidak bahkan belum ada sama sekali.
2. Kreativitas adalah hasil kerjasama saat ini untuk membuat sesuatu hal segar dan muncul berdasarkan hal lama yang sudah ada.
3. Kreativitas menggantikan sesuatu yang telah ada dengan hal yang lebih baik dan sederhana.

Faktor-faktor pendorong meningkatkan kreativitas

1. Mempunyai kemauan untuk maju dan berkembang.
2. Menyukai tantangan.
3. Selalu mencari ide-ide yang baru dan menarik
4. Sering mengamati berbagai macam peluang yang ada.
5. Sering mengamati lingkungan sekitar.

6. Bergaul sama semua orang.
7. Tidak pernah berhenti belajar.
8. Tidak pernah berhenti mencoba.
9. Selalu meningkatkan wawasan dengan membaca buku atau mencari informasi di Internet.
10. Mau mendengar *advice* dari orang lain.
11. Dan lain-lain

Menurut Hendro dalam (Sitanggang, Nathanael dan Luthan, 2019) *Entrepreneurship based on creativity (creativepreneur)* Kesuksesan bisnis yang berbasis teknologi akan selalu dipengaruhi oleh perkembangan teknologi itu sendiri. Daya saing sebuah bisnis tidak lagi hanya mengandalkan teknologi tertentu saja, akan tetapi dituntut agar lebih kreatif lagi, kreatif dalam mendesain, merancang dan menciptakan produk, barang dan jasa. Kreativitas desain dan rancangan produk-produk baru yang menjadi produk unggulan sangat potensial dilakukan oleh generasi muda. Munculnya pengusaha muda yang kreatif akan membentuk model *creativepreneur*.

Proses kewirausahaan dimulai dari sebuah aksioma, yaitu adanya tantangan. Dari tantangan tersebut, timbul sebuah ide, keinginan dan motivasi untuk mengeluarkan inisiatif, yaitu dengan melakukan *creative thinking* dan melakukan inovasi, sehingga tantangan segera bisa dipecahkan. Apabila tantangan belum ditemukan, maka seorang entrepreneurship tidak akan berjiwa kreatif dan sebaliknya, tidak melekat daya kreatif *entrepreneurship* apabila tidak menemukan tantangan. Setiap tantangan memiliki resiko, yaitu ada kemungkinan untuk berhasil atau tidak berhasil. Oleh karena itu, wirausaha adalah seseorang yang tegar manjalani resiko dan senang akan tantangan (Hastuti, 2020).

Memang pada mulanya, ide yang kreatif dan inovatif dalam wirausaha, berawal dari perkembangan imitasi dan perangkapan (duplikasi), namun menuju proses pengembangan dan pada akhirnya, berupaya dalam proses pembuatan sesuatu yang baru dan berbeda atau disebut dengan inovasi. Alur menuju penciptaan sesuatu hal yang baru dan unik disebut sebagai Tahap Kewirausahaan. Tahap inovasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersal dari pribadi maupun lingkungan. Faktor pribadi yang mendorong kewirausahaan adalah motif berprestasi, komitmen, nilai-nilai pribadi, komitmen, pengalaman dan pendidikan. Sedangkan, faktor pemicu yang bersal dari lingkungan adalah peluang, model/peran dan aktivitas.

Menurut Carol Noore dalam Suryana dalam (Hastuti, 2020; Suherman & Yusuf, 2021), proses kewirausahaan dimulai dengan munculnya inovasi. Inovasi dipicu oleh faktor pribadi, lingkungan dan sosiologi. Faktor individu yang mendorong kewirausahaan adalah pencapaian *locus of control*, toleransi, pengambilan risiko, nilai-nilai pribadi, pendidikan, pengalaman, usia, komitmen dan ketidakpuasan. Faktor pemicu yang berasal dari lingkungan ialah peluang, aktivitas, model peran, incubator, pesaing, inkubator, sumber daya dan kebijakan pemerintah, sedangkan faktor pendorong yang berasal dari lingkungan sosial meliputi keluarga, orang tua dan jaringan kelompok. Sama seperti pada tahap perintisan, perkembangan kewirausahaan amat bergantung pada kemampuan personal, lingkungan dan organisasi.

Faktor lingkungan yang mempengaruhi perkembangan kewirausahaan adalah pelanggan, kompetitor, pemasok, dan lembaga-lembaga keuangan yang akan mendukung pendanaan. Faktor yang berasal dari personal adalah visi, kepemimpinan, komitmen dan kemampuan manajerial, sedangkan faktor yang berasal dari organisasi adalah kelompok, struktur, budaya dan strategi.

Proses kewirausahaan memiliki langkah-langkah sebagai berikut:

1. Proses inovasi

Faktor pribadi yang mendorong inovasi adalah semangat dan kemauan untuk berprestasi, adanya sifat keingintahuan (penasaran), kemauan dalam menanggung segala resiko, faktor pengalaman serta pendidikan. Selain itu, inovasi yang berasal dari seseorang akan memicudalam hal mencari pendorong ke arah dalam memulai usaha. Sedangkan faktor-faktor *environment* mendorong inovasi adalah adanya peluang, pengalaman dan kreativitas.

2. Proses pemicu

Faktor personal yang memicu seseorang untuk terjun ke dalam bisnis adalah:

- a. Adanya ketidapuasan terhadap pekerjaan pekerjaan yang sekarang.
- b. Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) atau tidak ada pekerjaan lain.
- c. Dorongan karena faktor usia.
- d. Keberanian menanggung risiko.
- e. Komitmen atau niat serta minat yang tinggi terhadap usaha atau bisnis.

Faktor-faktor *enviroment* yang mendorong terjadi pemicu bisnis adalah:

- a. Adanya kompetisi dalam dunia kehidupan.
- b. Adanya sumber-sumber yang dapat didayagunakan.
- c. Mengikuti latihan-latihan atau inkubator bisnis.
- d. Kebijakan pemerintahan

Faktor-faktor *sociological* sebagai pendorong serta pelaksanaan bisnis adalah:

- a. Adanya kaitan-kaitan atau hubungan-hubungan dengan orang lain.
- b. Adanya *teamwork* yang bersinergi dan kerjasama dalam berusaha.
- c. Adanya motivasi dari orang tua untuk merintis usaha.
- d. Adanya bantuan dari sanak famili atau keluarga dalam beragam kemudahan.
- e. Adanya histori ataupun pengalaman-pengalaman dalam dunia bisnis sebelumnya.

3. Proses Pelaksanaan

Faktor individu yang memicu jalannya dari sebuah bisnis adalah:

- a. Adanya *entreprenurship* yang sudah siap tampil secara totalitas yang tinggi.
- b. Adanya manajer pelaksanaan sebagai tangan kanan ataupun pembantu utama.
- c. Adanya komitmen yang tinggi terhadap bisnis.
- d. Adanya visi dan tujuan ke depan secarajelas.

4. Proses pertumbuhan.

Proses pertumbuhan dipicu oleh faktor organisasi antara lain:

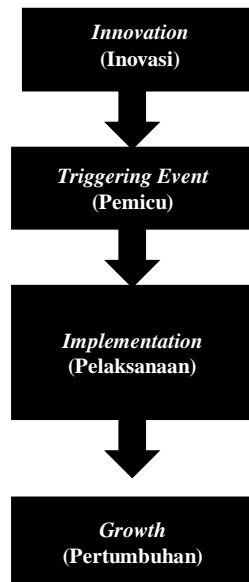
- a. Adanya tim kerja yang solid atau kompak dalam melakukan proses usaha sehingga segala rancangan dan pelaksanaan operasional berjalan produktif.
- b. Adanya strategi yang baik sebagai produk dari tim yang solid dan kompak.
- c. Adanya struktur dan budaya organisasi yang sudah membudaya.

d. Adanya produk yang diunggulkan atau memiliki keistimewaan tersendiri. Sedangkan faktor *enviroment* yang memicu penerapan dan perkembangan bisnis adalah sebagai berikut:

- a. Adanya unsur kompetisi yang cukup bermanfaat dan menguntungkan.
- b. Adanya pemasok dan konsumen barang yang loyal dan berkelanjutan.
- c. Adanya dukungan atau bantuan dari pihak investor bank yang memfasilitasi keuangan.
- d. Adanya sumber-sumber yang tersedia, yang masih bisa dimanfaatkan.
- e. Adanya kebijakan pemerintah yang menjang berupa peraturan bidang ekonomi yang menguntungkan.

Sedangkan faktor *environment* yang mendorong implementasi dan pertumbuhan bisni adalah sebagai berikut:

- a. Adanya unsur kompetisi yang cukup menguntungkan.
- b. Adanya konsumen dan pemasok barang yang berkelanjutan.
- c. Adanya bantuan dari pihak investor bank yang memberikan fasilitas keuangan.
- d. Adanya sumber-sumber yang tersedia, yang masih bisa dimanfaatkan.
- e. Adanya kebijakan pemerintah yang menjang berupa peraturan bidang ekonomi yang menguntungkan.



(Bygrave dalam Alma dalam Hastuti, 2020)

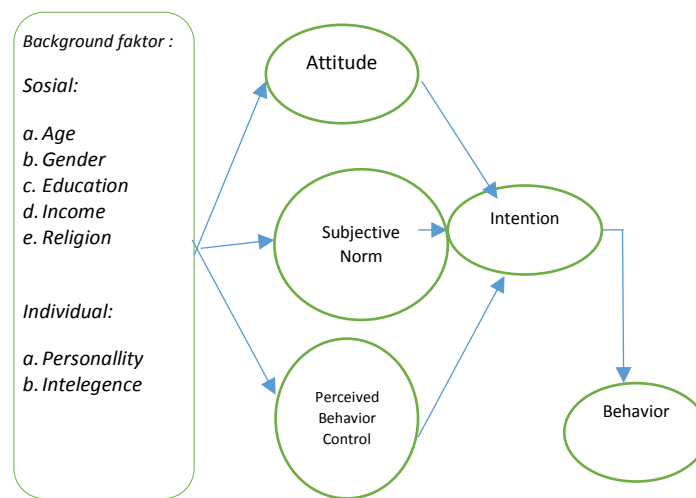
Gambar 1. Proses Kewirausahaan

Perilaku Entrepreneurship

Seseorang berkeinginan untuk menjadi enterpreneur selalu diwujudkan dalam sebuah tindakan. Menurut Fishbein dan Ajzen, pengambilan tindakan oleh seorang individu senantiasa rasional dan menggunakan informasi yang terse di sekitarnya secara sistematis. Manusia sadar atas implikasi perilakunya sebelum bertindak.

Fishbein dan Ajzen mereview seluruh studi itu, kemudian membangun sebuah perspektif untuk memprediksi perilaku dan sikap. Perspektif itu disebut sebagai *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang memasukkan adanya Behavior Intention (BI) atau niat berperilaku dari perilaku.

Pada hubungan ini asumsi TPB bahwa : (a) manusia bersifat rasional dan memakai informasi yang ada secara sistematis, (b) manusia memahami dampak perilakunya sebelum mengambil keputusan untuk menyatakan atau tidak perilaku tersebut (Ajzen, dalam Tontowi, 2016). TPB secara lugas digambarkan sebagai berikut Ajzen dalam Tontowi (2016):



Sumber: Ajzen dalam Tontowi (2016)

Gambar 2. Skema Perilaku dalam Theory Planned Behavior

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 305.749.000. Populasi itu adalah keseluruhan subyek, baik gejala, manusia, nilai hasil pengukuran, atau peristiwa yang akan dijadikan obyek pengamatan, dimana hasil yang diperoleh hendak digeneralisasikan. Sutrisno Hadi dalam (Fatuhudin, Didin dan Holisin, 2019) menyatakan bahwasanya contoh maupun sampel adalah sebagian individu yang akan diselidiki. Berdasarkan dari hasil perhitungan dengan menerapkan rumus slovin maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 400 orang (Fatuhudin, Didin dan Holisin, 2019).

Berdasarkan data yang diperoleh Badan Pusat Stistik Prov. DKI Jakarta 2016 dari Jumlah penduduk menurut kecamatan, jenis kelamin dan rasio jenis kelamin 2015 diketahui jumlah penduduk kecamatan Koja Jakarta utara sebanyak 305.749.000. Dari jumlah populasi 305.749.000 tersebut maka diambil sam-pel dengan menggunakan rumus Slovin. Penentuan besaran sampel dengan rumus slovin.

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

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{305.749.000}{1 + 305.749.000 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{305.749.000}{305.749.001 \times 0,0025}$$

$$n = \frac{305.749.000}{746.372.502}$$

x = 3999,999 dibulatkan mejadi 400

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Validitas

Validitas bersumber dari kata *validity* yang memiliki makna sejauh mana kecermatan dan ketepatan suatu alat ukur dalam menjalankan fungsi ukurannya. Menurut Wahyudi dalam Ovan & Saputra (2020) salah satu validitas dalam sebuah kuesioner adalah apa yang disebut sebagai validitas konstruk (*construct validity*). Dalam hal ini, sebuah kuesioner yang mengandung beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut mempunyai relevansi yang tinggi.

Ukuran relevansi antar butir pertanyaan ini umumnya ditandai oleh korelasi jawaban antar pertanyaan. Pertanyaan yang mengandung korelasi rendah dengan butir pertanyaan yang lain dinyatakan merupakan pertanyaan yang tidak valid. Menurut Mamik (2015) Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat tepat mengukur apa yang hendak diukur. Dengan kata lain validitas berkaitan dengan “ketepatan” alat ukur. Dengan instrumen yang valid akan mendapat data yang valid pula. Atau dapat juga dikatakan bahwa jika data yang ada dari sebuah instrumen valid, maka instrumen tersebut juga valid. Menurut Ghodang (2019) Instrumen variabel Kewirausahaan Berbasis Kreativitas (X1) dapat disimpulkan telah valid datanya karena r-hitung (*Corrected Item-Total Correlation*) lebih besar dari r-tabel dan juga keputusan berdasarkan nilai sig (2- tailed) telah memenuhi syarat.

Tabel 1. Uji Validitas Kewirausahaan Berbasis Promise (X1)

Pertanyaan (X1)	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
1	0,842	0,098	0,000	Valid
2	0,755	0,098	0,000	Valid
3	0,763	0,098	0,000	Valid
4	0,688	0,098	0,000	Valid
5	0,761	0,098	0,000	Valid
6	0,916	0,098	0,000	Valid
7	0,784	0,098	0,000	Valid
8	0,859	0,098	0,000	Valid
9	0,707	0,098	0,000	Valid
10	0,919	0,098	0,000	Valid
11	0,763	0,098	0,000	Valid
12	0,778	0,098	0,000	Valid

Tabel 2. Uji Validitas Kewirausahaan Berbasis Peril (X2)

Pertanyaan (X2)	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
1	0,908	0,098	0,000	Valid
2	0,746	0,098	0,000	Valid
3	0,790	0,098	0,000	Valid
4	0,904	0,098	0,000	Valid
5	0,754	0,098	0,000	Valid
6	0,810	0,098	0,000	Valid
7	0,675	0,098	0,000	Valid
8	0,794	0,098	0,000	Valid
9	0,862	0,098	0,000	Valid
10	0,872	0,098	0,000	Valid
11	0,660	0,098	0,000	Valid
12	0,721	0,098	0,000	Valid

Tabel 3. Uji Validitas Perilaku Entrepreneurship (Y)

Pertanyaan (Y)	Corrected Item-Total Correlation	r-tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
1	0,810	0,098	0,000	Valid
2	0,874	0,098	0,000	Valid
3	0,900	0,098	0,000	Valid
4	0,811	0,098	0,000	Valid
5	0,843	0,098	0,000	Valid
6	0,773	0,098	0,000	Valid
7	0,784	0,098	0,000	Valid
8	0,711	0,098	0,000	Valid
9	0,867	0,098	0,000	Valid
10	0,824	0,098	0,000	Valid
11	0,789	0,098	0,000	Valid
12	0,860	0,098	0,000	Valid

Reliabilitas

Realibilitas merupakan arti dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability* Wahyudi dalam Ovan & Saputra (2020). Pengukuran yang mempunyai realibilitas yang tinggi disebut pengukuran yang reliabel (*reliable*). Realibilitas adalah istilah yang digunakan dengan tujuan menampilkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten bila pengukurannya diulang dua kali atau lebih. Menurut Wahyudin dalam Ovan & Saputra (2020) suatu instrumen pengukuran dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut dipergunakan secara berulang akan menunjukkan hasil pengukuran yang sama. Realibilitas menunjukkan konsistensi kuesioner terhadap jawaban responden dalam beberapa kali pengajuan pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama. Koefisien Cronbach Alpha (α) yang digunakan dalam penelitian ini adalah α sebesar 0,60. Adapun kriteria lain menurut Suharsaputra dalam Purnomo, Albert Kurniawan (2019) menjelaskan Cronbach Alpha > 0,50 sudah dapat diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	N of item	Kesimpulan
Kewirausahaan Berbasis Promise	0,967	3	Reliabel
Kewirausahaan Berbasis Peril (X2)	0,938	12	Reliabel
Perilaku Entrepreneurship (Y)	0,947	12	Reliabel

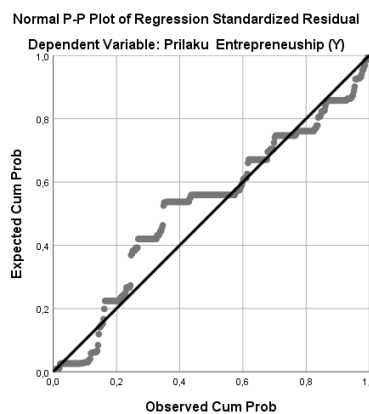
Sumber : data diolah (2022)

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang wajib ada dalam analisis regresi linear berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Ada beragam alat uji yang sering dibuat dalam uji asumsi klasik di antaranya adalah Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi (Purnomo, 2019).

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk memantau apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai nilai residual dengan terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukanlah diuji pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas bisa dilakukan dengan uji normal P plot , uji histogram, , uji Kolmogorov Sminov atau Skewness dan Kurtosis (Purnomo, 2019).



Gambar 3. Uji Normal P Plot

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 20 (2020)

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Apabila ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka kaitan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Purnomo, 2019).

Uji multikolinieritas bertujuan pula untuk mengelak kebiasaan dalam melakukan pengambilan kesimpulan tentang pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Ada kriteria untuk menemukan multikolinieritas pada suatu model adalah sebagai berikut:

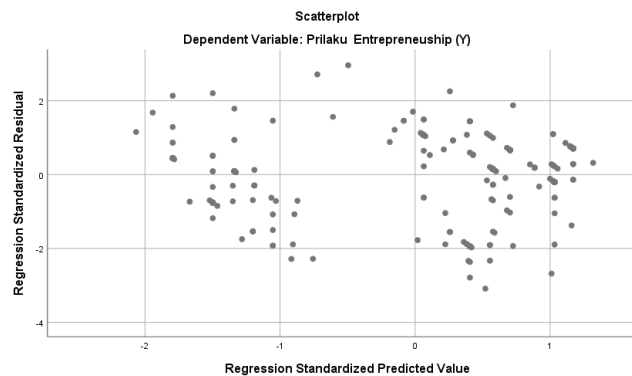
1. Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak melebihi dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika semakin tinggi VIF, maka semakin rendah Tolerance.

2. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model bisa dinyatakan terbebas dari multikolinieritas, Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi interaksi dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korekasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi mulikolinieritas.
3. Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun Adjusted R^2 diatas 0,60, tetapi tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model dinyatakan terkena multikolinieritas.

Semua data variabel terbebas dari multikolinieritas karena memiliki tolerance di atas 0,1 dan VIF dibawah 10.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan agar dapat mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas (Purnomo, 2019).



Gambar 4. Scatterplot

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 20 (2020)

Hasil Penelitian

Tabel 5. Korelasi

		Correlations		
		Kewirausahaan Berbasis Promise (X1)	Parel Kewirausahaan (X2)	Prilaku Entrepreneurship (Y)
Kewirausahaan Berbasis Promise (X1)	Pearson Correlation	1	,926**	,874**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	400	400	400
Parel Kewirausahaan (X2)	Pearson Correlation	,926**	1	,934**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	400	400	400
Prilaku Entrepreneurship (Y)	Pearson Correlation	,874**	,934**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	400	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil korelasi kewirausahaan berbasis promise (X1) terhadap perilaku entrepreneurship (Y) sebesar 0,874, parel kewirausahaan (X2) terhadap prilaku entrepreneurship (Y) sebesar 0,934 dan tampak tanda bintang dua yang berarti menunjukkan tingkat korelasi yang tinggi. Adapun kategori realibilitas menurut Gilford (Ruseffendi) dalam (Herlanti, 2014).

0,00 – 0,20 realibilitas kecil

0,20 – 0,40 realibilitas rendah

0,40 – 0,70 realibilitas sedang

0,70 – 0,90 realibilitas tinggi

0,90 – 1,00 realibilitas sangat tinggi

Tabel 6. Uji Signifikansi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15320,650	2	7660,325	1370,443	,000 ^b
	Residual	2219,100	397	5,590		
	Total	17539,750	399			

a. Dependent Variable: Prilaku Entrepreneurship (Y)

b. Predictors: (Constant), Parel Kewirausahaan (X2) , Kewirausahaan Berbasis Promise (X1)

Didapat nilai F_{hitung} 1370,443 dan nilai F_{tabel} 3,01 karena $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan dari Kewirausahaan Berbasis Kreativitas dan Inovasi Berwirausaha Terhadap Sikap Entrepreneurship dengan taraf signifikan 99 % (Sunindyo, Aris dan Ghozi, 2016).

Tabel 7. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,935 ^a	,873	,873	2,364	2,395

a. Predictors: (Constant), Parel Kewirausahaan (X2) , Kewirausahaan Berbasis Promise (X1)

b. Dependent Variable: Prilaku Entrepreneurship (Y)

Menurut (Pramesti, 2017) $R^2 = 0,873$ ini mengindikasikan bahwa sebesar 87,3 % seluruh variasi total y dapat diterangkan dari model, sisanya 12,7 % diterangkan faktor-faktor lain yang tidak diperhitungkan ke dalam model.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan berbasis promise (X1) terhadap perilaku entrepreneurship (Y) memiliki hubungan sebesar 0,874, kewirausahaan berbasis parel (X2) terhadap perilaku entrepreneurship (Y) sebesar 0,934 dan tampak tanda bintang dua yang berarti menunjukkan tingkat korelasi yang tinggi

REFERENCES

- Budiarta, K. dkk. (2020). *Ekonomi dan Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Diandra, D. (2019). Kewirausahaan Dan Urgensinya Dalam Revolusi Industri 4.0. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA) IV Tahun 2019 Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri*.
- Fatuhudin, Didin dan Holisin, L. (2019). *Kapita Selekta Metodologi Penelitian*. Qiara Media.
- Ghodang, H. dan H. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. PT. Penerbit Group.
- Hastuti, P. et al. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Yayasan Kita Menulis.
- Herlanti, Y. (2014). *Tanya Jawab Seputar Penelitian Pendidikan Sains*. Pendidikan Ilmu Pengetahuan Alam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Syarif Hidayatullah.
- Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publisher.
- Muchson, M. (2017). *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*. Guepedia.
- Ovan & Saputra, A. (2020). *CAMI Aplikasi Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Pramesti, G. (2017). *Aplikasi SPSS 15.0 dalam Model Linier Statistika*. PT Elex Media Komputindo.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. CV. Jakad Publishing.
- Sangaji, N. dkk. (2019). Pengaruh Revolusi Industri 4.0 pada Kewirausahaan Untuk kemandirian Ekonomi. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019) Membangun Ekonomi Kreatif Yang Berdaya Saing* ISSN: 2685-1474.
- Sitanggang, Nathanael dan Luthan, P. L. (2019). *Manajemen Kewirausahaan Furnitur*. Deepublish.
- Suherman, A., & Yusuf. (2021). The effect of human agility, digital literature, curriculum and the role of the family on the interest of the millennial generation in entrepreneurship through capabilities as intervening variables. *Journal of Economics and Business Letters*, 1(2), 4–17.
- Sunindyo, Aris dan Ghozi, S. (2016). *Statistik Deskriptif Untuk Ekonomi*. Deepublish.
- Tontowi. (2016). *Membangun Jiwa Enterpreneur Sukses*. UB Press.