

Dampak Lingkungan Terhadap Minat Mahasiswa Pariwisata Berwirausaha

(Studi Kasus pada Mahasiswa STP ARS Internasional, Bandung)

Didin Syarifuddin¹, Iis Iskandar², Lukmanul Hakim³

¹STP ARS Internasional, didin.dyr@bsi.ac.id

²Universitas BSI, iis.iik@bsi.ac.id

³AMIK BSI Tangerang, luqman.luh@bsi.ac.id

ABSTRAK

Faktor penentu kemajuan sebuah bangsa salah satunya adalah tingginya jumlah masyarakat yang berwirausaha. Indonesia sampai saat ini baru mencapai angka 1.65 persen atau 3.795.000 jiwa yang berwirausaha dari total penduduk sekitar 230 juta jiwa. Padahal jumlah minimal wirausaha yang bisa jadi penopang pembangunan kemajuan sebuah bangsa adalah sebanyak dua persen atau 4.600.000 jiwa, artinya masih ada kekurangan sebanyak 805.000 jiwa. Rendahnya wirausaha yang dilakukan oleh masyarakat ternyata salah satu faktor penyebabnya adalah lingkungan, bisa lingkungan keluarga, kampus, masyarakat dan lingkungan media sosial. Hal inipun terjadi pada mahasiswa di lingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional, Bandung. Tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan lingkungan tempat interaksi sosial mahasiswa, minat berwirausaha serta dampak lingkungan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif, yaitu untuk menjelaskan hubungan kausalitas lingkungan terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dukungan lingkungan keluarga, teman, masyarakat dan media sosial, mendukung mahasiswa untuk berwirausaha. Sementara minat yang tumbuh pada mahasiswa dilihat dari ketertarikan, perhatian, keinginan, sampai pada kemauan untuk berwirausaha dengan kategori baik. Dampak lingkungan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha, sebesar 39 persen. Artinya bahwa lingkungan menjadi faktor penentu tumbuhnya minat mahasiswa untuk berwirausaha. Semakin sering mahasiswa berada dalam lingkungan yang memberikan motivasi berwirausaha, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berwirausaha yang dimungkinkan dapat memulai berwirausaha. Kata Kunci: *Wirausaha, Lingkungan Keluarga, Lingkungan Pergaulan Teman, Masyarakat, Media Sosial, Dan Minat Berwirausaha.*

ABSTRACT

Determinant factor of progress of a nation is the high number of people who are entrepreneurship. Indonesia has been only reached 1.65 percent, or 3.795 million people of the total population of around 230 million people. Whereas a minimum number of entrepreneurship who may be supporting the progress of a nation is two percent, or 4,600,000 people, that means there is still shortage of as many as 805,000 people. Low entrepreneurship by the community turns out that one contributing factor is the environment, can be a family environment, peer group (campus), community and social media environment. This also happens to students at ARS International, School of Tourism, Bandung. This paper aims to describe the environment in which social interaction of students, interest in entrepreneurship as well as the environmental impact of the interest of students to entrepreneurship. The method used is verivicative method, is to explain the causality of the interest in entrepreneurship environment. The results showed that the support of family, peer group, community and social media, support students for entrepreneurship. While a growing interest on student views of interest, attention, desire, until the willingness to self-employed with either category. The environmental impact of the

interest of students to entrepreneurship, 39 percent. It means that the environment becomes a decisive factor for the growth of student interest in entrepreneurship. The more often students are in an environment that is motivating entrepreneurship, the higher the interest of students to entrepreneurship are possible can start entrepreneurship.

Keywords: *Entrepreneurship, Family Environment, Peer Group (Campus), Community, Social Media, And Interest In Entrepreneurship.*

PENDAHULUAN

Indikator kemajuan sebuah bangsa dapat dilihat dari tingginya jumlah masyarakat yang berpendidikan tinggi, namun bersamaan dengan semakin banyaknya pengangguran. Tingginya angka pengangguran, salah satu faktor penyebabnya adalah rendahnya ketersediaan lapangan pekerjaan, artinya kurang sebandingnya pertumbuhan angkatan kerja dengan ketersediaan lapangan pekerjaan, diperkuat lagi dengan tingginya pemahaman masyarakat terhadap tuntutan kerja pada dunia kerja formal, bukan bagaimana bisa menciptakan lapangan pekerjaan. Pernyataan tersebut merupakan fenomena sosial masyarakat Indonesia pada umumnya, yang selalu menuntut pemerintah untuk meningkatkan ketersediaan lapangan pekerjaan, dengan tujuan dapat menyerap tenaga kerja yang melimpah. Hal inipun terjadi pada mahasiswa serta lulusannya, yang pada umumnya mengharapkan dapat bekerja dibandingkan dengan berwirausaha.

Faktor lain yang juga menjadi kontributor utama terhadap tingginya angka pengangguran adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap pentingnya berwirausaha, sehingga melemahkan minat mereka untuk berwirausaha. Berkaitan dengan minat berwirausaha dan bagaimana penumbuhan minat tersebut, sampai dapat memulai berwirausaha, Muljaningsih (2012) menyampaikan bahwa:

“Penumbuhan minat wirausaha tidak dapat dilakukan serta merta, tanpa ada pelatihan yang dapat menggerakkan jiwa kewirausahaan seseorang. Apalagi bagi orang yang berpendidikan rendah, sehingga

tidak mempunyai keberanian mengambil risiko. Hal ini dapat menghambat perkembangan aktualisasi dirinya, hal ini juga berlaku bagi masyarakat di Indonesia”.

Apa yang disampaikan Muljaningsih (2012) memperkuat kondisi riil di lapangan tentang masih belum maksimalnya minat wirausaha, yang digambarkan melalui jumlah wirausahawan Indonesia, yang hanya tercapai sebesar 1.65 persen dari jumlah penduduk, padahal idealnya harus mencapai angka dua persen, minimal. Tingginya minat berwirausaha, tidak serta merta menggambarkan tingginya masyarakat berwirausaha, artinya bahwa minat hanya sebatas keinginan, minat belum menggambarkan aktivitas berwirausaha. Minat merupakan modal dasar bagi seseorang untuk memulai berwirausaha, namun harus mendapatkan pembimbingan bahkan pendampingan yang kontinyu, terus menerus, supaya berlanjut ke jenjang memulai berwirausaha.

Tingginya minat untuk berwirausaha tergambar dari tingginya ketertarikan, perhatian, keinginan, sampai pada kesiapan untuk melakukan wirausaha. Penjelasan tersebut menggambarkan fenomena mahasiswa terhadap kegiatan wirausaha, di lingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional, seperti digambarkan melalui tabel di bawah ini.

Tabel 1
Minat Mahasiswa Untuk Berwirausaha

No.	Dimensi Minat	Persentase
1.	Ketertarikan terhadap wirausaha	81.00
2.	Perhatian terhadap wirausaha	78.08
3.	Keinginan berwirausaha	81.31
4.	Memulai berwirausaha	78.07

Fenomena tersebut dapat dijelaskan bahwa minat mahasiswa STP ARS Internasional, untuk berwirausaha tergambar dengan tingkat persentase yang tinggi, namun tidak sebanding dengan jumlah mahasiswa yang berwirausaha yang hanya tercapai sebanyak delapan orang dari jumlah total mahasiswa sebanyak 97 orang, artinya hanya tercapai kurang dari satu persen. Hal ini diduga

bahwa faktor penentunya adalah lingkungan tempat para mahasiswa berinteraksi, yaitu lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan kampus, sampai pada lingkungan media sosial. Di bawah ini adalah data satistika pra penelitian, yang dilakukan pada Bulan Maret 2015, terkait dengan dukungan faktor lingkungan bagi mahasiswa untuk berwirausaha.

Tabel 2
Lingkungan Tempat Mahasiswa Berinteraksi

No.	Dimensi Lingkungan	Persentase
1.	Lingkungan Keluarga	81.00
2.	Lingkungan Masyarakat	69.75
3.	Lingkungan Kampus	79.67
4.	Lingkungan Media Sosial	82.00

Dari data tersebut dapat dijelaskan bahwa lingkungan tempat mahasiswa berinteraksi sosial, cukup tinggi memberikan dukungan terhadap mahasiswa untuk berwirausaha, namun tumbuhnya minat yang tinggi untuk berwirausaha, yang diakibatkan tingginya dorongan dari lingkungan mahasiswa, tidak serta merta dapat menjadikan mahasiswa berwirausaha.

Berdasarkan kondisi obyektif sebagaimana telah diuraikan, maka tulisan ini difokuskan pada analisis deskriptif minat serta lingkungan dan bagaimana dampak lingkungan terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha.

KAJIAN LITERATUR

Lingkungan Keluarga

Keluarga merupakan sistem sosial yang terdiri dari beberapa sub sistem yang saling berhubungan dan saling mempengaruhi. Sub sistem keluarga

adalah fungsi-fungsi hubungan antar anggota keluarga yang ada dalam keluarga. Di dalam keluarga berlaku hubungan timbal balik antar para anggota yang mempunyai status atau kedudukan dan peran yang sesuai dengan status tersebut (Suhendi, 2001).

Fungsi Keluarga

Fungsi internal keluarga (Trenholm Arthur, 1996): (1) Penyediaan kasih sayang, keluarga harus dapat memberikan kasih sayang kepada anggota keluarga yang lain, khususnya kepada mereka yang belum dapat mandiri, yaitu bayi dan anak-anak yang belum dewasa. Kasih sayang tersebut dalam bentuk memberikan makan, pakaian, perhatian, dan perlindungan; (2) Fungsi sosialisasi, yaitu orang tua harus dapat memberikan pelajaran kepada anak-anaknya mengenai pola pikir, sikap, keyakinan, cita-cita dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat; (3) Pengembangan intelektual, yaitu

memberikan fasilitas secara maksimal bagi anak-anaknya untuk mendapatkan pendidikan baik secara formal maupun secara non formal; (4) Rekreasi, yaitu anak-anak sebagai anggota keluarga terkecil berhak untuk mendapatkan kebahagiaan melalui aktivitas bermainnya; (5) Dukungan emosi, yaitu orang tua harus dapat memberikan cinta kasih, saling memiliki, afeksi, keterlibatan diri, persahabatan, dan penerimaan, yang secara khusus fungsi ini berkaitan dengan *self esteem*.

Fungsi eksternal keluarga (Trenholm Arthur, 1996): (1) Transmisi budaya, yaitu melalui keluarga nilai-nilai budaya yang ada dan berkembang di masyarakat harus tersampaikan kepada generasi berikutnya yaitu anak-anaknya. Keluarga harus dapat melakukan interpretasi yang tepat sehingga nilai-nilai budaya tersebut dapat secara utuh diterima oleh generasi berikutnya; (2) Akomodasi, yaitu bagaimana keluarga dapat memberikan pengajaran mengenai cara beradaptasi bagi para anggota keluarga yang lain untuk dapat hidup di masyarakat.

Lingkungan Pergaulan Teman

Sears (1996) menyatakan bahwa di dalam *peer group* terdapat beberapa bentuk, yaitu:

1. Konformitas. Konformitas sebagai bentuk tingkah laku menyesuaikan diri dengan tingkah laku orang lain sehingga menjadi kurang lebih sama atau identik guna mencapai maksud dan tujuan tertentu. Semakin besar tingkat kepercayaan individu terhadap kelompok akan semakin besar tingkat penyesuaian dirinya terhadap kelompok tersebut.
2. Kekompakan. Kekompakan adalah suatu kekuatan yang menyebabkan para anggota kelompok mau dan mampu untuk menetap di dalamnya. Kekompakan juga dapat menambah konformitas kelompok. Semakin besar rasa suka anggota terhadap kelompoknya akan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat. Semakin besar kesetiaan anggota

kelompok, maka akan semakin kompak. Kekompakan ini muncul karena: (1) daya tarik antar pribadi sebagai kekuatan positif yang dapat menimbulkan rasa suka. (2) adanya motivasi untuk mencapai tujuan kelompok.

3. Kesepakatan. Kesepakatan pendapat dalam kelompok juga dapat menentukan konformitas. Adanya kesepakatan ini sangat bergantung pada: (1) kepercayaan anggota terhadap kelompoknya, (2) adanya pendapat yang sama dan tidak menyimpang.
4. Ketaatan. Ketaatan dapat dibentuk melalui: (1) kekuasaan otoritas yang sah dalam situasi tertentu. (2) ganjaran, hukuman dan tekanan sosial. (3) peniruan, permintaan dan harapan. (4) pemberian label terhadap anggota dapat menciptakan citra diri, peningkatan citra diri ini dapat menimbulkan ketaatan.
5. Peranan Sosial. Peranan sosial merupakan aturan dan pemahaman tentang tindakan apa yang dijalankan dari orang yang menempati posisi dengan segala tanggung jawabnya. Di dalam kelompok terdapat pengembangan pola-pola perilaku, pembagian tugas dan pengambilan peran yang berbeda.

Kelompok teman akan mempengaruhi individu dalam memandang orang lain, karena individu banyak belajar dan mendapatkan masukan tentang nilai-nilai hidup, norma sosial, kesetiaan, pengorbanan, tanggung jawab, moral serta kebutuhan orang lain. Menurut Arnold (1967) bahwa kelompok merupakan referensi pemberi norma dan nilai yang dapat menjadi penentu mengenai bagaimana seseorang berfikir atau berperilaku. Besarnya pengaruh tersebut bergantung pada intensitas interaksi atau kontak seseorang dengan kelompok referensinya. Anggota kelompok biasanya terdiri dari individu-individu yang mempunyai berbagai kesamaan, diantaranya adalah kesamaan usia.

Media Televisi

Arnold (1967) menyatakan bahwa “televise mempunyai kekuatan yang dominan dalam membentuk masyarakat”, yang dengan teori kultivasinya menjelaskan bahwa siapa yang menonton televisi lebih lama merupakan subjek dari efek kultivasi. Istilah kultivasi merupakan kontribusi televisi terhadap konsep realita sosial yang tidak sederhana (Fowles, 1999).

Arnold (1967) menyatakan bahwa “dalam diri individu terdapat faktor untuk menjelaskan kekuatan efek media massa terhadap khalayaknya, yaitu *mainstreaming* dan *resonance*”. *Mainstreaming* dinyatakan sebagai perbedaan individu dalam mempersepsi realita dengan mempertimbangkan faktor demografi dan sosial. *Resonance* diimplikasikan sebagai “pengaruh pesan media terhadap persepsi individu tentang suatu realita ketika melihat apa yang disajikan di media televisi sama dengan (kejadian) yang dilihat dalam kehidupan”. Media televisi dapat mengajarkan kepada khalayaknya tentang adanya hubungan timbal balik antara penonton dengan realitas sosial. Siaran televisi merupakan realita sosial yang dikonstruksi dengan cara tertentu, dan konstruksi ini berhubungan secara langsung dengan perilaku khalayaknya.

Selain memiliki efek sosial dan politik pada khalayak umum, efek siaran televisi lebih mempengaruhi anak-anak remaja. Media televisi mampu mempengaruhi individu dalam pembentukan konsep terhadap realitas, khususnya *realita sosial* yang mana konsep ini mampu mempengaruhi pembentukan perilaku. Lebih lanjut Gerbner menyatakan bahwa efek dari menonton televisi lebih lama akan tampak beberapa waktu kemudian.

Minat dan Kemampuan Berwirausaha Pengertian Wirausaha

Wirausaha berasal dari kata wiraswasta yang terdiri atas tiga kata: wira, swa, dan sta, masing-masing berarti; wira adalah manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, pahlawan pendekar

kemajuan, dan memiliki keagungan watak; swa artinya sendiri; dan sta artinya berdiri. Apabila digunakan pada kata wirausaha, maka kata tersebut berarti usaha yang dijalankan oleh manusia yang unggul.

Bertolak dari ungkapan etimologis di atas, maka wiraswasta berarti keberanian, keutamaan serta keperkasaaan dalam memenuhi kebutuhan serta memecahkan permasalahan hidup dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri. Manusia wiraswasta mempunyai kekuatan mental yang tinggi sehingga memungkinkan ia melompat dan meluncur maju ke depan di luar kemampuan rata-rata, adakalanya wiraswastawan tidak berpendidikan tinggi.

Minat Berwirausaha

Minat berkaitan erat dengan kepribadian seseorang. Hal ini senada dengan pendapat Slameto (2003) bahwa minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal dari pada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktifitas. Seseorang memiliki minat terhadap suatu subyek tertentu akan cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subyek tertentu. Sementara Djanali (2007). Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya.

Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu perhatian khusus terhadap suatu hal tertentu yang tercipta dengan penuh kemauan. Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat merupakan kesadaran seseorang yang dapat menimbulkan adanya keinginan. Keinginan yang timbul dalam diri

individu tersebut dinyatakan dengan suka atau tidak suka, senang atau tidak senang terhadap sesuatu atau keinginan yang akan memuaskan kebutuhan.

Seseorang yang memiliki minat pada sesuatu akan memusatkan perhatiannya lebih banyak dari pada seorang yang lain yang tidak memiliki minat pada hal tersebut. Sesuai dengan pendapat dari Slameto (2003), bahwa “Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya”. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan dalam lingkungan tempat berinteraksi sosial.

Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kesesuaian. Minat berwirausaha merupakan suatu ketertarikan pada diri seseorang terhadap kegiatan wirausaha dan keinginan untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Kegiatan tersebut meliputi pengambilan resiko untuk menjalankan usaha dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada untuk menciptakan usaha baru dengan pendekatan inovatif atau untuk meningkatkan hasil karya. Ketertarikan dan keinginan ini sebaiknya juga diiringi dengan kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya, tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari pengalaman dan kegagalan yang pernah dialami.

Minat berwirausaha muncul karena didahului oleh suatu pengetahuan dan informasi mengenai wirausaha yang kemudian dilanjutkan pada suatu kegiatan berpartisipasi untuk memperoleh pengalaman dimana akhirnya muncul

keinginan untuk melakukan kegiatan tersebut. Minat berwirausaha tidaklah dimiliki begitu saja oleh seseorang, melainkan dapat dipupuk dan dikembangkan. Alma (2010) mengemukakan bahwa faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah lingkungan yang banyak dijumpai kegiatan-kegiatan berwirausaha, pelatihan kewirausahaan, teman pergaulan, lingkungan *family*, sahabat yang dapat diajak berdiskusi tentang ide wirausaha, pendidikan formal, pengalaman bisnis kecil-kecilan. Sejalan dengan pendapat di atas, Ating Tedjasutisna (2004) mengungkapkan bahwa dorongan agar masyarakat berminat berwirausaha, datangnya dapat juga dari dorongan lingkungan sekitarnya dengan cara berdiskusi dan tanya jawab. Lebih lanjut Ating Tedjasutisna (2004) mengatakan bahwa, “hal yang mendorong setiap orang berminat dan mau berwirausaha adalah adanya sifat penasaran, keinginan menanggung risiko, faktor pendidikan, dan faktor pengalaman orang tersebut”. Dari beberapa uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha adalah suatu gejala atau kecenderungan untuk memusatkan perhatian dan ketertarikan terhadap wirausaha, adanya perasaan senang terhadap wirausaha, dan adanya keinginan serta dorongan untuk berwirausaha (terlibat langsung dalam wirausaha).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif, yaitu untuk menjelaskan fenomena yang dijadikan topic dalam penelitian, pada aspek lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan kampus, dan lingkungan media sosial, yang menjadi faktor penentu tumbuhnya minat berwirausaha mahasiswa di lingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa STP ARS Internasional, sekaligus yang menjadi ukuran sampel penelitian, sebanyak 80

orang. Statistika uji yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, untuk mengetahui besarnya pengaruh lingkungan terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Dalam lingkungan keluarga, masyarakat, lingkungan kampus, maupun lingkungan media sosial.

Dari hasil perhitungan menunjukkan sebagai berikut:

PEMBAHASAN

Tabel 3
Hasil Olah Data Statistika Variabel Lingkungan

NO	INDIKATOR VARIABEL	Skor Total	Skor Ideal	%
1.	Pengajaran orang tua untuk berwirausaha	317	400	79,25
2.	Pengharapan orang tua untuk menjadi pengusaha	326	400	81,5
3.	Dukungan orang tua untuk berwirausaha	329	400	82,25
4.	Dorongan masyarakat terhadap minat berwirausaha	252	400	63
5.	Inspirasi tetangga terhadap minat berwirausaha	252	400	63
6.	Penghargaan masyarakat terhadap profesi wirausaha	276	400	69
7.	Inspirasi dunia usaha untuk berwirausaha	336	400	84
8.	Memotivasi dosen untuk berwirausaha	347	400	86,75
9.	Dorongan teman kuliah untuk berwirausaha	314	400	78,5
10.	Dorongan pegawai di Tempat PKL untuk berwirausaha	295	400	73,75
11.	Informasi dari internet menginspirasi untuk berwirausaha	339	400	84,75
12.	Informasi dari televisi menginspirasi untuk berwirausaha	336	400	84
13.	Informasi handphone menginspirasi untuk berwirausaha	327	400	81,75
14.	Informasi Koran dan majalah menginspirasi berwirausaha	310	400	77,5
JUMLAH		4356	5600	1089
RATA-RATA		311	400	77,8

Sumber: Hasil Olah Data Statistika Tahun 2015

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa skor terkecil adalah 1.120, dan skor maksimum adalah 5.600. Hasil tersebut menghasilkan tingkat interval

sebesar 896. Skor total hasil penilaian adalah 4.356, sehingga dapat dibuat interval penilaian sebagai berikut:

Tabel 4
Interval Penilaian

1.120	-	2.016	Sangat Tidak Baik
2.017	-	2.912	Tidak Baik
2.913	-	3.808	Cukup Baik
3.809	-	4.704	Baik
4.705	-	5.600	Sangat Baik

Jadi, dapat disimpulkan secara statistika bahwa lingkungan tempat mahasiswa berinteraksi sosial baik di keluarga, masyarakat, kampus, maupun lingkungan

media sosial, tercapai dengan kategori baik.

b) Bagaimana minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Tabel 5
Hasil Olah Data Statistika Variabel Minat Berwirausaha

NO	INDIKATOR VARIABEL	SKOR TOTAL	SKOR IDEAL	%
1.	Tertarik untuk berwirausaha	347	400	86,75
2.	Menyukai kegiatan berwirausaha	328	400	82
3.	Berwirausaha, sebagai pilihan karir	297	400	74,25
4.	Mencari informasi tentang wirausaha	311	400	77,75
5.	Perhatian terhadap wirausahawan yang berhasil	336	400	84
6.	Berkonsentrasi terhadap kegiatan berwirausaha	290	400	72,5
7.	Kemauan menjalani kegiatan berwirausaha	330	400	82,5
8.	Siap menghadapi hambatan dalam berwirausaha	322	400	80,5
9.	Berusaha mencari solusi untuk memecahkan masalah	333	400	83,25
10.	Siap menerima resiko kegagalan	316	400	79
11.	Dapat menikmati kegiatan berwirausaha	322	400	80,5
12.	Bersemangat melakukan kegiatan berwirausaha	306	400	76,5
13.	Kemudahan melakukan kegiatan berwirausaha	282	400	70,5
14.	Kesadaran wirausaha dapat meningkatkan kesejahteraan	335	400	83,75
15.	Penghargaan atas keberhasilan berwirausaha	285	400	71,25
16.	Bersedia menyampaikan informasi kepada orang lain	322	400	80,5
17.	Bangga menjadi wirausaha	334	400	83,5
JUMLAH		5396	6800	1349
RATA-RATA		317,4	400	79,4

Hasil perhitungan tersebut menunjukkan bahwa skor terkecil adalah 1.360, dan skor maksimum adalah 6.800. Hasil tersebut menghasilkan tingkat interval sebesar 1.088. Skor total hasil penilaian adalah 5.396, sehingga dapat dibuat interval penilaian sebagai berikut:

Tabel 6
Interval Penilaian

1.360	-	2.448	Sangat tidak baik
2.449	-	3.536	Tidak baik
3.537	-	4.624	Cukup baik
4.625	-	5.712	Baik
5.713	-	6.800	Sangat baik

Secara statistika dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa yang dibangun oleh ketertarikan, rasa suka, perhatian, kemauan sampai keinginan untuk memulai berwirausaha, tercapai dengan kategori baik.

c) Bagaimana dampak lingkungan terhadap minat mahasiswa berwirausaha.

Dampak lingkungan tempat mahasiswa berinteraksi sosial, baik di lingkungan keluarga, masyarakat, kampus, maupun di lingkungan media sosial terhadap minat mereka untuk berwirausaha, disampaikan melalui hasil olah data statistika, berikut ini.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.099	7.735		1.693	.094
	X	1.023	.145	.624	7.056	.000

a. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.390	.382	6.33083

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Hasil uji statistika menunjukkan bahwa besarnya dampak lingkungan keluarga, masyarakat, kampus, maupun media sosial secara bersama-sama terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha, sebesar 39 persen. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan dan positif, dibuktikan melalui hasil uji t sebesar 7.056, dengan *probability value* sebesar 0.000. tingkat signifikansi tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi interaksi sosial yang dilakukan oleh mahasiswa di lingkungannya baik di lingkungan keluarga, masyarakat, kampus maupun lingkungan media sosial dengan tingkat pemotivasian yang maksimal, terbuka peluang untuk dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha, atau sebaliknya.

Lingkungan Keluarga. Lingkungan keluarga yang menjadi lingkungan primer bagi mahasiswa untuk menjalani pendidikan informal dan berinteraksi sosial, menunjukkan lingkungan yang mendukung mahasiswa untuk tumbuhnya keinginan berwirausaha. Hal ini dapat dilihat dari proses pendidikan dan pengajaran yang disampaikan oleh orang tua mereka tentang berwirausaha. Orang

tua cukup sering memberikan pengajaran secara informal kepada anak-anak mereka bagaimana berwirausaha. Hal ini dilakukan, karena orang tua mereka mengharapkan anaknya tumbuh dan berkembang menjadi pengusaha. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa orang tua memberikan dukungan yang baik, bagi anak-anaknya untuk berwirausaha. Penjelasan tersebut sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Trenholm Arthur (1996) bahwa “salah satu fungsi keluarga adalah fungsi sosialisasi, yaitu orang tua harus dapat memberikan pelajaran kepada anak-anaknya mengenai pola pikir, sikap, keyakinan, cita-cita dan nilai-nilai yang dianut oleh masyarakat”. Hal senada disampaikan oleh Arnold (1967) bahwa “salah satu dukungan sosial keluarga adalah dukungan penilaian yaitu keluarga bertindak sebagai sebuah umpan balik, membimbing dan menengahi pemecahan masalah dan sebagai sumbu dan validator identitas keluarga”.

Lingkungan masyarakat. Apa yang terjadi dengan tingginya dukungan keluarga bagi anak-anak mereka untuk berwirausaha, tidak sebanding dengan dorongan yang ditunjukkan oleh lingkungan masyarakat

tempat para mahasiswa berinteraksi. Dukungan masyarakat yang digambarkan melalui dorongan atau pemotivasian masyarakat, hanya biasa-biasa saja. Dorongan yang biasa berdampak pada belum maksimalnya tumbuhnya inspirasi para mahasiswa, hal inipun ditunjukkan dari masih belum maksimalnya penghargaan dari masyarakat kepada profesi berwirausaha. Hal ini berbeda dengan lingkungan dunia usaha di dalam memberikan inspirasinya kepada para mahasiswa, untuk berwirausaha, yang sudah maksimal. Kondisi ini, belum bisa menggambarkan dukungan yang utuh yang telah dirasakan oleh mahasiswa dari lingkungan masyarakatnya, sehingga cukup wajar, para mahasiswa belum sepenuhnya memiliki motivasi yang tinggi untuk berwirausaha.

Lingkungan Kampus. Lingkungan sekunder lain yang juga sebagai lingkungan untuk berinteraksi bagi mahasiswa adalah lingkungan kampus. Di sini mahasiswa dapat berinteraksi dengan dosen, teman kuliah serta orang-orang yang ditemui di saat mahasiswa melaksanakan *on the job training*. Mahasiswa mendapatkan motivasi yang tinggi di saat berinteraksi dengan dosen baik dalam kegiatan kuliah secara klasikal, maupun dalam pertemuan tidak formal. Dosen yang umumnya memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk berwirausaha adalah dosen kewirausahaan, karena salah satu tujuan dari mata kuliah ini adalah menumbuhkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Di samping dosen, teman kuliah pun memberikan dorongan yang tinggi kepada teman mahasiswa pariwisata untuk berwirausaha, karena ternyata di lingkungan tempat kuliah terdapat banyak mahasiswa yang sudah memulai berwirausaha. Hal ini pun terjadi di saat mahasiswa melaksanakan *on the job training*, juga mendapatkan motivasi berwirausaha.

Dapat dijelaskan bahwa baik dosen, teman kuliah di kampus, maupun orang-orang yang berinteraksi sosial dalam kegiatan *on the job training*, pada umumnya

memberikan dorongan yang maksimal kepada mahasiswa untuk memulai berwirausaha.

Lingkungan Media Sosial. Interaksi sosial mahasiswa tidak hanya dilakukan secara tatap muka, namun relatif lebih sering berinteraksi dengan menggunakan media sosial, baik internet, televisi, handphone, maupun melalui media cetak, seperti koran dan majalah. Ini menunjukkan bahwa lingkungan media sosial, menjadi faktor penting yang dapat mendorong mahasiswa untuk memulai berwirausaha. Pada umumnya melalui keempat media sosial ini, para mahasiswa mendapatkan pengetahuan sampai pada inspirasi yang baik, bagaimana berwirausaha.

Secara keseluruhan bahwa lingkungan tempat mahasiswa berinteraksi baik lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan kampus, sampai pada lingkungan media sosial, menjadi faktor pendorong yang kuat untuk tumbuhnya mahasiswa memulai berwirausaha. Kalaupun secara khusus dapat disampaikan bahwa lingkungan masyarakat, khususnya di sekitar tempat tinggal mahasiswa, belum maksimal memberikan motivasi atau menjadi faktor pendorong bagi tumbuhnya keinginan mahasiswa untuk berwirausaha.

Minat Berwirausaha. Terbangunnya interaksi sosial yang baik antara mahasiswa dengan lingkungan tempat mereka tinggal, khususnya pada lingkungan keluarga, lingkungan kampus, maupun lingkungan media sosial, telah menumbuhkan pengetahuan sampai pada minat mahasiswa untuk memulai berwirausaha. Tumbuhnya minat ini, dapat dilihat melalui ketertarikannya, rasa suka sampai pada memiliki keberanian untuk memulai berwirausaha. Pada umumnya mahasiswa di lingkungan STP ARS Internasional, memiliki rasa tertarik terhadap kegiatan wirausaha. Tumbuhnya ketertarikan ini merupakan modal utama, untuk beranjak lebih jauh ketika akan memulai berwirausaha.

Perhatian. Tumbuhnya perasaan tertarik terhadap wirausaha yang tinggi, menjadi alasan bagi para mahasiswa ketika mereka

memiliki perhatian khusus, bagaimana berwirausaha. Perhatian khusus ini dapat dilihat melalui pencarian informasi tentang wirausaha, yaitu melalui bertanya kepada dosen, mencari informasi di internet, maupun dalam bentuk pengikutsertaannya dalam kegiatan seminar kewirausahaan. Perhatian mahasiswa juga ditunjukkan dalam bentuk memberikan perhatian khusus terhadap para wirausahawan yang dinyatakan telah berhasil, dengan alasan dapat mencontoh mereka, bagaimana supaya bisa berhasil. Akhirnya, para mahasiswa mau berkonsentrasi untuk menekuni bagaimana berwirausaha. Penjelasan tersebut sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Slamento (2003) bahwa

“minat dapat diekspresikan melalui suatu pernyataan yang menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Seseorang memiliki minat terhadap suatu subjek tertentu akan cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap subyek tersebut”.

Apa yang disampaikan Slamento (2003), sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Djanali (2007) “minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya”.

Tumbuhnya minat ini, merupakan modal yang sangat baik, bagaimana seorang akan memulai berwirausaha.

Berkeinginan. Adanya ketertarikan yang ditunjukkan melalui tumbuhnya perhatian yang tinggi untuk berwirausaha, merupakan modal dasar bagi seorang mahasiswa untuk lahirnya keinginan bagaimana memulai berwirausaha. Keinginan yang kuat ini diperlihatkan dari

adanya kemauan untuk menjalani wirausaha, kesiapan menghadapi hambatan, bagaimana mencari solusi ketika dihadapkan kepada permasalahan yang timbul, serta kesiapan menerima resiko untuk gagal.

Melakukan. Kuatnya keinginan yang telah dimiliki oleh mahasiswa untuk berwirausaha, telah menumbuhkan perasaan senang dan dapat menikmati bagaimana berwirausaha. Kesenangan ini dapat dilihat dari kuatnya semangat untuk memulai wirausaha, sehingga perasaan mudah selalu menyertai mereka. Para mahasiswa menyadari bahwa berwirausaha dapat meningkatkan kesejahteraan hidup mereka, orang lain pun memberikan penghargaan atas kegiatan yang tengah dilakukannya. Akhirnya para mahasiswa ini pun bersedia untuk menyampaikan informasi berwirausaha kepada orang lain, dan merasakan kebanggaan atas kegiatan yang tengah dijalannya.

Lingkungan Sebagai Faktor Penentu Tumbuhnya Minat Berwirausaha. Lingkungan tempat mahasiswa berinteraksi sosial, adalah lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan teman (lingkungan kampus), lingkungan masyarakat, dan lingkungan media sosial. Lingkungan ini sebagai faktor penentu tumbuhnya minat mahasiswa dalam berwirausaha. Dalam lingkungannya para mahasiswa mendapatkan informasi dan dorongan untuk berwirausaha, artinya bahwa tumbuhnya minat mahasiswa berwirausaha, sangat ditentukan oleh informasi, pengetahuan serta dorongan dari orang-orang yang berada dalam lingkungan tempat berinteraksi sosial. Kondisi ini dapat disampaikan bahwa terdapat hubungan kausalitas yang sangat erat bahwa minat berwirausaha berhubungan dengan lingkungannya. Penjelasan tersebut, sesuai dengan pendapat yang disampaikan oleh Slamento (2003) bahwa

“Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan

menyokong belajar selanjutnya. Ini berarti bahwa minat dapat ditumbuhkan dan dikembangkan dalam lingkungan tempat berinteraksi sosial”

Apa yang disampaikan Slameto (2003), sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Buchari Alma (2010) bahwa

“Faktor yang mendorong minat berwirausaha adalah lingkungan yang banyak dijumpai kegiatan-kegiatan berwirausaha, pelatihan kewirausahaan, teman pergaulan, lingkungan keluarga, sahabat yang dapat diajak berdiskusi tentang ide wirausaha, pendidikan formal, pengalaman bisnis kecil-kecilan”.

Tidak hanya pendapat Slameto (2003), serta pendapat Buchari Alma (2010), juga Ating Tedjasutisna (2004) menyatakan pendapat yang sama bahwa *“Dorongan agar masyarakat berminat berwirausaha, datangnya dapat juga dari dorongan lingkungan sekitarnya dengan cara berdiskusi dan tanya jawab”.*

Temuan hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya kesesuaian baik secara teoritis yang disampaikan oleh Slameto (2003), Buchari Alma (2010) serta Ating Tedjasutisna (2004) dengan temuan secara empiris dari hasil penelitian bahwa minat berwirausaha dapat ditumbuhkan melalui lingkungan tempat berinteraksi bagi masyarakatnya. Semakin sering berada dalam lingkungan yang dapat memberikan pengetahuan, dorongan dan motivasi bagi mahasiswa maka akan semakin tinggi potensi untuk tumbuhnya minat berwirausaha. Namun, minat saja tidak cukup, karena apabila hanya mengandalkan minat, hanya sebatas keinginan untuk berwirausaha, artinya perlu ditindaklanjuti dengan pembimbingan dan pendampingan kepada mahasiswa yang memiliki minat yang tinggi, untuk dapat memulai berwirausaha.

PENUTUP

Lingkungan tempat mahasiswa berinteraksi sosial, adalah lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan teman (lingkungan kampus), lingkungan masyarakat, serta lingkungan media sosial, merupakan tempat sebagai media yang baik untuk berinteraksi sosial mahasiswa, sehingga mendapatkan pengetahuan, dorongan serta motivasi tentang berwirausaha.

Minat merupakan tumbuhnya ketertarikan yang tinggi, tumbuhnya rasa suka, tumbuhnya keinginan yang kuat, sampai pada kesiapan yang maksimal untuk melakukan wirausaha pada mahasiswa di lingkungan Sekolah Tinggi Pariwisata ARS Internasional.

Lingkungan keluarga, lingkungan pergaulan teman (lingkungan kampus), lingkungan masyarakat, serta lingkungan media sosial, menjadi faktor penentu tumbuhnya minat mahasiswa untuk berwirausaha. Semakin tinggi intensitas pergaulan di lingkungannya, maka semakin tinggi peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi, motivasi dan dorongan untuk berwirausaha.

Mahasiswa dapat meningkatkan intensitas pergaulannya dengan anggota lingkungannya yang memiliki pemahaman yang sama tentang berwirausaha, sehingga akan mempermudah implementasi keinginan untuk berwirausaha.

Mahasiswa dapat meningkatkan minat berwirausaha, dan mencari pembimbingan dan pendampingan untuk memulai berwirausaha. Melihat tingginya faktor lingkungan sebagai pengaruh terhadap minat berwirausaha, disarankan mahasiswa lebih intens berinteraksi sosial dengan menentukan teman sebagai partner interaksi yang memiliki kesamaan keinginan dalam wirausaha.

REFERENSI

- Arnold M. Rose. 1967. *Sociology: The Study of Human Relations*. New York. Alfred A. Knope, Inc.
- Alma, B. (2010). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung : Alfabeta.

Ating Tedjasutisna (2004).
Kewirausahaan. Bandung:
Rekayasa Sains.

Drucker. (1969). *Innovation and
Enterpreneurship*, Practice and
Principles. New York, Harper
Business.

Indratno, F.T. (2012). *Membentuk Jiwa
Wirausaha*. Jakarta: PT Kompas
Media Nusantara.

Mubarok, M. (2013). *Manajemen Praktis
Kewirausahaan: Program
Pengusaha Muda Mandiri*.
Surabaya: Dinar Media.

Slamento (2003). *Membangun
Kewirausahaan*. Bandung.
Alfabeta.

Suhendi, Hendi dan Wahyu Ramdani.
2001. *Sosiologi Keluarga*.
Bandung: Pustaka Setia.

Sumahamijaya, S. (1980). *Membina Sikap
Mental Wiraswasta: Dinamika
Cara Berfikir Mengatasi
Kemiskinan dan Pengangguran
melalui Pendidikan Wiraswasta*.
Jakarta : Penerbit Gunung Jati.

Sumahamijaya, dkk. (1981). *Wiraswasta
Orientasi Konsepsi dan Ikrar*:
Bandung: Penerbit Penerbit Tugas
Wiraswasta.

Trenholm Arthur and Sears (1996)
*Families in Troubled Times:
Adapting to Change in Rural
America*. New York: Aldine
De Gruyter.