



Pengaruh *Innovation, Entrepreneurial Desirability, Entrepreneurial Feasibility, Terhadap Entrepreneurial Intention*

Zoel Hutabarat¹

Irdha Helawatunisa²

Ian Nurpatricia Suryawan^{3*}

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Harapan, Tangerang

³Trisakti School of Management, Jakarta

*Correspondent Author : inp@tsm.ac.id

Received: 06 January 2022; Revised: 14 March 2022; Accepted: 28 April 2022

DOI: <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.8.2.997-1010.2022>

ABSTRACT: The growth of small businesses pioneered by young people is currently quite large. However, the survival ability of these small businesses is still very small when compared to the new growth. This study aims to determine the effect of *innovation, entrepreneurial desirability, entrepreneurial feasibility*, on *entrepreneurial intention*. The sample of this research is Pelita Harapan University students with a total sample of 200 which is processed with Smart PLS. The results show that there is no relationship between *innovation* and *entrepreneurial desirability*, then the following results show a relationship between *innovation* and *entrepreneurial feasibility*, and there is also a relationship between *entrepreneurial desirability* and *entrepreneurial intention*, and there is also a relationship between *entrepreneurial feasibility* and *entrepreneurial intention*. This research significantly contributes to increase *Entrepreneurial Intention*.

Keywords: *Innovation, Entrepreneurial Desirability, Entrepreneurial Feasibility, Entrepreneurial Intention.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan dikenal sebagai proses dari pembentukan sebuah bisnis yang dituntut untuk senantiasa berinovasi sehingga produk atau jasa yang dihasilkan memiliki nilai tambah bagi konsumen yang tidak dimiliki oleh usaha lain. Seorang pengusaha tidak hanya sekedar memasukan inovasi ke dalam bisnisnya tetapi juga diharapkan mampu untuk membuka lapangan kerja bagi orang – orang yang membutuhkan. Pertumbuhan dan pengembangan usaha kecil ini biasa dikenal dengan sebutan *startup company*. Meskipun dimulai dengan jumlah yang sedikit namun tidak berarti bahwa performa yang diberikan tidak maksimal. Hal ini terbukti banyak *startup company* yang berhasil sukses (walaupun tidak dipungkiri banyak juga yang gagal) diawali dengan jumlah karyawan yang sedikit, seperti *Gojek, Tiket.com, Tokopedia, Traveloka, BukaLapak, RuangGuru*, dll. Pada masa sekarang pergerakan usaha-usaha kecil ini didasari dengan perkembangan teknologi. Demikian juga halnya dengan bentuk usaha kecil di Indonesia yang dikenal dengan istilah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang kebanyakan berfokus pada penjualan *offline* seperti berdagang di pasar, bisnis kuliner, *handicraft*, dll. UMKM terbukti memberikan kontribusi cukup besar dalam perekonomian di Indonesia. Pada tahun 2018 UMKM memberi kontribusi sebesar 5.17% pendapatan (kurang lebih berkisar Rp. 14.837,4 triliun) dari bidang lapangan usaha yang mengalami peningkatan dibandingkan di tahun 2017 (kurang lebih berkisar Rp. 13.587,2 triliun) (Pramesiti, 2019).



Menurut Maharani (2016) sebanyak kurang lebih 70% penggerak bisnis UMKM secara *online* berasal dari kalangan muda. Kemudahan dan kedekatan anak muda dalam pemanfaatan teknologi membuat mereka mudah mengaplikasikannya ke dalam bidang usaha mereka sehingga pengembangan usaha dengan teknologi termasuk *online* sangat diminati oleh anak muda. Masuknya kalangan anak muda ke dalam dunia usaha bukan serta merta dikarenakan oleh dorongan dari kampus yang memaksakan mereka untuk belajar membuka usaha sebagai tugas mata kuliah atau tugas akhir tetapi ada juga yang berasal dari kemauan diri mereka sendiri ataupun sekedar ikut-ikutan *trend* yang sedang berlangsung seperti Es Kepala *Milo*, bola ubi, sate taichan, dll. Seperti diketahui *trend* bersifat sementara dan memiliki umur yang sangat pendek, bisa kapan saja mati dan itu dapat menjadi *boomerang*. Hal ini yang sering kali tidak disadari oleh pebisnis pemula tanpa memikirkan keinginan dan kemampuan menjadi wirausaha (*entrepreneurial desirability and entrepreneurial feasibility*) ada didalam dirinya atau tidak.

Studi Literatur

Entrepreneurial Intention

Menurut (Santoso, 2009), *entrepreneurial intention* merupakan daya tarik individu terhadap dunia usaha dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan pribadi tanpa ada rasa takut gagal sekaligus belajar dari kegagalan itu sendiri. Dengan kata lain, *entrepreneurial intention* dapat menjadi awal dari individu untuk menjadi seorang wirausaha karena jika tanpa adanya minat yang dimiliki maka seseorang tidak akan berpikir untuk memulai profesi sebagai seorang wirausaha. Menurut Alma (2013), faktor – faktor yang mendorong individu untuk memiliki minat menjadi wirausaha adalah pertama, faktor pribadi seseorang (*personal attitude*) yang dipengaruhi oleh aspek ketidakpuasan akan pekerjaan yang dimiliki, ketakutan akan di PHK, berani dalam menanggung resiko, percaya diri serta komitmen untuk menjalankan bisnis. Kedua, faktor social yang dipengaruhi oleh dorongan dari orangtua dan teman dekat untuk membuka bisnis, pengalaman berbisnis yang sebelumnya pernah dilakukan, teman / kerabat yang dapat diajak untuk bekerjasama dalam membuka bisnis. Ketiga, faktor lingkungan yang dipengaruhi oleh aspek persaingan yang semakin marak terjadi, berpartisipasi dalam *business training courses*, kebijakan pemerintah, dll.

Menurut Slamet (2010) minat adalah perasaan lebih suka dan bersemangat tentang sesuatu atau aktivitas, tanpa diberi tahu. Minat berwirausaha adalah keinginan, minat, dan kemauan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut akan risiko yang akan terjadi. Indikator dari minat berwirausaha meliputi percaya diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambilan resiko, kepemimpinan, keorisinilan, berorientasi ke masa depan (Suryana, 2013:22). Ketertarikan pada kewirausahaan akan membuat seseorang lebih aktif dalam mencari dan memanfaatkan peluang bisnis dengan memanfaatkan potensi mereka. Minat kewirausahaan adalah minat, minat, dan kemauan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan yang sulit tanpa takut terjadi. Minat sangat penting dalam kehidupan, siswa dan harus berpikir besar tentang sikap dan perilaku. Siswa yang memiliki minat pada sesuatu yang tertarik untuk mengetahui dan mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan minat tanpa paksaan. Seseorang yang mewakili kepentingan kewirausahaan dapat dilihat dari berbagai aspek seperti karakter, sikap dan perilaku seseorang (Anggraeni dan Harnanik, 2015).



Entrepreneurial Feasibility

Menurut Bandura dalam Mcgee, Mueller, & Sequeira (2009) *entrepreneurial feasibility* atau juga dikenal dengan *self-efficacy* mengacu pada keyakinan individu mengenai kemampuan pribadi mereka untuk mencapai pekerjaan atau serangkaian tugas tertentu. Individu dengan *entrepreneurial feasibility* yang tinggi dalam menjalankan usaha lebih mungkin bertahan daripada orang-orang yang memiliki *entrepreneurial feasibility* yang rendah. Menurut Purwanto (2014) *entrepreneurial feasibility* adalah kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam memulai usaha dan menyelesaikan permasalahan yang timbul. Kepercayaan seseorang didalam dirinya inilah yang menjadi motivasi dari apa yang mereka kuasai. Menurut Bandura dalam Antawati (2017) menjelaskan ada 2 cara berbeda untuk memperkuat *entrepreneurial feasibility* seorang anak. Yang pertama dihasilkan melalui dukungan, dorongan, dan pemodelan positif. Misalnya jika anak tersebut diberi tugas yang lebih menantang sejak dari usia dini dan diberi pujian atas keberhasilannya, maka anak akan memiliki *entrepreneurial feasibility* yang tinggi. Yang kedua berasal dari pengalaman anak tersebut didalam belajar untuk mengatasi situasi buruk yang dihadapain. Menurut Drnovsek dalam Wibowo (2018) menyebutkan ada 2 jenis *entrepreneurial feasibility* dalam berwirausaha yaitu *entrepreneurial feasibility* pada seseorang yang akan memulai berwirausaha dan *entrepreneurial feasibility* ketika individu sudah berwirausaha.

Menurut Bandura dalam Purwanto (2014) *entrepreneurial feasibility* terdiri beberapa sumber yaitu, pertama dengan melihat orang lain. Dengan melihat atau mengamati aktivitas seseorang secara berulang-ulang kali dapat memudahkan kita untuk melakukan pekerjaan yang sama seperti yang kita pernah liat dari orang sebelumnya. Misalnya apabila orang lain mampu melakukan suatu pekerjaan maka saya juga harus bisa. Seseorang akan memiliki rasa percaya diri karena sudah melihat orang lain telah mampu menyelesaikan suatu pekerjaan. Dari rasa percaya diri yang meningkat, maka *entrepreneurial feasibility* nya akan meningkat. Tetapi ketika kita melihat bahwa orang lain tersebut gagal dalam menyelesaikan sesuatu, maka *entrepreneurial feasibility* kita akan menurun.

Yang kedua melalui pengalaman. Pengalaman merupakan penguasaan suatu pekerjaan maupun tugas karena sudah pernah melakukan tugas tersebut dalam masa lalu. Pengalaman dari diri sendiri maupun orang lain menyediakan informasi mengenai kemampuan memprediksi dan mengatasi ancaman untuk mengembangkan *entrepreneurial feasibility* yang kuat. Misalnya jika seseorang telah terbiasa bekerja dalam bidang administrasi, maka ia akan lebih rasa percaya diri yang kuat ketika memulai bekerja di tempat yang baru dalam bidang yang sama. Secara umum, pengalaman masa lalu mengenai keberhasilan akan meningkatkan *entrepreneurial feasibility* sedangkan kegagalan akan menurunkan *entrepreneurial feasibility* nya.

Yang ketiga melalui persuasi sosial. Persuasasi sosial merupakan peningkatan rasa percaya diri dalam melakukan suatu kegiatan dikarenakan orang lain mengatakan hal hal yang positif mengenai kita mampu melakukan tugas tersebut. Misalnya ketika seseorang mengikuti suatu perlombaan, percakapan orang lain kepada kita akan sangat mempengaruhi *entrepreneurial feasibility* kita. Perkataan positif dari orang lain akan meningkatkan *entrepreneurial feasibility* kita dan sebaliknya jika perkataan negatif akan mengurangi *entrepreneurial feasibility* seseorang.



Yang keempat yaitu faktor fisiologis. Faktor fisiologis disini adalah keadaan fisik dan mental seseorang akan sangat mempengaruhi *entrepreneurial feasibility*. Manusia sering mengandalkan perasaan mereka secara fisik dan emosi untuk menilai kapabilitas mereka. Misalnya orang yang sedang sehat dan memiliki perasaan senang akan meningkatkan *entrepreneurial feasibility* di dalam melakukan suatu tugas.

Mengingat bahwa *entrepreneurial feasibility* memprediksi pengakuan peluang, tidak mengherankan bahwa persepsi *entrepreneurial feasibility* tampaknya penting untuk niat terhadap kewirausahaan (Scherer, Adams, Carley, & Wiebe, 1989). Kompetensi yang dilaporkan sendiri memprediksi kinerja kewirausahaan (Chandler & Jansen, 1992).

Entrepreneurial Desirability

Konstruk *entrepreneurial desirability* yang dirasakan ini merangkum dua komponen daya tarik dari teori perilaku terencana, "sikap terhadap tindakan" dan "norma sosial". Masalah konseptual terkait dengan sikap terhadap tindakan. Ini menyetujui persepsi tentang apa yang diinginkan seseorang secara pribadi, yang pada gilirannya tergantung pada dampak pribadi. Harus dibedakan antara hasil yang baik dan yang buruk. Prestise mungkin tidak penting bagi seorang wirausahawan potensial, tetapi dia mungkin ingin menghindari dianggap sebagai yang mengeksploitasi komunitas. Dalam nada yang sama, harus mempertimbangkan insentif dan disinsentif.

Persepsi *entrepreneurial desirability* terkait dengan minat intrinsik dalam kewirausahaan dan inovasi. Salah satu masalah kritis di sini adalah preferensi untuk jenis usaha. Seseorang yang lebih suka mengelola pertumbuhan tinggi mungkin lebih suka usaha baru daripada bisnis yang sudah mapan. Dengan cara yang sama, orang mungkin lebih suka teknologi rendah daripada teknologi tinggi. Penelitian telah mengidentifikasi perbedaan di antara pengusaha berdasarkan preferensi (mis., Pengrajin vs oportunist, pertumbuhan tinggi vs pertumbuhan rendah, prospektor vs bek) (Stevenson, Roberts, & Grousbeck, 1989). Di dalam *entrepreneurial desirability* juga terdapat konsep norma sosial. Norma sosial terkait dengan persepsi tentang apa yang dipikirkan orang-orang penting dalam hidup, tentang peluncuran usaha kita. Dalam pengaturan komunitas, wirausahawan potensial mungkin memiliki grup referensi besar dan tersebar, yang mencakup keluarga dan teman. Dampak budaya datang dari masyarakat luas. Dalam lingkungan perusahaan, kelompok referensi wirausahawan potensial mungkin bukan keluarga dan teman, melainkan keyakinan yang dirasakan manajemen puncak dan kolega mereka (termasuk mereka yang sudah memulai usaha). Dengan demikian, norma sosial di sini dapat berfungsi sebagai saluran vital untuk pengaruh budaya organisasi.

Innovation

Inovasi, seperti yang dipahami di sini, adalah produk, proses, atau layanan baru yang dikembangkan dan dikomersialkan oleh perusahaan. Pada prinsipnya, rangkaian inovasi terbentang dari peningkatan secara bertahap baru kemudian menjadi perusahaan hingga sampai kepada penemuan radikal atau baru ke pasar. Seringkali kegiatan inovasi diterjemahkan atau dilihat kurang lebih identik dengan bidang penelitian dan pengembangan. Pandangan ini terlalu sempit terutama jika melihat perusahaan yang lebih kecil atau perusahaan yang beroperasi di bidang yang tidak begitu membutuhkan bidang penelitian dan pengembangan. Selain itu, seringkali pengembangan produk yang dilakukan di perusahaan kecil dan menengah, terkait erat dengan bisnis secara



keseluruhan, dan akibatnya kurang diformalkan dalam istilah organisasi (yaitu tidak memiliki departemen R&D yang terpisah maupun resmi) (Shane, 2003). Menurut Harrison dan Sullivan (2000), proses inovasi merupakan pendekatan dan metode perusahaan sendiri untuk mengembangkan ide-ide baru atau inovatif yang menciptakan nilai. Bagi banyak perusahaan teknologi, proses inovasi adalah kegiatan R&D; perusahaan jasa, di sisi lain, sering kali memiliki departemen kreativitas; namun, yang lain mengandalkan karyawan di lapangan untuk menghasilkan ide-ide inovatif.

Menurut Acs dan Audretsch (1990), dua pandangan berbeda mengenai keuntungan relatif dari aktivitas inovatif perusahaan besar dan kecil telah muncul dalam literatur teoritis dan empiris. Evolusi pemikiran Schumpeter dengan ringkas menggambarkan dua posisi. Schumpeter menekankan peran perusahaan kecil dan pengusaha dalam pembaruan industri melalui penghancuran kreatifitas dimana perusahaan kecil yang dimotivasi oleh kompetisi, dipandang sebagai yang paling kondusif bagi dinamika ekonomi. Namun, Schumpeter belakangan menekankan atribut unik dari perusahaan besar (dalam bentuk sumber daya dan kehadiran pasar) untuk memanfaatkan peluang inovatif.

Hubungan erat antara inovasi dan kewirausahaan menjadi jelas jika kita melihat definisi yang diberikan oleh Shane (2003). Definisi ini sangat cocok untuk penelitian yang berfokus pada contoh spesifik kewirausahaan yang merupakan pendirian bisnis baru dan wirausaha. Namun, tidak ada pandangan konsisten yang jelas tentang keberadaan peluang wirausaha. Kirzner (1973) menekankan akses ke informasi yang ada, memainkan peran penting. Kirzner lebih lanjut berpendapat bahwa orang menggunakan dan membentuk kepercayaan tentang efisiensi penggunaan sumber daya sesuai dengan informasi yang mereka miliki. Oleh karena itu proses pengambilan keputusan tidak selalu akurat dan cenderung mengandung kesalahan, yang pada gilirannya menciptakan kekurangan. Seseorang dapat merespons ketidakseimbangan ini dengan mendapatkan sumber daya, menggabungkannya kembali, dan menjual hasilnya. Di sisi lain, Schumpeter (1934) menjelaskan pengenalan informasi baru untuk menciptakan peluang kewirausahaan. Dia berpendapat bahwa perubahan dalam teknologi, kekuatan politik, regulasi, faktor ekonomi makro, dan tren sosial menciptakan informasi baru yang dapat digunakan pengusaha untuk mengetahui cara menggabungkan kembali sumber daya menjadi bentuk yang lebih berharga (Shane & Venkataraman 2000).

Hubungan antar variabel

Keyakinan yang mempertanyakan aturan dan asumsi serta mencari cara-cara baru dan tidak biasa dalam melakukan sesuatu adalah penting untuk keberhasilan bisnis. Demikian pula, perasaan bersemangat dan berenergi ketika melakukan tugas dengan cara yang tidak biasa dan melakukan hal-hal yang sama sekali baru di lingkungan dinamis yang tidak dibatasi, diharapkan terkait dengan reaksi afektif yang menguntungkan menuju memulai bisnis sendiri karena hal itu akan diharapkan memberikan peluang untuk inovasi dan perasaan positif yang sesuai. Hal ini pulalah yang mendasari beberapa penelitian terdahulu yang menyebutkan adanya hubungan antara *innovation* terhadap *entrepreneurial desirability* seperti penelitian yang dilakukan oleh Wurthmann (2013) yang meneliti hubungan antara *innovation* terhadap *entrepreneurial desirability* kepada siswa yang sudah mendapatkan mata pelajaran kewirausahaan di Amerika Serikat. Demikian juga halnya penelitian yang sama yang dilakukan oleh Linan et al (2011) dan



Lee et al (2011) yang melakukan penelitian terhadap siswa yang sudah mendapatkan pelajaran kewirausahaan di negara seperti Spanyol dan Singapore. Hasil yang didapat juga sama. Sehingga hipotesa yang dibangun pada penelitian ini menjadi:

Hipotesa 1: Terdapat pengaruh antara *innovation* terhadap *entrepreneurial desirability*

Kelayakan yang dirasakan untuk memulai bisnis terkait dengan harapan keberhasilan, *entrepreneurial feasibility*, dan kepercayaan diri (Krueger 1993; Krueger et al. 2000). Kondisi yang menguntungkan terhadap inovasi, konsisten dengan harapan bahwa memulai bisnis sendiri harus dikaitkan dengan kesuksesan bisnis, dengan asumsi kegiatan awal yang memerlukan inovasi (Amason et al. 2006; Shapero dan Sokol 1982). Reaksi terhadap inovasi diharapkan dikaitkan dengan kelayakan yang dirasakan lebih besar untuk memulai bisnis sendiri karena reaksi tersebut dikaitkan dengan peningkatan *entrepreneurial feasibility* (Bandura 1986), yang secara positif terkait dengan kelayakan yang dirasakan (Krueger 1993; Krueger et al. 2000). Jika inovasi penting dalam memulai bisnis dan juga konsisten dengan kecenderungan dan kemampuan alami seseorang, maka prospek memulai bisnis dan mengejar kegiatan inovatif akan dipandang dengan rasa percaya diri, yang secara positif terkait dengan kelayakan yang dirasakan (Krueger 1993; Shapero dan Sokol 1982). Penelitian tentang hubungan antara *innovation* terhadap *entrepreneurial feasibility* juga pernah dilakukan oleh Ji dan Bai (2018) kepada para sarjana dan pasca sarjana di China. Penelitian yang sama juga pernah dilakukan oleh Wurthmann (2013) kepada mahasiswa di Amerika Serikat yang sudah mendapatkan pelajaran tentang kewirausahaan. Sehingga hipotesa yang dibangun pada penelitian ini menjadi:

Hipotesa 2: Terdapat pengaruh antara *innovation* terhadap *entrepreneurial feasibility*

Di dalam studi literatur penelitian terdahulu menyebutkan bahwa niat untuk memulai perusahaan yang inovatif, dibutuhkan niat menjadi seorang wirausaha (Shapero & Sokol, 1982; Shapero, 1975; Krueger, 1993; Bird, 1988; Krueger et al., 2000). Beberapa peneliti termasuk Bird (1988) mengidentifikasi natur individu seorang pengusaha, kemampuan, mengalami hal yang sama dengan keinginan sosial dan kelayakan pribadi. Peneliti lain menyatakan hal yang sama termasuk Shane (2003), yang menyebutkan bahwa: adanya kemungkinan menjadi seorang wirausaha; identifikasi yang dilakukan oleh pengusaha; dan keputusan yang diambil secara sadar oleh pengusaha untuk menyadari peluang itu, adalah di antara langkah-langkah wajib yang diperlukan dalam proses kewirausahaan. Cristina dan Dwayne (2009) melihat efek dari niat pengusaha di Karibia dan menemukan hubungan antara *entrepreneurial intention*, *desirability*, dan *feasibility*. Demikian juga dengan Peterman dan Kennedy (2003) yang meneliti hubungan antara *entrepreneurial desirability* terhadap *entrepreneurial intention* terhadap mahasiswa yang sudah mendapatkan pelajaran kewirausahaan di Australia. Setelah meninjau literatur telah terlihat bahwa ada hubungan antara *desirability* dan *entrepreneurial intention* untuk memulai usaha baru, Krueger (1993) mempraktikkan model teoritis Shapiro dan menyarankan bahwa ada dampak positif dari *desirability* terhadap *entrepreneurial intention* (Krueger et al., 2000). Untuk pemahaman yang lebih baik tentang berbagai indikator dan dampak dari indikator ini terhadap wirausaha (Krueger et al., 2000) mengemukakan sikap seorang wirausahawan berbeda-beda untuk setiap aspek eksogen yang memengaruhi niat wirausaha untuk menjadi wirausaha.



Hipotesa 3: Terdapat pengaruh antara *entrepreneurial desirability* terhadap *entrepreneurial intention*

Menurut (Bandura, 1994) *entrepreneurial feasibility* adalah proses emosional dan berpikir. Untuk informasi pengusaha, sumber daya apa pun sangat penting, untuk mengidentifikasi informasi itu dan mengambil tindakan yang tepat. Cristina dan Dwayne (2009) berpendapat bahwa persepsi kelayakan dan keinginan memiliki dampak langsung pada niat pengusaha dan juga ada hubungan langsung antara pengalaman pengusaha dan niat, pengusaha, pengalaman memainkan peran penting, pengalaman mempengaruhi niat, karena mengalami kinerja mereka meningkatkan, pengalaman termotivasi menuju pengambilan risiko untuk usaha baru. Demikian juga dengan Peterman dan Kennedy (2003) yang meneliti hubungan antara *entrepreneurial feasibility* terhadap *entrepreneurial intention* terhadap mahasiswa yang sudah mendapatkan pelajaran kewirausahaan di Australia. Karena keahlian wirausaha yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya membuat strategi lebih efektif (Zhao et al., 2005). Telah dikemukakan bahwa *entrepreneurial feasibility* dipengaruhi oleh paparan pengalaman wirausaha sebelumnya. Sebagai contoh, (Shapero dan Sokol, 1982) berpendapat bahwa paparan aktivitas kewirausahaan sebelumnya akan memiliki efek positif pada *entrepreneurial feasibility*. Krueger (1993) menunjukkan dalam studinya bahwa luasnya pengalaman wirausaha secara signifikan dan langsung mempengaruhi kelayakan yang dirasakan. Situasi *entrepreneurial feasibility* dari para wirausahawan tersebut sangat mempengaruhi tingkat persepsi yang tinggi, jika kelayakannya tinggi maka niat wirausahawan lebih untuk memulai bisnis baru dan keinginan untuk berinvestasi lebih banyak dalam bisnis. Budaya yang mendukung juga memengaruhi niat wirausahawan, dengan nilai dan keyakinan sosial dan moral.

Hipotesa 4: Terdapat pengaruh antara *entrepreneurial feasibility* terhadap *entrepreneurial intention*

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan Teknik pengambilan sample adalah *non-probability sampling*. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Pelita Harapan yang mayoritas memiliki latar belakang wirausaha. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Data dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan SmartPLS.

Profil Responden

Profil responden yang ada dalam penelitian ini terbagi menjadi dua kategori yaitu; usia dan jenis kelamin.

Tabel 4.1 Profil Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	124	62%
Laki-laki	77	38%
Jumlah	200	100%

Sumber: Hasil olahan data, 2020



Berdasarkan hasil keusioner pada table 4.1 diatas, terlihat bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibanding responden laki-laki. Persentase untuk perempuan sebanyak 62% sedangkan laki-laki lebih sedikit dengan angka 38%.

Tabel 4.2 Profil Usia Responden

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
15 – 18 tahun	52	26%
19 – 22 tahun	67	33,5%
23 – 25 tahun	81	40,5%
Total	200	100%

Sumber: Hasil olahan data, 2020

Menurut hasil kuesioner penelitian actual pada table 4.2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada pada rentang umur 23-25 tahun dengan persentase sebesar 40,5% dimana pada rentang umur tersebut mahasiswa baru selesai kuliah atau sedang menyusun tugas akhir. Disusul dengan rentang umur 19-22 tahun sebesar 33,5% dimana sebagian besar sudah berada pada masa tugas akhir atau sedang kuliah di semester-semester akhir. Kemudian yang terakhir ada pada rentang umur 15-18 tahun sebesar 26%.

Hasil Penelitian

Tabel 4.7 Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) Penelitian Aktual

Variabel	AVE	Validitas
<i>Innovation</i>	0,653	<i>Valid</i>
<i>Entrepreneurial Desirability</i>	0,914	<i>Valid</i>
<i>Entrepreneurial Feasibility</i>	0,828	<i>Valid</i>
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,837	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil olahan data, 2020

Table diatas menunjukkan hasil AVE dari penelitian actual, dimana setiap variable dinyatakan valid dengan nilai masing-masing yang melebihi 0,5. Variabel *innovation* memiliki nilai 0,653 dan dinyatakan *valid*, yang menunjukkan bahwa sebesar 65,3% varian dari indicator tersebut dapat dijelaskan. Variabel *entrepreneurial desirability* terbilang *valid* dengan nilai 0,914. Selanjutnya variable *entrepreneurial feasibility* terbilang *valid* dengan nilai 0,828. Sama halnya dengan variable *entrepreneurial intention* dinyatakan valid dengan nilai 0,837.

Selanjutnya, pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability*. Indikator dinyatakan *reliable* jika nilai *composite reliability* lebih dari 0,7 (Ghozali dan Latan, 2015).



Tabel 4.10 Nilai *Composite Reliability* Penelitian Aktual

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Reliabilitas
<i>Entrepreneurial Desirability</i>	0,970	<i>Reliable</i>
<i>Entrepreneurial Feasibility</i>	0,951	<i>Reliable</i>
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,939	<i>Reliable</i>
<i>Innovation</i>	0,882	<i>Reliable</i>

Sumber: Hasil olahan data, 2020

Data diatas menunjukkan semua variable memenuhi kriteria reliabilitas komposit dengan nilai melebihi 0,7. Pada variable *entrepreneurial desirability* nilai reliabilitas kompositnya berada di angka 0,970 sehingga variable tersebut dinyatakan *reliable*. Pada variable *entrepreneurial feasibility* nilai reliabilitas kompositnya berada di angka 0,951 sehingga variable tersebut dinyatakan *reliable*. Pada variable *entrepreneurial intention* nilai reliabilitas kompositnya berada di angka 0,939 sehingga variable tersebut dinyatakan *reliable*. Pada variable *innovation* nilai reliabilitas kompositnya berada di angka 0,882 sehingga variable tersebut dinyatakan *reliable*.

Nilai *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Ghozali dan Latan (2015) menyatakan bahwa skor yang ditunjukkan oleh *T-Value*, harus diatas 1,65 dengan tingkat signifikansi 0,10; nilai harus melebihi 1,96 pada tingkat signifikansi 0,05; dan harus melebihi 2,58 pada signifikansi level 0,01. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 10% sehingga T-Value harus lebih besar dari 1,65.

Table 4.11 Nilai R^2 dan R^2 *Adjusted* Penelitian Aktual

Variabel	R^2	R^2 <i>Adjusted</i>
<i>Entrepreneurial Desirability</i>	0,410	0,407
<i>Entrepreneurial Feasibility</i>	0,432	0,429
<i>Entrepreneurial Intention</i>	0,429	0,420

Sumber: Hasil olahan data, 2020

Nilai R^2 pada table 4.12 diatas menunjukkan variable *entrepreneurial desirability* memiliki nilai R^2 sebesar 0,410 dan variable *entrepreneurial feasibility* memiliki nilai R^2 sebesar 0,432 dan variable *entrepreneurial intention* memiliki nilai R^2 sebesar 0,422. Semuanya masuk dalam kategori moderat. Selanjutnya merupakan uji hipotesis penelitian actual dengan nilai T-value pada masing-masing variable untuk melihat pengaruh antar variable dengan menggunakan proses *bootstrapping*.



Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	T-statistic (Io/STDEV)	Hasil
<i>Innovation</i> berpengaruh terhadap <i>Entrepreneurial Desirability</i>	0,045	0,295	Ditolak
<i>Innovation</i> berpengaruh terhadap <i>Entrepreneurial Feasibility</i>	0,309	2,093	Diterima
<i>Entrepreneurial Desirability</i> berpengaruh terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,640	13,212	Diterima
<i>Entrepreneurial Feasibility</i> terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>	0,657	12,491	Diterima

Sumber: Hasil olahan data, 2020

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, hipotesis pertama dinyatakan ditolak dan hipotesis 2, 3, dan 4 dinyatakan diterima. Hipotesis pertama menyatakan adanya hubungan antara *Innovation* dengan *Entrepreneurial Desirability*. Hal ini berbeda dengan hasil yang didapat pada penelitian terdahulu yang menyebutkan adanya hubungan antara *innovation* terhadap *entrepreneurial desirability* seperti penelitian yang dilakukan oleh Wurthmann (2013) yang meneliti hubungan antara *innovation* terhadap *entrepreneurial desirability* kepada siswa yang sudah mendapatkan mata pelajaran kewirausahaan di Amerika Serikat. Demikian juga halnya penelitian yang sama yang dilakukan oleh Linan et al (2011) dan Lee et al (2011) yang melakukan penelitian terhadap siswa yang sudah mendapatkan pelajaran kewirausahaan di negara seperti Spanyol dan Singapore. Hal ini menunjukkan keinginan atau hasrat seorang mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Pelita Harapan bukan hanya didasari oleh kemampuan melakukan inovasi namun lebih didasari oleh faktor lain misalnya pengaruh keluarga yang sudah memiliki usaha keluarga, lebih kepada ikut-ikutan atau tren, atau factor lainnya.

Hipotesis kedua menyatakan adanya hubungan antara *Innovation* dengan *Entrepreneurial Feasibility*. Reaksi terhadap inovasi dikaitkan dengan *feasibility* yang dirasakan lebih besar untuk memulai bisnis sendiri karena reaksi tersebut dikaitkan dengan peningkatan *entrepreneurial feasibility* (Bandura 1986), yang secara positif terkait dengan *feasibility* yang dirasakan (Krueger 1993; Krueger et al. 2000). Jika inovasi penting dalam memulai bisnis dan juga konsisten dengan kecenderungan dan kemampuan alami seseorang, maka prospek memulai bisnis dan mengejar kegiatan inovatif akan dipandang dengan rasa percaya diri, yang secara positif terkait dengan kelayakan yang dirasakan (Krueger 1993; Shapero dan Sokol 1982). Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan tentang hubungan antara *innovation* terhadap *entrepreneurial feasibility* oleh Ji dan Bai (2018) kepada para sarjana dan pasca sarjana di China. Hasil yang sama juga didapat oleh Wurthmann (2013) kepada mahasiswa di Amerika Serikat yang sudah mendapatkan pelajaran tentang kewirausahaan. Hal ini menunjukkan kepercayaan diri yang dirasakan seorang mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Pelita Harapan untuk mampu menjadi seorang wirausaha didasari oleh kemampuannya



melakukan inovasi pada perusahaan yang akan dibangun atau dipimpinya yang juga didukung oleh kemampuan membangun *networking* dari sejak duduk dibangku kuliah. Hal ini tidak hanya berlaku dalam dunia wirausaha namun juga dapat dirasakan dalam dunia kerja.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa adanya hubungan antara *entrepreneurial desirability* dengan *Entrepreneurial Intention*. Hasil yang didapat sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shapero & Sokol (1982), Shapero (1975), Krueger, (1993), Bird, (1988), Krueger et al., (2000) menyebutkan bahwa niat untuk memulai perusahaan yang inovatif, dibutuhkan keinginan menjadi seorang wirausaha. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Cristina dan Dwayne (2009) yang melihat efek dari niat pengusaha di Karibia dan menemukan hubungan antara *entrepreneurial intention, desirability, dan feasibility*. Demikian juga dengan Peterman dan Kennedy (2003) yang meneliti hubungan antara *entrepreneurial desirability* terhadap *entrepreneurial intention* terhadap mahasiswa yang sudah mendapatkan pelajaran kewirausahaan di Australia. Hal ini menunjukkan *entrepreneurial desirability* mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Pelita Harapan sudah ada untuk berniat menjadi seorang wirausaha. Memang pengertian kedua variable ini cukup dekat sehingga bagian ini tampak menjadi satu bagian besar.

Hipotesis keempat menyatakan bahwa adanya hubungan antara *entrepreneurial feasibility* dengan *Entrepreneurial Intention*. *Entrepreneurial feasibility* adalah proses emosional dan berpikir (Bandura, 1994). Bagi pengusaha, sumber daya apa pun sangat penting, untuk mengidentifikasi informasi itu dibutuhkan kemampuan dan tindakan yang tepat. Hasil yang sama di dapat pada penelitian Cristina dan Dwayne (2009) yang berpendapat bahwa persepsi kelayakan dan keinginan memiliki dampak langsung pada niat pengusaha dan juga ada hubungan langsung antara pengalaman pengusaha dan niat pengusaha. Pengalaman yang menunjang kepada kemampuan menjadi seorang wirausaha memainkan peran penting, terutama pengalaman yang didapat ketika berada di bangku kuliah. Pengalaman tersebut mempengaruhi niat karena mereka mengalami peningkatan kinerja, dan pengalaman tersebut memotivasi menuju pengambilan risiko untuk usaha baru. Demikian juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peterman dan Kennedy (2003) yang mendapatkan adanya hubungan antara *entrepreneurial feasibility* terhadap *entrepreneurial intention* terhadap mahasiswa yang sudah mendapatkan pelajaran kewirausahaan di Australia. Karena pengalaman dan keahlian wirausaha yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya membuat pola pikir dan penyusunan strategi menjadi lebih efektif (Zhao et al., 2005).

Keterbatasan Penelitian

1. Di dalam penelitian ini hanya terdapat tiga variabel yang mempengaruhi *entrepreneurial intention*, yaitu *innovation, entrepreneurial desirability, dan entrepreneurial feasibility*. Dapat digabungkan antara variable tersebut diatas dengan Teori of Planned Behavior dari Azjen.
2. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online*. Jumlah sampel diambil secara acak terhadap responden yang mewakili populasi. Dapat diberi kategorisasi untuk responden yang sudah mendapatkan pengetahuan kewirausahaan di institusi Pendidikan atau yang memiliki latar belakang keluarga pengusaha.



3. Responden yang diteliti adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan. Dapat diteliti juga di universitas lain atau bahkan pada tingkat yang lebih luas kepada masyarakat umum.
4. Adanya keterbatasan dalam penggunaan metode survei (kuisisioner) yaitu jawaban yang diberikan oleh responden terkadang tidak menggambarkan kondisi sesungguhnya. Terlebih ketika penelitian ini dilakukan, sedang terjadi pandemic COVID-19 yang memaksa semua masyarakat Jabodetabek tetap berada di rumah selama masa Pembatasan Sosial Berskala Besar.

Saran

Minat menjadi wirausaha dapat diperoleh oleh semua orang, namun kondisi social dan pengalaman yang didapat dari institusi pendidikan selama mahasiswa berada di kampus menjadi salah satu factor penting yang dapat memunculkan keinginan dan kelayakan seseorang untuk menjadi seorang wirausaha. Untuk itu program yang dibangun dalam institusi Pendidikan sebaiknya dapat memicu semangat mahasiswa untuk belajar menjadi wirausaha dengan program membuka usaha secara nyata. Pengalaman yang didapat bagi masing-masing akan berbeda sehingga ini akan memperkaya wawasan mahasiswa dalam mengenal dunia usaha. Tidak hanya sebatas *business plan* namun praktek langsung. Kondisi ini dapat sejalan dengan program dari Bapak Menteri Pendidikan yang mengalokasikan pembelajaran diluar kampus selama 3 semester seperti magang dan menjalankan usaha secara nyata di masyarakat.

Untuk penelitian selanjutnya dapat ditambahkan variabel seperti *gender* karena sebagian penelitian menunjukkan bahwa pria memiliki probabilitas yang lebih besar dalam intensi memulai bisnis dibandingkan dengan wanita, sehingga kedepannya dapat meneliti lebih dalam mengenai perbedaan *gender* yang berdampak dalam *entrepreneurial intention*.

REFERENSI

- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ajzen, I. (2012). *The Theory of Planned Behavior (Handbook of Theories of Social Psychology)*. London, UK: Sage.
- Al Rafisqy, Z. G. (2017, Oktober 11). *Skala Pengukuran dalam Ilmu Statistik Lengkap Contoh*. Retrieved from Ekspektasia: <https://ekspektasia.com/skala-pengukuran/>
- Alma, B. (2013). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya (Edisi ke-2)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baporikar, N. (2015). *Handbook of Research on Entrepreneurship in the Contemporary Knowledge-Based Global Economy*. India: IGI Global.
- Basu, A., & Virick, M. (2009). Assessing Entrepreneurial Intentions Amongst Students: A Comparative Study. *Peer Reviewed Papers*.
- Bungin, H. B. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, H. B. (2010). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana.



- Byabashaija, W., Katono, I., & Isabaliya, R. (2011). The Impact of College Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention to Start a Business in Uganda. *Journal of Development Entrepreneurship*, 8.
- Bygrave, W., Zacharakis, A., & Corbett, A. (2017). *Entrepreneurship*. Hoboken, New Jersey: Wiley.
- Daryanto. (2012). *Pendidikan Kewirausahaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Engle, R., Dimitriadi, N., Gavidia, J., Schlaegel, C., Delanoe, S., & Alvarado, I. (2010). Entrepreneurial Intent a Twelve-country Evaluation of Ajzen's Model of Planned Behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16, 35-57.
- Fahmi, I. (2014). *Kewirausahaan Teori, Kasus dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., & Rodrigues, R. G. (2012). A Model of entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 424.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*. New York: Psychology Press (Taylor & Francis).
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18, 39-50.
- Gerungan, D. W. (2012). *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Ghozali, I. (2009). *Ekonometrika - Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Badan Penerbit Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20 (Edisi 6)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23 Edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan SmartPLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. A., & Sunardi, H. (2016). Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gesit Nusa Tangguh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, Vol 16 No. 1, 3*.
- Haus, I., Steinmetz, H., Isidor, R., & Kabst, R. (2013). Gender Effects on Entrepreneurial Intention: A Meta-analytical Structural Equation Model. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 130-156.
- Hisrich, R. (2008). *Entrepreneurship (7th Edition ed.)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Huda, N. (2012). The Analysis of Attitudes, Subjective Norms, and Behavioral Control on Muzakki's Intention to Pay Zakah. *International Journal of Business and Social Science*, 271-279.
- Iakovleva, T., Kolvereid, L., & Stephan, U. (2011). Entrepreneurial Intentions in Developing and Developed Countries. *Education + Training*, 53, 353-370.
- Joensuu, S., Viljamaa, A., Varamaki, E., & Tornikoski, E. (2013). Development of Entrepreneurial Intention In Higher Education and The Effect of Gender – A Latent Growth Curve Analysis. *Education + Training*, 55, 781-803.
- Kasiram, M. (2010). *Metodologi Penelitian*. Pamekasan: UIN MALIKI PRESS.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.



- LaMorte, W. W. (2019, September 9). *The Theory of Planned Behavior*. Retrieved from Behavioral Change Models: <http://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/MPH-Modules/SB/BehavioralChangeTheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- Linan, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20-21.
- Maharani, S. (2016, January 28). *Bisnis UKM Online Tumbuh 10 Kali Lipat*. Retrieved from Tempo.co: <https://bisnis.tempo.co/read/740354/bisnis-ukm-online-tumbuh-10-kali-lipat/full&view=ok>
- Morissan, M. A. (2014). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana.
- Nugroho, A., Masduqi, A., & Otok, W. (2014). Aplikasi Partial Least Square Structural Equation Modelling untuk Menilai Faktor Pencemaran Air Kali Surabaya. *ResearchGate*, 139.
- Patiro, S. P., & Budiyaniti, H. (2016). The Theory of Planned Behavior, Past Behavior, Situational Factors and Self - Identity Factors Drive Indonesian Entrepreneurs To Be Indebtedness. *DeRema (Development Research of Management)* , 48.
- Pramesti, I. A. (2019, February 6). *Ekonomi Indonesia 2018 Capai Rp 14.837,4 T, Ini Komposisinya*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190206140257-17-54058/ekonomi-indonesia-2018-capai-rp-148374-t-ini-komposisinya>
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Rizkiyani, A. H. (2015, Juni 24). *Skala Likert sebagai Teknik Evaluasi*. Retrieved from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/alifianahr/55283fcdf17e6111318b45a7/skala-likert-sebagai-teknik-evaluasi>
- Santoso. (2009). Lingkungan Tempat Tinggal Menentukan Minat Berwirausaha. *UMS*, 11.
- Sarwono, S. W. (2017). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sarwono, W. S., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business (A Skill - Building Approach) - Seventh Edition*. New York: Wiley.
- Silalahi, U. (2010). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2008). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Slamet, F. (2014). *Dasar-dasar Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Jakarta: Indeks.
- Solesvik, M., Westhead, P., Kolvereid, L., & Matlay, H. (2012). Student Intentions to Become Self-employed: The Ukrainian Context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19, 441-460.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2011). *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausaha Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Swarjana, I. K. (2015). *Metodologi Penelitian Kesehatan (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Andi.
- Syukri, M., & Hinaya. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi, Pendapatan Asli Daerah, Dana Alokasi Umum dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Anggaran Belanja Modal Kabupaten & Kota Provinsi Sulawesi Selatan. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting Vol 2 No.2)* , 35.
- Usman, H. (2015). *Pengantar Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.