

## THE STRATEGY OF SMALL MEDIUM ENTERPRISES AND ENTREPRENEURS ENTREPRENEURSHIP STUDENT OPPORTUNITIES

Tedy Ardiansyah  
Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia  
Email: [teddyappi@gmail.com](mailto:teddyappi@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to determine the relationship strategy entrepreneur umkm against entrepreneurship student opportunities. The study was conducted at two (2) universities in Jakarta. This research uses survey method with descriptive and associative approach. Data were collected by using questionnaires distributed to 64 respondents. The data were analyzed by using validity and reliability test, while the test of variable by using regression and correlation test. The results show that 1) entrepreneurial strategy has a significant impact on the opportunity of entrepreneurial students 2) although in two (2) different universities both the number of respondents and gender, but the results show the same results*

**Keywords:** *Entrepreneur, Entrepreneurship, UMKM, Student*

### PENDAHULUAN

Data dari Biro Pusat Statistik (BPS, 2012) menyebut jumlah UMKM sebanyak 56, 5 Juta dengan pertumbuhan jumlah UMKM 2.41%, sedangkan jumlah tenaga kerja UMKM yang mana menciptakan lapangan kerja adalah 107, 6 juta dengan pertumbuhan jumlah tenaga kerja UMKM adalah 5,83%, sumbangan PDB UMKM 1,504 Milyar dengan pertumbuhan sumbangan PDB UMKM adalah 9,90% dan terakhir Nilai ekspor UMKM adalah 208 Milyar dengan pertumbuhan nilai ekspor UMKM 11% (Ponco Dewi, 2017:153).

Usaha-usaha mikro dan kecil ini secara kasat mata dapat kita lihat. Mereka ada di perumahan, dibangun dari garasi atau dapur rumah, tampak di tepi-tepi jalan, mulai dari kuliner sampai bengkel mobil dan sepeda motor, dari tape ketan

sampai garam dapur, dari batik sampai kain bordir, dari barang-barang kerajinan sampai mikrohidro.

Usaha-usaha kecil ini memiliki daya survival tinggi karena mereka tumbuh secara alamiah. Dalam lima tahun belakangan ini usaha-usaha kecil mendapat perhatian yang sangat besar. Mereka memiliki daya survival yang sangat tinggi dan terbukti mampu mengatasi pengangguran serta berperan besar dalam perekonomian Indonesia.

Ibarat pohon di dalam hutan, akarnya menghunjam dalam ke tanah dan batangnya kokoh menjulang kelangit. Walaupun bisnisnya *overcrowded*, tapi pohon-pohon ini mengakar dan hidup berdampingan dengan ekosistem di sekitarnya. Mereka saling memberi kehidupan.

Tabel 1  
Perkembangan UMKM dari data BPS

No.	Indikator	Satuan	2012
1	Jumlah UMKM	Unit	56 534 592
2	Pertumbuhan Jumlah UMKM	Persen	2,41
3	Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Orang	107 657 509
4	Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Persen	5,83
5	Sumbangan PDB UMKM (harga konstan)	Rp. Miliar	1 504 928,20
6	Pertumbuhan sumbangan PDB UMKM	Persen	9,90
7	Nilai Ekspor UMKM	Rp. Miliar	208 067,00
8	Pertumbuhan Nilai Ekspor UMKM	Persen	11,00

Sumber: Badan Pusat Statistik (2016)

Usaha kecil juga menghadapi berbagai permasalahan, seperti kendala modal, sumber daya manusia, sikap pemerintah yang berubah-ubah, lokasi usaha, persaingan, perkembangan teknologi, dan sebagainya. Untuk mengatasi itu semua tentunya butuh strategi yang jitu bagi wirausahawan, hanya beberapa wirausahawan yang berhasil dapat menaklukkan dengan benar.

Hal yang paling terpenting adalah strategi berwirausaha yang jitu dan benar sehingga hasil tujuan dapat tercapai bukan hanya teori semata yang dibutuhkan. Banyak strategi wirausaha yang telah dilakukan oleh Wirausahwan baru/ Mahasiswa hanya didasarkan pada pada kajian teori saja ataupun hal yang sudah umum telah dilakukan antara lain: dapat dilihat dari beberapa penelitian: Hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat wirausaha menunjukkan bahwa variabel minat wirausaha dipengaruhi 60,4% secara total modal, skill, tempat dan jiwa kewirausahaan (Mulyaningsih, 2012), Motivasi adalah suatu dorongan dari dalam diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk melakukan sesuatu, termasuk menjadi seorang entrepreneur (Sarosa, 2005). Kebanyakan orang yang berhasil di dunia ini mempunyai motivasi yang kuat yang mendorong tindakan-tindakan mereka. Mereka mengetahui dengan baik yang menjadi motivasinya dan memelihara motivasi tersebut dalam setiap tindakannya. Baum, Frese and Baron (2007) menjelaskan bahwa motivasi dalam kewirausahaan meliputi motivasi yang diarahkan untuk mencapai tujuan kewirausahaan, seperti tujuan yang melibatkan pengenalan dan eksploitasi terhadap peluang bisnis. Motivasi untuk mengembangkan usaha baru diperlukan bukan hanya oleh rasa percaya diri dalam hal kemampuannya untuk berhasil, namun juga kemampuannya dalam mengakses informasi mengenai peluang kewirausahaan.

Hal mainstream tersebut diatas perlu didukung dengan strategi yang baru salah satunya adalah Pengalaman dari Wirausahawan yang berhasil, tentunya patut dijadikan motivasi, inspirasi ataupun strategi wirausaha, hal ini telah dilakukan oleh Rhenald Kasali (2012:17-22) dalam bukunya mengupas Strategi pelaku usahawan yang berhasil yang diambil secara empiris (pengalaman). Berdasarkan latar belakang tersebut maka penting bagi peneliti untuk mengetahui dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan Strategi pengalaman pelaku wirausahawan yang berhasil terhadap peluang mahasiswa berwirausaha.

#### Permasalahan Penelitian

Adapun permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa Besar pengaruh Strategi wirausahawan UMKM yang berhasil terhadap peluang mahasiswa untuk berwirausaha baik di Universitas Nasional dan Universitas Bakrie?
2. Bagaimanakah pengaruh Strategi wirausahawan UMKM yang berhasil terhadap peluang mahasiswa untuk berwirausaha di Universitas Nasional dan Universitas Bakrie?

#### KAJIAN PUSTAKA

##### Kewirausahaan

Hal yang paling dasar adalah memahami dahulu arti dari kewirausahaan, Menurut Robert D. Hisrich yang sudah diterjemahkan (2008: 10), Kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung risiko keuangan, fisik, serta risiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan pribadi.

Definisi ini menekankan empat aspek dasar dari menjadi seorang pengusaha. *Pertama*, Kewirausahaan melibatkan proses penciptaan-menciptakan suatu nilai baru. Penciptaan haruslah mempunyai nilai bagi pengusaha dan bagi pelanggan untuk siapa ciptaan tersebut dikembangkan. Pelanggan dapat berupa (1) pasar pembeli organisasi untuk inovasi bisnis, (2) administrasi rumah sakit untuk prosedur atau peranti lunak baru, (3) calon murid untuk sebuah kursus baru atau bahkan kuliah kewirausahaan, atau (4) pengguna untuk jasa baru yang disediakan oleh sebuah badan nirlaba. *Kedua*, Kewirausahaan menuntut sejumlah waktu dan upaya yang dibutuhkan. Hanya mereka yang melalui proses kewirausahaan yang menghargai sejumlah besar waktu serta upaya yang dibutuhkan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan menjadikannya beroperasi. *Ketiga* dari definisi tersebut melibatkan penghargaan menjadi seorang pengusaha. Penghargaan yang paling penting adalah kebebasan, lalu kepuasan pribadi. Bagi seorang pengusaha pencari laba, penghargaan moneter adalah juga penting. Bagi beberapa pengusaha pencari laba, uang menjadi indikator tingkat yang berhasil yang dicapai. Menanggung risiko yang dibutuhkan adalah aspek akhir dari kewirausahaan. Karena tindakan membutuhkan waktu, sedangkan hasil di masa yang akan datang tidak dapat diprediksi, maka hasil dari tindakan tersebut mengandung ketidakpastian. Lebih jauh lagi, ketidakpastian ini kemudian dieprkuat dengan sifat dasar yang khas dalam tindakan wirausahawan, seperti penciptaan produk baru, jasa baru, usaha baru dan lain sebagainya. "Pengusaha harus memutuskan untuk bertindak bahkan ketika menghadapi ketidakpastian rentang hasil dari indkannya. Selanjutnya Pengusaha akan merespons dan menciptakan perubahan melalui tindakan kewirausahaan (*entrepreneurial action*), sedangkan tindakan wirausaha mengacu pada perilaku sebagai bentuk tanggapan atas keputusan

yang didasarkan pada pertimbangan ketidakpastian mengenai peluang yang mungkin untuk mendapatkan keuntungan".

#### Asas, Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan UMKM

Wirausahawan harus memahami lebih dahulu mengenai Asas, Prinsip dan Tujuan Pemberdayaan UMKM, dimana ini akan membantu dalam proses kewirausahaan sehingga tidak adanya hambatan dalam mencapai suatu tujuan, menurut Leonardus Saiman (2014: 7-9) bahwa Asas-asas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) harus mengacu pada BAB II, Pasal 2 beserta penjelasannya pada Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), asas-asas UMKM diantaranya:

1. Asas kekeluargaan, yaitu asas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efiseinsi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kesejahteraan seluruh rakyat indonesia.
2. Asas demokrasi ekonomi, yaitu pemberdayaan UMKM diselenggarakan sebagai kesatuan dari pembangaunan perekonomian nasional untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.
3. Asas kebersamaan, yaitu asas yang mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secar bersama-sama dalam ketiatnnya untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.
4. Asas efisiensi berkeadilan, yaitu asas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efiseinsi berkeadilan dalm usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing.

5. Asas keberlanjutan, yaitu asas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui pemberdayaan UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.
6. Asas berwawasan lingkungan, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.
7. Asas kemnadirian, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan dan kemandirian UMKM
8. Asas keseimbangan kemajuan, yaitu asas pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.
9. Asas kesatuan ekonomi nasional, adalah asas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional

#### Strategi Wirausahawan UMKM yang berhasil

Menjadi Usahawan yang berhasil tidak mudah untuk diwujudkan, banyak hal yang perlu dipelajari hingga dapat membuka wawasan, tidak cukup hanya dengan pengalaman tetapi juga harus dilengkapi dengan keahlian, Kerja keras tanpa keuletan akan menjadi hampa dan termasuk tahan terhadap godaan yang mengganggu dalam kegiatan usaha. Tentunya hal tersebut diatas harus mempunyai Strategi sehingga tujuan dalam berwirausaha menjadi berhasil. Pendapat Rhenald Kasali (2012:17-22) Strategi pelaku usahawanyang berhasil yang dapat diambil secara empiris adalah

1. Usaha apa pun selalu menghadapi perubahan-perubahan yang bersifat

evolusioner dan revolusioner. Yang kerap ditakuti adalah perubahan yang revolusioner karena sering kali terjadi secara mendadak. Padahal, perubahan yang revolusionerlah yang sering kali membuka mata kita. Semua pelaku usaha takut pada perubahan yang sifatnya revolusioner, yaitu perubahan yang berjalan sedikit demi sedikit, karena tidak disadari. Perubahan itu terjadi dari hari ke hari, tiba-tiba kita mendapati diri kita, usaha kita, hidup kita, sudah tertinggal jauh di belakang karena tidak menyesuaikan diri.

Menurut Hendro (2011: 28-29), terdapat beberapa faktor yang menstimulus *spirit of entrepreneurship*, yaitu:

- a. Evolusi Produk, Perubahan produk akan menimbulkan perubahan kebutuhan yang memunculkan sebuah peluang baru.
- b. Evolusi Ilmu Pengetahuan, Perubahan ilmu pengetahuan akan menimbulkan inspirasi produk baru dan begitu seterusnya.
- c. Perubahan Gaya hidup, selera dan hobi, Perubahan gaya hidup akan menimbulkan keinginan akan produk yang berbeda.
- d. Perubahan Teknologi, Berkembangnya teknologi dan semakin canggihnya teknologi akan menciptakan produk, suasana dan gaya hidup yang berbeda.
- e. Perubahan Budaya, Berkembangnya gaya hidup, pendapatan, selera, teknologi dan sebagainya akan mengubah budaya seseorang, sehingga hal ini mempengaruhi kebutuhan akan produk yang berbeda di setiap tempat.
- f. Perubahan Struktur pemerintahan dan politik,

Perubahan politik akan mempengaruhi perubahan struktur pemerintahan yang berujung pada perubahan peraturan, kebijakan dan arah perekonomian sehingga munculah gap kebutuhan akan produk yang lalu dan pasca perubahan.

- g. *Intrapreneurship*, Kemampuan *Intrapreneurship* (*entrepreneurship* di dalam sebuah perusahaan internal) yang semakin baik dan kuat akan memunculkan gairah *entrepreneur*. Hal ini disebabkan karena kreativitas, inovasi, ketatnya persaingan, hasrat ingin tantangan yang lebih baru, perubahan organisasi, dan lain-lain. Jadi, Organisasi secara tidak langsung mengembangkan jiwa *entrepreneurship* seseorang. Ditambahkan pula Justin G. Longenecker (2001 : 15 & 18) konteks berubahnya bisnis berskala kecil, menghadirkan tantangan antara lain:

- Pertumbuhan *superstore*, Jika anda memiliki toko yang kecil dan dimasuki oleh *superstore* modern, tak perlu berpikir panjang untuk menyadari bahwa anda berada dalam masalah besar. Meskipun perubahan dunia bisnis menancam kehidupan perusahaan dan bahkan menghancurkan, bisnis berskala kecil saat ini harus menghadapi tantangan yang ada dengan semangat wirausaha. Banyak perusahaan bertahan hidup jika mereka tampil bersaing.
- Perluasan teknologi informasi dan internet

- Timbulnya perekonomian global
2. Pentingnya Regenerasi. Para pelaku UKM selalu mengandalkan keluarga sebagai sumber penerus usaha. Keluarga yang dimaksud tentu saja buka hanya hubungan keluarga secara vertikal antara orangtua dan anak, tetapi juga antara paman dengan keponakan. Ini berarti sesungguhnya sumber daya untuk pengembangan usaha keluarga atau usaha kecil sangat terbatas. Hal ini serupa juga diberikan pendapat oleh Dewi Masitah dan M. Edwar (2013: 13) melalui penelitian yang dilakukan secara kuantitatif empiris, bahwa Variabel peran keluarga dan praktik kewirausahaan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kewirausahaan (uji F) dan Variabel yang paling berpengaruh dalam sikap kewirausahaan adalah variabel praktek aplikasi kewirausahaan (Uji t), sehingga hal ini menjadikan pokok bagian penting untuk:
    - Peran keluarga dan praktik kewirausahaan harus lebih ditekankan secara intensif
    - Praktik kewirausahaan memberikan pengaruh yang paling dominan dan berpengaruh signifikan terhadap sikap kewirausahaan
    - Interaksi dan memperoleh wawasan pengalaman dari keluarga hal yang menjadi penting
  3. Usaha kecil menghadapi ancaman yang sangat besar dari pelaku usaha-usaha besar. Para pelaku usaha besar ini memiliki skala ekonomis yang juga besar sehingga mereka memiliki efisiensi. Kalau produk usaha kecil ini tidak dapat dijadikan

produksi massal, maka masa depan mereka sangat terancam. Seperti yang terjadi dalam industri kecap dalam botol. Dulu, hampir setiap Kota kecil di Indonesia selalu memiliki merek-merek lokal. Berikut ini adalah nama-nama merek kecap yang mungkin dulu begitu akrab di lidah anda; kecap Udang Sari dan kecap Sindang Sari (Cirebon), kecap Kuda Jempol (kediri), kecap Sulang (Rembang), kecap Sukasari (Semarang), kecap Korma (Jakarta), kecap Zebra (Bogor), kecap Kunci (Karawang), kecap Benteng (Tangerang), kecap Kenarie (Surabaya), kecap Maja Menjangan (Majalengka), kecap Jamburi (Blitar), dan seterusnya. Kemana mereka sekarang? Untuk mendukung hal tersebut, serupa disampaikan oleh Rambat Lupiyoadi (2007: 48) Hal-hal yang mempengaruhi kegagalan Usaha Kecil, paling tidak ada empat faktor yang ikut mendorong gagalnya suatu bisnis kecil. Pertama, banyak usaha kecil yang dikelola oleh manajer yang kurang mampu dan kurang berpengalaman dalam menjalankan tugasnya. Kedua, kurangnya dukungan dari pihak yang berhubungan. Sering setelah peresmian usaha dilakukan banyak wirausaha yang mendapat tawaran untuk menjalankan usaha baru, sehingga perhatiannya tidak dipusatkan pada usaha tersebut. Ketiga, masih lemahnya sistem kontrol/ pengawasan, dimana sistem pengontrolan yang lemah cenderung akan menyebabkan kerugian dan penggunaan sumber daya-sumber daya yang berlebihan. Terakhir adalah masalah kurangnya modal untuk menjalankan usahanya.

Menurut Tulus T.H. Tambunan (2002: 81) bahwa hasil survey BPS terhadap wirausaha menunjukkan bahwa masalah yang paling sering disebut adalah keterbatasan modal dan kesulitan dalam pemasaran. Salah satu hal yang menarik dari hasil survey ini adalah bahwa keterbatasan SDM dan teknologi modern ternyata tidak merupakan masalah yang serius bagi banyak wirausahawan. Dalam perkataan lain, kebanyakan dari mereka tidak merasa bahwa kualitas pekerja dan tingkat teknologi dalam bentuk jenis mesin dan alat-alat produksi yang mereka miliki sebagai penghambat perkembangan usaha mereka. Padahal sering dikatakan bahwa keterbatasan akan dua faktor penting tersebut merupakan salah satu penyebab rendahnya kinerja atau daya saing UKM. Namun demikian secara tidak langsung, kesulitan dalam pemasaran dapat juga dilihat sebagai salah satu akibat dari rendahnya kualitas dari produk yang dibuat, dan hal terakhir ini ada kaitannya dengan rendahnya kualitas pekerja dan pengusaha serta keterbatasan teknologi modern dalam bentuk mesin-mesin atau alat-alat produksi yang digunakan kebanyakan dari kategori sederhana.

4. Pentingnya *entrepreneurship*. *Entrepreneurship* adalah sebuah cara berpikir dan bertindak yang didasari oleh kemampuan melihat dan menangkap peluang. Suatu peluang hanya dapat ditangkap oleh mereka yang mempersiapkan diri pada bidang tersebut. Orang-orang yang mempersiapkan diri adalah orang yang mau bekerja keras dan membangun hubungan yang sangat luas.

Hakikat *entrepreneurship* dibagi menjadi:

- a. *Entrepreneurship* adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, Strategi, Strategi, proses dan hasil bisnis.
- b. *Entrepreneurship* adalah suatu nilai yang dibutuhkan untuk memulai sebuah usaha dan mengembangkan usaha
- c. *Entrepreneurship* adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih
- d. *Entrepreneurship* adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda
- e. *Entrepreneurship* adalah suatu proses penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan usaha.
- f. *Entrepreneurship* adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan.

Tidak dapat disangkal bahwa usaha kecil di Indonesia mengalami kendala permodalan. Tetapi, kendala ini lebih disebabkan oleh cara berpikir dan ketidaktahuan dalam berhubungan dengan sektor-sektor keuangan atau para pemilik modal. Untuk mendapatkan modal, diperlukan pencatatan yang dapat dipertanggungjawabkan dan disiplin dalam pengembalian.

Ketidakhakapan inilah yang membuat banyak usaha kecil yang terkunci di dalam ruang usaha yang kecil dan gelap. Menurut pendapat Kasmir (2006: 94-95), beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan apabila untuk memperoleh suatu modal adalah sebagai berikut:

- a. Tujuan perusahaan  
Perusahaan perlu mempertimbangkan tujuan penggunaan pinjaman tersebut, apakah untuk modal investasi atau modal kerja, apakah sebagai modal utama atau hanya sekedar modal tambahan, apakah untuk kebutuhan yang mendesak atau tidak
- b. Masa pengembalian modal  
Dalam jangka waktu tertentu pinjaman tersebut harus dikembalikan ke kreditor (bank). Bagi perusahaan jangka waktu pengembalian investasi juga perlu dipertimbangkan, sehingga tidak menjadi beban perusahaan dan tidak mengganggu *cash flow* perusahaan. Sebaiknya jangka waktu pinjaman disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.
- c. Biaya yang dikeluarkan  
Faktor biaya yang harus dikeluarkan harus dipertimbangkan secara matang, misalnya biaya bunga, biaya administrasi, provisi dan komisi atau biaya lainnya. Hal ini penting karena biaya merupakan komponen produksi yang akan menjadi beban perusahaan dalam menentukan harga jual dan laba. Besarnya tingkat suku bunga dan biaya lain yang

dibebankan bank atas lembaga keuangan kepada nasabah berbeda-beda antara satu dengan lainnya. Sebaiknya dipilih bank yang mampu memberikan biaya (bunga dan biaya lainnya) yang paling rendah (kompetitif) bagi perusahaan. Sekali lagi besarnya biaya yang dibebankan akanberakibat pada meningkatnya biayaoperasi dan pada akhirnya dapat mengurangi keuntungan.

- d. Estimasi keuntungan  
Besarnya keuntungan yang akan diperoleh pada masa-masa yang akan datang perlu menjadi pertimbangan. Estimasi keuntungan diperoleh dari selisih pendapatan dengan biaya dalam suatu periode tertentu. Besar kecil keuntungan sangat berperan dalam pengembalian dana suatu usaha.
5. Sumber godaan. Semua usaha kecil Indonesia di abad 21 ini menghadapi godaan besar dari sektor politik. Mereka akan mendapatkan tawaran untuk menjadi anggota atau pengurus partai politik, ikut dalam kompetisi untuk memperebutkan jabatan sebagai pejabat publik, baik mereka sendiri maupun keturunannya. Usaha yang sudah dirintis dengan sangat baik hendaknya jangan sampai terganggu oleh keinginan ananda untuk mendapatkan kehormatan dalam jabatan-jabatan politik baik dipusat maupun di daerah terpencil.
6. Sifat usaha yang membentuk *Cluster*. Dimana-mana diseluruh dunia, usaha itu bersifat berkumpul. Seperti usaha

penjualan tape singkong (tape gantung) di Purwakarta, mainan berbentuk buah-buahan di Cianjur, colenak di Pasar Lembang, sepatu di Cibaduyut, usaha bordir di Tasik, dodol di Garut, tahu di Sumedang, genteng di Jatiwangi, dan seterusnya. Di luar negeri pun demikian. Industri film di Amerika adanya di *Hollywood* sedangkan di India berkumpul di *Bollywood*. Demikian juga bisnis teknologi informasi, adanya di Silicon Valley, sementara kain sutra di Thailand.

- Hal ini sama seperti yang diungkapkan Mukhammad K. Mawardi (2010: 1), pentingnya strategi kluster dalam pengembangan UKM, bahwa dengan sistem klustering, UKM akan dapat beroperasi secara efisien dan mendapat kemudahan dalam penguatan permodalan dari perbankan dan akhirnya memiliki daya saing tinggi, nilai strateginya pendekatan kluster dalam mendongkrak nilai tambah UKM di pasar.
7. Keuletan. Modal utama seorang pengusaha kecil selain kejujuran dan integritas adalah keuletan dan kerja keras. Hampir semua pengusaha yang kami temui memiliki *self-discipline* yang sangat kuat sehingga mereka percaya bahwa mereka harus bangun lebih cepat daripada matahari dan baru beristirahat setelah matahari terbenam. Dalam hal tertentu, ini bisa menjadi sumber bagi pengembangan usaha, tapi sekaligus bisa menjadi penghambat bagi kemajuan usaha. Dapat menjadi sumber kemajuan, karena membuat timbul. Tetapi, juga dapat menjadi hambatan kalau hal ini membuat mereka asyik dengan diri mereka sendiri

- sehingga lupa untuk bekerja dengan membangun sumber daya dari tenaga-tenaga di luar dirinya.
8. Peluang Berwirausaha  
Sering kita menghadapi permasalahan yang terkadang kita merasa tidak sanggup melaksanakannya. Namun sebenarnya bila kita tinjau lebih jauh direnungkan. Di balik permasalahan tersebut semua ada kemudahan atau peluang. Hanya saja yang harus kita sikapi, apakah kita memandang satu keadaan sebagai suatu masalah yang harus dihindari dan dijauhi atau sebagai peluang untuk dikejar dan ditangkap. Salah satu strategi untuk menemukan peluang adalah melalui inspirasi yang original dan inspirasi dipengaruhi karena adanya insting dan intuisi. Insting adalah suatu naluri menganalisis suatu kejadian yang pernah dialami seseorang untuk memprediksi kejadian yang akan datang. Sedangkan intuisi adalah memprediksi kejadian yang belum dialami. Inspirasi diawali dengan pola pikir kreatif yang kuat dan semakin kuat pola kreatifnya maka semakin berkualitas kreativitas yang dihasilkan. Untuk menjadi wirausahawan yang berhasil diperlukan kreativitas dan inovasi. Inovasi tercipta karena adanya daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas merujuk kepada penemuan ide dan gagasan baru, sedangkan inovasi merujuk kepada bagaimana menggunakan ide dan gagasan baru tersebut sehingga menghasilkan uang.

## METODOLOGI PENELITIAN

Mengacu pendapat Sugiyono (2013:148), maka populasi dalam

penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Nasional dan Universitas Bakrie Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability random sampling*, di mana jumlah sampel sebanyak 34 mahasiswa dengan taraf kesalahan 5%. Selanjutnya, data dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif dan asosiatif.

Uji Validitas di Universitas Nasional dilakukan untuk mengetahui kemampuan indikator penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur. Analisis uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dari *Pearson Correlation* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Kriteria suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai signifikansi korelasi tersebut  $\leq 0,05$ . Hasil uji validitas indikator Strategi wirausaha yang berhasil dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa pada indikator K2 (Regenerasi dengan mengandalkan keluarga) nilai signifikannya lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan tidak valid sama halnya dengan K7 (memulai usaha di tengah cluster yang sudah terbentuk).

Hasil validitas indikator Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid dalam mengukur Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha. Uji Validitas Universitas Bakrie Jakarta, sama dengan halnya Universitas Nasional Jakarta, Menunjukkan hasil uji validitas indikator Strategi wirausaha yang berhasil dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid dalam mengukur Strategi wirausahawan yang berhasil

Menunjukkan hasil validitas indikator Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha dengan menggunakan

*Pearson Correlation.* Hasil Uji Validits menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid dalam mengukur Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha.

#### Uji Realibilitas

Hair *et al* (2010) mendefinisikan reliabilitas sebagai penilaian dari tingkat

konsistensi antra beberapa pengukuran variabel. Penelitian ini menilai konsistensi seluruh skala dengan *alpha Cronbach* dan keandalan keseluruhan dari setiap indikator.

Pada tabel 3.1 Terlihat tingkat keandalan berdasarkan nilai *alpha Cronbach*, dimana tertampil dari Kurang andal sampai dengan Sangat andal, terlampir seperti dibawah:

Tabel 2.  
Tingkat keandalan Berdasarkan Nilai *Alpha Cronbach*

Nilai alpha Cronbach	Tingkat Keandala
0,9 – 0,20	Kurang Andal
>0,20 – 0,40	Agak Andal
>0,40 – 0,60	Cukup Andal
>0,60 -0,80	Andal
>0,80 – 1,00	Sangat Andal

Sumber: Sugiyono (2013)

Uji Realibilitas di Universitas Nasional bahwa Variabel Strategi Wirausaha yang berhasil diperoleh nilai alpa Cronbach sebesar 0,691 Pada Tabel 3.2 (Lihat lampiran), jika dilihat pada Tabel 3.3 nilai tersebut masuk dalam kategori Andal, jadi dapat disimpulkan

bahwa variabel Strategi Wirausaha yang Berhasil reliabel.

Sama dengan halnya padaTabel 3.3 (Lihat lampiran). Peluang mahasiswa berwirausaha masuk dalam kategori Sangat Andal yaitu 0,863 jadi dapat disimpulkan bahwa Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha reliable

Tabel 3.  
Reliability StrategiWirausaha yang yang berhasil di Universitas Nasional

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	34	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	8

Sumber: Data yang diolah (2017)

Tabel 4.  
 Reliability Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha di Universitas Nasional

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	34	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	8

Sumber: Data yang diolah (2017)

Uji Reliabilitas Universitas Bakrie Jakarta pada Tabel 3.4 (Lihat lampiran). Strategi Wirausaha yang berhasil masuk dalam kategori Sangat Andal yaitu 0,888 jadi dapat disimpulkan Strategi Wirausaha yang berhasil reliabel dan Juga untuk

Tabel 3.5 (Lihat lampiran) Peluang Mahasiswa untuk Wirausaha 0,871 masuk dalam kategori Sangat Andal, jadi dapat disimpulkan bahwa Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha Reliabel

Tabel 5.  
 Reliability Strategi Wirausaha UMKM yang berhasil Univeristas Bakrie Jakarta

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	8

Sumber: Data yang diolah (2017)

Tabel 6.  
Reliability Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha Universitas Bakrie Jakarta

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	34	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	8

Sumber: Data yang diolah (2017)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai gambaran data penelitian yang diperoleh dari hasil jawaban responden terhadap faktor-faktor yang menentukan Strategi wirausahawan UMKM yang berhasil terhadap peluang mahasiswa untuk berwirausaha. Data primer yang diperoleh melalui instrumen penelitian berupa kuesioner dikembangkan untuk mengukur dua variabel diatas. Untuk kebutuhan data dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas sedangkan untuk variabel dilakukan Uji korelasi dan Uji regresi termasuk uji t

significant. Khusus untuk Responden dilakukan Sebanyak 64 Angket disebar secar acak kepada mahasiswa Universitas Nasional (UNAS) Jakarta dan Universitas Bakrie Jakarta. Setiap Responden mengisi angket dengan benar dimana total yang terkumpul untuk angket sebanyak 64 sesuai dengan jumlah responden. Tabel 4.1 memperlihatkan dari 2 kampus yang berbeda dimana untuk Universitas Nasional mempunyai jumlah responden untuk Laki-laki sebanyak 47,06% dan Perempuan sebanyak 52,95%, untuk Universitas Bakrie dimana Laki-laki sebanyak 36,67%

Tabel 7 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah Responden	Presentase
<b>Universitas Nasional Jakarta</b>		
Laki-laki (L)	16	47,06%
Perempuan (P)	18	52,94%
<b>Universitas Bakrie Jakarta</b>		
Laki-laki (L)	11	36,67%
Perempuan (P)	19	63,33%

Sumber: Data yang diolah (2017)

### Uji Korelasi

Hubungan antara Strategi Wirausahawan yang yang berhasil terhadap peluang mahasiswa untuk Berwirausaha di Universitas Nasional,

dilakukan analisis dari Correlations Menghasilkan point-point seperti berikut:

- a. Tabel descriptive menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 34. Nilai rata-rata Strategikewirausahaan yang

yang berhasil sebesar 31,64 dan Nilai rata-rata peluang usaha sebesar 34,22

b. Tabel Correlations menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara Strategi Wirusahawan yang yang berhasil terhadap Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha Kuat Positif, yaitu 0,691, arti positif adalah hubungan antara Variabel X dan Y searah, maksudnya searah disini adalah Semakin lama hubungan Strategi Kewirausahaan yang yang berhasil dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha, maka semakin besar Peluanga Mahasiswa untuk berwirausaha. Begitu Juga sebaliknya semakin rendah hubungan Strategi Kewirausahaan yang yang berhasil

dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha, maka semakin kecil juga Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha.

c. Keputusan, kriteria keputusan yang diambil berdasarkan nilai probabilitas, jika probabilitas (sig) $>\alpha$ , maka  $H_0$  diterima, dari tabel Correlations nilai sig sebesar 0,00. Pada kasus ini nilai  $\alpha = 0,05$ , dari hasil perbandingan antara nilai Sig dan  $\alpha$  diperoleh bahwa, hasil Sig=0,00  $< \alpha = 0,001$ , sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak yaitu ada hubungan yang signifikan hubungan antara Strategi Kewirausahaan yang yang berhasil dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha

Tabel 8.  
Korelasi Strategikewirausahaan UMKM yang yang berhasil dengan peluang mahasiswa berwirausaha di Universitas Nasional

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	31.6471	4.55859	34
Peluang Berwirausaha	34.3235	5.38641	34

**Correlations**

		Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	Peluang Berwirausaha
Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	Pearson Correlation	1	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	34	34
Peluang Berwirausaha	Pearson Correlation	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	34	34

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

Sumber: Data yang diolah (2017)

Hubungan antara Strategi Wirausahawan yang yang berhasil terhadap peluang mahasiswa untuk Berwirausaha di Universitas Bakrie, dilakukan analisis dari Correlations Menghasilkan point-point seperti berikut: Tabel descriptive dibawah dapat dianalisis

a. Dari tabel tersebut diatas menunjukkan bahwa jumlah responden sebanyak 30. Nilai rata-rata Strategi kewirausahaan yang berhasil sebesar 32,3 dan Nilai rata-rata peluang usaha sebesar 36,9

b. Dari tabel Correlations menunjukkan bahwa hubungan (korelasi) antara

Strategi Wiruusahawan yang berhasil terhadap Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha Sangat Kuat Positif, yaitu 0,810, arti positif adalah hubungan antara Variabel X dan Y searah, maksudnya searah disini adalah Semakin lama hubungan Strategi Kewirausahaan yang berhasil dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha, maka semakin besar Peluanga Mahasiswa untuk berwirausaha. Begitu Juga sebaliknya semakin rendah hubungan Strategi Kewirausahaan yang berhasil dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha, maka semakin kecil

juga Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha

- c. Kriteria keputusan yang diambil berdasarkan nilai probabilitas, jika probabilitas ( $\text{sig}$ ) $>\alpha$ , maka  $H_0$  diterima, dari tabel Correlations nilai sig sebesar 0, 00. Pada kasus ini nilai  $\alpha = 0,05$ , dari hasil perbandingan antara nilai Sig dan  $\alpha$  diperoleh bahwa, hasil Sig=0,00  $< \alpha = 0,001$ , sehingga keputusannya  $H_0$  ditolak yaitu ada hubungan yang signifikan hubungan antara Strategi Kewirausahaan yang berhasil dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha

Tabel 9.  
Korelasi Strategi kewirausahaan UMKM yang yang berhasil dengan peluang mahasiswa berwirausaha di Universitas Bakrie

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	32.3000	5.66994	30
Peluang Berwirausaha	36.9000	3.85379	30

**Correlations**

		Kiat Kewirausahaan yang Sukses	Peluang Berwirausaha
Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	Pearson Correlation	1	.888
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	30	30
Peluang Berwirausaha	Pearson Correlation	.888	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	30	30

Sumber: Data yang diolah (2017)

**Uji Regresi**

Pengaruh Efektif (Regresi) Strategi Wirausahawan yang yang berhasil terhadap peluang mahasiswa Berwirausaha di Universitas Nasional, salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independent) terhadap satu variabel tak

bebas (dependent) adalah menggunakan Regresi Linier, Regresi Linier hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tidak bebas (dependent) sedangkan tujuan penerapan ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent).

- a. Kaidah pengujian, berdasarkan perbandingan antara F hitung dan Ftabel, maka jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dimana Nilai Fhitung dari Tabel Anova sebesar 29,235 dan nilai Ftabel = 4,08 serta berdasarkan nilai Probabilitas. Jika Probabilitas (sig)  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan Jika Probabilitas (sig)  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dimana dari tabel Anova nilai probabilitas (Sig) = 0,00 dan nilai taraf sign  $\alpha = 0,05$
- b. Membanding Ftabel dari Fhitung serta sig dan  $\alpha$ , ternyata Fhitung = 29,235  $>$  Ftabel = 4,08 maka  $H_0$  ditolak, ternyata  $0,00 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- c. Keputusannya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi Peluang mahasiswa untuk berwirausaha yang dipengaruhi oleh Strategi kewirausahaan yang yang berhasil dari Tabel Coefficients diatas dapat dianalisis: Tabel Coefficients (a) menunjukkan bahwa model persamaan regresi untuk memperkirakan Peluang mahasiswa untuk berwirausaha

dipengaruhi Strategi Wirausahawan yang yang berhasil adalah  $Y = 8,486 + 0,816x$ , dimana Y adalah Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dan X adalah Strategi Wirausahawan yang yang berhasil. Persamaan regresi  $Y = 8,486 + 0,816x$  yang digunakan sebagai dasar untuk memperkirakan Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dipengaruhi Strategi Wirausahawan yang yang berhasil. Berdasarkan uji t dan berdasarkan teknik probabilitas. Namun saat ini yang digunakan hanyalah Uji t saja, Kaidah pengujian nya, adalah Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sebaliknya jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dari tabel Coefficients (a) diperoleh nilai t hitung = 5,407 Nilai t tabel = 1,697 selanjutnya adalah Membandingkan t tabel dan t hitung, ternyata  $t_{hitung} 5,407 > t_{tabel} = 1,697$  maka  $H_0$  ditolak Hasil tersebut diatas bahwa menyimpulkan atau keputusan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dengan Strategi Wirausahawan yang yang berhasil

Tabel 10.  
Regresi (Anova dan Coefficients) Strategi Wirausahawan yang yang berhasil terhadap peluang mahasiswa Berwirausaha di Universitas Nasional

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	457.108	1	457.108	29.235	.000 <sup>a</sup>
	Residual	500.334	32	15.635		
	Total	957.441	33			

a. Predictors: (Constant), Strategi (Kunci Pengalaman) Kewirausahaan yang Sukses  
b. Dependent Variable: Peluang Berwirausaha

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.486	4.826		1.758	.088
	Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	.816	.151	.691	5.407	.000

a. Dependent Variable: Peluang Berwirausaha

Sumber: Data yang diolah (2017)

Pengaruh Efektif (Regresi) Strategi Wirausahawan yang yang berhasil terhadap peluang mahasiswa Berwirausaha di Universitas Bakrie, salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (independent) terhadap satu variabel tak bebas (dependent) adalah menggunakan Regresi Linier, Regresi Linier hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tidak bebas (dependent) sedangkan tujuan penerapan ini adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent).

- a. Kaidah pengujian, berdasarkan perbandingan antara F hitung dan Ftabel, maka jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dimana Nilai  $F_{hitung}$  dari Tabel Anova sebesar 5,146 dan nilai  $F_{tabel} = 4,17$  serta berdasarkan nilai Probabilitas Jika Probabilitas (sig)  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima dan Jika Probabilitas (sig)  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak dimana dari tabel Anova nilai probabilitas (Sig) = 0,00 dan nilai taraf sign  $\alpha = 0,05$
- b. Membanding Ftabel dari Fhitung serta sig dan  $\alpha$ , ternyata  $F_{hitung} = 5,146 > F_{tabel} = 4,17$  maka  $H_0$  ditolak, ternyata  $0,00 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak

- c. Keputusannya model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi Peluang mahasiswa untuk berwirausaha yang dipengaruhi oleh Strategi kewirausahaan yang yang berhasil dari Tabel Coefficients diatas dapat dianalisis: Tabel Coefficients (a) menunjukkan bahwa model persamaan regresi untuk memperkirakan Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dipengaruhi Strategi Wirausahawan yang yang berhasil adalah  $Y = 20,957 + 0,451x$ , dimana Y adalah Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dan X adalah Strategi Wirausahawan yang yang berhasil. Persamaan regresi  $Y = 20,957 + 0,451x$  yang digunakan sebagai dasar untuk memperkirakan Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dipengaruhi Strategi Wirausahawan yang yang berhasil. Berdasarkan uji t dan berdasarkan teknik probabilitas. Namun saat ini yang digunakan hanyalah Uji t saja, Kaidah pengujian nya, adalah Jika  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, sebaliknya jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dari tabel Coefficients (a) diperoleh nilai t hitung = 2,269 Nilai t tabel = 1,701 selanjutnya adalah Membandingkan t tabel dan t hitung, ternyata  $t_{hitung} 2,269 > t_{tabel} = 1,701$  maka  $H_0$  ditolak Hasil tersebut diatas bahwa menyimpulkan atau keputusan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dengan Strategi Wirausahawan yang yang berhasil

Tabel 11.  
Regresi (Anova dan Coefficients) Strategi Wirausahawan yang yang berhasil terhadap peluang mahasiswa Berwirausaha di Universitas Bakrie

<b>ANOVA<sup>b</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.809	1	49.809	5.146	.031 <sup>a</sup>
	Residual	270.991	28	9.678		
	Total	320.800	29			

a. Predictors: (Constant), Kiat Kewirausahaan yang Sukses  
b. Dependent Variable: Peluang Berwirausaha

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	20.957	6.568		3.191	.003	7.504	34.410
	Siasat Wirausahawan UMKM yang berhasil	.451	.199	.394	2.269	.031	.044	.859

a. Dependent Variable: Peluang Berwirausaha

Sumber: Data yang diolah (2017)

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas Untuk Strategi Kewirausahaan UMKM di Universitas Nasional yang berhasil menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid. Terkecuali pada indikator K2 (Regenerasi dengan mengandalkan keluarga) nilai signifikannya lebih dari 0,05 sehingga dinyatakan tidak valid sama halnya dengan K7 (memulai usaha di tengah cluster yang sudah terbentuk).
2. Hasil Uji Validitas menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid dalam mengukur Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha di Universitas Nasional.
3. Hal serupa Hasil Uji Validitas untuk Strategi kewirausahaan UMKM yang berhasil dan Peluang Mahasiswa untuk Berwirausaha di Universitas Bakrie menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan valid.
4. Variabel Strategi Wirausaha UMKM yang berhasil di Universitas Nasional diperoleh nilai alfa Cronbach sebesar 0,691, nilai tersebut masuk dalam kategori Andal (Besar), demikian juga dengan Peluang mahasiswa berwirausaha masuk dalam kategori Sangat Andal (Besar), dengan nilai

Cronbach sebesar 0,691 sehingga dapat disimpulkan dua (2) variabel tersebut reliabel.

5. Di Universitas Bakrie Jakarta Strategi Wirausaha UMKM yang berhasil masuk dalam kategori Sangat Andal, dengan nilai alfa cronbach sebesar 0,888 dapat disimpulkan Strategi Wirausaha yang berhasil reliabel termasuk juga. Peluang Mahasiswa untuk Wirausaha 0,888 masuk dalam kategori Sangat Andal, disimpulkan bahwa Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha Reliabel.
6. Dari hasil perbandingan antara nilai Sig dan  $\alpha$  diperoleh bahwa, hasil Sig=0,00 <  $\alpha = 0,05$ , sehingga keputusannya H0 ditolak yaitu ada hubungan yang signifikan hubungan antara Strategi Kewirausahaan yang berhasil dengan Peluang Mahasiswa untuk berwirausaha di Universitas Nasional dan Universitas Bakrie.
7. Membandingkan t tabel dan t hitung, ternyata t hitung 5,407 > t tabel = 1,697 maka H0 ditolak Hasil tersebut diatas bahwa menyimpulkan atau keputusan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Peluang mahasiswa untuk berwirausaha dengan Strategi Strategi Wirausahawan yang berhasil di Universitas Nasional.
8. Membandingkan t tabel dan t hitung, ternyata t hitung 2,269 > t tabel = 1,701 maka H0 ditolak Hasil tersebut diatas bahwa menyimpulkan atau keputusan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antara Peluang mahasiswa

- untuk berwirausaha dengan Strategi Wirausahawan yang berhasil di Universitas Bakrie
9. Bila dilihat dari 2 sample tersebut untuk validitas dan realibilitas Universitas Bakrie mempunyai nilai yang lebih baik dibandingkan Universitas Nasional, Disisi lain Universitas Nasional lebih baik hasilnya untuk menjawab hipotesis korelasi dan regresi dibandingkan Universitas Bakrie
10. Jawaban hipotesis dari dua (2) sample tersebut sama – sama menghasilkan bahwa Strategi Wirausahawan UMKM yang berhasil mempunyai hubungan dengan peluang mahasiswa untuk berwirausaha

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baum. J. R, Frese, M. & Baron, R. A., 2007, the psychology of entrepreneurship, Mahwa, New Jersey: Lawrence Erlbaum associates
- Dewi Masitah dan M. Edwar. 2013. “Pengaruh peran keluarga dan praktik kewirausahaan dalam membentuk sikap kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan tahun 2009-2010 Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya.” *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 1. No. 3.
- Hendro. 2011. *Dasar-dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga.
- John E. Schoen and Justin G., 1978, *Management Succession in the Family Business*, *Journal of Small Business Management*, Vol. 16 Juli 1978
- Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore dan J. William Petty, 2001, *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*, Jakarta: Salemba Empat
- Kasmir SE, MM, 2011, *Kewirausahaan*, Jakarta: Rajagrafindo Pesada
- Leonardus Saiman, 2014, *Kewirausahaan: Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, Edisi 2: Jakarta, Salemba Empat
- Mulyaningsih, Sri, 2012, Faktor-faktor yang mempengaruhi minat wirausaha pengolahan pangan organik pada perempuan tani di desa wonokerto, bantu, malang, *Wacana*, Vol. 15 No.2 2012
- Mukhammad K. Mawardi, 2010, *Kluster Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia*, [Online] tersedia :<http://emkamawardi.blogspot.com/2010/12/kluster-usaha-kecil-menengah-ukm-di.html> , diakses pada 3 Maret 2016
- Ponco Dewi & Agus Wibowo “Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, Vol.5 No 2, 152-167.
- Rambat Lupiyoadi, 2007, *Entrepreneurship, form mindset to strategy*, Jakarta: FE UI
- Rhenald Kasali, 2012, *Cracking Entrepreneurs, inilah para crackers lokal yang tak ada matinya*, Jakarta: Gramedia
- Robert D. Hisrich, Michael P. Peters, Dean A. Shepherd, 2008, *Entrepreneurship Kewirausahaan*, Edisi 7, Jakarta: Salemba Empat
- Sarosa P., 2005, Kiat praktis membuka usaha. Becoming young entrepreneur : Dream big start small, act now!, panduan praktis & motivasional bagi kaum muda dan

mahasiswa, Jakarta: Elex media  
komputindo

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian  
Manajemen*, Bandung: Alfa Beta  
Jakarta: Salemba Empat.

Tulus T.H. Tambunan, 2002, *Usaha kecil  
dan Menengah di Indonesia,  
beberapa isu penting,*