

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Intensi Wirausaha

1. Definisi Intensi Wirausaha

Linan (2004) menyebutkan intensi merupakan elemen yang fundamental yang dapat menjelaskan sebuah perilaku. Fini (2009) mengungkapkan bahwa intensi kewirausahaan merupakan representasi kognitif dari tindakan yang akan dilaksanakan oleh individu baik yang akan membangun usaha mandiri baru atau menciptakan nilai baru dalam perusahaan yang ada. Intensi kewirausahaan selalu berkaitan dengan kuatnya motif seseorang dalam berwirausaha sehingga mempengaruhi perilakunya. Dalam intensi kewirausahaan, terdiri dari lima dimensi yang dikemukakan oleh Carvalho dan Gonzales (2006) yaitu: kepribadian, pengetahuan bisnis, motivasi berwirausaha, kepercayaan diri dalam berwirausaha dan lingkungan Pendidikan.

Intensi wirausaha merupakan prediksi yang reliabel untuk mengukur perilaku kewirausahaan dan aktivitas kewirausahaan (Krueger, 2000). Umumnya, entrepreneur intention adalah keadaan berfikir yang secara langsung dan mengarahkan perilaku individu ke arah pengembangan dan implementasi konsep bisnis yang baru (Nurul & Rokhima, 2008). Lalu intensi wirausaha menurut Dell (2008) didefinisikan sebagai keinginan individu untuk menampilkan perilaku wirausaha untuk bekerja sendiri, atau mendirikan bisnis sendiri. Individu mungkin saja

mempunyai potensi untuk menjadi pengusaha tetapi tidak dapat mengambil langkah kedalam dunia wirausaha kecuali mempunyai intensi untuk berwirausaha (Ismail, 2009).

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa intensi wirausaha adalah keinginan yang kuat pada diri individu sehingga memunculkan perilaku yang terencana dalam membangun sebuah usaha yang baru dengan cara yang inovatif.

2. Aspek-aspek Intensi Wirausaha

Dalam Linan dan Chen (2009) membagi aspek intensi wirausaha sebagai berikut :

a. *Attitude toward start-up (personal attitude, PA)*

Sikap merupakan suatu faktor dalam diri individu yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negative pada penilaian terhadap sesuatu yang diberikan. Sebagai contoh apabila individu menganggap sesuatu bermanfaat bagi dirinya maka dia akan memberikan respon positif terhadapnya, sebaliknya jika sesuatu tersebut tidak bermanfaat maka dia akan memberikan respon negatif.

b. *Subjective norm (SN)*

Norma subjektif merupakan persepsi individu tentang pemikiran orang lain yang akan mendukung atau tidak mendukungnya dalam melakukan sesuatu. Norma subjektif mengacu pada tekanan sosial yang dihadapi oleh individu untuk

melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Hal ini terkait dengan keyakinan bahwa orang lain mendorong atau menghambat untuk melaksanakan perilaku. Seorang individu akan cenderung melakukan perilaku jika termotivasi oleh orang lain yang menyetujuinya untuk melakukan perilaku tersebut.

c. *Perceived behavioral control (PBC)*

Kontrol perilaku adalah persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku. Kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan tentang ketersediaan dukungan dan sumber daya atau hambatan untuk melakukan suatu perilaku kewirausahaan. Kontrol perilaku merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit.

Keong (2008) mengemukakan bahwa untuk mengetahui intensi kewirausahaan seseorang dalam memulai bisnisnya dapat diamati melalui tujuh aspek, sebagai berikut :

a. Sikap wirausaha (*Attitude toward entrepreneurship*)

Ajzen dan Madden (Keong, 2008) mengemukakan sikap Biasanya mempengaruhi perilaku yang dimaksudkan sampai batas waktu tertentu. Dalam konteks wirausaha, nampaknya niat mahasiswa semakin kuat di dalam karir berwirausaha, semakin kuat juga niat menjadi wirausaha bagi dirinya.

b. Dukungan dan hambatan (*Perceived support and barriers*)

Weigert (Keong, 2008) mengemukakan hambatan atau merupakan kebalikan dari kewaspadaan. Hal itu memperkuat individu dalam mengambil pengalaman untuk memberi dan menginterpretasikan informasi, sehingga menyebabkan kegagalan dapat dijadikan sebuah kesempatan.

c. Percaya diri (*Locus of control*)

Remeikiene (2013) *locus of control* dikaitkan dengan keberhasilan kewirausahaan. Orang-orang yang menunjukkan pengendalian diri yang kuat biasanya percaya bahwa kualitas hidup tergantung pada tindakan mereka sendiri, misalnya, pendidikan, kerja keras dan sebagainya.

d. Kebutuhan prestasi (*Need for achievement*)

Rusdiana (2014) menemukan kebutuhan prestasi merupakan pendorong yang akan memotivasi pada diri seseorang, sehingga dapat menimbulkan kreativitas dan mengarahkan kemampuan untuk mencapai hasil yang maksimal. Selain itu, Davidson dan McClelland (Keong, 2008) menyimpulkan kebutuhan prestasi memungkinkan adanya kecenderungan individu untuk masuk ke dalam bisnis karena pengaruh, namun motivasi berprestasi bukanlah penentu utama perilaku kewirausahaan. Hal itu berkaitan dengan

kinerja dibandingkan dengan patokan atau standar yang dimiliki oleh individu.

e. Niat kewirausahaan (*Entrepreneurial intention*)

Rittippant, Kokchang, Vanischkitpisan dan Chompoondang (2011) mengemukakan intensi kewirausahaan merupakan pengusaha yang mengarahkan perhatian, pengalaman, dan tindakan terhadap konsep bisnis. Niat dianggap sebagai langkah pertama yang penting dalam proses kewirausahaan untuk seseorang yang ingin memulai bisnis baru.

f. Kesiapan instrumen (*Instrument readiness*)

Scheinberg dan MacMilan (Keong, 2008) mengemukakan kesiapan instrumen merupakan salah satu yang paling sering dijadikan sebagai alasan untuk mendirikan sebuah perusahaan, karena kesiapan instrumen meliputi keyakinan tentang beban kerja, risiko dan keuntungan finansial yang diharapkan oleh pendiri bisnis.

g. Norma subjektif (*Subjective norm*)

Huda, Rini, Mardoni dan Purnama (2012) mengemukakan norma-norma subjektif merupakan persepsi atau asumsi tentang harapan tertentu orang lain mengenai satu perilaku yang akan dilakukan atau tidak akan dilakukan

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti menggunakan aspek-aspek intensi berwirausaha dari Linan dan Chen (2009) yakni *attitude toward start-up (personal attitude, PA)*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Peneliti menggunakan aspek-aspek intensi berwirausaha dalam Linan dan Chen (2009) karena peneliti akan mengadaptasi alat ukur intensi wirausaha dari aspek tokoh tersebut.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha

Dalam Wijayanti dan Suryani (2016) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha :

a. Konteks keluarga

Konteks keluarga menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel konteks keluarga pada intensi berwirausaha. Partisipan yang menjadi sampel penelitian tersebut juga percaya bahwa kerabatnya (orangtua, saudara kandung, dan pasangannya) lebih mendorong mereka dalam mengejar karir sebagai wirasusahawan.

b. *Entrepreneurial Skills*

Berdasarkan hasil dari penelitian hermina dalam Wijayanti dan Suryani (2011), kondisi peluang bisnis sangat mendukung minat untuk menjadi wirausaha. Dimana kondisi peluang bisnis dapat dikategorikan ke dalam faktor *creativity* dan mampu memperkirakan kebutuhan pasar (*market awareness*).

c. *Locus of Control*

Penelitian yang dilakukan Gormen (dalam Wijayanti & Suryani, 2016) mengemukakan bahwa *Locus of Control*, sejumlah atribut *personality* seperti adanya kebutuhan berprestasi, *internal locus of control* yang kuat, tingginya kreativitas dan inovasi, ikut berperan dalam membentuk niat orang untuk berwirausaha.

Menurut Wijaya (2007) intensi berwirausaha dipengaruhi beberapa faktor, yaitu :

a. Lingkungan keluarga

Orang tua akan memberikan corak budaya, suasana rumah, pandangan hidup dan pola sosialisasi yang akan menentukan sikap, perilaku serta proses Pendidikan terhadap anak-anaknya. Orang tua yang bekerja sebagai wirausaha akan mendukung dan mendorong kemandirian, berprestasi dan bertanggung jawab. Dukungan orang tua ini, terutama ayah sangat penting dalam pengambilan keputusan pemilihan karir bagi anak.

b. Pendidikan

Pendidikan kewirausahaan akan membentuk siswa untuk mengejar karir kewirausahaan. Pendidikan formal memberikan pemahaman yang lebih baik tentang proses kewirausahaan, tentang yang dihadapi para pendiri usaha baru dan masalah yang harus diatasi agar berhasil. Pendidikan penting bagi wirausaha, tidak hanya gelar yang didapatkannya saja, namun Pendidikan juga mempunyai

peranan yang besar dalam membantu mengatasi masalah-masalah dalam bisnis seperti keputusan investasi dan sebagainya.

c. Jenis Kelamin

Jenis kelamin sangat berpengaruh terhadap intensi berwirausaha, mengingat adanya perbedaan terhadap pandangan pekerjaan antara pria dan wanita. Wanita menganggap pekerjaan bukanlah hal yang penting. Karena wanita masih dihadapkan pada tuntutan tradisional yang lebih besar menjadi istri dan ibu rumah tangga. Sedangkan, pria masih sanggup untuk mencari pekerjaan dan memulai berwirausaha.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha dari Wijayanti dan Suryani (2016) antara lain : konteks keluarga, *entrepreneurial skill* dan *locus of control*. Peneliti memutuskan menggunakan faktor di atas karena terdapat perilaku inovatif pada aspek *locus of control* yaitu tingginya kreativitas dan inovasi yang mempengaruhi intensi wirausaha sehingga sejalan dengan penelitian yang dilakukan.

Dari definisi di atas dan dari pemahaman akan definisi intensi serta wirausaha sebelumnya dapat di simpulkan bahwa intensi berwirausaha (*entrepreneurial intention*) merupakan niat yang ada pada diri seseorang untuk melakukan tindakan kewirausahaan. Sedangkan aspek dari intensi wirausaha sendiri menurut Keong (2008) adalah sikap wirausaha, dukungan dan hambatan, percaya diri, kebutuhan prestasi, niat kewirausahaan,

kesiapan instrumen dan norma subjektif. Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi wirausaha menurut Wijayanti dan Suryani (2016) adalah konteks keluarga, *entrepreneurial skill*, *locus of control*.

B. Perilaku Inovatif

1. Definisi Perilaku Inovatif

Menurut Kleysen dan Street (2001) perilaku inovatif merupakan keseluruhan tindakan individu yang mengarah pada pemunculan, pengenalan, dan penerapan dari sesuatu yang baru dan menguntungkan pada seluruh tingkat organisasi. Sesuatu yang baru dan menguntungkan meliputi pengembangan ide produk baru atau teknologi-teknologi, perubahan dalam prosedur administratif yang bertujuan untuk meningkatkan relasi kerja atau penerapan dari ide-ide baru atau teknologi-teknologi untuk proses kerja yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan efektifitas mereka. Sedangkan menurut Scott dkk, dalam Nindyati (2009) perilaku inovatif yaitu sebagai intensi untuk memunculkan, meningkatkan dan menerapkan ide-ide baru dalam tugasnya, kelompok kerjanya atau organisasinya.

Perilaku Inovatif menurut Price (Prayudhayanti, 2014) pada dasarnya merupakan kemampuan individu melakukan perubahan cara kerja dan bentuk mengadopsi prosedur, praktek dan teknik kerja yang baru dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya. Sedangkan Gaynor dan Gerard (2002) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai tindakan

individu untuk menciptakan dan mengadopsi ide- ide atau pemikiran, dan cara-cara baru guna diterapkan dalam pelaksanaan dan penyelesaian pekerjaan. Menurut De Jong and Den Hartog (2003) mengemukakan bahwa innovative behaviour dapat dikatakan sebagai semua tindakan individu yang bertujuan pada generasi, pengenalan dan penerapan baru yang bermanfaat pada setiap tingkat organisasi. Perilaku inovatif manusia adalah fungsi dari interaksi antara individu dengan lingkungannya (Miftah & Toha, 2007).

Berdasarkan definisi di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa perilaku inovatif adalah perubahan yang dilakukan oleh individu dengan menerapkan ide atau teknologi baru untuk menyelesaikan suatu pekerjaan.

2. Aspek-aspek

Kleysen dan Street (2001) mengungkapkan bahwa perilaku inovatif terdiri dari lima aspek, yaitu :

a. Opportunity Exploration

Awal dari proses inovasi seringkali ditentukan oleh kesempatan: menemukan sebuah peluang, masalah yang muncul atau teka-teki yang perlu dipecahkan. Eksplorasi peluang termasuk adalah mencari cara untuk meningkatkan pelayanan atau proses pengiriman saat ini atau mencoba untuk memikirkan proses kerja, produk atau pelayanan dengan cara alternatif.

b. Generativity

Untuk dapat berinovasi, selain mengetahui adanya peluang/kesempatan, kemampuan untuk membangun cara-cara baru untuk memanfaatkan peluang itu juga penting. Idea generation merujuk pada pembuatan konsep untuk tujuan peningkatan. Ide-ide yang dihasilkan dapat berkaitan dengan produk, pelayanan atau proses baru, masuk ke pasar baru, peningkatan dalam proses kerja saat ini, atau secara umum adalah solusi terhadap problem-problem yang telah diidentifikasi.

c. *Formative Investigation*, yang artinya memberikan perhatian untuk menyempurnakan ide, solusi, opini, dan untuk menginvestigasinya.

d. *Championing*

Championing aspek penting lainnya ketika suatu ide telah dihasilkan. Kebanyakan ide-ide itu perlu dijual. Koalisi sering kali dibutuhkan untuk menerapkan inovasi; ini adalah bagaimana mendapatkan kekuatan dengan menjual ide ke rekan potensial. Dalam banyak kasus, pengguna prospektif dari inovasi yang diusulkan tersebut (rekan, pemimpin, pelanggan, dll) sering merasa tidak yakin dengan nilai tambah dari inovasi tersebut. Ini memerlukan keahlian kita untuk bisa menjual dan meyakinkannya. Tahap inilah yang disebut championing, berusaha meyakinkan nilai tambah dari inovasi yang kita usulkan.

e. *Application*

Selanjutnya ide yang telah didukung tersebut perlu diimplementasikan dan dipraktekkan. Implementasi dapat berarti meningkatkan produk atau prosedur yang telah ada, atau membangun yang baru. Usaha yang keras dan sikap yang berorientasi hasil diperlukan dari karyawan untuk mewujudkan ide tersebut. Perilaku dalam aplikasi berkaitan dengan usaha-usaha yang dilakukan oleh individu untuk dapat menerapkan ide tersebut ke dalam praktek nyata.

Ada tiga fase dalam melakukan proses inovasi berdasarkan Prayudhayanti (2014) , yaitu :

a. Generating ideas

Keterlibatan individu dan tim dalam menghasilkan ide untuk memperbaiki produk, proses dan layanan yang ada dan menciptakan sesuatu yang baru.

b. Harvesting ideas

Melibatkan sekumpulan orang untuk mengumpulkan ide-ide yang telah ada dan melakukan evaluasi terhadap ide-ide tersebut.

c. Developing and implementing idea

Mengembangkan ide-ide yang telah terkumpul dan selanjutnya mengimplementasikan ide-ide tersebut.

Berdasarkan aspek dari kedua tokoh diatas, peneliti menggunakan aspek-aspek dari perilaku inovatif menurut Kleysen dan Street (2001) yaitu

opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing, application. Peneliti menggunakan aspek dari tokoh tersebut karena dianggap mampu mendeskripsikan setiap tahapan pada perilaku inovatif.

Dari definisi di atas didapatkan kesimpulan bahwa perilaku inovatif adalah perilaku individu menciptakan ide-ide yang dikembangkan untuk menyelesaikan permasalahan atau solusi baru. Aspek-aspek perilaku inovatif menurut Kleysen dan Street (2001) adalah *opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing, application.*

C. Hubungan antara Perilaku Inovatif dan Intensi Wirausaha

Perilaku inovatif menurut teori Kleysen dan Street (2001) terdiri dari lima aspek yaitu *opportunity exploration, generativity, formative investigation, championing* dan *application*. Ketika individu melakukan *opportunity exploration* maka hal tersebut menandakan adanya intensi individu untuk mencari pengetahuan mengenai usaha, sama halnya dengan mahasiswa yang mencari peluang untuk berusaha. Selanjutnya, perilaku inovatif terdiri dari aspek *generativity* yaitu individu mengarah pada pemunculan konsep-konsep untuk tujuan pengembangan. Ketika individu melakukan *generativity* maka hal tersebut menandakan adanya intensi individu untuk mencari konsep mengenai usaha, seperti mahasiswa yang mengkonsep suatu ide agar dapat digunakan untuk berwirausaha.

Ketika individu melakukan *formative investigation* maka hal tersebut menandakan adanya intensi individu untuk menyempurnakan ide, solusi, opini mengenai usaha, sejalan dengan itu juga mahasiswa akan mengulas kembali hal-hal yang telah dilakukan untuk berwirausaha dan melakukan perbaikan-perbaikan apabila diperlukan. Selain itu perilaku inovatif juga terdiri dari aspek *championing* yaitu praktek-praktek usaha untuk merealisasikan ide-ide. Yang berarti adanya intensi individu untuk merealisasikan ide usaha, seperti mahasiswa yang telah mampu untuk melakukan ide-ide yang telah disusun.

Selain itu perilaku inovatif terdiri pula dengan aspek *application* yang artinya individu mencoba untuk mengembangkan, menguji coba, mengkomersialkan ide-ide inovatif yang menandakan bahwa individu telah melakukan wirausaha dan akan mengembangkan atau menguji coba wirausaha yang telah direncanakan, dalam hal ini mahasiswa telah mengaplikasikan ide-ide untuk berwirausaha dan telah membuka usaha tersebut.

Adanya hubungan perilaku inovatif dan intensi wirausaha juga terdapat pada penelitian Hornsby, Naffziger, Kuratko dan Montagno (1993) yang menyatakan bahwa ada beberapa karakteristik yang mempengaruhi seseorang untuk menjadi *intrapreneur* yaitu karakteristik individu termasuk didalamnya adalah pengambilan keputusan, keinginan berprestasi, orientasi tujuan dan *internal locus of control* dimana perilaku inovatif berada. *Intrapreneur* dan *entrepreneur* adalah kedua hal yang

sejalan, karena istilah “usaha” dipakai untuk kedua literatur yaitu *entrepreneur* dan *intrapreneur*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt (1991) bahwa variabel wirausaha teridentifikasi mempunyai beberapa karakteristik yang cenderung membedakan pengusaha dengan profesi lainnya. Berdasarkan penelitian mengenai kepribadian dan wirausaha, ditemukan empat gagasan yang seringkali ditemukan dalam penelitian kewirausahaan: kebutuhan untuk berprestasi, *locus of control*, kepercayaan diri, dan inovasi. Selanjutnya, ditemukan bahwa ada perbedaan yang signifikan pada aspek inovasi, percaya diri dan kebutuhan untuk berprestasi antara kelompok non-wirausaha dengan kelompok wirausaha. Ada perbedaan yang signifikan pada rerata skor skala inovasi pada kelompok wirausahaan dan non-wirausahaan, dimana skor kelompok wirausahaan lebih tinggi yaitu 6.639 jika dibandingkan dengan kelompok non-wirausahaan 5.293. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku inovasi cenderung lebih tinggi pada kelompok wirausaha.

Perilaku inovatif adalah kunci untuk mempersiapkan wirausaha (Koh, 1996). Inovasi adalah mekanisme dimana wirausahaan mengamati perubahan lingkungan sebagai peluang untuk menciptakan bisnis baru. Antara perilaku inovatif dan intensi kewirausahaan ada variabel mediator yaitu kewaspadaan kewirausahaan. Dengan demikian, individu yang inovatif akan memiliki intensi wirausaha yang lebih besar

untuk melaksanakan kegiatan wirausaha. Kemudian, institusi Pendidikan tinggi seharusnya fokus pada upaya untuk memodifikasi sikap personal dari mahasiswa melalui Pendidikan *entrepreneurship* dan program inkubasi bisnis untuk mengembangkan kreasi kewirausahaan serta pembangunan ekonomi menurut Gozukara dan Colakoglu (2016).

Perilaku inovatif menjadi penting bagi intensi wirausaha karena dalam konteks kewirausahaan perilaku inovatif adalah perilaku dalam mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk atau jasa yang mampu memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis untuk pemecahan permasalahan yang ada. Perilaku tersebut terdiri atas menghasilkan ide, mendiskusikan ide, dan merealisasikan ide dalam bentuk produk atau jasa. Karena adanya perilaku inovatif akan memunculkan intensi wirausaha karena adanya dorongan untuk memilih cara-cara cerdas menghadapi permasalahan yang mampu membuat individu berpikir secara inovatif, baik dengan konsumen dan kompetitor sesuai dengan etika bisnis.

Berdasarkan hal tersebut, perilaku inovatif tentunya memiliki keterkaitan yang penting pada intensi wirausaha sebagai mahasiswa.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara perilaku inovatif dan intensi wirausaha. Keduanya akan memiliki hubungan yang positif, hal ini diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat

perilaku inovatif mahasiswa maka semakin tinggi juga tingkat intensi wirausaha mahasiswa.