

Pengaruh Bias Kognitif dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi

Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

SKRIPSI



Ditulis oleh:

Nama : Aditya Anwar Nasrul

Nomor Mahasiswa : 14311506

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2017

**Pengaruh Bias Kognitif dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi
Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi Fakultas
Ekonomi Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Aditya Anwar Nasrul

No Mahasiswa: 14311506

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAREISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar suatu kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai aturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 2018

(Penyusun)



(Aditya Anwar Nasrul)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**Pengaruh Bias Kognitif dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha
melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko**



Nama : Aditya Anwar Nasrul
Nomor Mahasiswa : 14311506
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Keuangan

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 16 April 2018

Dosen Pembimbing,



(Abdur Rafik S.E., M.Sc.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH BIAS KOGNITIF DAN FAKTOR PSIKOLOGI SOSIAL TERHADAP INTENSI
BERWIRSAUSAHA MELALUI MEDIASI SIKAP TERHADAP RISIKO**

Disusun Oleh : **ADITYA ANWAR NASRUL**

Nomor Mahasiswa : **14311506**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 11 Mei 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Abdur Rafik, SE., M.Sc.

Penguji : Sutrisno, Dr.,Drs., MM.



.....
.....

Mengetahui.
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

Pengaruh Bias Kognitif dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

ABSTRAK

Dewasa ini perubahan intensi dalam menjadi wirausahawan semakin tinggi karena banyaknya wirausahawan yang sudah sukses di usia yang masih muda. Perubahan tersebut banyak mendorong individu untuk ikut serta untuk menjadi wirausahawan. Menjadi wirausaha merupakan suatu keputusan yang berat dan memiliki tingkat risiko yang tinggi. Orang yang ingin menjadi wirausaha harus bisa mengatasi risiko yang akan terjadi terhadap usahanya dimasa mendatang. Pandangan tiap orang terhadap risiko berbeda-beda dan dapat dipengaruhi oleh bias kognitif dan faktor psikologi sosial yang dimiliki. Penelitian ini akan menguji pengaruh bias kognitif dan faktor psikologi sosial terhadap intensi berwirausaha melalui sikap terhadap risiko. Bias kognitif diproksikan dengan ilusi kontrol, kepercayaan diri berlebih, *bandwagon effect*, dan *believe in the law of small number*, sementara faktor psikologi diproksikan dengan aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, dan religiusitas. Responden penelitian ini meliputi orang yang sudah memiliki usaha dan orang yang memiliki keinginan untuk menjadi wirausahawan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 293 responden dan diolah menggunakan *Partial Least Square - Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terlalu percaya diri, *believe in the law of small number*, dan *bandwagon effect* yang merupakan bagian dari bias kognitif berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausahaan melalui sikap terhadap risiko. Kemudian aktualisasi diri, *external locus of control*, religiusitas yang merupakan bagian dari faktor psikologi sosial juga berpengaruh secara positif signifikan terhadap intensi berwirausahaan melalui sikap terhadap risiko.

Kata Kunci: Intensi Berwirausaha, Sikap terhadap Risiko, Bias Kognitif, Faktor Psikologi Sosial

Pengaruh Bias Kognitif dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

ABSTRAK

Nowadays changes in intention to becoming an entrepreneur is higher because of many entrepreneurs who have been successful at young age. These changes encourage individuals to participate to become an entrepreneur. Being an entrepreneur is a tough decision and has a high level of risk. People who want to become entrepreneurs must be able to overcome the risks that will occur to his business in the future. The view of each person against risk varies and can be influenced by the cognitive biases and social psychological factors that are owned. This study will examine the effect of cognitive biases and social psychological factors on the intentions of entrepreneurship through attitudes to risk. Cognitive bias is proxied by the illusion of control, overconfidence, bandwagon effect, and believe in the law of small numbers, while psychological factors are proxied by self-actualization, modernity, external locus of control, social cynicism, and religiosity. Respondents of this study include people who already have businesses and people who have the desire to become an entrepreneur. The number of samples in this study was 293 respondents and processed using Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of this study indicate that overconfidence, believe in the law of small numbers, and the bandwagon effect that is part of the cognitive biases have a significant positive effect on the intention of entrepreneurship through attitudes to risk. Then self-actualization, external locus of control, religiosity which is part of social psychology factor also positively significant effect on intention of entrepreneurship through attitude to risk.

Keywords: Intentions of Entrepreneurship, Attitudes to Risk, Cognitive Bias, Socio-Psychological Factors

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” [Ar-Ra’d/13:11].

Orang yang bersungguh-sungguh dalam berusaha pasti akan diberikan kemudahan oleh Allah SWT untuk mengubah nasibnya.

KATA PENGANTAR

Asalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul '**Pengaruh Bias Kognitif dan Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko**'. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S-1 Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Kedua orang tua saya, bapak (Ir. Nasrul Sukarno) dan mama (drg. Ita Isdiana Anwar M.Kes.) yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
2. Adik-adik saya, Adenia Anisyia Nasrul dan Adrian Andhika Nasrul.
3. Bapak Dosen Pembimbing Abdur Rafik S.E., M.Sc.
4. Anisah Nabilah Ferry, Nur Rahmad Anggarda, Arie Asngari Adiputra, Celestial Randy Teddy, Raga Jiwanjaya dan Mr. Koko selaku teman dan sahabat yang selalu mendukung dan mendoakan saya ketika pembuatan skripsi ini.
5. Refika Nurliani, Nur Diana, Andre Rizki Pratama, dan keluarga lantai 3 selaku teman-teman yang selalu mendukung dan membantu saya dalam pembuatan skripsi ini.
6. Muhammad Arief Rizaldi, Muh. Arif Fadhilah, Okza Achmad, Qodri, dan Anatoly Aditya Saputra selaku rekan kerja di Sahabat Grup yang membantu menggapai mimpi-mimpi dan prestasi yang ingin saya capai selama kuliah di Yogyakarta.

7. Teman-teman tim Marcomm yang memberikan pengalaman dan pembelajaran berharga selama berkuliah di Universitas Islam Indonesia
8. Segenap staf pengajar dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta,
9. Para responden penelitian dan pihak-pihak lain yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam memperlancar penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini belum sepenuhnya sempurna, oleh sebab itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna perbaikan di kemudian hari. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi pembaca untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta berguna untuk penelitian selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 15 Februari 2018

Penulis,

Aditya Anwar Nasrul

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi (Rumusan) Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kontribusi Penelitian	7
BAB II: KAJIAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis	8

2.1.1 Hubungan Bias Kognitif dengan Sikap terhadap Risiko	8
2.1.1.1 Hubungan Ilusi Kontrol dengan Sikap terhadap Risiko	9
2.1.1.2 Hubungan Kepercayaan Diri Berlebih dengan Sikap terhadap Risiko.....	10
2.1.1.3 Hubungan <i>Believe in The Law of Small Number</i> dengan Sikap terhadap Risiko	11
2.1.1.4 Hubungan <i>Bandwagon Effect</i> dengan Sikap terhadap Risiko ..	13
2.1.2 Hubungan Faktor Psikologi Sosial dengan Sikap Terhadap Risiko ...	14
2.1.2.1 Hubungan Aktualisasi Diri terhadap Sikap terhadap Risiko ...	15
2.1.2.2 Hubungan Modernitas dengan Sikap terhadap Risiko	16
2.1.2.3 Hubungan <i>External Locus of Control</i> dengan Sikap terhadap Risiko.....	17
2.1.2.4 Hubungan Sinisme Sosial dengan Sikap terhadap Risiko	19
2.1.2.5 Hubungan Religiusitas dengan Sikap terhadap Risiko.....	20
2.1.3 Pengaruh Sikap terhadap Risiko dengan Intensi Berwirausaha	21
2.1.4 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko	22
2.1.5 Pengaruh Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko	24
2.2 Rerangka Penelitian	28
 BAB III: METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi dan Sampel	29
3.2 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	30
3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran	30

3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya	31
3.5 Teknik Analisis	37
3.5.1 Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	37
3.5.1.1 Uji Validitas.....	37
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.5.2 Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	39
 BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	41
4.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
4.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	43
4.1.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Tahun	44
4.1.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.1.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Agama.....	45
4.1.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha	46
4.1.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Waktu Berjalannya Usaha	46
4.1.10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Refleksi dari Tujuan Investasi (Berwirausaha).....	47
4.2 <i>Pilot Test</i>	48
4.3 Statistik Deskriptif Variabel	49
4.4 Hasil Pengujian Pengukuran	53
4.4.1 Hasil Uji Validitas	53

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.5 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	57
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	59
4.6 Diskusi Hasil / Pembahasan	61
4.6.1 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Sikap terhadap Risiko	61
4.6.1.1 Ilusi Kontrol Tidak Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Risiko	61
4.6.1.2 Kepercayaan Diri Berlebih Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko	62
4.6.1.3 <i>Believe in The Law of Small Number</i> Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko	63
4.6.1.4 <i>Bandwagon Effect</i> Tidak Berpengaruh Terhadap Sikap terhadap Risiko	64
4.6.2 Pengaruh Faktor Psikologi Sosial terhadap Sikap terhadap Risiko ...	64
4.6.2.1 Aktualisasi Diri Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko	64
4.6.2.2 Modernitas Tidak Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Risiko	65
4.6.2.3 <i>External Locus of Contrl</i> Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko	66
4.6.2.4 Sinisme Sosial Tidak Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Risiko	67
4.6.2.5 Religiusitas Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko	67

4.6.3 Sikap terhadap Risiko Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha	68
4.6.4 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko	68
4.6.1.1 Ilusi Kontrol Tidak Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	68
4.6.1.2 Kepercayaan Diri Berlebih Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	69
4.6.1.3 <i>Believe in The Law of Small Number</i> Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	69
4.6.1.4 <i>Bandwagon Effect</i> Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	70
4.6.2 Pengaruh Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko.....	70
4.6.2.1 Aktualisasi Diri Tidak Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	70
4.6.2.2 Modernitas Tidak Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	70
4.6.2.3 <i>External Locus of Control</i> Berpengaruh Intensi Berwirausaha	71
4.6.2.4 Sinisme Sosial Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	71
4.6.2.5 Religiusitas Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha	72

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	76
5.3 Implikasi Penelitian.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Pengukuran.....	31
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	40
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	42
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	42
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Tahun.....	43
Tabel 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
Tabel 4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Agama	44
Tabel 4.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha.....	45
Tabel 4.10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Usaha.....	45
Tabel 4.11 Klasifikasi Responden Berdasarkan Refleksi dan Tujuan Investasi ...	46
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4.14 Nilai <i>Cross Loading</i>	53
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	55
Tabel 4.16 Hasil <i>Path Coefficiens</i>	58
Tabel 4.17 Hasil Total Effect.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Penelitian	39
Gambar 3.1 Penilaian Model Struktural.....	30
Gambar 4.1 Model Hasil Penelitian	57
Gambar 4.2 Model Struktural	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2. Statistik Deskriptif Variabel	87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Intensi berwirausaha merupakan isu yang menarik di literatur. Menurut Simon et al. (2000), kewirausahaan adalah fenomena yang kompleks dan multidimensional, dan juga semakin penting di banyak negara di seluruh dunia. Meski memiliki risiko tinggi untuk menjadi pengusaha, banyak orang yang memutuskan untuk menjadi wirausahawan. Perilaku ini telah mendorong banyak peneliti untuk mengeksplorasi mengapa beberapa individu memilih untuk menjadi wirausahawan sementara yang lain tidak (Kannadhasan et al., 2014).

Upaya awal yang dilakukan oleh Shaver dan Scott (1991) telah mengidentifikasi perbedaan yang konsisten antara pengusaha dan non-pengusaha. Pada periode belakangan, para peneliti mulai beralih untuk mempelajari bagaimana persepsi menjadi wirausaha kaitannya dengan pembelajaran dalam berwirausaha jika dikaitkan dengan ilmu lainnya. Baron (1998) percaya bahwa wirausahawan akan berpikir dengan cara yang berbeda dalam hal mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh proses kognitif. Jika proses kognitif pengusaha berbeda dengan perilaku orang lain, cara penilaian peluang, proses pengumpulan informasi dan persepsi risiko juga akan berbeda dari yang lain (Kannadhasan et al., 2014).

Simon et al. (2000) mencoba memahami pengaruh bias kognitif pada proses pengambilan keputusan dengan berfokus pada *believe in the law of small number*, *overconfidence*, dan ilusi kontrol terhadap intensi berwirausaha. Hasil

penelitiannya menemukan hasil tidak berpengaruh pada ketiga indikator tersebut terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian Kannadhasan et al. (2014) menunjukkan bahwa bias kognitif akan menghasilkan hasil yang superior bila informasi dan waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian lebih banyak.

Mullins et al. (2002) mengemukakan bahwa berbagai mekanisme kognitif dapat dikaitkan dengan pengidentifikasian peluang dan penilaian penciptaan usaha baru. Dalam penciptaan usaha baru, tentunya akan melibatkan risiko. Pada tahap ini, individu yang memiliki kecenderungan untuk mengambil risiko akan tetap melanjutkan untuk membentuk usaha baru, berbeda dengan orang yang enggan mengambil risiko yang memiliki kemungkinan untuk tidak melanjutkan untuk membuat usaha baru (Shaver and Scott, 1991).

Pandangan terhadap risiko juga dipertimbangkan berdasarkan tindakan atau respon dari perilaku, kebiasaan, dan lingkungan seseorang. Hal-hal tersebut termasuk budaya, demografi, dan ekonomi (Simon et al., 2000). Pandangan terhadap risiko dari individu dapat menyebabkan kesalahan yang berakibat pada perkembangan usaha yang dilakukan di masa mendatang. Kesalahan penilaian dalam berfikir disebut bias kognitif yang merupakan sebuah pola penyimpangan dari standar dalam pertimbangan di mana intervensi bias terjadi secara tidak wajar. Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan kategori bias yang berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko menjadi lima, yaitu ilusi kontrol, kepercayaan diri berlebih, *believe in the law of small number*, dan *bandwagon effect*.

Faktor lain yang mendorong intensi menjadi wirausahawan merupakan faktor psikologi sosial yang dimana terdapat intensi menjadi wirausahawan dalam hal psikologi dan juga dari sisi sosial. Turkina dan Thai (2013) menjelaskan dasar teoritis untuk mengelompokkan faktor psikologi sosial ke dalam empat kategori. Empat kategori tersebut digolongkan berdasarkan tingkat kebutuhan dari wirausahaan dan dampaknya terhadap peluang bagi pengusaha dalam masyarakat yang terdiri dari aktualisasi diri, modernitas, lokus kontrol, dan sinisme sosial.

Berdasarkan perilaku dan kecenderungan masyarakat di Indonesia, ada faktor penting yang patut diduga berpengaruh pada psikologi sosial yaitu faktor religiusitas. Menurut McDaniel and Burnett (1990), religiusitas merupakan sebuah kepercayaan kepada Tuhan dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang telah ditetapkan oleh Tuhan. Dapat dijelaskan pula, faktor religiusitas merupakan faktor kepercayaan terhadap agama dan Tuhan Yang Maha Esa dalam menjalankan suatu bisnis dan juga pandangan wirausaha terhadap risiko yang akan terjadi pada usahanya di masa yang akan datang.

Di Indonesia sendiri, penelitian yang secara spesifik menganalisis mengenai hubungan bias kognitif dan psikologi sosial masih terbatas dan kurang dieksplorasi. Rahardjo (2010) melakukan penelitian mengenai hubungan karakteristik individu dengan keputusan menjadi wirausaha. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap, norma dan kontrol diri dari seseorang dapat berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha. Sikap yang dimaksud ialah keyakinan terhadap konsekuensi dan hasil dari berwirausaha memberikan manfaat dan keuntungan. Norma yang dimaksud merupakan norma

subjektif yang dipengaruhi oleh tokoh panutan, orang tua dan kerabat dekat. Penelitian tersebut berhubungan dengan bias kognitif namun tidak secara langsung dihubungkan dengan bias kognitif seperti sikap yang berhubungan dengan modernitas dan norma subjektif berhubungan dengan *bandwagon effect*.

Penelitian Pristiana et al. (2003) menguji minat, pemberdayaan, motivasi, peran suami, dan sumber modal terhadap intensi berwirausaha wanita. Hasil penelitian tersebut menunjukkan minat yang cukup tinggi terhadap intensi berwirausaha pada wanita. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan di Indonesia adalah penelitian ini menguji pengaruh dari bias kognitif dan psikologi sosial terhadap intensi berwirausaha di Indonesia.

Faktor pendorong dilakukannya penelitian ini ialah penelitian Simon et al. (2000) yang menguji pengaruh bias kognitif terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi persepsi risiko. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan *overconfidence*, *believe in the law of small number* dan ilusi kontrol tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Penelitian tersebut diduga memiliki hasil tidak berpengaruh karena dilakukan di Amerika yang memiliki pertumbuhan yang cepat dari wirausahawan. Selain itu, sebagian besar penduduknya sudah memiliki pemikiran lebih baik mengenai pertimbangan risiko menjadi wirausahawan.

Pemaparan tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian di negara berkembang yaitu Indonesia karena belum ada peneliti yang langsung membahas mengenai pengaruh intensi berwirausaha dengan bias kognitif dan faktor psikologi sosial sebagai faktor yang dapat mempengaruhi intensi

berwirausaha. Dalam penelitian ini peneliti mencoba mengkolaborasikan dari kedua penelitian Simon et al. (2000) dan Turkina dan Thai (2013) dengan menguji pengaruh dari bias kognitif dan psikologi sosial terhadap intensi berwirausaha melalui variabel mediasi sikap terhadap risiko.

1.2 Identifikasi (Rumusan) Masalah

Berdasarkan paparan di atas, maka hal utama yang mendasari kenapa penelitian ini penting dilakukan adalah:

1. Masih terbatasnya penelitian tentang bias kognitif dan psikologi sosial terhadap intensi menjadi wiraswasta di Indonesia
2. Pentingnya menghadirkan simpulan mengenai pengaruh bias kognitif dan psikologi sosial terhadap intensi menjadi wiraswasta di negara berkembang khususnya Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah sebagaimana tersebut, maka pertanyaan penting penelitian dirumuskan ke dalam tiga pertanyaan berikut:

1. Apakah bias kognitif, yang diukur dari ilusi kontrol, kepercayaan diri berlebih, *believe in law of small number*, dan *bandwagon effect* berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko?
2. Apakah psikologi sosial, yang diukur dari aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, dan religiusitas berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko?

3. Apakah sikap terhadap risiko berpengaruh terhadap intensi berwirausaha?
4. Apakah bias kognitif, yang diukur dari ilusi kontrol, sikap terlalu percaya diri, *believe in law of small number*, *bandwagon effect*, berpengaruh pada intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko?
5. Apakah faktor psikologi sosial, yang diukur dari aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, dan religiusitas berpengaruh pada intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko?

1.4 Tujuan Penelitian

Merujuk pada pertanyaan penelitian sebelumnya, maka tujuan penelitian ini diarahka untuk:

1. Untuk menguji pengaruh bias kognitif, yang diukur dari ilusi kontrol, kepercayaan diri berlebih, *believe in the law of small number*, dan *bandwagon effect* berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko;
2. Untuk menguji pengaruh psikologi sosial, yang diukur dari aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, dan religiusitas terhadap sikap terhadap risiko;
3. Untuk menguji pengaruh bias kognitif, yang diukur dari ilusi kotrol, kepercayaan diri berlebih, *believe in law of small number*, *bandwagon effect*, dan psikologi sosial, yang diukur dari aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, dan religiusitas terhadap sikap terhadap risiko pada intensi berwirausaha.

1.5 Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini akan berkontribusi terhadap pengembangan teori *behavioral finance*, terutama yang berkaitan dengan bagaimana sikap seseorang terhadap risiko dalam berwirausaha dipengaruhi oleh bias kognitif dan faktor psikologi sosial.

2. Kontribusi Praktis

Secara praktis, penelitian ini akan berkontribusi kepada inkubator bisnis agar dapat meningkatkan pembelajaran bagi calon wirausaha dan pelaku usaha di Indonesia, peningkatan dalam program pengembangan UKM di Indonesia dan lembaga pelatihan kewirausahaan sehingga dijadikan masukan untuk mendesain program-program pengembangan wirausaha. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi untuk membantu pengambil kebijakan dalam penyusunan program yang sesuai dalam pengembangan kewirausahaan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis

2.1.1 Hubungan Bias Kognitif dengan Sikap Terhadap Risiko

Bias kognitif merupakan sebuah pola penyimpangan dari standar dalam pertimbangan, dimana inferensi bisa terjadi secara tidak wajar. Bias kognitif dapat diartikan juga sebagai opini subjektif atau cenderung yang mungkin berasal dari heuristik spesifik (strategi untuk membuat keputusan) sehingga dapat dinilai sebagai suatu kesalahan dalam berpikir, menilai, mengingat, dan pengambilan keputusan. Bias kognitif dapat menyebabkan seseorang menghasilkan keputusan yang kurang rasional dan kurang komprehensif (Barnes, 1984).

Jika bias kognitif dapat memengaruhi orang tersebut dalam pengambilan risiko, maka hal tersebut menjadi penting untuk menentukan bias apa saja yang menyebabkan adanya variasi dalam persepsi risiko (Simon et al., 2000). Variasi dalam bias kognitif dapat berkontribusi terhadap sikap terhadap risiko wirausahawan. Dalam penelitian ini menggunakan ilusi kontrol, kepercayaan diri berlebih, *believe in the law of small number*, dan bandwagon effect sebagai bias yang diduga berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Bias kognitif dapat mengarahkan para wirausahawan untuk menetralkan persepsi mereka tentang usaha dimana mereka meminimalkan ketidakpastian dan risiko yang terkait dengan keputusan mereka (Overall, 2016).

Jika bias kognitif secara langsung memengaruhi persepsi risiko dan persepsi risiko secara langsung memengaruhi keputusan untuk memulai suatu usaha, maka bias kognitif secara tidak langsung memengaruhi keputusan melalui efeknya terhadap persepsi risiko. Dalam kata lain, persepsi risiko memediasi hubungan antara bias kognitif dan keputusan untuk memulai usaha (Simon et al., 2000).

2.1.1.1 Hubungan Ilusi Kontrol dengan Sikap Terhadap Risiko

Ilusi kontrol merupakan bias yang membuat diri seseorang percaya bahwa seseorang tersebut dapat mengendalikan dan memprediksi hasil dari kejadian yang tidak pasti secara tepat (Duhaim dan Schwenk, 1985). Bias ini terjadi ketika seseorang terlalu menekan kemampuannya untuk melakukan suatu hal yang menurutnya dengan melakukan hal tersebut dia dapat memiliki peran yang cukup berpengaruh (Simon et al., 2000).

Pada penelitian Duhaim dan Schwenk (1985), di perusahaan seorang manajer yang memiliki ilusi kontrol yang tinggi akan percaya bahwa mereka dapat mengantisipasi hal-hal yang dapat memengaruhi perusahaan di masa yang akan datang, seperti permintaan pasar dan juga kompetisi yang terjadi di pasar. Bahkan mereka tidak menyadari betapa besar tingkat risiko yang mereka hadapi (Duhaim dan Schwenk, 1985). Berdasarkan beberapa pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa ilusi kontrol dapat menyebabkan seseorang meremehkan risiko yang terkait dengan sebuah peristiwa karena mereka percaya bahwa mereka memiliki kemampuan dalam kejadian negatif.

Hal ini juga dapat menghasilkan perkiraan yang terlalu optimis dalam mengambil keputusan, sehingga mengarah pada keputusan berisiko, seperti perusahaan dengan kinerja buruk. Kondisi tersebut dapat terjadi karena orang yang memiliki ilusi kontrol berpikir bahwa kemampuan mereka lebih baik dibandingkan orang lain dan pemikiran seperti itu lah yang membuat mereka meremehkan kemungkinan risiko yang akan terjadi (Simon et al., 2000). Ditambahkan lagi oleh Simon et al. (2000), ilusi kontrol pada diri seseorang dapat memberikan dampak dalam pembentukan sebuah perusahaan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang dirumuskan seperti berikut:

H1a: Ilusi Kontrol Berpengaruh Negatif Terhadap Sikap Terhadap Risiko

2.1.1.2 Hubungan Kepercayaan Diri Berlebih dengan Sikap Terhadap Risiko

Menurut Kannadhasan et al. (2014), umumnya wirausahawan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang lain. Kemudian, dilihat dari sisi psikologi, wirausahawan yang terlalu percaya diri berpengaruh terhadap sikap wirausahawan dalam mengambil keputusan (Kannadhasan et al., 2014). Kepercayaan diri yang tinggi dapat terjadi karena individu tidak cukup merevisi perkiraan awal mereka setelah menerima data baru atau dikenal sebagai *anchoring* dan menyesuaikan heuristik (Simon et al., 2000).

Berdasarkan hal tersebut, orang tersebut tidak menyadari bahwa keputusan yang diambil memiliki probabilitas untuk tidak sesuai atau salah. Seseorang juga dapat merasa terlalu percaya diri pada saat mereka mendapatkan kepastian akan

suatu hal yang akan dicapai namun perasaan tersebut tidak dapat meningkatkan keakuratan dari kepastian atau informasi yang didapatkan oleh orang tersebut. Hal ini sama saja dengan membuat suatu keputusan yang berlebihan, sehingga orang tersebut menganggap asumsi yang dibuat merupakan fakta yang akurat. Kondisi ini bisa terjadi disebabkan karena orang tersebut mungkin tidak melihat ketidakpastian yang terkait dengan kesimpulan yang berasal dari asumsi tersebut. Oleh karena itu, orang tersebut dapat salah menyimpulkan bahwa tindakan yang dilakukan tidak berisiko.

Hal ini konsisten dengan pendapat Barnes (1984) yang menyatakan bahwa sikap terlalu percaya diri menurunkan persepsi seseorang tentang tingkat risiko dari suatu strategi yang dibuat oleh orang tersebut sehingga berujung dengan hasil berinvestasi dalam usaha yang berisiko. Dapat disimpulkan, memiliki kepercayaan diri yang tinggi dapat berpengaruh terhadap sikap seseorang terhadap risiko. Keyakinan semacam itu dapat mendorong individu untuk melakukan usaha, sehingga dapat di rumuskan sebagai berikut:

H1b: Kepercayaan Diri Berlebih Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.1.3 Hubungan *believe in the law of small number* dengan Sikap Terhadap Risiko

Menurut Rabin (2016), *believe in the law of small number* merupakan keyakinan orang yang membesar-besarkan sebuah sampel kecil yang dianggap sebagai populasi. Jika seseorang terlalu menekankan keyakinan dalam

memercayai hal-hal dengan sampel kecil dapat meningkatkan intuisi kinerja dimana kepercayaan diri seseorang dapat berdampak pada perilaku seseorang terhadap risiko yang akan terjadi dan keputusan dalam mendirikan sebuah perusahaan (Langer dan Roth, 1975), sebagai contoh seorang wirausahawan terdorong oleh dua pelanggan potensial yang menyatakan bahwa mereka akan membeli produk yang diusulkan usaha baru yang ingin dibuat oleh seorang wirausahawan tersebut.

Di lain sisi, dua sampel kecil tersebut mungkin tidak mewakili populasi secara keseluruhan karena hal tersebut tidak dapat dijadikan acuan untuk membuka usaha baru oleh wirausahawan. Dengan demikian, individu yang menunjukkan bias ini mungkin sering menjadi mangsa kesalahan tingkat dasar, yaitu mereka mengabaikan probabilitas tingkat dasar dari upaya yang ingin dicapai seperti membuat suatu usaha baru dan mengabaikan tingkat kegagalan 50% dari usaha baru tersebut (Cooper et al., 1988).

Berdasarkan hal yang dipaparkan di atas, kepercayaan seseorang terhadap sampel yang kecil mengandung jumlah keberhasilan yang tidak proporsional karena kegagalan dari seseorang jarang dipublikasikan (Simon et al., 2000). Selain itu, pada penelitian Simon et al., (2000) juga menggambarkan kecenderungan keberhasilan usaha baru lebih banyak dari pada yang gagal maka seseorang lebih cenderung mengingat keberhasilan dibanding kegagalan yang dialami orang tersebut. Meskipun hubungan antara *believe in the law of small number* dan persepsi risiko dalam situasi bisnis belum diuji secara langsung, penelitian Schwenk (1984) dan Simon, Houghton dan Aquino (2000)

menunjukkan adanya hubungan antara kedua hal tersebut. Dengan demikian, mengandalkan sampel data yang kecil menyebabkan seseorang meremehkan risiko, sehingga teori dan bukti empiris mengarah ke hipotesis berikut:

H1c: Believe in the law of small number Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.1.4 Hubungan *Bandwagon Effect* dengan Sikap Terhadap Risiko

Bandwagon effect merupakan fenomena pengambilan keputusan oleh seseorang yang dipengaruhi oleh keputusan yang diambil mayoritas (Hong dan Konrad, 1998). *Bandwagon effect* tidak hanya dalam hal suara mayoritas atau kebiasaan seseorang, tetapi juga karena permintaan atau ajakan oleh seseorang terhadap individu misalnya ajakan orang terdekat atau dari orang tua.

Salah satu contoh dari *bandwagon effect* ialah seorang anak yang bercita-cita untuk menjadi seorang pilot, pada saat dewasa ia terpengaruh dengan ajakan orangtua maupun orang terdekatnya untuk menjadi wirausahawan dikarenakan lingkungannya merupakan lingkungan wirausaha sehingga keputusan yang ia inginkan diawal akan berubah diakibatkan oleh lingkungan hidupnya yang mayoritas berprofesi sebagai wirausahawan .

Dengan demikian, bias ini dapat mengubah pandangan seseorang terhadap hal yang diinginkan olehnya atau perubahan yang dapat terjadi karena pengaruh orang-orang yang dekat dengannya seperti keluarga dan kerabat. Berdasarkan hal yang dipaparkan di atas, *bandwagon effect* dapat berpengaruh terhadap keputusan

seseorang, yaitu keputusan menjadi wirausaha. Orang yang memilih untuk menjadi wirausaha berdasarkan pengaruh lingkungannya akan berpengaruh terhadap pandangan risiko yang akan terjadi.

Orang yang terpengaruh dengan lingkungannya akan berasumsi bahwa tingkat kegagalan yang akan terjadi apabila ia berwirausaha akan kecil. Hal ini dapat terjadi karena lingkungan orang tersebut merupakan lingkungan wirausahawan dimana mereka memiliki usaha yang relatif sudah berkembang dan sukses, sehingga orang lain dapat terpengaruh untuk ikut berprofesi menjadi wirausaha. Dalam hal ini *bandwagon effect* termasuk dalam bias kognitif memengaruhi keputusan untuk menjadi seorang wirausaha dalam hal pengaruh ajakan orang lain terhadap mengambil keputusan berwirausaha. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H1d: Bandwagon Effect Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.2 Hubungan Faktor Psikologi Sosial dengan Sikap Terhadap Risiko

Kain sosial terdiri dari lapisan yang berbeda mulai dari elemen paling eksternal sampai yang terdalam (Erez dan Gati, 2004). Lapisan eksternal yang paling terlihat adalah lingkungan sosio-ekonomi yang dapat diamati. Lapisan kedua merupakan lapisan norma dan nilai sosial. Lapisan terdalam yang terdiri dari aksioma sosial berbasis pengetahuan atau asumsi dasar dan keyakinan tentang sifat manusia dan sifat realitas (Erez dan Gati, 2004).

Pada bagian ini, peneliti menggambarkan landasan teoritis yang menjelaskan bagaimana persepsi tentang keinginan dan kelayakan kewirausahaan dibentuk

oleh dimensi psikologi sosial (Turkina dan Thai, 2013). Lapisan kain sosial yang dibahas di atas diidentifikasi saling terkait. Dalam bagian selanjutnya, peneliti akan menjelaskan dasar teoritis untuk mengelompokkan faktor psikologi sosial ke dalam empat kategori berikut sesuai dengan yaitu: aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, dan sinisme sosial (Turkina and Thai, 2013).

2.1.2.1 Hubungan Aktualisasi Diri terhadap Sikap Terhadap Risiko

Aktualisasi diri merupakan pengekspresian diri terhadap keinginan untuk mendapatkan penghargaan atau pengakuan (Turkina and Thai, 2013). Aktualisasi diri juga dapat diartikan keinginan untuk mengekspresikan diri dan fokus pada pencapaian pribadi, yang tercermin dalam keinginan untuk mendapatkan penghargaan.

Sikap aktualisasi diri pada seseorang menciptakan struktur sosial dan ekonomi yang mendukung dan menghargai inovasi, kreativitas, bakat dan prestasi (Turkina dan Thai, 2013). Struktur sosial tersebut adalah berbagai program pendidikan dengan fokus pada pertumbuhan dan pencapaian pribadi dan ditujukan untuk mendorong ide-ide terobosan, realisasi potensi terbaik seseorang, dan ekspresi diri. Secara ekonomi, orang yang memiliki aktualisasi diri dapat memberikan dukungan finansial dan perlakuan istimewa untuk start-up inovatif dan insentif pajak untuk usaha kewirausahaan di sektor ekonomi kreatif (Turkina dan Thai, 2013). Penelitian Hockerts (2015) menunjukkan bahwa kewirausahaan yang berorientasi pada pertumbuhan usahanya sesuai dengan aktualisasi diri

karena menyediakan lebih banyak ruang untuk pengekspresian diri, pencapaian, kreativitas dan inovasi.

Oleh karena itu, aktualisasi diri dapat menyebabkan orang tertarik pada peluang dalam berwirausaha. Ketertarikan tersebut terjadi karena mereka ingin mengembangkan minat dengan tindakan inovatif berdasarkan pengamatan terhadap perilaku kewirausahaan dalam srtruktur sosial dan ekonomi sekitarnya (Turkina dan Thai, 2013). Dengan demikian, orang yang memiliki aktualisasi diri yang tinggi akan memiliki sikap berani mengambil risiko. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2a: Aktualisasi Diri Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.2.2 Hubungan Modernitas dengan Sikap Terhadap Risiko

Modernitas dalam perspektif sosiopsikologis merupakan sikap seseorang yang memiliki karakteristik sebagai berikut: fokus pada individualisme, kemandirian, dan kesetaraan gender (Turkina dan Thai, 2013). Dalam domain ekonomi, orang yang memiliki sikap modernitas mendorong persaingan yang adil dengan peraturan persaingan yang sesuai dan mendukung masuknya usaha baru ke pasar, berpartisipasi mengembangkan hak milik dan hak paten (Turkina dan Thai, 2013).

Dalam ranah sosial, sikap modernitas dicirikan sebagai struktur yang mendorong kebebasan pribadi yaitu kecenderungan lebih mengandalkan kemampuan dan kapabilitas dari dirinya (Turkina dan Thai, 2013). Sikap modernitas juga menghargai kesetaraan gender atau kesempatan yang sama untuk

pria dan wanita dalam semua aspek kehidupan. Berdasarkan pemaparan tersebut, sikap modernitas berbeda dengan sikap tradisional yang memiliki struktur sosial otoriter dan fokus pada keuntungan daripada kemajuan individu.

Pada umumnya orang tertarik pada kewirausahaan karena memiliki peluang untuk memiliki kemandirian yang dihasilkan dari memulai dan mengoperasikan usaha. Modernitas dapat berpengaruh terhadap intensi berwirausaha karena memberikan peluang dan kebebasan yang lebih tinggi untuk pengambilan keputusan (Morris et al., 1993). Orang dengan sikap modernitas juga merasa bisa mengatasi masalah yang akan timbul dengan mandiri tanpa bantuan dari orang lain (Morris et al., 1993). Turkina dan Thai (2013) menyatakan bahwa modernitas memiliki sikap yang suka bersaing secara sehat dan produktif dalam menjalankan usaha. Berdasarkan hal tersebut orang yang memiliki sikap modernitas yang tinggi akan mempertimbangkan risiko yang akan terjadi dengan baik dikarenakan mereka lebih fokus dengan perkembangan diri sendiri dengan pandangan yang positif terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Berdasarkan pemaparan tersebut maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2b: Modernitas Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.2.3 Hubungan *External Locus of Control* dengan Sikap Terhadap Risiko

External locus of control merupakan sikap seseorang yang percaya bahwa bahwa hasil yang mereka capai merupakan hal yang sudah di takdirkan dan tidak bisa di ubah lagi (Turkina and Thai, 2013). Orang yang memiliki *external locus of control* dicirikan dengan oleh rendahnya aktivisme sipil, politik, ekonomi dan

kurangnya kepemimpinan progresif karena keyakinan bahwa keputusan dan kehidupan dikendalikan oleh external misalnya Tuhan dan pemerintah yang tidak bisa di pengaruhi oleh orang tersebut (Turkina dan Thai, 2013). Orang yang memiliki *external locus of control* memiliki tingkat kepatuhan yang tinggi terhadap keyakinan yang dimiliki karena norma yang diterima adalah "mengikuti arus" (Turkina dan Thai, 2013).

(Mueller dan Thomas, 2001) menyampaikan bahwa orang yang memiliki *external locus of control* dicerminkan dengan kemampuan yang minim dalam melakukan inovasi. Turkina dan Thai, (2013) juga menyampaikan bahwa ada hubungan konseptual antara kontrol takdir dan religiusitas. Kedua dimensi tersebut mencerminkan *external locus of control* karena terkait dengan keyakinan bahwa hasil tindakan orang ditentukan oleh orang lain dan juga ditentukan dengan faktor eksternal yang berhubungan dengan keyakinan seseorang seperti Agama. Dari beberapa pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa orang yang memiliki *external locus of control* akan berani dalam mengambil keputusan beresiko. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2c: External Locus of Control Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.2.4 Hubungan Sinisme Sosial dengan Sikap Terhadap Risiko

Sinisme sosial merupakan sikap seseorang dengan tingkat sinisme sosial yang tinggi terhadap ekonomi, ketidaksetaraan politisi dan korupsi (Neto, 2006). Orang-orang yang memiliki sikap sinisme sosial memiliki pandangan negatif terhadap orang lain dan kepercayaan yang rendah pada hubungan sosial dan struktur sosial, dan memiliki pandangan yang pesimis secara keseluruhan (Neto, 2006). Orang yang memiliki sikap sinisme sosial cenderung merasa tidak bahagia karena memiliki kepuasan hidup yang lebih rendah dan pesimisme.

Turkina dan Thai, (2013) mempersempit dimensi sinisme sosial menjadi dua ungkapan mendasar yaitu, harapan oportunisme dalam hubungan sosial; dan ketidakpercayaan dalam mekanisme kontrol formal dan informal yang melawan perilaku masif korupsi dan politik. Orang dengan sinisme sosial yang tinggi memiliki pandangan negatif tentang manusia dan memiliki kepercayaan yang kecil dalam hubungan antar hubungan sosial, struktur sosial dan memiliki pandangan pesimis terhadap masyarakat (Neto, 2006).

Pendapat tersebut memiliki implikasi penting bagi peluang kewirausahaan. Wirausahawan umumnya berorientasi pada pertumbuhan dan kesempatan bisnisnya karena wirausahawan bergantung pada sumber daya eksternal untuk bertahan hidup, sedangkan orang dengan sikap sinisme sosial memiliki sikap pesimisme yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut, sinisme sosial dapat mempengaruhi sikap terhadap risiko dalam hal mempertimbangkan risiko dalam

pengambilan keputusan untuk membuka usaha baru. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2d: Sinisme Sosial Berpengaruh Negatif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.2.5 Hubungan Religiusitas dengan Sikap Terhadap Risiko

Religiusitas menurut McDaniel dan Burnett, (1990) merupakan sebuah kepercayaan kepada Tuhan dengan komitmen untuk mengikuti prinsip prinsip yang telah ditetapkan oleh Tuhan. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan kepercayaan seseorang akan agama yang mereka percayai dan pengimplementasian tindakan sesuai dengan anjuran yang telah ditetapkan oleh Tuhan atau agamanya. Religiusitas merupakan bagian dari *external locus of control* berdasarkan keyakinan bahwa hasil tindakan orang ditentukan oleh orang lain dan juga ditentukan dengan faktor eksternal yang berhubungan dengan keyakinan seseorang seperti Agama (Turkina dan Thai, 2013).

Religiusitas merupakan hal yang perlu lebih diperhatikan melihat kondisi masyarakat di Indonesia memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap agama. Orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan mengikuti anjuran agama yang ia anu dan akan mengambil keputusan berdasarkan anjuran dan panduan yang baik pada agamanya. Orang yang beragama Islam memilih untuk menjadi seorang wirausaha dengan tujuan untuk menjaga kesucian harta yang mereka dapatkan, juga untuk beramal dan mendapatkan pahala dan untuk mengikuti sunnah nabi.

Hal tersebut berpengaruh dengan sikap seseorang terhadap risiko karena orang yang berorientasi agama akan mengutamakan pahala yang ia dapatkan sehingga akan memiliki pandangan positif terhadap risiko yang akan terjadi apabila orang tersebut memulai usaha baru. Pandangan seseorang terhadap risiko dapat berubah apabila tindakan yang dilakukan sesuai dengan keyakinan dianut oleh orang tersebut. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H2e: Religiositas Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

2.1.3 Pengaruh Sikap terhadap Risiko dengan Intensi Berwirausaha.

Risiko adalah suatu konsekuensi negatif yang harus diterima akibat dari ketidakpastian dalam mengambil keputusan, jadi persepsi terhadap risiko adalah suatu cara konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang akan diperoleh dari keputusannya dikarenakan ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut (Latifa Faristin dan Sugeng Hariyadi, 2013). Meskipun pandangan terhadap risiko tidak berbeda antara wirausahawan dan orang lain, hal itu berbeda dalam hal pemikiran situasi bisnis seperti kekuatan, peluang dan potensi keuntungan. Simon et al. (2000) berpendapat bahwa individu yang kurang merasakan risiko daripada orang lain akan memiliki intensi berwirausaha. Kannadhasan et al. (2014) juga menyampaikan bahwa sikap terhadap risiko memediasi hubungan antara bias kognitif dan intensi berwirausaha.

Intensi berwirausaha merupakan motivasi seseorang untuk menjadi seorang wirausaha (Sarwoko, 2011). Intensi seseorang menjadi wirausahawan tentunya akan dipengaruhi atau ditentukan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut tersebut termasuk budaya, demografi, dan ekonomi (Simon et al., 2000). Hockerts, (2015) menyatakan bahwa faktor sosial juga mempengaruhi keputusan seseorang dalam memulai usaha seperti moral, empati dan juga dukungan sosial. Berdasarkan pemaparan tersebut, persepsi risiko diduga memengaruhi keputusan untuk memulai usaha. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H3: Sikap Terhadap Risiko Berpengaruh Positif Terhadap Intensi Berwirausaha.

2.1.4 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

Pada bagian ini, peneliti akan membahas variabel bias kognitif yang diduga dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Pada pembahasan sebelumnya peneliti sudah menjelaskan mengenai pengertian dari bias kognitif dan intensi berwirausaha. Indikator dari bias kognitif yang diduga berpengaruh terhadap intensi berwirausaha ialah ilusi kontrol, kepercayaan diri berlebih, *believe in the law of small number*, dan *bandwagon effect*.

Ilusi kontrol merupakan bias yang membuat diri seseorang percaya bahwa seseorang tersebut dapat mengendalikan dan memprediksi hasil dari kejadian yang tidak pasti secara tepat (Duhaime dan Schwenk, 1985). Ditambahkan oleh Simon et al. (2000), ilusi kontrol pada diri seseorang dapat memberikan dampak

dalam pembentukan sebuah perusahaan. Pada indikator kedua yaitu kepercayaan berlebih diduga dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Barnes (1984) menyatakan bahwa sikap terlalu percaya diri menurunkan persepsi seseorang tentang tingkat risiko dari suatu strategi yang dibuat oleh orang tersebut sehingga berujung dengan hasil berinvestasi dalam usaha yang berisiko. Dapat disimpulkan, memiliki kepercayaan diri yang tinggi dapat berpengaruh terhadap sikap seseorang terhadap risiko. Keyakinan semacam itu dapat mendorong individu untuk melakukan usaha.

Indikator selanjutnya ialah *believe in the law of small number*. Menurut Rabin (2016), *believe in the law of small number* merupakan keyakinan orang yang membesar-besarkan sebuah sampel kecil yang dianggap sebagai populasi. Jika seseorang terlalu menekankan keyakinan dalam memercayai hal-hal dengan sampel kecil dapat meningkatkan intuisi kinerja dimana kepercayaan diri seseorang dapat berdampak pada perilaku seseorang terhadap risiko yang akan terjadi dan keputusan dalam mendirikan sebuah perusahaan (Langer dan Roth, 1975). Indikator berikutnya ialah *bandwagon effect*. *Bandwagon effect* merupakan fenomena pengambilan keputusan oleh seseorang yang dipengaruhi oleh keputusan yang diambil mayoritas (Hong dan Konrad, 1998). *Bandwagon effect* termasuk dalam bias kognitif yang dapat memengaruhi keputusan untuk menjadi seorang untuk menjadi wirausahawan dalam hal pengaruh ajakan orang lain dalam mengambil keputusan berwirausaha. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis berikutnya dirumuskan sebagai berikut:

H4a: Ilusi Kontrol Berpengaruh Negatif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

H4b: Kepercayaan Diri Berlebih Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha Melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

H4c: Believe in The Law of Small Number Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

H4d: Bandwagon Effect Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko.

2.1.5 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

Pada bagian ini, peneliti akan membahas variabel faktor psikologi sosial yang diduga dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Pada pembahasan sebelumnya, peneliti sudah menjelaskan mengenai pengertian dari faktor psikologi sosial dan intensi berwirausaha. Indikator dari faktor psikologi sosial yang diduga berpengaruh terhadap intensi berwirausaha ialah aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, dan religiusitas.

Aktualisasi diri merupakan pengekspresian diri terhadap keinginan untuk mendapatkan penghargaan atau pengakuan (Turkina and Thai, 2013). Penelitian Hockerts (2015) menunjukkan bahwa kewirausahaan yang berorientasi pada pertumbuhan usahanya sesuai dengan aktualisasi memberikan kesempatan untuk pengekspresian diri, pencapaian, kreativitas dan inovasi. Oleh karena itu, aktualisasi diri dapat menyebabkan orang tertarik pada peluang dalam

berwirausaha. Indikator berikutnya ialah modernitas. Modernitas dalam perspektif sosiopsikologis merupakan sikap seseorang yang memiliki karakteristik yang fokus pada individualisme, kemandirian, dan kesetaraan gender (Turkina dan Thai, 2013). Turkina dan Thai (2013) juga menyatakan bahwa modernitas memiliki sikap yang suka bersaing secara sehat dan produktif dalam menjalankan usaha. Berdasarkan hal tersebut orang yang memiliki sikap modernitas yang tinggi akan mempertimbangkan risiko yang akan terjadi dengan baik dikarenakan mereka lebih fokus dengan perkembangan diri sendiri dengan pandangan yang positif terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Indikator berikutnya ialah *external locus of control*.

External locus of control merupakan sikap seseorang yang percaya bahwa bahwa hasil yang seseorang capai merupakan hal yang sudah di takdirkan dan tidak bisa di ubah lagi (Turkina and Thai, 2013). Orang yang memiliki *external locus of control* akan berani dalam mengambil keputusan beresiko apabila orang tersebut merasa hal yang ia lakukan sesuai dengan yang sudah ditakdirkan. Berdasarkan pemaparan tersebut maka orang yang memiliki sikap *external locus of control* akan memiliki intensi berwirausaha apabila berwirausaha merupakan hal yang dianggap suatu hal yang ditakdirkan untuknya.

Indikator selanjutnya ialah sinisme sosial. Sinisme sosial merupakan sikap seseorang dengan tingkat sinisme sosial yang tinggi terhadap ekonomi, ketidaksetaraan politisi dan korupsi (Neto, 2006). Orang dengan sinisme sosial yang tinggi memiliki pandangan negatif tentang manusia dan memiliki kepercayaan yang kecil dalam hubungan antar hubungan sosial, struktur sosial

dan memiliki pandangan pesimis terhadap masyarakat (Neto, 2006). Berdasarkan pemaparan tersebut, orang yang memiliki sinisme sosial yang tinggi memiliki pengaruh terhadap pertimbangan seseorang untuk memulai usaha. Indikator selanjutnya ialah religiusitas. Religiusitas menurut McDaniel dan Burnett, (1990) merupakan sebuah kepercayaan kepada Tuhan dengan komitmen untuk mengikuti prinsip prinsip yang telah ditetapkan oleh Tuhan. Orang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi akan mengikuti anjuran agama yang ia anu dan akan mengambil keputusan berdasarkan anjuran dan panduan yang baik pada agamanya, seperti contoh orang yang beragama islam memilih untuk menjadi wirausahawan berdasarkan anjuran dari agamanya. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka hipotesis berikutnya dirumuskan sebagai berikut:

H5a: Aktualisasi Diri Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

H5b: Modernitas Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

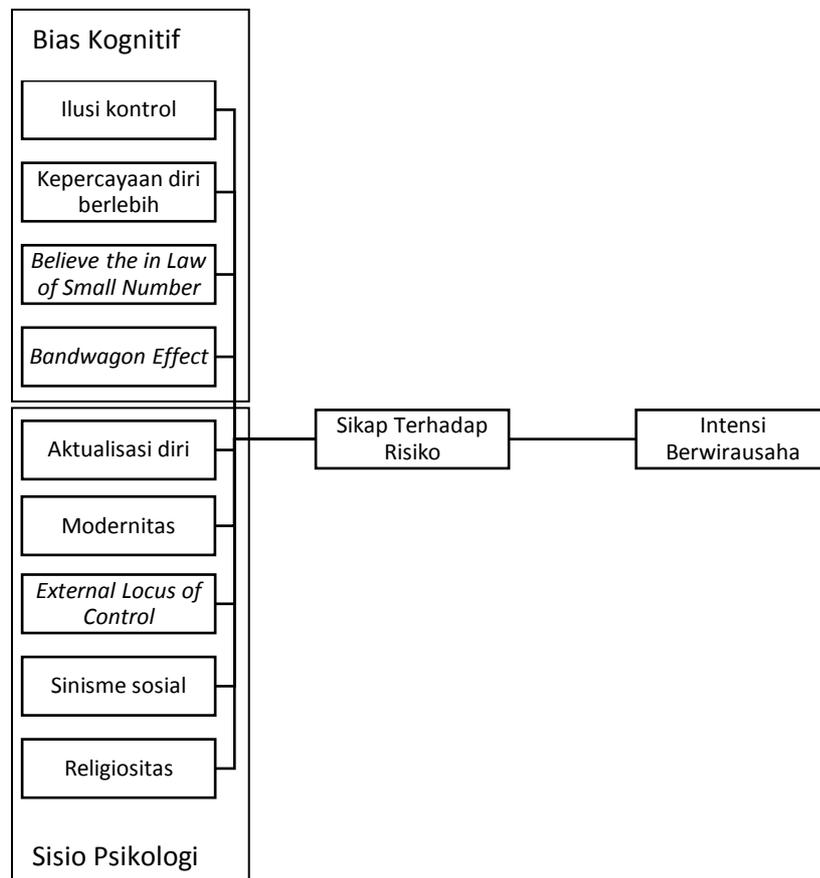
H5c: External Locus of Control Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

H5d: Sinisme Sosial Berpengaruh Negatif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

H5e: Religiusitas Berpengaruh Negatif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

2.2 Rerangka Penelitian

Berdasarkan model penelitian yang diajukan oleh Simon et al. (2000), model penelitian ini menggunakan bias kognitif sebagai faktor yang diduga mempengaruhi intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko. Model tersebut lalu di kolaborasikan dengan model penelitian Turkina dan Thai (2013) yang menggunakan faktor psikologi sosial yang diduga memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha. Berikut merupakan model penelitian dalam penelitian ini.



Gambar 2.1 Rerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (Sekaran, 2003). Populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian yang akan diteliti yang merupakan sumber informasi dalam suatu penelitian (Hadi, 2009). Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang memiliki minat untuk menjadi wirausaha dan juga yang sudah memiliki usaha.. Sampel adalah bagian atau wakil populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasinya (Hadi, 2009). Melalui sampel, peneliti harus bisa menarik kesimpulan yang dapat mewakili dari populasi (Sekaran, 2003). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, *pengertian purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang memiliki pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Peneliti menggunakan *purposive sampling* karena tidak semua sampel sesuai dengan kriteria yang telah peneliti tentukan.

Jumlah minimum sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 10 kali dari jumlah terbanyak indikator pengukuran pada salah satu variabel (Sarstedt et al., 2014). Jadi perhitungan jumlah minimum sampel yang dibutuhkan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \text{jumlah indikator terbanyak} \times 10 \\ &= 10 \times 10 \\ &= 100 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka didapatkan jumlah minimum sampel yaitu 100 sampel.

3.2 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah terstruktur dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari para responden.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, Kuesioner pada penelitian ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2010), model skala likert adalah skala penilaian untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sikap seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan memberikan rentang nilai. Rentang nilai diberikan dengan alternative lima jawaban yang mengukur sikap dan menyatakan pendapat setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan dengan skor 5 (SSS=Sangat Setuju Sekali), 4 (SS= Sangat Setuju), 3 (S= Setuju), 2 (TS= Tidak Setuju), 1 (STS= Sangat Tidak Setuju).

3.3 Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Maka berdasarkan landasan teori dan

perumusan hipotesis yang ada, yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini adalah Intensi berwirausaha.

2. Variabel Mediasi (Z)

Variabel mediasi merupakan suatu variabel yang berada di antara dua variabel lainnya dan dapat mengintervensi variabel terkait lainnya (Sarstedt et al., 2014). Peran variabel mediasi adalah untuk memperjelas atau menjelaskan hubungan antara dua variabel yang akan di teliti. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel mediasi adalah Sikap Terhadap Risiko.

3. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat (*dependent variable*) dan mempunyai pengaruh positif ataupun negatif bagi variabel terikat nantinya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah: Bias Kognitif (X1), dan Psikologi Sosial (X2).

3.4 Definisi Operasional dan Pengukurannya

Pengukuran yang dilakukan oleh peneliti menggunakan beberapa pertanyaan dari penelitian terdahulu dengan beberapa pertanyaan yang diadopsi dan diadaptasi dan diukur melalui skala likert.

Tabel 3.1 Indikator Pengukuran

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator
Ilusi Kontrol	Ilusi kontrol merupakan bias yang membuat diri seseorang percaya bahwa ia dapat mengendalikan dan memprediksi hasil dari kejadian yang tidak pasti secara tepat.	Kemampuan memprediksi arah pasar.	IOC1
		Kemampuan mengantisipasi fluktuasi dan selera pasar	IOC2
		Kemampuan mengantisipasi persaingan usaha	IOC3
		Kemampuan mengatasi kompetitor yang masuk ke pasar	IOC4
		Keterampilan dalam mengantisipasi hal-hal yang merugikan perusahaan	IOC5
		Kemampuan dalam mengambil keputusan	IOC6
Kepercayaan diri berlebih	Kepercayaan diri berlebih adalah orang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang lain.	Kemampuan dalam mengumpulkan informasi dan penilaian	OC1
		Konsistensi terhadap penilaian yang dilakukan sendiri.	OC2
		Kepercayaan diri terhadap penilaian seseorang berdasarkan pengalamannya.	OC3
Believe in law of small number	Merupakan sikap orang yang membesar-besarkan sebuah sampel kecil yang di anggap sebagai populasi	Tingkat kepercayaan terhadap orang terdekat dalam	BIL1

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator
	dalam mempertimbangkan suatu hal.	mengambil keputusan.	
		Pengaruh dari orang lain terhadap keputusan memulai usaha	BIL2
		Keyakinan terhadap keinginan dalam berbisnis	BIL3
		Keyakinan seseorang untuk memulai usaha dengan sampel kecil	BIL4
Self actualization	aktualisasi diri merupakan keinginan untuk mengekspresikan diri dan fokus pada pencapaian pribadi, atau dapat dikatakan keinginan untuk mendapatkan penghargaan.	Keinginan berwirausaha melalui cerminan derajat sosial dan ekonomi	SA1
		Tingkat pengaktualisasian diri yang ingin saya capai	SA2
		Tingkat kesempatan seseorang dalam mengembangkan bakat, minat, dan pengetahuan dalam berwirausaha	SA3
		Kesempatan untuk berkreasi dan berinovasi tanpa harus terikat dengan aturan formal perkantoran	SA4
Modernitas	Dimensi modernitas dalam perspektif sosiopsikologis merupakan orang yang	Kemampuan dan kapabilitas diri dalam memulai	M1

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator
	memiliki karakteristik fokus pada individualisme, kemandirian, dan kesetaraan gender.	atau menjalankan bisnis.	
		Kemampuan dalam menyelesaikan masalah dalam berbisnis	M2
		Kemampuan dalam bersaing secara sehat dan produktif dalam menjalankan usaha	M3
		Tingkat simpati pada orang lain dalam hal kesetaraan dan kesempatan yang sama	M4
		Tingkat kemandirian dalam menjalankan usaha	M5
<i>External locus of control</i>	Merupakan sikap orang yang memiliki kepercayaan bahwa hasil yang mereka capai merupakan hal yang sudah di takdirkan dan tidak bisa di ubah lagi.	Tingkat kepercayaan terhadap takdir dalam menjalankan kehidupan dan karir.	ELC1
		Kemampuan dalam menentukan ide bisnis yang akan dijalankan	ELC2
		Keyakinan bahwa telah banyak ide bisnis yang telah ada sehingga tak merasa perlu untuk mencari ide	ELC3

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator
		bisnis baru	
		Perilaku menjauhi berwirausaha karena birokrasi dan pandangan social	ELC4
		Perilaku menjauhi berwirausaha karena ketidakpastian yang tinggi	ELC5
		Konsistensi dalam berwirausaha	ELC6
Religiusitas	Religiositas merupakan sebuah kepercayaan kepada Tuhan dengan komitmen untuk mengikuti prinsip yang telah ditetapkan oleh Tuhan.	Tingkat kepercayaan dalam berwirausaha berdasarkan factor agama	R1
		Tingkat kepercayaan pada agama terhadap perilaku berwirausaha Berwirausaha adalah upaya dari menjaga kesucian harta agar terpelihara	R2
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan sunnah nabi	R3
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan imbalan amal dan pahala	R4
Sinisme Sosial	Orang-orang yang memiliki sikap sinisme sosial memiliki pandangan negatif	Tingkat keinginan untuk menghindari	SC1

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator
	tentang manusia dan sedikit kepercayaan pada hubungan sosial dan struktur sosial, dan pandangan masyarakat yang pesimis secara keseluruhan.	perilaku masif korupsi	
		Tingkat keinginan untuk menghindari perilaku politik praktis	SC2
		Keinginan berwirausaha berdasarkan faktor peluang menjadi karyawan.	SC3
		Perilaku dalam menjauhi nepotisme pada lembaga pemerintahan	SC4
Bandwagon effect	Fenomena pemilih mengubah pilihan mereka yang mendukung hal mayoritas disebut efek bandwagon (Hong and Konrad, 1998)	Tingkat keinginan berwirausaha dikarenakan faktor teman dan keluarga	BE1
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan lingkungan pertemanan	BE2
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan lingkungan keluarga	BE3
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan lingkungan sosial	BE4
Intensi berwirausaha	Intensi berwirausaha merupakan motivasi seseorang untuk menjadi seorang wirausaha (Sarwoko, 2011).	Tingkat keinginan berwirausaha di bandingkan dengan menjadi karyawan	IB1

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode Indikator
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan keinginan pribadi	IB2
		Tingkat keinginan berwirausaha berdasarkan tujuan dan pilihan pribadi	IB3
Sikap terhadap risiko	Sikap terhadap risiko adalah suatu cara konsumen mempersepsikan kemungkinan kerugian yang akan diperoleh dari keputusannya dikarenakan ketidakpastian dari hal yang diputuskan tersebut	Sikap terhadap risiko dalam berinvestasi pada aset berisiko tinggi asal keuntungan yang dihasilkan juga tinggi	STR1
		Sikap terhadap risiko pada instrument saham	STR2
		Sikap terhadap risiko kerugian pada bisnis dengan keuntungan besar	STR3

3.5 Teknik Analisis

3.5.1 Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian model pengukuran dilakukan dengan ujia validitas dan uji reliabilitas.

3.5.1.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur Siregar, (2013). Uji validitas dilakukan

untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Validitas merupakan suatu ketepatan alat ukur untuk mencapai sebuah sasaran. Validitas adalah ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Anwar, 2004). Suatu pengukuran dikatakan valid apabila alat ukur tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukannya pengukuran. Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan setiap indikator atau item pertanyaan dalam mengukur variabel dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan PLS karena PLS lebih sering digunakan dan tidak harus ada pembebanan sampel dan distribusinya bebas. Skala validitas menurut Sarstedt et al. (2014) terbagi menjadi dua, yaitu analisis validasi konvergen dan analisis validasi diskriminan. Kriteria dari setiap analisis tersebut sebagai berikut:

1. Validasi Konvergen: Average Variance Extracted (AVE) harus lebih besar dari 0.50 dan nilai outer loading di atas 0.70 (Ghozali and Latan, 2015). Nilai outer loading bisa 0.60 untuk jenis penelitian *exploratory* (Hair et al., 2011).
2. Validasi Diskriminan: menggunakan rujukan dari Fornell-Larcker, nilai akar AVE setiap variabel harus lebih tinggi dari nilai korelasi antar variabel dan loading setiap indikator harus lebih tinggi dari semua cross loading.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

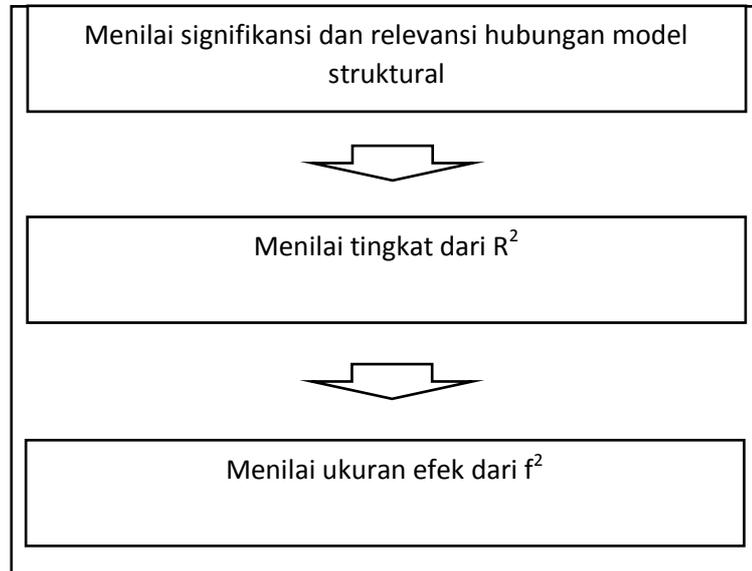
Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan kuesioner penelitian. Dikatakan handal apabila kuesioner ini dicobakan berulang-ulang kepada

sekelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama juga. Menurut Sugiyono (2010), pengujian reliabilitas diperlukan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama. Pengujian ini dilakukan untuk menghitung koefisien *cronbach alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,7 maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel atau mempunyai keterandalan. Adapun realibilitas sebuah kuesioner dapat ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* > 0,6 (Hair et al., 2011).

3.5.2 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural bertujuan untuk mengetahui sebab-akibat dari setiap variable laten. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai R-square untuk setiap variable sebagai parameter kekuatan dari model penelitian. Selanjutnya, untuk menganalisis pengaruh antara variable dilakukan proses *bootstrapping* yang nantinya akan menghasilkan nilai sigifikansi antar variable laten. Dalam penelitian ini menggunakan signifikansi level 1%, 5% dan 10% (*one-tailed*) dengan tingkat keyakinan benar sebesar 99%, 95% dan 90%.

Gambar 3.1 Prosedur Penilaian Model Struktural



Sumber: (Sarstedt et al., 2014)

BAB IV

Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat Indonesia yang memiliki minat untuk menjadi wirausaha dan juga yang sudah memiliki usaha. Hasil Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara online adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang di terima	293
Kuesioner yang memenuhi Syarat	293

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa total kuesioner yang diterima sebanyak 293 kuesioner dan layak digunakan dan siap untuk di analisis. Karakteristik responden dalam penelitian ini menjelaskan profil responden yang memiliki keinginan untuk menjadi wirausaha. Responden digolongkan dalam dua golongan yaitu orang yang sudah memiliki usaha dan juga orang yang belum memiliki usaha.

4.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Keterangan	Jumlah	Presentasi
Laki-laki	148	50,5%
Perempuan	145	49,5%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas total responden yang di dapatkan sejumlah 293 respondden yang terdiri dari 148 responden laki-laki (50,5%) dan 145 responden

perempuan (49,1%). Jumlah responden laki-laki lebih tinggi 0,5% dari pada responden perempuan. Dalam penelitian ini, hasil tersebut menunjukkan bahwa hasil penyebaran responden hampir seimbang pada gendernya.

4.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Presentasi
< 20 Tahun	45	15,4%
20-30 Tahun	210	71,7%
30-40 Tahun	15	5,1%
40 -50 Tahun	18	6,1%
> 50 Tahun	5	1,7%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Tabel diatas menunjukkan hasil distriusi responden berdasarkan usia dari responden. Terdapat 45 (15,4%) responden yang berusia dibawah 20 tahun, 210 (71,7%) responden memiliki usia 20 sampai 30 tahun, 15 (5,1%) responden berusia 30 sampai 40 tahun, 18 (6,1%) usia 40 sampai 50 tahun, dan 5 (1,7%) responden yang berusia diatas 50 tahun. Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah orang muda yang berusia antara 20 sampai 30 tahun dapat di simpulkan bahwa mayoritas orang yang memiliki intensi berwirausah ialah orang yang masih muda.

4.1.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keterangan	Jumlah	Persen
SMA ke bawah	131	44,7%
D3	3	1%
S1	142	48,5%
S2	14	4,8%
S3	3	1%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Data tabel di atas menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pendidikan terakhir dibagi menjadi lima, yaitu tingkat Sekolah Menengah Atas ke bawah, Diploma, Strata-1, Strata-2, dan Strata-3. Dari total responden yang diterima sebanyak 291 responden, terdiri dari 131 (44,7%) responden memiliki pendidikan terakhir SMA ke bawah, 3 (1%) responden memiliki pendidikan terakhir Diploma, 142 (48,5%) responden memiliki pendidikan terakhir Strata satu, 14 (4,8%) responden memiliki pendidikan terakhir Strata dua, dan 3 (1%) responden memiliki pendidikan terakhir Strata tiga. Mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan akhir SMA ke bawah dan Strata satu dengan total 273 responden.

4.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Keterangan	Jumlah	Presentase
Menikah	51	17,4%
Belum Menikah	242	82,6%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan status pernikahan responden dalam penelitian ini. Data menunjukkan bahwa 51 (17,4%) responden yang

memiliki status belum menikah, dan 242 (82,6%) responden yang memiliki status menikah. Maka, dalam penelitian ini status pernikahan mayoritas responden ialah belum menikah dengan jumlah 242 responden.

4.1.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Tahun

Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan per Tahun

Keterangan	Jumlah	Presentase
<40 juta	239	81,6%
40 juta - 70 juta	24	8,2%
70 juta – 100 juta	9	3%
>100 juta	21	7,2%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pendapatan per tahun. Data menunjukkan bahwa 239 (81,6%) responden memiliki pendapatan per tahun kurang dari 40 juta rupiah, 24 (8,2%) responden memiliki pendapatan per tahun kurang 40 juta sampai 70 juta rupiah, 9 (3%) responden memiliki pendapatan pertahun 70 juta sampai 100 juta rupiah, lalu 21 (7,2%) responden memiliki pendapatan per tahun lebih dari 100 juta rupiah.

4.1.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Presentase
Pelajar	6	2%
Mahasiswa	214	73%
PNS / TNI / POLRI	6	2%
Wirausaha	31	10,6%
Ibu Rumah Tangga	2	0,7%
Pegawai Swasta	20	6,9%
Lainnya	14	4,8%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan pada data tabel di atas menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pekerjaan. Data menunjukkan bahwa 6 (2%) responden merupakan pelajar, 214 (73%) responden merupakan mahasiswa, 6 (2%) responden memiliki profesi sebagai PNS / TNI / POLRI, 31 (10,6%) responden memiliki profesi sebagai wirausaha, 2 (0,7%) responden merupakan ibu rumah tangga, 20 (6,9%) responden merupakan pegawai swasta, dan 14 (4,8%) responden memiliki profesi lainnya yang tidak di cantumkan pada kuesioner. Dari hasil klasifikasi tersebut, mayoritas responden merupakan mahasiswa dengan presentase sebesar 73% dari keseluruhan responden.

4.1.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Agama

Tabel 4.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Agama

Keterangan	Jumlah	Presentase
Islam	287	97,9%
Kristen Protestan	4	1,4%
Katolik	2	0,7%
Hindu	0	0%
Buddha	0	0%
Kong Hu Cu	0	0%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Tabel di atas menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan agama. Terdapat 287 (97,9%) responden yang memiliki keyakinan agama Islam, 4 (1,4%) responden memiliki keyakinan agama Kristen Protestan, dan 2 (0,7%) responden memiliki keyakinan agama Katolik. Dari kuesioner yang di sebarakan, tidak ada yang memiliki keyakinan Hindu, Buddha, Kong Hu Cu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas kepercayaan responden pada penelitian ini adalah agama Islam.

4.1.8 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha

Tabel 4.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha

Keterangan	Jumlah	Presentase
Sudah Memilii Usaha	132	45,1%
Belum Memiliki Usaha	161	54,9%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Data tabel di atas menunjukkan klasifikasi responden yang sudah memiliki usaha dan yang belum memiliki usaha. Hasil penyebaran kuesioner bahwa 132 (45,1%) responden sudah memiliki usaha, dan 161 (54,9%) responden belum memiliki usaha.

4.1.9 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jangka Waktu Berjalannya Usaha

Tabel 4.10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Waktu Berjalannya Usaha

Keterangan	Jumlah	Presentase
>1 Tahun	52	39,4%
1 – 5 Tahun	56	42,4%
5 – 10 Tahun	12	9,1%
> 10 Tahun	12	9,1%
Jumlah	132	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Tabel di atas merupakan klasifikasi jangka waktu berjalannya usaha. Data tersebut didapatkan dari responden yang sudah memiliki usaha. 52 (39,4%) responden yang memiliki usaha yang berjalan kurang dari 1 tahun, 56 (42,4%) responden yang memiliki usaha yang berjalan selama 1 sampai 5 tahun, 12 (9,1%) responden yang memiliki usaha yang berajalan selama 5 sampai 10 tahun, 12 (9,1%) responden yang memiliki usaha yang berjalan lebih dari 10 tahun.

4.1.10 Klasifikasi Responden Berdasarkan Refleksi dari Tujuan Investasi (Berwirausaha)

**Tabel 4.11 Kalsifikasi Responden Berdasarkan Refleksi dari Tujuan
Investasi**

	Jumlah	Presentasi
Menghasilkan keamanan dana	11	3,8%
Menghasilkan pendapatan dan keamanan	61	20,8%
Menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan jangka panjang pada dana	144	49,1%
Menghasilkan pertumbuhan jangka panjang yang maksimal	77	26,3%
Jumlah	293	100%

Sumber: data primer, diolah 2018

Data pada tabel di atas merupakan klasifikasi responden berdasarkan refleksi dan tujuan investasi (berbisnis). 11 (3,8%) responden memilih tujuan bisnis untuk menghasilkan keamanan pada dananya, 61 (20,8%) responden memilih tujuan bisnis untuk menghasilkan pendapatan dan keamanan pada dana, 144 (49,1%) responden memilih tujuan bisnis untuk menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan jangka panjang pada dana, 77 (26,3%) responden memilih tujuan bisnis untuk menghasilkan pertumbuhan jangka panjang yang maksimal. Pada hasil klasifikasi tersebut dapat di simpulkan bahwa mayoritas orang memilih refleksi dan tujuan investasi untuk menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan jangka panjang pada dana.

4.2 Pilot Test

Pilot test merupakan pengujian awal atas instrumen penelitian. Uji ini dilakukan untuk menguji kelayakan suatu instrumen penelitian apakah sudah layak atau belum. Sebelum instrumen ini diterapkan pada penelitian sesungguhnya maka diuji kelayakannya dulu pada penelitian kecil, yaitu dengan diujicobakan kepada 30 sampel responden terlebih dahulu. Kelayakan instrumen ini dilihat dari hasil uji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan setiap instrumen atau item pertanyaan. Sementara uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama.

Hasil *pilot test* dikatakan valid apabila nilai *loading* di atas 0.70 dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus lebih besar dari 0.50. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* dari setiap instrumen variabel di atas 0.70 (Hair et al., 2011). Berdasarkan *pilot test* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa terdapat beberapa instrument dari variabel yang memiliki nilai *outer loading* di bawah 0.70 yaitu pertanyaan dari indikator *external locus of control* dan *believe in the law of small number*. Dari dua indikator tersebut peneliti melakukan perubahan pada pertanyaan yang akan di ajukan pada kuesioner agar lebih spesifik kepada indikator yang menjadi acuan pertanyaan. Di lain sisi, nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* juga sudah sesuai dengan standar yang digunakan, yaitu di atas 0.70. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian belum valid namun sudah reliabel.

4.3 Statistik Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari variabel Ilusi kontrol, sikap terlalu percaya diri, *believe in the law of small number*, *bandwagon effect*, aktualisasi diri, modernitas, *external locus of control*, sinisme sosial, religiositas, sikap terhadap risiko dan intensi berwirausaha. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu menentukan kategori penilaian rendah dan tinggi terhadap tanggapan responden. Pengkategorian ini didasarkan pada:

Skor terendah: 1 (sangat tidak setuju)

Skor tertinggi: 5 (sangat setuju sekali)

Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata	Standar Deviasi
Ilusi Kontrol (IOC)	293	1	5	3.57	0.81
Sikap terlalu percaya diri (OC)	293	1	5	3.47	0.94
<i>Believe in the law of small number</i> (BIL)	293	1	5	3.30	1.02
<i>Bandwagon Effect</i> (BE)	293	1	5	3.12	1.17
Aktualisasi diri (SA)	293	1	5	3.89	0.89
Modernitas (M)	293	1	5	3.72	0.92
<i>External locus of control</i> (ELC)	293	1	5	2.91	1.20

Sinisme Sosial (SC)	293	1	5	3.56	1.08
Religiositas (R)	293	1	5	3.94	0.99
Sikap terhadap risiko (STR)	293	1	5	3.38	1.00
Intensi Berwirausaha (IB)	293	1	5	3.92	0.93

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel, penelitian ditunjukkan pada tabel di atas, maka dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel Ilusi kontrol rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.57 dan standar deviasi 0.81. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel ilusi kontrol. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel ilusi kontrol sebesar 0.81.
2. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel sikap terlalu percaya diri rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.47 dan standar deviasi 0.94. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel sikap terlalu percaya diri. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel sikap terlalu percaya diri sebesar 0.94.
3. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *believe in the law of small number* rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.30 dan standar deviasi 1.02. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan

bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel *believe in the law of small number*. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel *believe in the law of small number* sebesar 1.02.

4. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *bandwagon effect* rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.12 dan standar deviasi 1.17. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel *bandwagon effect*. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel *bandwagon effect* sebesar 1.17.

5. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel aktualisasi diri rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.89 dan standar deviasi 0.89. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel aktualisasi diri. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel aktualisasi diri sebesar 0.89

6. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel modernitas rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.57 dan standar deviasi 0.92. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel modernitas. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel modernitas sebesar 0.92.

7. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel *external locus of control* rata-rata memiliki penilaian dengan nilai sebesar 2.91 dan standar deviasi 1.20. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel *external locus of control*. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel *external locus of control* sebesar 1.20.

8. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel sinisme sosial rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.56 dan standar deviasi 1.08. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel sinisme sosial. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel sinisme sosial sebesar 1.08.

9. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel religiositas rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.94 dan standar deviasi 0.99. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel religiositas. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel religiositas sebesar 0.99.

10. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel sikap terhadap risiko rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.38 dan standar deviasi 1.00. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel sikap terhadap risiko. Sementara,

nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel sikap terhadap risiko sebesar 1.00.

11. Hasil analisis deskriptif terhadap variabel intensi berwirausaha rata-rata memiliki penilaian tinggi dengan nilai sebesar 3.92 dan standar deviasi 0.93. Berdasarkan nilai rata-rata maka dapat diinterpretasikan bahwa rata-rata responden menilai setuju terhadap variabel tersebut. Sementara, nilai standar deviasi dapat diinterpretasikan bahwa ukuran penyebaran data variabel intensi berwirausaha sebesar 0.93.

4.4 Hasil Pengujian Pengukuran

4.4.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Outer Loadings	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Ilusi Kontrol (IOC)	IOC1	0,772	0.885	0.913	0.636
	IOC2	0,817			
	IOC3	0,838			
	IOC4	0,837			
	IOC5	0,779			
	IOC6	0,738			
Sikap terlalu percaya diri (OC)	OC1	0,776	0.769	0.867	0.685
	OC2	0,848			
	OC3	0,857			
Believe in the law of small number (BIL)	BIL1	0,837	0.649	0.807	0.583
	BIL2	0,705			
	BIL4	0,743			
Bandwagon Effect (BE)	BE2	0,792	0.779	0.872	0.694
	BE3	0,833			
	BE4	0,872			
Aktualisasi diri (SA)	SA1	0,701	0.808	0.874	0.635
	SA2	0,853			
	SA3	0,824			
	SA4	0,801			

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Outer Loadings</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	AVE
Modernitas (M)	M1	0,774	0.795	0.857	0.584
	M2	0,800			
	M3	0,649			
	M4	0,683			
	M5	0,782			
<i>External locus of control (ELC)</i>	ELC1	0,627	0.819	0.873	0.581
	ELC2	0,778			
	ELC3	0,817			
	ELC4	0,803			
	ELC5	0,770			
Sinisme Sosial (SC)	SC1	0,745	0.805	0.872	0.630
	SC2	0,785			
	SC3	0,831			
	SC4	0,811			
Religiositas (R)	R1	0,885	0.906	0.934	0.779
	R2	0,872			
	R3	0,905			
	R4	0,868			
Sikap terhadap risiko (STR)	STR1	0,834	0.752	0.858	0.669
	STR2	0,787			
	STR3	0,831			
Intensi Berwirausaha (IB)	IB1	0,827	0.831	0.898	0.746
	IB2	0,885			
	IB3	0,877			

Sumber: data primer, diolah 2018

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas maka dapat diinterpretasikan bahwa nilai *cronbach alpha* seluruh instrumen telah di atas 0.60. Sesuai dengan pernyataan Ghozali dan Latan, (2015) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,6. begitu juga dengan nilai *composite reliability* dan *outer loading* serta nilai AVE yang sudah di atas 0.50. Jadi, seluruh instrumen pada penelitian ini sudah dikatakan valid dan reliabel.

Tabel 4.14 Nilai Cross Loading

Item Pertanyaan	BE	BIL	ELC	IB	IOC	M	OC	R	SA	SC	STR
BE2	0,792	0,320	0,405	0,047	0,203	0,108	0,084	0,138	0,201	0,311	0,253
BE3	0,833	0,234	0,271	0,243	0,192	0,185	0,115	0,249	0,329	0,252	0,255
BE4	0,872	0,241	0,273	0,289	0,291	0,210	0,119	0,293	0,388	0,303	0,266
BIL1	0,283	0,837	0,273	0,329	0,400	0,340	0,360	0,182	0,301	0,278	0,305
BIL2	0,159	0,705	0,227	0,086	0,241	0,168	0,199	0,072	0,158	0,121	0,200
BIL4	0,261	0,743	0,364	0,221	0,312	0,313	0,313	0,101	0,155	0,206	0,317
ELC1	0,188	0,355	0,627	0,129	0,235	0,237	0,161	0,178	0,226	0,329	0,241
ELC2	0,337	0,230	0,778	-0,033	0,031	0,070	0,093	0,040	-0,041	0,252	0,224
ELC3	0,310	0,329	0,817	0,044	0,195	0,123	0,179	0,042	0,028	0,337	0,247
ELC4	0,292	0,281	0,803	-0,031	0,046	0,075	0,111	0,084	0,009	0,289	0,237
ELC5	0,334	0,233	0,770	-0,162	0,014	0,000	0,055	0,046	-0,064	0,274	0,125
IB1	0,140	0,217	-0,047	0,827	0,335	0,255	0,253	0,271	0,465	0,275	0,194
IB2	0,203	0,220	0,006	0,885	0,437	0,435	0,343	0,353	0,559	0,299	0,264
IB3	0,247	0,324	0,048	0,877	0,451	0,401	0,267	0,355	0,555	0,308	0,266
IOC1	0,323	0,337	0,203	0,356	0,772	0,444	0,372	0,330	0,401	0,286	0,320
IOC2	0,283	0,322	0,111	0,380	0,817	0,445	0,353	0,284	0,363	0,260	0,289
IOC3	0,205	0,308	0,025	0,439	0,838	0,497	0,462	0,354	0,465	0,283	0,291
IOC4	0,153	0,372	0,119	0,365	0,837	0,423	0,449	0,317	0,346	0,286	0,366
IOC5	0,126	0,289	0,092	0,427	0,779	0,542	0,340	0,319	0,384	0,319	0,247
IOC6	0,222	0,393	0,167	0,339	0,738	0,521	0,372	0,272	0,323	0,278	0,310
M1	0,221	0,303	0,136	0,416	0,447	0,774	0,330	0,388	0,435	0,307	0,221
M2	0,183	0,414	0,205	0,277	0,480	0,800	0,287	0,335	0,284	0,288	0,230
M3	0,052	0,139	-0,069	0,359	0,450	0,649	0,247	0,350	0,406	0,263	0,146
M4	0,030	0,139	-0,049	0,290	0,404	0,683	0,242	0,286	0,412	0,235	0,225
M5	0,217	0,336	0,236	0,292	0,442	0,782	0,267	0,352	0,282	0,198	0,283
OC1	0,112	0,282	0,122	0,208	0,358	0,231	0,776	0,241	0,183	0,181	0,329
OC2	0,060	0,327	0,146	0,274	0,388	0,281	0,848	0,179	0,169	0,206	0,317
OC3	0,140	0,365	0,149	0,345	0,475	0,397	0,857	0,188	0,279	0,203	0,359
R1	0,184	0,102	0,048	0,289	0,320	0,429	0,198	0,885	0,383	0,338	0,274
R2	0,278	0,196	0,129	0,403	0,410	0,423	0,271	0,872	0,478	0,492	0,324
R3	0,279	0,134	0,110	0,318	0,322	0,375	0,176	0,905	0,424	0,360	0,299
R4	0,211	0,127	0,086	0,332	0,320	0,390	0,212	0,868	0,480	0,336	0,250
SA1	0,511	0,263	0,249	0,345	0,341	0,336	0,202	0,380	0,701	0,454	0,305
SA2	0,265	0,236	0,035	0,556	0,404	0,394	0,189	0,399	0,853	0,347	0,261
SA3	0,164	0,207	-0,063	0,564	0,420	0,435	0,232	0,407	0,824	0,293	0,218
SA4	0,158	0,141	-0,105	0,512	0,343	0,356	0,194	0,397	0,801	0,271	0,240
SC1	0,242	0,223	0,218	0,355	0,367	0,353	0,195	0,443	0,406	0,745	0,232

Item Pertanyaan	BE	BIL	ELC	IB	IOC	M	OC	R	SA	SC	STR
SC2	0,244	0,167	0,215	0,346	0,238	0,309	0,208	0,428	0,430	0,785	0,213
SC3	0,292	0,232	0,411	0,185	0,260	0,212	0,159	0,301	0,285	0,831	0,283
SC4	0,317	0,245	0,380	0,229	0,271	0,230	0,201	0,247	0,312	0,811	0,250
STR1	0,249	0,297	0,218	0,252	0,339	0,282	0,307	0,284	0,295	0,297	0,834
STR2	0,235	0,295	0,291	0,209	0,255	0,191	0,322	0,222	0,221	0,245	0,787
STR3	0,273	0,315	0,222	0,233	0,349	0,276	0,366	0,295	0,288	0,222	0,831

Sumber: data primer, diolah 2018

Hasil nilai cross loading pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai korelasi indikator dengan konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan konstruk lainnya. Kemudian nilai cross loading setiap indikator konstruk sudah hampir sesuai dengan yang disarankan, yaitu di atas 0.60. Maka dari itu, data dapat disimpulkan memiliki validitas diskriminan yang baik.

4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan indikator dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas diukur dengan dua kriteria, yaitu composite reliability dan cronbach alpha dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* dan cronbach alpha di atas 0.60 (Ghozali dan Latan, 2015). Berikut nilai composite reliability dan cronbach alpha disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Ilusi Kontrol (IOC)	0,885	0,913	Reliabel
Sikap terlalu percaya diri (OC)	0,769	0,867	Reliabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Believe in the law of small number (BIL)</i>	0,649	0,807	Reliabel
<i>Bandwagon Effect (BE)</i>	0,779	0,872	Reliabel
Aktualisasi diri (SA)	0,808	0,874	Reliabel
Modernitas (M)	0,795	0,857	Reliabel
<i>External locus of control (ELC)</i>	0,819	0,873	Reliabel
Sinisme Sosial (SC)	0,805	0,872	Reliabel
Religiositas (R)	0,906	0,934	Reliabel
Sikap terhadap risiko (STR)	0,752	0,867	Reliabel
Intensi Berwirausaha (IB)	0,831	0,898	Reliabel

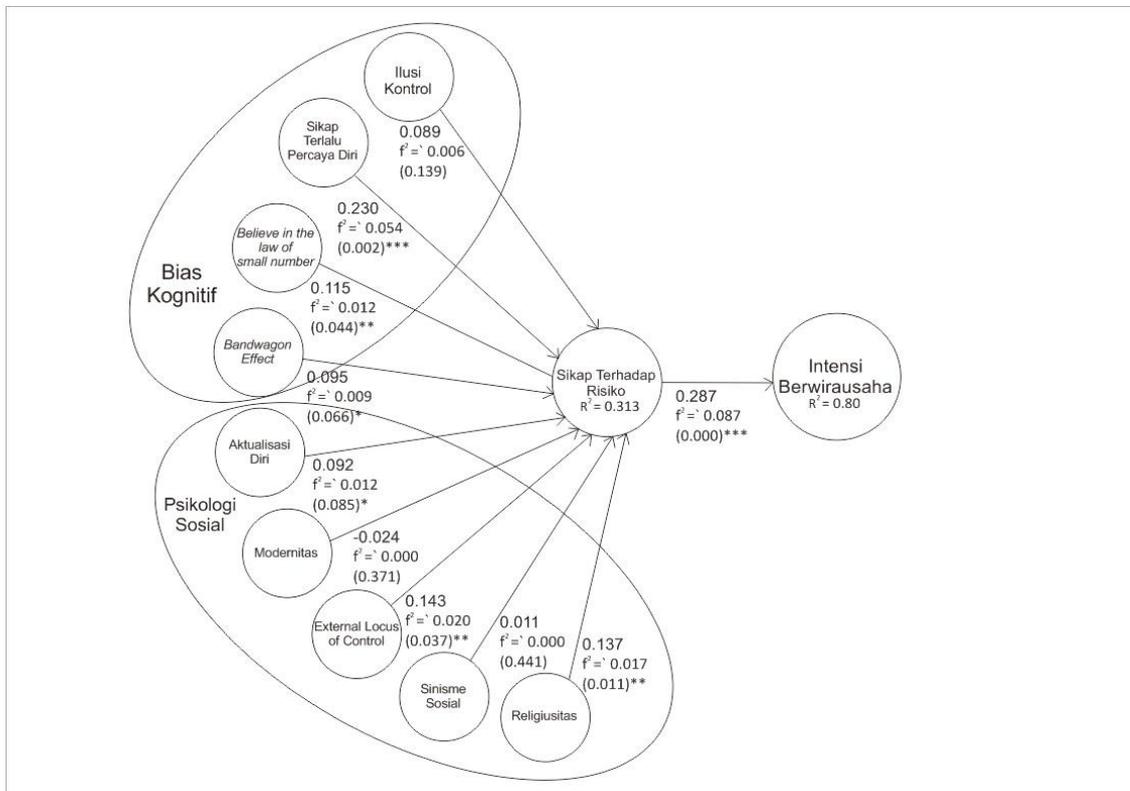
Sumber: data primer, diolah 2018

Hasil dari *composite reliability* dan *cronbach alpha* pada tabel di atas yang dihasilkan semua konstruk sangat baik, yaitu di atas 0.70. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk adalah reliabel atau memenuhi uji reliabilitas.

4.4.3 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Analisis menggunakan PLS dilakukan melalui dua tahap yaitu uji model pengukuran dan uji model struktural. Pada uji model structural dilakukan dengan melihat nilai R-square yang merupakan uji goodness-fit model. Selanjutnya, melihat signifikansi pengaruh antar konstruk dengan melihat hasil nilai pada path coefficients (Mean, STDEV, T-Values, p-value) (Ghozali dan Latan, 2015).

Gambar 4.1 Model Hasil Pengukuran



Gambar di atas merupakan model hasil pengukuran dalam penelitian ini, dapat dilihat hasil di atas menunjukkan hasil *r-square*, *f-square*, dan juga *total effect* pada penelitian ini, lalu tiap variabelnya merupakan hasil dari *P values* yang ditandai dengan tanda (*) sesuai dengan level signifikansinya. Untuk (*) merupakan *P values* dengan signifikansi 10% atau 0.10, selanjutnya untuk (**) merupakan *P values* dengan signifikansi 5% atau 0.05, dan untuk (***) merupakan *P values* dengan signifikansi 1% atau 0.01.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian selanjutnya ialah dengan melihat signifikansi pengaruh antar variabel pada path coefficients. Hasil dari pengolahan data disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Path Coeffisiens

Hipotesa	<i>Original Sample</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>	Keterangan
Ilusi kontrol → Sikap terhadap risiko	0.089	1.085	0.139	Tidak Diterima
Sikap terlalu percaya diri → Sikap terhadap risiko	0.230***	2.876	0.002	Diterima
<i>Believe in the law of small number</i> → Sikap terhadap risiko	0.115**	1.709	0.044	Diterima
<i>Bandwagon effect</i> → Sikap terhadap risiko	0.095*	1.511	0.066	Diterima
Aktualisasi diri → Sikap terhadap risiko	0.092*	1.374	0.085	Diterima
Modernitas → Sikap terhadap risiko	-0.024	0.328	0.371	Tidak Diterima
<i>External locus of control</i> → Sikap terhadap risiko	0.143**	1.794	0.037	Diterima
Sinisme sosial → Sikap terhadap risiko	0.011	0.149	0.441	Tidak Diterima
Religiositas → Sikap terhadap risiko	0.137**	2.282	0.011	Diterima
Sikap terhadap risiko → Intensi berwirausaha	0.284***	4.372	0.000	Diterima

Sumber: data primer, diolah 2018

Keterangan: *** signifikan di alpha 1%, ** signifikan di alpha 5%, dan * signifikan di 10%

Tabel 4.17 Hasil *Total Effect*

	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T Statistics	P Values
SA -> IB	0,026	0,029	0,023	1,124	0,131
SA -> STR	0,092	0,094*	0,067	1,374	0,085
BE-> IB	0,027	0,027*	0,019	1,404	0,080
BE-> STR	0,095	0,092*	0,063	1,511	0,066
BIL -> IB	0,033	0,036*	0,022	1,452	0,073
BIL -> STR	0,115	0,122**	0,067	1,709	0,044
ELC -> IB	0,041	0,041**	0,023	1,725	0,042
ELC -> STR	0,143	0,145**	0,080	1,794	0,037
M -> IB	-0,007	-0,005	0,022	0,317	0,376
M -> STR	-0,024	-0,017	0,073	0,328	0,371
R -> IB	0,039	0,038**	0,021	1,857	0,032
R -> STR	0,137	0,128**	0,060	2,282	0,011
STR_ -> IB	0,284	0,291***	0,065	4,372	0,000
OC -> IB	0,065	0,064***	0,026	2,505	0,006
OC -> STR	0,230	0,223***	0,080	2,876	0,002
SC -> IB	0,003	0,005	0,022	0,144	0,443
SC -> STR	0,011	0,017	0,074	0,149	0,441
IC -> IB	0,025	0,028	0,026	0,973	0,165
IC -> STR	0,089	0,093	0,082	1,085	0,139

Sumber: data primer, diolah 2018

Keterangan: *** signifikan di alpha 1%, ** signifikan di alpha 5%, dan * signifikan di 10%

Hasil uji pada tabel di atas dapat diinterpretasikan dengan melihat nilai *original sample* untuk mengetahui hubungan antar variable yang di teliti. Selanjutnya, untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variable dapat di lihat pada *P values*. Dalam penelitian ini menggunakan signifikansi level 1%, 5% dan 10% (*one-tailed*) dengan tingkat keyakinan benar sebesar 99%, 95% dan 90% .

Hasil pengujian inner model menunjukkan bahwa terdapat tujuh hipotesa diterima berdasarkan nilai *p values*. Dapat dilihat dari perhitungan statistik tersebut bahwa variabel sikap terhadap risiko memiliki nilai tinggi yaitu 0.000. Sebaliknya, terdapat tiga hipotesa yang tidak diterima karena nilai *p values* > 0.010, variabel tersebut ialah ilusi kontrol, modernitas, sinisme sosial.

4.6. Diskusi Hasil/Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Sikap terhadap Risiko

4.6.1.1 Ilusi Kontrol Tidak Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Risiko

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh ilusi kontrol terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.089, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil nilai *p values* sebesar 0.139 sehingga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, ilusi kontrol tidak memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa ilusi kontrol dari seseorang tidak berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam mengambil risiko. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Simon, Houghton dan Aquino, (2000) yang menyatakan bahwa ilusi kontrol dari seseorang tidak berpengaruh dengan sikap terhadap risiko dalam pembentukan suatu perusahaan. Berbeda dengan penelitian Kannadhasan et al. (2014) dan Kannadhasan et al. (2014) dengan hasil yang menunjukkan bahwa ilusi kontrol berpengaruh secara langsung dan secara tidak langsung terhadap pembentukan perusahaan.

4.6.1.2 Kepercayaan Diri Berlebih Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh sikap terlalu percaya diri terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.230, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil nilai *p values* sebesar 0.02 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan dengan tingkat signifikansi 1%. Berdasarkan hasil tersebut, sikap terlalu percaya diri memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hasil ini dapat diinterpretasikan bahwa sikap terlalu percaya diri dari seseorang berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam mengambil risiko. Hal ini dapat diartikan seseorang yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi akan lebih berani untuk mengambil suatu keputusan yang memiliki risiko yang tinggi juga.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi lebih percaya dengan keputusan yang berasal dari dirinya sendiri dan tanpa masukan dari orang lain sehingga juga dapat dikatakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi juga memiliki sikap konsisten terhadap keputusan yang di ambil. Indikator selanjutnya ialah seseorang yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi merasa bahwa memiliki kemampuan untuk menilai suatu peluang dengan baik berdasarkan pengalaman yang ia miliki. Hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Simon et al.(2000) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh dari sikap terlalu percaya diri terhadap sikap terhadap risiko dalam pembentukan suatu perusahaan. Berbeda dengan penelitian Kannadhasan et al. (2014) yang menunjukkan bahwa

kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko.

4.6.1.3 *Believe in the law of small number* Berpengaruh Positif Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *believe in the law of small number* terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.115, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil nilai *p values* sebesar 0.044 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut, *believe in the law of small number* memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal ini dapat di artikan bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan terhadap sampel kecil dalam melakukan suatu survei untuk mengambil keputusan dapat berpengaruh terhadap sikap orang tersebut dalam mengambil suatu keputusan yang beresiko.

Kepercayaan terhadap sampel kecil di maksudkan seperti seseorang yang melakukan survei untuk pembentukan usaha hanya dengan bertanya kepada orang-orang yang berada di sekitarnya seperti saudara, kerabat atau orang tua. Hal tersebut dapat di simpulkan bahwa orang tersebut tidak membutuhkan pandangan dari orang banyak melainkan hanya dari orang-orang yang berada di lingkungannya. Pada hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh Simon et al. (2000). Yang menunjukkan bahwa ada pengaruh dari *believe in the law of small number* terhadap sikap terhadap risiko dalam pengambilan keputusan dalam pembentukan suatu perusahaan.

4.6.1.4 *Bandwagon Effect* Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh *bandwagon effect* terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.095, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil nilai *p values* sebesar 0.095 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan dengan tingkat signifikansi 10%. Berdasarkan hasil tersebut, *bandwagon effect* memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal ini dapat dikatakan bahwa seseorang yang mengambil keputusan dari pendapat atau masukan dari orang lain berpengaruh terhadap sikap orang tersebut dalam mengambil keputusan yang beresiko. Sifat dari *bandwagon effect* merupakan sikap dimana seseorang mengambil keputusan berdasarkan pengaruh dari kerabat terdekat, keluarga dan juga lingkungan hidup. Sikap ini mendorong seseorang untuk mengikuti perilaku bahkan profesi orang-orang terdekatnya seperti contoh akan yang memiliki orang tua yang berprofesi sebagai dokter juga bercita-cita sebagai dokter.

4.6.2 Pengaruh Faktor Psikologi Sosial Terhadap Sikap Terhadap Risiko

4.6.2.1 Aktualisasi Diri Berpengaruh Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh aktualisasi diri terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.092, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil *p values* sebesar 0.085 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan pada tingkat signifikansi 10%. Berdasarkan hal tersebut, aktualisasi diri memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa seseorang yang mengerjakan

sesuatu untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari orang lain berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Seseorang yang memiliki sikap aktualisasi diri yang tinggi akan bekerja keras untuk mendapatkan sesuatu yang ingin di capai untuk pengaktualisasian diri dan untuk mendapatkan penghargaan dari orang lain dan juga ingin mencapai sesuatu dikarenakan hal tersebut merupakan hal yang memiliki derajat yang tinggi dan akan mengangkat derajat orang tersebut apabila keinginannya tercapai. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Turkina dan Thai (2013) yang menunjukkan bahwa aktualisasi diri memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peluang berwirausaha.

4.6.2.2 Modernitas Tidak Berpengaruh terhadap Sikap terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh modernitas terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar -0.024, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh negatif. Dari hasil *p values* sebesar 0.371 sehingga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, modernitas tidak memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa orang yang memiliki sikap pengambilan risiko yang tinggi tidak banyak yang memiliki sikap mandiri dalam pengambilan keputusan, seorang yang ingin menjadi wirausaha membutuhkan bantuan dari orang lain baik dari sisi finansial dan juga dari sisi mental. Untuk menjalankan usaha dibutuhkan banyak bantuan dari orang lain karena akan banyak masalah dan risiko yang akan timbul ketika seseorang sudah memulai usaha sehingga sikap modernitas yang dimana mengutamakan kemandirian tidak berpengaruh terhadap sikap seseorang terhadap risiko dalam mengambil keputusan dalam membuat usaha. Hal ini berbeda dengan

hasil penelitian Turkina dan Thai, (2013) yang menyatakan bahwa modernitas memiliki pengaruh positif dalam pengambilan keputusan untuk menjadi wirausaha.

4.6.2.3 *External Locus of Control* Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh modernitas terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.143, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil *p values* sebesar 0.037 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut, *external locus of control* memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa seseorang yang memiliki sifat yang percaya akan pengaruh takdir akan berani untuk mengambil keputusan berisiko. Orang yang memiliki *external locus of control* akan percaya bahwa keberhasilan yang ia raih merupakan takdir yang sudah ditetapkan. Walaupun berani mengambil keputusan yang berisiko, orang tersebut juga cenderung kurang inovatif dalam menentukan bisnis yang ia jalankan. Mayoritas melakukan bisnis yang sudah ada, atau bisa dikatakan mengikuti ide bisnis orang lain. Hal ini bertentangan dengan penelitian Turkina dan Thai, (2013) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *external locus of control* berpengaruh negatif terhadap peluang seseorang dalam menjadi wirausaha.

4.6.2.4 Sinisme Sosial Tidak Berpengaruh Terhadap Sikap Terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh sinisme sosial terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.011, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil nilai *p values* sebesar 0.441 sehingga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, sinisme sosial tidak memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal tersebut membuktikan bahwa orang yang memiliki pandangan buruk terhadap politik praktis dan juga nepotisme tidak berpengaruh terhadap sikap seseorang dalam mengambil keputusan yang memiliki risiko. Hal ini bertentangan dengan penelitian Turkina dan Thai, (2013) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari sinisme sosial terhadap peluang seseorang dalam memulai usaha.

4.6.2.5 Religiusitas Berpengaruh Positif terhadap Sikap terhadap Risiko.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap sikap terhadap risiko memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.137, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil *p values* sebesar 0.011 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tersebut, religiusitas memiliki pengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal tersebut membuktikan bahwa mayoritas orang ingin menjadi wirausaha berdasarkan anjuran agama yang ia anut. Orang yang memiliki religiusitas yang tinggi akan berwirausaha ikhlas dan jujur karena tujuan utama yang di inginkan bukan hanya keuntungan semata, tapi juga karena ingin beramal dan mendapatkan pahala. Di samping itu, orang yang memiliki religiusitas yang tinggi ingin berwirausaha untuk menjaga kesucian harta yang ia miliki. Hasil

penelitian ini sama dengan hasil penelitian Turkina dan Thai (2013) yang menunjukkan bahwa indikator religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

4.6.3 Sikap terhadap Risiko Berpengaruh Positif terhadap Intensi Berwirausaha.

Pada hasil *path coefficients* menunjukkan pengaruh sikap terhadap risiko terhadap intensi berwirausaha memiliki nilai koefisien parameter sebesar 0.284, nilai ini berarti variabel memiliki pengaruh positif. Dari hasil nilai t-statistik sebesar 4.372 > 1.660 sehingga menunjukkan hasil yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, sikap terhadap risiko berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal tersebut membuktikan bahwa orang yang ingin menjadi wirausaha memiliki sikap berani mengambil keputusan yang berisiko. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Simon et al. (2000) dan Kannadhasan et al. (2014) yang menunjukkan bahwa sikap terhadap risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap intensi berwirausaha.

4.6.4 Pengaruh Bias Kognitif terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

4.6.4.1 Ilusi Kontrol Tidak Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari ilusi kontrol terhadap intensi berwirausaha. namun pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang tidak signifikan yaitu 0.165. Hal tersebut menunjukkan bahwa ilusi kontrol tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Simon, Houghton dan Aquino, (2000) yang menyatakan bahwa ilusi

kontrol dari seseorang tidak berpengaruh dengan sikap terhadap risiko dalam pembentukan suatu perusahaan. Berbeda dengan penelitian Kannadhasan et al. (2014) dan Kannadhasan et al. (2014) dengan hasil yang menunjukkan bahwa ilusi kontrol berpengaruh secara langsung terhadap pembentukan perusahaan.

4.6.4.2 Kepercayaan Diri Berlebih Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari ilusi kontrol terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang signifikan yaitu 0.006 yang menunjukkan pengaruh kepercayaan diri berlebih terhadap intensi berwirausaha berada pada tingkat signifikansi 1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal tersebut sama dengan hasil penelitian Kannadhasan et al. (2014) yang menunjukkan bahwa kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko.

4.6.4.3 Believe in The Law of Small Number Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari *believe in the law of small number* terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang signifikan yaitu 0.073 yang menunjukkan pengaruh kepercayaan diri berlebih terhadap intensi berwirausaha berada pada tingkat signifikansi 10%. Hal tersebut menunjukkan bahwa *believe in the law of small number* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Simon et al. (2000). Yang

menunjukkan bahwa ada pengaruh dari *believe in the law of small number* terhadap sikap terhadap risiko dalam pengambilan keputusan dalam pembentukan suatu perusahaan.

4.6.4.4 Bandwagon effect Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari *bandwagon effect* terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang signifikan yaitu 0.080 yang menunjukkan pengaruh *bandwagon effect* terhadap intensi berwirausaha berada pada tingkat signifikansi 10%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

4.6.5 Pengaruh Faktor Psikologi Sosial terhadap Intensi Berwirausaha melalui Mediasi Sikap terhadap Risiko

4.6.5.1 Aktualisasi Diri Tidak Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari aktualisasi diri terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang tidak signifikan yaitu 0.131. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Turkina dan Thai (2013) yang menunjukkan bahwa aktualisasi diri memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peluang berwirausaha.

4.6.5.2 Modernitas Tidak Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang negatif dari modernitas terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang tidak signifikan yaitu 0.376. Hal tersebut menunjukkan bahwa modernitas tidak

berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Turkina dan Thai, (2013) yang menyatakan bahwa modernitas memiliki pengaruh positif dalam pengambilan keputusan untuk menjadi wirausaha.

4.6.5.3 *External Locus of Control* Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari *external locus of control* terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang signifikan yaitu 0.042 yang menunjukkan pengaruh *external locus of control* terhadap intensi berwirausaha berada pada tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal ini bertentangan dengan penelitian Turkina dan Thai, (2013) yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *external locus of control* berpengaruh negatif terhadap peluang seseorang dalam menjadi wirausaha.

4.6.5.4 Sinisme Sosial Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari sinisme sosial terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang tidak signifikan yaitu 0.443. Hal tersebut menunjukkan bahwa sinisme sosial tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal ini bertentangan dengan penelitian Turkina dan Thai, (2013) yang menyatakan bahwa ada pengaruh dari sinisme sosial terhadap peluang seseorang dalam memulai usaha.

4.6.5.5 Religiusitas Berpengaruh terhadap Intensi Berwirausaha

Pada hasil *total effect* menunjukkan pengaruh yang positif dari religiusitas terhadap intensi berwirausaha. Pada hasil *p values* menunjukkan hasil yang signifikan yaitu 0.032 yang menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap intensi berwirausaha berada pada tingkat signifikansi 5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Turkina dan Thai (2013) yang menunjukkan bahwa indikator religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

BAB V

Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penelitian ini membuktikan bahwa beberapa indikator dari bias kognitif berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Ilusi kontrol tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap risiko. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa ilusi kontrol dari seseorang tidak mempengaruhi sikap seseorang terhadap risiko. Selanjutnya sikap terlalu percaya diri berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki tingkat percaya diri yang tinggi akan berani untuk mengambil risiko yang tinggi juga. *Believe in the law of small number* berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko, hal ini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki kepercayaan terhadap sampel kecil dalam melakukan suatu survei untuk mengambil keputusan dapat berpengaruh terhadap sikap orang tersebut dalam mengambil keputusan yang beresiko. Kemudian penelitian ini menunjukkan bahwa *bandwagon effect* tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mengambil keputusan berdasarkan pendapat atau masukan dari orang lain tidak berpengaruh terhadap sikap orang tersebut dalam mengambil keputusan yang beresiko.

2. Penelitian ini membuktikan bahwa beberapa indikator dari faktor psikologi sosial berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Indikator aktualisasi diri tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko, hal ini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mengerjakan sesuatu untuk mendapatkan pengakuan dan penghargaan dari orang lain tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Modernitas tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hal ini berarti orang yang memiliki sikap yang berani mengambil keputusan yang memiliki tingkat risiko yang tinggi tidak banyak memiliki sikap mandiri dalam pengambilakn keputusan. Seseorang yang ingin menjadi wirausaha membutuhkan bantuan dari orang lain. *External locus of control* berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Hasil ini dapat di simpulkan bahwa seseorang yang memiliki sifat yang percaya akan pengaruh takdir akan berani untuk mengambil suatu keputusan yang memiliki tingkat risiko yang tinggi. Sinisme sosial tidak berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seseorang yang memiliki pamdangan buruk terhadap politik praktis dan juga nepotisme tidak berpengaruh terhadap sikap orang tersebut dalam mengambil keputusan yang memiiki risiko yang tinggi. Penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap sikap terhadap risiko. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas orang yang ingin menjadi wirausaha berdasarkan anjuran agama yang di anut olehnya.

3. Penelitian ini menunjukkan bahwa sikap terhadap risiko berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa

orang yang ingin menjadi wirausaha memiliki sikap berani dalam mengambil keputusan yang memiliki risiko.

4. Penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa indikator dari bias kognitif dapat memengaruhi intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko. Pada indikator ilusi kontrol menunjukkan hasil bahwa ilusi kontrol tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Kemudian indikator kepercayaan diri berlebih menunjukkan hasil positif signifikan. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri berlebih berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Indikator *believe in the law of small number* menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator *believe in the law of small number* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Indikator *bandwagon effect* menunjukkan hasil positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *bandwagon effect* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.
5. Penelitian ini menunjukkan bahwa beberapa indikator dari faktor psikologi sosial dapat memengaruhi intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko. Indikator aktualisasi diri menunjukkan hasil bahwa aktualisasi diri tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Kemudian indikator *external locus of control* menunjukkan hasil positif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *external locus of control* berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Indikator sinisme sosial menunjukkan hasil bahwa sinisme sosial tidak berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Indikator religiusitas menunjukkan hasil positif

signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap intensi berwirausaha.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran direkomendasikan yaitu kepada:

1. Bagi peneliti selanjutnya:

a. penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan tambahan metode selain kuesioner agar memperoleh hasil yang lebih objektif, seperti melalui wawancara langsung.

b. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang sama dengan menyempurnakan model penelitian seperti menambahkan teori pendukung atau variabel tambahan dan jumlah sampel yang lebih besar dari penelitian ini. Selain itu, diharapkan juga dapat mencoba penelitian ini pada objek penelitian lain.

2. Bagi Pemerintah

a. Berdasarkan perkembangan minat berwirausaha masyarakat di Indonesia, pemerintah harus segera melakukan peningkatan dalam program untuk melakukan *support* pada pelaku bisnis khususnya UKM di Indonesia. Hal ini penting untuk perkembangan minat dan motivasi dari wirausaha di Indonesia. Kegiatan yang dapat dilakukan ialah seperti dengan mewajibkan diadakannya incubator bisnis mulai dari jenjang SMA hingga perguruan tinggi.

5.3 Implikasi Penelitian

Implikasi teoritis pada penelitian ini adalah terbuktinya pengaruh bias kognitif dan faktor psikologi sosial terhadap intensi berwirausaha melalui mediasi sikap terhadap risiko. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa indikator religiusitas berpengaruh terhadap sikap individu terhadap risiko dan pertimbangannya terhadap keinginan untuk memulai usaha. Implikasi penelitian ini bagi peneliti selanjutnya ialah dapat memberikan dasar untuk penyempurnaan lebih lanjut terhadap intensi berwirausaha. Model ini dapat di uji lagi di berbagai negara dan dengan faktor-faktor yang relevan juga.

Implikasi penelitian ini bagi praktisi ialah agar penelitian ini dapat menjadi rekomendasi kepada lembaga-lembaga pelatihan wirausaha, motivator wirausaha, dan juga pada inkubator-inkubator bisnis universitas agar dapat meningkatkan pembelajaran bagi calon wirausaha dan pelaku usaha di Indonesia. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan pertimbangan bagi para investor dalam menilai calon *partner* dalam berwirausaha berdasarkan sikap dari calon rekannya dalam berwirausaha. Penelitian ini dapat memberikan manfaat dalam menilai tingkah laku calon rekan bisnis melalui kebiasannya berdasarkan bias kognitif dan juga dari faktor psikologi sosial.

Daftar Pustaka

- Barnes, J.H. (1984), “Cognitive Biases and Their Impact on Strategic Planning”, *Strategic Management Journal*, Vol. 5 No. 2, pp. 129–137.
- Baron, R.A. (1998), “Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 13 No. 4, pp. 275–294.
- Cooper, A., Woo, C. and Dunkelberg, W. (1988), “Entrepreneurs’ perceived chances for success”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 3 No. 2, pp. 97–108.
- Duhaime, I.M. and Schwenk, C.R. (1985), “Conjectures on Cognitive Simplification in Acquisition and Divestment Decision Making”, *The Academy of Management Review*, Vol. 10 No. 2, p. 287.
- Erez, M. and Gati, E. (2004), “A dynamic, multi-level model of culture: From the micro-level of the individual to the macro-level of a global culture”, *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 53 No. 4, pp. 583–598.
- Ghozali, I. and Latan, H. (2015), *Partial Least Squares: Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*, 2nd ed., Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, Semarang.
- Hadi, S. (2009), *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Untuk Akuntansi Dan Keuangan*, Ekonisia, Yogyakarta.
- Hair, J.F., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2011), “PLS-SEM: Indeed a Silver

- Bullet”, *The Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 19 No. 2, pp. 139–152.
- Hockerts, K. (2015), “Determinants of Social Entrepreneurial Intentions”, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 41 No. 1, pp. 105–130.
- Hong, C.S. and Konrad, K.A. (1998), “Bandwagon effects and two-party majority voting”, *Journal of Risk and Uncertainty*, Vol. 16 No. 2, pp. 165–172.
- Kannadhasan, M., Aramvalarthan, S. and Pavan Kumar, B. (2014), “Relationship among cognitive biases, risk perceptions and individual’s decision to start a venture”, *Decision*, Vol. 41 No. 1, pp. 87–98.
- Langer, E.J. and Roth, J. (1975), “Heads I win, tails it’s chance: The illusion of control as a function of the sequence of outcomes in a purely chance task.”, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 32 No. 6, pp. 951–955.
- Latifa Faristin, Sugeng Hariyadi, R.P. (2013), “Persepsi Risiko Melakukan E-Commerce Dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online”, *Journal of Sosial and Industrial Psychology*, Vol. 2 No. 1, pp. 64–68.
- McDaniel, S.W. and Burnett, J.J. (1990), “Consumer Religiosity and Retail Store Evaluation Criteria”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 18 No. 2, pp. 101–112.
- Morris, M.H., Avila, R.A. and Allen, J. (1993), “Individualism and the Modern Corporation: Implications for Innovation and Entrepreneurship”, *Journal of*

Management, Vol. 19 No. 3, pp. 595–612.

Mueller, S.L. and Thomas, A.S. (2001), “Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No. 1, pp. 51–75.

Neto, F. (2006), “Psycho-Social Predictors of Perceived Discrimination Among Adolescents of Immigrant Background: A Portuguese Study”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, Vol. 32 No. 1, pp. 89–109.

Overall, J. (2016), “The dark side of entrepreneurship: A conceptual framework of cognitive biases, neutralization, and risky entrepreneurial behaviour”, *Academy of Entrepreneurship Journal*, Vol. 22 No. 2, pp. 1–12.

Pristiana, U., Kusumaningtyas, A. and Mujannah, S. (2003), “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Wanita Berwirausaha di Kota Surabaya”, *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 9 No. 1, pp. 52–65.

Rahardjo, P. (2010), “Hubungan Karakteristik Individu dengan Keputusan Menjadi Wirausaha Baru di Purwokerto (Studi Tentang Alternatif Karir Lulusan Pt)”, *Psycho Idea*, Vol. 8, pp. 72–87.

Sarstedt, M., Ringle, C.M. and Hair, J.F. (2014), *Partial Least Squares Structural Equation Modeling, Handbook of Market Research*, available at:https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1.

Sarwoko, E. (2011), “Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa”, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol. 16 No. 2, pp. 126–135.

Schwenk, C.R. (1984), “Cognitive Simplification Processes in Strategic Decision-Making”, Vol. 5 No. 2, pp. 111–128.

Sekaran, U. (2003), *Research Methods For Business*.

Shaver, K.G. and Scott, L.R. (1991), “Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation Kelly G. Shaver.”, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 16 No. 2, pp. 23–45.

Simon, M., Houghton, S.M. and Aquino, K. (2000), “Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. 98, pp. 113–134.

Sofyan, S. (2013), *Statistik Parametrik Uutuk Penelitian Kuantitatif*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.

Sugiyono. (2010), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Turkina, E. and Thai, M.T.T. (2013), “Socio-psychological determinants of opportunity entrepreneurship”, *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 11 No. 1, pp. 213–238.

LAMPIRAN 1

Kuesioner Penelitian

Variabel	Pertanyaan	STS			SSS	
		1	2	3	4	5
illusion of control	Saya (akan) bisa memprediksi kecenderungan arah pasar di masa mendatang	1	2	3	4	5
	Saya (akan) bisa mengantisipasi fluktuasi dan selera pasar	1	2	3	4	5
	Saya (akan) bisa mengantisipasi persaingan usaha yang ada dipasar	1	2	3	4	5
	Saya (akan) bisa mengatasi kompetitor yang masuk ke pasar	1	2	3	4	5
	Saya memiliki keterampilan lebih dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang merugikan	1	2	3	4	5
	Keputusan yang saya ambil selalu menghasilkan hasil yang baik dan memuaskan	1	2	3	4	5
Overconvidence	Saya lebih percaya dengan informasi dan penilaian saya sendiri dibandingkan informasi dan penilaian dari orang lain	1	2	3	4	5
	Saya tidak akan merubah penilaian saya terhadap sesuatu meskipun orang lain meragukan penilaian tersebut	1	2	3	4	5
	Saya percaya penilaian saya terhadap suatu hal akan tepat karena saya punya pengalaman yang baik terhadap hal tersebut	1	2	3	4	5
Believe in law of small number	Bagi saya, informasi dari teman dan kerabat akan prospek usaha yang (mungkin) saya buka cukup sebagai acuan memulai usaha	1	2	3	4	5
	Mendapatkan masukan dari beberapa orang terhadap usaha yang (mungkin) saya buka penting bagi saya ketika (akan) memulai usaha	1	2	3	4	5
	Saya percaya bahwa lebih banyak pebisnis yang sukses di luar sana dibandingkan yang gagal	1	2	3	4	5

Variabel	Pertanyaan	STS			SSS	
		1	2	3	4	5
	Saya tidak merasa perlu untuk mengumpulkan masukan dari banyak orang ketika akan memulai usaha	1	2	3	4	5
self actualization	Saya (ingin) berwirausaha karena berwirausaha memiliki derajat sosial dan ekonomi yang tinggi	1	2	3	4	5
	Berwirausaha merupakan bentuk pengaktualisasian diri yang ingin saya capai	1	2	3	4	5
	Saya merasa bisa mengembangkan bakat, minat, dan pengetahuan saya dengan berwirausaha	1	2	3	4	5
	Berwirausaha memberikan ruang kebebasan bagi saya untuk berkreasi dan berinovasi tanpa harus terikat dengan aturan formal perkantoran	1	2	3	4	5
modernity	Saya (akan) bisa berwirausaha dengan mengandalkan kemampuan dan kapabilitas saya sendiri	1	2	3	4	5
	Saya (akan) bisa mengatasi kesulitan-kesulitan dan atau masalah yang mungkin timbul dari usaha saya tanpa harus bergantung kepada orang lain	1	2	3	4	5
	Saya (akan) bisa bersaing secara sehat dan produktif dalam menjalankan usaha	1	2	3	4	5
	Bagi saya, kesetaraan dan kesempatan yang sama dalam berusaha adalah hal yang penting	1	2	3	4	5
	Saya (akan) bisa menjalankan usaha secara mandiri tanpa bergantung pada orang lain	1	2	3	4	5
external locus of control	Saya percaya kesuksesan atau kegagalan saya dalam berusaha telah digariskan oleh Tuhan YME	1	2	3	4	5
	Saya tidak tahu ide usaha apa yang (akan) harus saya buka agar berhasil dalam berwirausaha	1	2	3	4	5
	Saya tidak merasa perlu mencari ide berwirausaha karena telah banyak pebisnis di luar sana	1	2	3	4	5
	Urusan birokrasi dan pandangan sosial terhadap aktivitas bisnis membuat saya enggan memulai usaha	1	2	3	4	5

Variabel	Pertanyaan	STS			SSS	
		1	2	3	4	5
	Ketidakpastian pasar di masa yang akan datang membuat saya ragu untuk memulai bisnis	1	2	3	4	5
	Saya pernah gagal dalam berwirausaha, dan saya tidak ingin mengulanginya lagi	1	2	3	4	5
Religiusity	Berwirausaha adalah anjuran dari agama yang saya anut	1	2	3	4	5
	Berwirausaha adalah upaya dari menjaga kesucian harta agar terpelihara	1	2	3	4	5
	Saya (akan) berwirausaha karena mengikuti sunnah nabi	1	2	3	4	5
	Saya (akan) berwirausaha karena ingin beramal dan mendapatkan pahala	1	2	3	4	5
social cynicizm	Saya (ingin) menjadi pengusaha agar terhindar dari perilaku masif korupsi	1	2	3	4	5
	Saya (ingin) menjadi pengusaha karena saya tidak menyukai politik praktis	1	2	3	4	5
	Saya (ingin) menjadi pengusaha karena tidak merasa ada peluang yang adil bagi setiap orang untuk menjadi karyawan di perusahaan	1	2	3	4	5
	Saya (ingin) menjadi pengusaha karena sistem rekrutmen pegawai di lembaga pemerintahan sarat nepotisme	1	2	3	4	5
bandwagon effect	Saya (mungkin) bewirausaha jika didorong teman dan keluarga	1	2	3	4	5
	Saya (ingin) berwirausaha karena teman saya merupakan pengusaha	1	2	3	4	5
	Saya (ingin) berwirausaha karenakeluarga saya merupakan pengusaha	1	2	3	4	5
	Saya (ingin) berwirausaha karena di lingkungan saya banyak orang yang menjadi pengusaha	1	2	3	4	5
intensi berwirausaha	Saya (akan) berwirausaha karena lebih baik berwirausaha di banding menjadi karyawan	1	2	3	4	5
	Saya (akan) berwirausaha karena karir berwirausaha baik untuk saya di masa mendatang	1	2	3	4	5

Variabel	Pertanyaan	STS					SSS				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	Di antara alternatif peluang pekerjaan yang ada, menjadi pengusaha adalah tujuan dan pilihan utama saya	1	2	3	4	5					
Sikap terhadap risiko	Saya bersedia berinvestasi pada aset berisiko tinggi asal keuntungan yang dihasilkan juga tinggi	1	2	3	4	5					
	Saham adalah contoh instrumen investasi yang cocok dengan profil risiko saya	1	2	3	4	5					
	Saya siap rugi meskipun dengan jumlah besar ketika memutuskan berbisnis pada usaha yang punya potensi keuntungan besar	1	2	3	4	5					

LAMPIRAN 2

Statistik Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IOC1	293	1	5	3,44	0,860
IOC2	293	1	5	3,46	0,787
IOC3	293	1	5	3,66	0,780
IOC4	293	1	5	3,63	0,803
IOC5	293	1	5	3,65	0,837
IOC6	293	1	5	3,60	0,808
Valid N (listwise)	293			3,57	0,81

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OC1	293	1	5	3,41	0,970
OC2	293	1	5	3,41	0,952
OC3	293	1	5	3,58	0,890
Valid N (listwise)	293			3,47	0,94

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BIL1	293	1	5	3,49	0,935
BIL2	293	1	5	3,44	0,955
BIL3	293	1	5	3,68	0,950
BIL4	293	1	5	2,57	1,225
Valid N (listwise)	293			3,30	1,02

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BE1	293	1	5	3,33	1,204
BE2	293	1	5	2,80	1,111
BE3	293	1	5	3,09	1,255
BE4	293	1	5	3,27	1,125
Valid N (listwise)	293			3,12	1,17

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SA1	293	1	5	3,51	1,022
SA2	293	1	5	3,85	0,904
SA3	293	1	5	4,00	0,819
SA4	293	1	5	4,20	0,817
Valid N (listwise)	293			3,89	0,89

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
M1	293	1	5	3,73	0,926
M2	293	1	5	3,35	1,015
M3	293	1	5	4,12	0,807
M4	293	1	5	4,07	0,739
M5	293	1	5	3,33	1,090
Valid N (listwise)	293			3,72	0,92

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ELC1	293	1	5	3,41	1,253
ELC2	293	1	5	2,92	1,132
ELC3	293	1	5	2,73	1,152
ELC4	293	1	5	2,78	1,134
ELC5	293	1	5	2,83	1,168
ELC6	293	1	5	2,79	1,355
Valid N (listwise)	293			2,91	1,20

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SC1	293	1	5	3,84	1,039
SC2	293	1	5	3,72	1,134
SC3	293	1	5	3,27	1,039
SC4	293	1	5	3,41	1,121
Valid N (listwise)	293			3,56	1,08

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
R1	293	1	5	4,01	1,010
R2	293	1	5	3,81	0,963
R3	293	1	5	3,91	1,010
R4	293	1	5	4,02	0,984
Valid N (listwise)	293			3,94	0,99

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STR1	293	1	5	3,52	0,998
STR2	293	1	5	3,32	0,986
STR3	293	1	5	3,31	1,018
Valid N (listwise)	293			3,38	1,00

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
IB1	293	1	5	4,04	0,926
IB2	293	1	5	4,05	0,866
IB3	293	1	5	3,66	1,003
Valid N (listwise)	293			3,92	0,93