

Pengaruh Keberanian Mengambil Resiko dan Kreatifitas Menghasilkan Produk terhadap Rasa Percaya Diri Mahasiswa Memulai Usaha (Studi Pada Mahasiswa Kewirausahaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau)

YULIA HARWINA

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau (STIER)
Jln. HR. Subrantas 57 Panam Pekanbaru 28293 Telp. (0761) 63237
E-mail : yuliharwina75@gmail.com

Abstract: In learning entrepreneurship courses for lecturers want students to have a high confidence after learning. High confidence comes from the courage to understand the opportunities and risks that exist in the growing business coupled with the creativity of producing unique products. But the problem to the students, which students are less confident in starting their business even though they have obtained the material science as a provision to build self-confidence. Using this type of survey research using an online questionnaire and distributed to final semester students in high school management science courses riau used samples as a requirement of WarPLS as many as 30 people were scattered by random sampling and analyzed using SEM analysis. The results obtained research that the courage to take risks have a significant influence on the confidence of students starting a business. While the creativity of students produce a unique product does not significantly affect the self-confidence of students starting a business.

Keywords: Courage to Take Risks, Creativity and Sense of Confidence Begin Business

Menjadi masalah serius bagi mahasiswa yang belajar kewirausahaan namun tidak memiliki rasa percaya diri yang tinggi dalam menghadapi kondisi nyata membangun sebuah usaha. Hal ini menyebabkan ketidakberhasilan pembelajaran yang dilaksanakan di kampus. Model apapun metode pembelajarannya jika tidak langsung dipraktekkan menjadi omong kosong belaka.

Menurut Rini, J. F. (2002) kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan/situasi yang dihadapinya. Hal ini bukan berarti bahwa individu tersebut mampu dan kompeten melakukan segala sesuatu seorang diri, alias "sakti". Rasa percaya diri yang tinggi sebenarnya hanya merujuk pada adanya beberapa aspek dari kehidupan individu tersebut dimana ia merasa memiliki kompetensi, yakin, mampu dan percaya bahwa dia bisa - karena didukung oleh

pengalaman, potensi aktual, prestasi serta harapan yang realistik terhadap diri sendiri.

Selanjutnya menurut Suci, R. P. (2009) Dengan tingginya orientasi kewirausahaan yang dimiliki akan lebih mudah untuk meningkatkan kemampuan manajemen Industri Kecil Menengah. Orientasi kewirausahaan dapat dilaihat melalui: keinginan untuk mencapai tujuan (need for achievement), Keyakinan bahwa keberhasilan itu adalah karena usaha dari diri sendiri (internal locus of control), rasa percaya diri (self reliance), dan keterbukaan (extroversion). Sedangkan kemampuan manajemen Industri Kecil Menengah terwujud dalam: kemampuan berkomunikasi, kemampuan untuk tepat waktu, kemampuan untuk mengambil keputusan, kemampuan untuk mengenali, menentukan dan memecahkan masalah, kemampuan memotivasi karyawan, kemampuan mendelegasikan pekerjaan, kemampuan menetapkan tujuan dan mengartikan visi, kemampuan memperhatikan lingkungan, kemampuan

membuat team kerja, dan kemampuan menyelesaikan konflik.

Menurut Noersasongko, E. (2014) 1. Kepemimpinan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kinerja usaha baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kemampuan bisnis. 2. Karakteristik dan kewiraswastaan berpengaruh signifikan terhadap kemampuan bisnis, namun berpengaruh tidak signifikan secara langsung terhadap kinerja usaha. 3. Kemampuan bisnis berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. 4. Kewirausahaan memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kemampuan bisnis daripada efek karakteristik.

Thobias, E. (2013) menjelaskan bahwa modal sosial merupakan sesuatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang di topang oleh jaringan, norma-norma dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisiensi dan efektifitas koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan bersama, lebih menekankan pada dimensi yang lebih luas yaitu segala sesuatu yang membuat masyarakat bersekutu untuk mencapai tujuan bersama atas dasar kebersamaan, dan didalamnya diikat nilai-nilai dan norma-norma yang tumbuh dan dipatuhi.

Salirawati, D. (2012) menjelaskan Percaya diri adalah karakter yang penting ditanamkan agar mereka menjadi generasi yang tidak mudah dipengaruhi hal-hal negatif di sekitarnya, optimis, dan tegar dalam menghadapi berbagai masalah dengan kemampuannya sendiri. Karakter keingintahuan diharapkan peserta didik suka pada tantangan, berinovasi dan kreatif menciptakan sesuatu yang dapat membanggakan dirinya, keluarga, dan negara. Jiwa wirausaha penting ditanamkan dan dikembangkan dalam diri peserta didik, mengingat di era globalisasi saat ini sangat diperlukan adanya SDM yang mampu bersaing. Karakter seperti ini tidak muncul serta merta, tetapi harus dibina secara dini. Penanaman nilai karakter yang terintegrasi dalam semua mata pelajaran dapat diharapkan nilai-nilai tersebut terinternalisasi

dalam diri peserta didik. Materi yang dibelajarkan tidak hanya sebagai pengetahuan sekolah, tetapi juga menjadi pengetahuan dalam diri yang akhirnya ditunjukkan dalam bentuk perilaku.

Supardi, E., & Si, M. (2004). Menjelaskan bahwa pemikiran kreatif itu sendiri didukung oleh dua hal, yaitu pengerahan daya imajinasi dan proses berpikir ilmiah. 2. Motivasi wirausaha merupakan proses perkembangan yang melibatkan usaha pendidikan formal dan informal secara terintegrasi disamping perlu juga latihan-latihan. 3. Kreatif merupakan proses pemikiran yang membantu dalam mencetuskan gagasan-gagasan, 4. Inovasi merupakan suatu proses mengubah peluang menjadi gagasan dan ide-ide yang dapat dijual. Inovasi sebetulnya bukanlah gagasan yang rumit. Kadang inovasi datang dari ide yang sepele. Inovasi adalah penerapan praktis dari gagasan-gagasan tersebut.

Barlian, I., Nawangpalupi, C. B., & Maria, E. (2014) menjelaskan bahwa inovasi dipersepsikan oleh pelaku sebagai ide-ide baru yang harus terus muncul dan tumbuh seiring usaha kreatif berlangsung dan membesar. Inovasi dipersepsi sebagai desain-desain baru yang sesuai selera pasar pada kasus fesyen (busana muslim, tas, dan aksesoris). Inovasi sangat berkaitan dengan kreatifitas yang muncul dan bisa terus tumbuh di lingkungan kerja yang mendukung. 2. Faktor-faktor dominan yang menjadi pendorong munculnya proses kreatif di enam subsektor yang diteliti telah diafirmasi dengan kerangka Moeran, dan interpretasi terhadap hasil wawancara mengindikasikan kesesuaian dengan enam faktor yang menjadi keterbatasan dan memicu proses kreatif menurut kerang Moeran. Keenam faktor tersebut adalah : (i) material dan teknik /teknologi yang digunakan, (ii) waktu untuk menghasilkan produk, (iii) tempat di mana produk dibuat, (iv) lingkungan sosial dan orang-orang yang berkecimpung di dalam proses tersebut, (v) estetika atau representasional yang dipegang/diakui, dan (vi) ketersediaan

dana sebagai batasan ekonomi. Selain keenam faktor hasil temuan Moeran tersebut, penelitian ini juga menemukan dua faktor lain yang berperan penting terhadap proses kreatif pada bisnis yang diteliti, yaitu : (i) faktor suasana kota yang terwujud dalam iklim, komunitas, gaya hidup, dsb, serta (ii) faktor jejaring atau network. 3. Faktor teknologi berperan penting dalam memunculkan dan memelihara proses kreatif pada bisnis-bisnis yang diteliti. Hal ini terungkap dalam wawancara dengan para wirausaha muda kreatif, diskusi di FGD, dan diskusi di acara Seminar. Berkat teknologi tranformasi eksperimen bisa berjalan lebih cepat, transaksi-transaksi bisa dilakukan lebih cepat dan luas (ke segala daerah, hampir tanpa batas), dan jejaring-jejaring bisnis bisa tercipta juga melalui teknologi. Teknologi bisa juga menjadi hal yang menghambat bisnis akibat pencurian ide-ide atau desain baru yang semakin cepat dimungkinkan, namun hal ini justru membuat para pelaku termotivasi untuk melahirkan ide-ide baru yang berbeda dari ide sebelumnya dan mereka tidak takut tersaingi.

Dari uraian tersebut, maka dapat dijelaskan adanya kaitan antara keberanian mengambil resiko dan juga kreatifitas terhadap rasa percaya diri mahasiswa memulai usaha pasca belajar kewirausahaan di kampus. Apakah benar demikian, penelitian ini mencoba mencari bukti apakah benar keberanian dan kreatifitas membuat rasa percaya diri mahasiswa dalam memulai usaha meningkat.

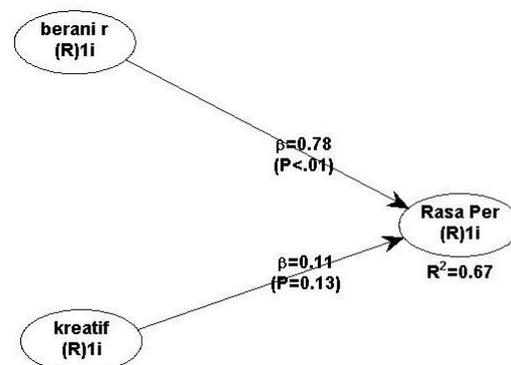
METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Survey dilakukan kepada mahasiswa semester akhir program studi manajemen sekolah tinggi ilmu ekonomi riau, sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 orang yang diambil secara acak. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner online dan dianalisis dengan menggunakan analisis SEM dibantu program WarPLS.

HASIL

Berdasarkan hasil survey di lapangan berkaitan dengan masalah rasa percaya diri yang dimiliki mahasiswa pasca belajar kewirausahaan. Hasil penelitian dapat dilihat dari model menggunakan WarPLS beriku ini:

Gambar 1
Model Membangun Rasa Percaya Diri dari Keberanian dan Kreatifitas



Berdasarkan model yang dihasilkan di atas, maka dapat diketahui bahwa keberanian mengambil resiko memberikan pengaruh yang signifikan terhadap rasa percaya diri mahasiswa memulai usaha pasca belajar kewirausahaan dengan nilai ($P < 0.01$). Sedangkan kreatifitas mahasiswa menghasilkan produk unik tidak berpengaruh signifikan terhadap rasa percaya mahasiswa memulai usaha,

PEMBAHASAN

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwanya untuk membangun rasa percaya diri mahasiswa dibutuhkan keberanian mahasiswa atau nekad dalam memulai usaha. Nekad memulai ini akan membuat rasa percaya mahasiswa yang tinggi bila dibandingkan dengan hanya memikirkan ide-ide atau gagasan-gagasan produk inovatif, malahan membuat mahasiswa tidak percaya diri.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Salirawati, D. (2012) bahwa rasa percaya diri dapat dikaitkan dengan kreatifitas dalam arti. Ini berarti bahwa adanya temuan baru yang

berkembang berkaitan dengan bagaimana upaya menumbuhkan rasa percaya diri mahasiswa dalam berwirausaha.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa keberanian mengambil resiko memiliki pengaruh signifikan terhadap rasa percaya diri mahasiswa memulai usaha. Sedangkan kreatifitas mahasiswa menghasilkan produk unik tidak berpengaruh signifikan terhadap rasa percaya diri mahasiswa memulai usaha.

DAFTAR RUJUKAN

Rini, J. F. (2002). Memupuk rasa percaya diri. *Jakarta: Team e-Psikologi*.

Suci, R. P. (2009). Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 11(1)*, pp-46.

Noersasongko, E. (2014). Analisis Pengaruh Karakteristik Individu, Kewirausahaan Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kemampuan Usaha Serta Keberhasilan Usaha Pada Usaha Kecil Abtik Di Jawa Tengah. *Disertasi 2014*.

Thobias, E. (2013). Pengaruh Modal Sosial Terhadap Perilaku Kewirausahaan (Suatu studi pada pelaku usaha mikro kecil menengah di Kecamatan Kabaruan Kabupaten Kepulauan Talud). *Jurnal Acta Diurna, 2(2)*.

Salirawati, D. (2012). Percaya Diri, Keingintahuan, dan Berjiwa Wirausaha: Tiga Karakter Penting Bagi Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Karakter, (2)*.

Supardi, E., & Si, M. (2004). Kiat Mengembangkan Sikap Kreatif dan Inovatif. *Jakarta: Direktorat Pendidikan Menengah dan Kejuruan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Departemen Pendidikan Nasional*.

Barlian, I., Nawangpalupi, C. B., & Maria, E. (2014). Peran Wirausaha Muda Terhadap Perkembangan Kewirausahaan Kreatif Di Bandung. *Research Report-Humanities and Social Science, 1*.