

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Intensi Berwirausaha

2.1.1 Pengertian Intensi

Pengertian intensi menurut menurut Wijaya dkk (2015:111) intensi adalah keinginan seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu yang disertai upaya tertentu. Sedangkan Intensi menurut Fishbein dan Ajzen (dalam Kurniawan, 2011) Intensi didefinisikan sebagai dimensi probabilitas subjektif individu dalam kaitan antara diri dan perilaku. Intensi merupakan perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinannya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Menurut Kurniawan (2011) merupakan komponen dalam individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tingkah laku tertentu. Pengertian tersebut menyatakan bahwa intensi merupakan faktor motifasional yang memiliki sebuah akibat pada perilaku, dengan mengindikasikan seberapa keras keinginan untuk mencoba, seberapa banyak berusaha dalam merencanakan yang semuanya bertujuan pada sebuah tingkah laku. Hal senada juga diungkapkan oleh Handaru (2015:156) menyatakan intensi adalah hal-hal yang diasumsikan dapat menjelaskan faktor-faktor motivasi serta berdampak kuat pada tingkah laku.

Sedangkan menurut Wijaya (2017:119) intensi adalah komponen dalam diri individu yang mengacu pada keinginan untuk melakukan tindakan yakni menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Vemmy (2013:119) yang menyebutkan bahwa intensi adalah

bagian dari diri individu yang dilatar belakangi oleh motivasi seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu dan menjelaskan seberapa keras orang tersebut untuk bersedia mencoba dan seberapa banyak waktu dan upaya yang dilakukan untuk memunculkan suatu perilaku. Pada kajian lain, Srimulyani (2013:100) menegaskan bahwa intensi merupakan motivasi seseorang yang secara sadar memutuskan untuk mengarahkan usaha untuk melakukan suatu perilaku. Intensi dipandang sebagai perubahan yang paling dekat dari individu untuk melakukan perilaku, maka dengan demikian intensi dapat dipandang sebagai hal yang khusus dari keyakinan yang obyeknya selalu individu dengan atribusinya selalu perilaku.

Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa intensi adalah keinginan seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Intensi merupakan indikator penting yang dapat digunakan untuk memprediksi suatu perubahan perilaku di masa mendatang, karena intensi mempunyai hubungan yang sangat dekat dengan perilaku yang diinginkan.

2.1.2 Pengertian Berwirausaha

Menurut Suryana (2014:13) wirausaha adalah seseorang yang menciptakan suatu bisnis baru dalam menghadapi resiko dan ketidakpastian untuk maksud memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan mengombinasikan sumber-sumber daya yang diperlukan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Wirausaha (*enterpreuner*) adalah seseorang yang mengorganisir faktor-faktor produksi dengan tujuan untuk memproduksi barang dan jasa tertentu. Suriani (2014:20) menyebutkan bahwa wirausaha (*entrepreuship*) adalah seseorang yang bebas memiliki kemampuan untuk hidup mandiri dalam menjalankan kegiatan usahanya atau bisnisnya serta hidupnya.

Pendapat yang lain dikemukakan oleh Meredith dalam Suryana (2014:13) mengemukakan bahwa wirausaha juga dapat diartikan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil resiko, keputusan, dan tindakan untuk mencapai tujuan. Menurut Kasmir (2014:19) wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil risiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan, berjiwa berani mengambil risiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi tidak pasti. Sedangkan menurut Khairinal (2017:3) bisnis adalah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat.

Menurut Alma (2014:24) “wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut”. Dan menurut Kasmir (dalam Pamungkas, 2017:5) “wirausaha adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan” Diperjelas oleh Rusdiana (2018:27) "wirausaha adalah sikap mental yang berani mengambil risiko, berpikiran maju, berani berdiri diatas kaki sendiri. Sikap mental inilah yang membawa seorang pengusaha untuk terus berkembang secara terus-menerus dalam jangka panjang".

Kewirausahaan sebagai proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (usaha) Kasmir (2014:20). Sedangkan menurut Suryana (2014:14) wirausaha adalah pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha adalah wirausahawan, tetapi pelopor dalam bisnis, inovatif, penanggung resiko yang mempunyai visi kedepan

dan memiliki keunggulan dalam prestasi dalam bidang usaha lain. Menurut Irma dan Sri (2006:49) kewirausahaan adalah proses yang membawa tanah, tenaga kerja dan modal bersama-sama dan mengambil resiko yang terlibat dalam suatu proses produksi barang atau jasa untuk menghasilkan laba, tenaga kerja dan modal yang merupakan sumber daya pasif yang dapat menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan. Menurut Schumpeter (dalam Alma, 2014:24) “*Entrepreneur* atau wirausaha usaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru”.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki keterampilan dan kemampuan dalam menangkap peluang dan berani mengambil risiko menjalankan sebuah usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang bisa menciptakan produk yang kreatif dan inovatif.

2.1.3 Manfaat Berwirausaha

Alma (2014:1) berpendapat bahwa wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Manfaat adanya wirausaha banyak sekali. Lebih rinci manfaatnya antara lain:

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan, dan sebagainya.
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi tunggal yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.
4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya.

6. Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang yang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
7. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama.
8. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros
9. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

2.1.4 Keuntungan dan Kelemahan Menjadi Wirausaha

Keuntungan dan kelemahan menjadi wirausaha menurut Alma (2014:4) adalah

1. Keuntungan menjadi wirausaha:
 - a. Terbuka peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki sendiri.
 - b. Terbuka peluang untuk mendemonstrasikan kemampuan serta potensi seseorang secara penuh.
 - c. Terbuka peluang untuk memperoleh manfaat dan keuntungan secara maksimal.
 - d. Terbuka peluang untuk membantu masyarakat dengan usaha-usaha konkrit.
 - e. Terbuka kesempatan untuk menjadi bos.
2. Kelemahannya menjadi wirausaha:
 - a. Memperoleh pendapatan yang tidak pasti, dan memikul berbagai resiko.
 - b. Bekerja keras dan waktu/jam kerjanya panjang.
 - c. Kualitas kehidupannya masih rendah sampai usahanya berhasil, sebab dia harus berhemat.
 - d. Tanggung jawabnya sangat besar, banyak keputusan yang harus dia buat walaupun dia kurang menguasai permasalahan yang dihadapinya.

2.1.5 Sifat-Sifat Wirausaha

Menurut Alma (2014:52) Seorang wirausaha haruslah seorang yang mampu melihat ke depan. Melihat ke depan dengan berpikir, penuh perhitungan, mencari pilihan dari berbagai alternatif masalah dan pemecahannya. Sifat-sifat yang perlu dimiliki wirausaha adalah sebagai berikut

1. Percaya Diri

Sifat-sifat percaya diri dimulai dari pribadi yang mantap, tidak mudah terombang-ambing oleh pendapat dan saran orang lain. Akan tetapi saran-saran

orang lain jangan ditolak mentah-mentah, pakai itu sebagai masukan untuk dipertimbangkan kemudian harus memutuskan segera.

Orang yang tinggi percaya dirinya adalah orang yang sudah matang, jasmani dan rohaninya. Pribadi semacam itu adalah pribadi yang independen dan sudah mencapai tingkat kematangan. Karakteristik kematangan seseorang adalah ia tidak tergantung pada orang lain, ia memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi, obyektif, dan kritis. Tidak begitu saja menyerap pendapat atau opini orang lain tapi dapat mengembangkan secara kritis. Emosionalnya sudah stabil, tidak mudah tersinggung dan naik pitam, serta tingkat sosialnya tinggi. Diharapkan wirausaha seperti ini betul-betul dapat menjalankan usahanya secara mandiri, jujur dan disenangi oleh semua relasinya.

2. Berorientasi pada tugas dan hasil

Wirausaha tidak mengutamakan prestise dulu, tetapi prestasi kemudian. Ia berharap pada prestasi baru kemudian setelah berhasil prestisenya akan meningkat. Wirausaha yang selalu memikirkan prestise dulu dan prestasi kemudian, usahanya tidak akan mengalami kemajuan. Wirausaha harus mempunyai kebutuhan untuk berprestasi, berorientasi pada laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, enerjik dan inisiatif.

3. Pengambilan resiko

Wirausaha dalam melakukan kegiatan usahanya penuh dengan resiko dan tantangan, seperti persaingan, harga turun naik, barang tidak laku dan sebagainya. Tetapi semua tantangan ini harus dihadapi dengan penuh perhitungan. Jika perhitungan sudah matang baru membuat pertimbangan dari berbagai macam segi.

4. Kepemimpinan

Sifat kepemimpinan memang ada dalam diri masing-masing individu, maka sifat kepemimpinan tergantung pada masing-masing individu dalam menyesuaikan diri dengan organisasi atau orang yang dipimpin. Ada pemimpin yang disenangi oleh bawahan, mudah memimpin sekelompok orang, ia diikuti dan dipercaya oleh bawahan. Tapi ada pula pemimpin yang tidak disenangi bawahan atau tidak senang pada bawahannya, ia mau mengawasi bawahannya tapi tidak ada waktu untuk itu. Menanam kecurigaan pada orang lain pada suatu ketika akan berakibat tidak baik pada usaha yang sedang dijalankan. Maka wirausaha sebagai pemimpin yang baik harus mau menerima kritik dan saran dari bawahan serta harus bersifat responsif.

5. Keorisinilan

Sifat orisinil tidak selalu ada pada diri seseorang, yang dimaksud orisinil adalah tidak hanya mengekor pada orang lain tapi memiliki pendapat sendiri dan ada ide yang orisinil untuk melaksanakan sesuatu. Orisinil tidak berarti baru sama sekali, tapi produk tersebut mencerminkan hasil kombinasi baru dari komponen-komponen yang sudah ada sehingga melahirkan sesuatu yang baru. Bobot kreativitas orisinil suatu produk akan tampak sejauh mana ia berbeda dari apa yang sudah ada sebelumnya.

6. Berorientasi ke depan

Wirausaha harus perspektif, mempunyai visi ke depan, apa yang akan dilakukan dan apa yang ingin dicapai karena sebuah usaha bukan didirikan untuk sementara tapi selamanya. Maka faktor kontinuitas harus dijaga dan pandangan harus ditujukan jauh ke depan. Untuk menghadapi pandangan jauh ke depan

seorang wirausaha akan menyusun perencanaan dan strategi yang matang, agar jelas langkah-langkah yang akan dilaksanakan.

7. Kreativitas

Sifat keorisinilan seorang wirausaha menuntut adanya kreativitas dalam pelaksanaan tugasnya. Kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Bagi wirausaha tingkat kreativitas sangat menunjang kemajuan bisnisnya. Kreativitas bisa juga diartikan kemampuan dalam menciptakan kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang sudah ada, sehinggamenhasilkan sesuatu yang baru. Dapat juga berarti kemampuan memberi makna dari sesuatu yang kurang berarti sehingga menjadi lebih berarti.

2.1.6 Pengertian Intensi Berwirausaha

Menurut Suriani (2014:6) kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efesiensi. Sedangkan *entrepreneur* (wirausaha) menurut Zimmerer (dalam Fahmi, 2013:2) seorang wirausaha adalah seorang yang menciptakan bisnis baru, dengan menghadapi resiko dan ketidakpastian, dan yang bertujuan untuk mencapai laba serta pertumbuhan melaluiidentifikasi peluang-peluang melalui kombinasi sumber-sumber daya yang diperlukan untuk mendapatkan manfaat.

Menurut Katz dan Gartner (dalam Indarti dan Rokhima, 2008:4) intensi berwirausahaan dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat

digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha. Menurut Santoso (dalam Farida dan Mahmud, 2015:39) intensi berwirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Intensi berwirausaha yaitu keinginan individu untuk melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambil resiko.

Menurut Hisrich (2008:74) mengatakan bahwa intensi merupakan posisi seseorang dalam dimensi probabilitas subjektif yang melibatkan suatu hubungan antara dirinya dengan beberapa tindakan. Intensi (niat) merupakan faktor motivisional yang mempengaruhi tingkah laku. Intensi (niat) dipandang sebagai perubahan yang paling dekat dari individu untuk melakukan perilaku, maka dengan demikian intensi dapat dipandang sebagai hal yang khusus dari keyakinan yang obyeknya selalu individu dan subjeknya selalu perilaku.

Menurut Lee dan Wong (dalam Adhimursandi, 2016:194) menyatakan bahwa intensi berwirausaha dapat diartikan sebagai langkah awal dari suatu proses pendirian sebuah usaha yang umumnya bersifat jangka panjang. Sedangkan menurut Ramdani (dalam Prasetya, 2018:48) intensi berwirausaha adalah faktor motivasi yang memengaruhi individu- individu untuk mengejar hasil-hasil wirausaha. Intensi merupakan suatu kebulatan tekad untuk melakukan aktivitas tertentu atau menghasilkan suatu keadaan tertentu masa depan.

Menurut Santoso (dalam Faridan dan Mahmud 2015:39) intensi berwirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Intensi berwirausaha yaitu keinginan individu untuk melakukan

tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambil resiko.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Yanto dalam (Andika dan Madjid, 2012:195) menurut intensi berwirausaha adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup serta memecahkan permasalahan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.

Berdasarkan pengertian diatas dapat dikemukakan bahwa intensi berwirausaha diartikan sebagai keinginan yang ada pada diri seseorang untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari keinginan individu untuk dapat menanggung resiko, memanfaatkan peluang, menjadi seorang yang kreatif dan mandiri serta mampu mengelola sumber daya yang ada.

2.1.7 Faktor-Faktor Intensi Berwirausaha

Menurut Wijaya (2007:120) adapun faktor-faktor dari intensi berwirausaha adalah sebagai berikut :

1. Lingkungan

Lingkungan antara lain lingkungan keluarga, teman dan sekolah. Hal ini sesuai dengan teori Konvergensi menyatakan bahwa lingkungan sekitar mempunyai peranan yang penting dalam perkembangan individu. Lingkungan sosial merupakan lingkungan di mana terjadi antara individu yang satu dengan yang lain. Lingkungan primer terjadi bila di antara individu satu dengan yang lain mempunyai hubungan yang erat dan saling mengenal dengan baik, misalnya keluarga. Lingkungan sosial sekunder adalah suatu lingkungan di mana antara individu yang ada di dalamnya mempunyai hubungan dengan individu lainnya,

pengaruh lingkungan ini relatif tidak mendalam. Sebagai contoh orang tua yang bekerja sebagai wirausaha akan mendukung dan mendorong kemandirian, berprestasi dan bertanggung jawab. Dukungan dari orang tua, terutama dari ayah sangat penting dalam pengambilan keputusan pemilihan karir bagi seorang anak. Lingkungan keluarga terutama orang tua sangat mempengaruhi keputusan pemilihan karir bagi anak.

2. Pendidikan

Pendidikan kewirausahaan akan membentuk siswa untuk mengejar karir kewirausahaan. Pendidikan formal memberikan pemahaman yang lebih baik tentang proses kewirausahaan, tentang yang dihadapinya para pendiri usaha baru dan masalah-masalah yang harus diatasi agar berhasil.

Pendidikan kewirausahaan berkaitan dengan seperangkat program pendidikan dan pelatihan yang mencoba mengarahkan pada perilaku kewirausahaan atau memberikan elemen-elemen yang berpengaruh pada intensi seseorang seperti pengetahuan kewirausahaan, menumbuhkan keinginan berwirausaha melalui mengadakan kegiatan kewirausahaan.

Pendidikan penting bagi wirausaha, tidak hanya gelar yang didapatkannya saja, namun pendidikan juga mempunyai peranan yang besar dalam membantu mengatasi masalah-masalah dalam bisnis seperti keputusan investasi dan sebagainya.

3. Kepribadian

Kepribadian merupakan faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. Hal ini bisa dibenarkan karena wirausaha adalah mereka yang mampu melakukan aktualisasi dari keempat sisi potensial yang dimiliki secara tepat dan

berkelanjutan. Karakteristik kepribadian seperti kebutuhan berprestasi merupakan salah satu karakteristik kepribadian seseorang yang akan mendorong seseorang untuk memiliki intensi kewirausahaan.

Kepribadian sangat diperlukan pada saat seseorang telah menjalankan usaha, hal ini dikarenakan usaha banyak mengalami hambatan dan tantangan sehingga membutuhkan kepribadian yang kuat untuk mendapatkan kesuksesan usaha.

4. Usia

Keinginan berwirausaha dapat dipengaruhi oleh usia seseorang. Keinginan berwirausaha mengalami perubahan sejalan dengan bertambahnya usia seseorang. Pekerjaan menunjukan bahwa niat berubah secara sedang dan cepat pada usia 15-25 tahun dan sesudahnya hanya mengalami sedikit perubahan.

5. Jenis Kelamin

Jenis kelamin sangat berpengaruh terhadap intensi berwirausaha mengingat adanya perbedaan terhadap pandangan pekerjaan antara pria dan wanita bahwa “wanita cenderung sambil lalu dalam memilih pekerjaan dibanding dengan pria”. Wanita menganggap pekerjaan bukanlah hal yang penting, karena wanita masih dihadapkan pada tuntutan tradisional yang lebih besar menjadi istri dan ibu rumah tangga. Berdasarkan pendapat diatas, dapat dikemukakan bahwa faktor-faktor dari intensi berwirausaha meliputi lingkungan, pendidikan, kepribadian, usia dan jenis kelamin.

2.1.8 Aspek-Aspek Intensi Berwirausaha

Menurut Ajzen (dalam Endi, 2011:127) Aspek intensi berwirausaha merupakan aspek yang mendorong niat individu berperilaku seperti keyakinan dan

pengendalian diri. Terbentuknya perilaku dapat diterangkan dengan teori *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Bahwa teori *planned behaviour* dari Ajzen dapat digunakan untuk menunjukkan intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga aspek motivasional yang akan memengaruhi munculnya perilaku, yaitu sikap terhadap kewirausahaan, kendali tingkah laku yang dipersepsikan dan norma subjektif.

a. *Attitudes Toward Behaviour*

Attitudes Toward Behaviour (sikap terhadap perilaku) yang merupakan dasar bagi pembentukan intensi. Menurut Azwar (2015:12) sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan dan yang tidak diinginkan. Terdapat dua aspek pokok dalam sikap terhadap perilaku, yaitu: keyakinan individu bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat-akibat atau hasil-hasil tertentu, dan merupakan aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan. Semakin positifkeyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut, demikian pula sebaliknya

b. *Subjectif Norm*

Subjectif Norm (Norma Subjektif), menurut Azwar (2015:12) berpendapat bahwa keyakinan mengenai perilaku yang bersifat normatif dan motivasi

untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut akan membentuk norma subektif dalam individu. Keyakinan normatif, yaitu keyakinan individu akan norma, orang sekitarnya dan motivasi individu untuk mengikuti norma tersebut. Di dalam norma subyektif terdapat dua aspek pokok yaitu: keyakinan akan harapan, harapan norma referen, merupakan pandangan pihak lain yang dianggap penting oleh individu yang menyarankan individu untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu serta motivasi untuk mematuhi harapan normativ referen merupakan kesediaan individu untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan pendapat atau pikiran pihak lain yang dianggap penting bahwa individu harus atau tidak harus menampilkan perilaku tertentu.

c. *Perceived Behavioural Control*

Kontrol perilaku merupakan dasar bagi pembentukan control perilaku yang dideskripsikan. Kontrol perilaku yang dipersepsi merupakan prespsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit suatu perilaku. Kontrol perilaku ditentukan oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan individu mengenai seberapa sulit atau mudahnya untuk melakukan perilaku yang bersangkutan. Keyakinan ini didasari oleh pengalaman terdahulu tentang prilaku tersebut, yang di pengaruhi oleh informasi dari orang lain, misalnya dari pengalaman orang-orang yang dikenal atau teman-teman.

Selain itu juga di pengaruhi oleh aspek-aspek lain yang meningkatkan atau mengurangi kesulitan yang dirasakan jika melakukan tindakan atau prilaku tersebut. Kontrol perilaku ini sangat penting artinya ketika rasa percaya diri

seorang sedang berada dalam kondisi lemah. Menurut Van Gelderen, et al. (2006:6) intensi diwakili oleh empat aspek, yaitu:

1. *Desires*

Desires adalah sesuatu dalam diri seseorang yang berupa keinginan untuk memulai suatu usaha.

2. *Preferences*

Preferences adalah suatu dalam diri seseorang yang menunjukka bahwa berwirausaha adalah suatu kebutuhan yang harus dicapai.

3. *Plans*

Plans adalah suatu harapan yang ada dalam diri seseorang untuk memulai suatu usaha dimasa akan datang.

4. *Behavior Exspectancies*

Behavior Exspectancies adalah suatu kemungkinan untuk berwirausaha dengan diikuti oleh target memulai usaha.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dikemukakan bahwa aspek-aspek intensi berwirausaha dijelaskan dengan teori *Theory of Planned Behavior* yang akan mempengaruhi munculnya prilaku dan ada aspek kontrol perilaku ini sangat penting artinya ketika rasa percaya diri seorang sedang berada dalam kondisi lemah.

2.1.9 Indikator Intensi Berwirausaha

Menurut Santoso (dalam Faridan dan Mahmud 2015:39) intensi berwirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya. Indikator intensi berwirausaha yaitu 1) Keinginan individu untuk

melakukan tindakan wirausaha 2) Menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan 3) Pengambil resiko.

2.2 *Technopreneurship*

2.2.1 Pengertian *Technopreneurship*

Menurut Soegoto (2009:13) *technopreneurship* (teknologi *Entrepreneurship*) merupakan bagian dari *Entrepreneurship* yang menekankan pada faktor teknologi yaitu kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam proses bisnisnya. *Technopreneurship* merupakan wirausaha yang kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan dan menggabungkan teknologi sehingga menghasilkan suatu produk atau jasa, mereka akan bertanggung jawab atas segala resiko yang terjadi. Pembelajaran diperoleh dari proses belajar atas pengalaman yang didapat dalam aktivitas sehari-hari yang kemudian disimpulkan dan menjadi konsep atau sistem nilai yang dijadikan acuan meraih keberhasilan di masa yang akan datang.

Menurut Soeryanto (2010:13), *technopreneurship* merupakan bagian dari entrepreneurship yang menekankan pada faktor teknologi, yakni kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam proses bisnisnya. Berbagai kemajuan yang dicapai diawali dengan riset dan temuan-temuan baru dalam bidang teknologi yang kemudian dikembangkan sedemikianrupa sehingga memberikan keuntungan bagi penciptanya dan masyarakat penggunaanya. Jadi perkembangan bisnis dalam bidang teknologi diawali dari ide-ide kreatif di beberapa pusat penelitian yang mampu dikembangkan, sehingga memiliki nilai jual di pasar.

Adapun kata *entrepreneurship* berasal dari kata *entrepreneur* yang merujuk pada seseorang atau agen yang menciptakan bisnis dengan keberanian

menanggung risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada (Zimmerer & Scarborough, 2008:23). Sudarsih dalam Prosiding KNIT RAMP-IPB (2013:57) *Technopreneurship* mengemukakan bahwa proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk pengembangan ekonomi nasional. *Technopreneurship* adalah proses dalam sebuah organisasi yang mengutamakan inovasi dan secara terus menerus menemukan problem utama organisasi, memecahkan permasalahannya, dan mengimplementasikan cara-cara pemecahan masalah dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar global (Okorie, 2014:32).

Menurut Ono (dalam Estiningsih dan Zaenal, 2014:65), teknologi merupakan bagian dari solusi yang diperlukan untuk memenuhi peluang. Jadi teknologi hanya salah satu dari lima aspek *entrepreneurship* yang diperlukan. Teknologi bukan lah segalanya dalam *technopreneurship*. Ono (dalam Estiningsih dan Zaenal, 2014:66), menyatakan ada dua hal penting yang harus diperhatikan untuk mendefinisikan *technopreneurship* (*technology entrepreneurship*), yaitu penelitian dan komersialisasi.

Menurut Syarif (2016:2) *technopreneur* didefinisikan sebagai entrepreneur yang mengoptimalkan segenap potensi teknologi yang ada sebagai basis pengembangan bisnis yang di jalankanya. Sedangkan pengertian *technopreneurship* menurut Hakim (2007:41), adalah pengusaha yang membangun bisnisnya berdasarkan keahliannya di bidang ilmu pengetahuan dan

teknologi, dan menghasilkan produk inovatif yang berguna tidak hanya bagi dirinya, tetapi bagi kesejahteraan bangsa dan negaranya.

Technopreneurship menurut Hean (2007:41) Menemukan apa arti *technopreneur*, yang bukan hanya seorang wirausahawan biasa. Kemudian kita akan melanjutkan untuk mempelajari pentingnya teknopreneurisme bagi para ahli teknik dan manajer.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *technopreneurship* merupakan bagian dari *entrepreneurship* yang menekankan pada faktor teknologi, yakni kemampuan pengetahuan dan teknologi dalam bidang bisnis.

2.2.2 Karakteristik *Technopreneurship*

Sifat dan watak dasar seseorang akan mempengaruhi sikapnya dalam berperilaku. Perilaku yang relative diulang-ulang akan membentuk sebuah karakter. Apabila seseorang *entrepreneur* memiliki karakter yang baik, maka akan membawa usahanya ke arah pengembangan, peningkatan, dan kemajuan.

McClelland (dalam Hakim, 2007:6) merincikan karakteristik seseorang yang memiliki jiwa *entrepreneurship* tinggi sebagai berikut; 1) lebih menyukai pekerjaan dengan resiko yang realistis, 2) bekerja lebih giat dalam tugas-tugas yang memerlukan kemampuan mental, 3) tidak bekerja lebih giat hanya karena ada imbalan uang, 4) ingin bekerja pada situasi yang dapat diperoleh pencapaian pribadi, 5) kualitas kinerja semakin meningkat dalam kondisi yang memberikan umpan balik yang jelas dan positif, 6) cenderung mempertimbangkan masa depan dan memiliki pmikiran jangka panjang.

Menurut Sambodo (dalam Hartono, 2011:4) ada beberapa karakteristik atau indikator seorang *technopreneurship* yang ditinjau dari berbagai aspek yakni sebagai berikut:

Tabel 2.1 Karakteristik *Teknopreneurship*

Aspek	<i>Technopreneurship</i>
Motivasi	- Pola pikir revolusioner - Kompetisi dan resiko - Sukses dan Teknologi baru - Finansial, produk dikenal luas
Kepemilikan	- Penguasaan pasar - Saham kecil dan saham besar - Nilai perusahaan terus bertambah
Gaya menejerial	- Pengalaman terbatas - Fleksibel -Target strategi global -Inovasi produk berkelanjutan
Kepemimpinan	- Perjuangan kolektif - Sukses masa depan visioner - Membagi kemajuan bisnis - Menghargai kontribusi dan pencapaian
R&D Inovasi	- Memimpin dalam rapat dan inovasi, IT, biotek global - akses ke sumber teknologi - bakat sangat tinggi - kecepatan peluncuran produk ke pasar
tenaga kerja	- banyak penawaran - Science and technology park
Potensi Pertumbuhan	- pasar berubah dengan teknologi baru - Akuisisi teknologi baru - Aliansi global untuk mempertahankan pertumbuhan
Target pasar	Pasar global sejak awal Jaringan science and technology park Penekanan time to market, presale and postsale Mendidik konsumen teknologi baru.

Kesediaan untuk bertanggung jawab atas pekerjaan yang ditekuni merupakan kunci keberhasilan seorang *technopreneur*. Kekuatan tersebut terdapat pada diri sendiri.

2.2.3 Manfaat *Technopreneurship*

Menurut Alma (2014:48) Suasana perusahaan yang lebih leluasa, ceria, bebas terkendali, membuka peluang bagi orang-orang kreatif mengembangkan

talenta, kemampuan daya pikir dan daya ciptanya. Mereka bisa mengembangkan secara bertanggung jawab apa yang diinginkan yang dianggap baik yang mengarah kepada hal-hal yang positif sehingga menguntungkan bagi perusahaan. Jika kesempatan ini tidak terbuka pada sebuah perusahaan maka bagi seseorang yang kreatif, mereka akan merasa terkekang, akhirnya cenderung tidak produktif dan frustrasi. Jadi ini merupakan satu metode mendorong serta memberikan fasilitas, membuka kesempatan bagi seseorang dalam organisasi untuk menciptakan, mengerjakan sesuatu yang beda dari yang lain secara lebih baik dan tanggung jawab.

Pentingnya *technopreneurship* dewasa ini berkenaan dengan keterikatannya pada ilmu dan teknologi. *Technopreneurship* perlu mengkolaborasikan budaya dan konsepsi, yaitu budaya inovasi, kewirausahaan, dan kreativitas, serta konsep inkubator bisnis, penelitian, pengembangan, knowledge management dan learning organization, yang didukung oleh kapabilitas wirausahanya sendiri, koneksitas dan kolaboratif.

Teknologi digunakan secara luas sebagai istilah yang telah umum. Bagi banyak orang istilah teknologi berarti tentang penemuan-penemuan mesin dan metode baru yang revolusioner dalam melakukan sesuatu. Di masa sekarang teknologi meliputi semua cara hidup yang baru. Daftarnya bisa bertambah panjang lagi. Jika pelajaran tentang berwirausaha lebih banyak berhubungan dengan hal memulai bisnis dan menemukan ide-ide baru maka teknopreneur sangat berhubungan dengan produk barang dan jasa teknologi. Namun hal ini biasa diperluas menjadi suatu industry sama baiknya dengan memproduksi teknologi dan lain sebagainya. Kekuatan teknologi untuk mengubah dunia dan cara

pandangannya telah didemostrasikan berulang kali. Tapi kita masih saja melupakannya karena ingatan kita yang pendek.

Peranan teknologi dalam hidup sehari-hari kita hanya dianggap sambil lalu kita oleh kita semua pada ingkat tertentu. Namun dalam kasus ini, seorang wirausahawan atau bukan, seorang *teknopreneur* dapat melihat hal ini sebagai kebodohan saat mempertimbangkan cara seorang yang ingin mengembangkan pasar untuk dirinya sendiri.

Meskipun antara *teknopreneur* dan wirausahawan memiliki sifat yang sama, fokus kita akan tertuju kepada perbedaan penting di antara keduanya dalam memanfaatkan teknologi. Mempunyai pikiran yang mengerti seluk beluk teknologi bukanlah keutamaan untuk menjadi seorang *teknopreneur* yang sukses, namun bisa menjadi aset yang bagus. *Teknopreneur* harus mengembangkan kemampuan individu mereka untuk mengenali celah-celah yang ada atau celah-celah baru yang ditimbulkan oleh teknologi baru di pasaran dan mencoba untuk mengisinya.

Persamaan di atas merupakan penjelasan yang sederhana tentang arti menjadi seorang *teknopreneur*, menunjukkan bahwa selanjutnya akan berarti jauh dari hanya sekedar menjadi seorang wirausahawan. Seorang *teknopreneur* mempunyai keahlian untuk memiliki teknologi yang mempunyai pengaruh potensial revolusioner terhadap lingkungan bisnis, gaya hidup konsumen dan lainlain. mengenali kemampuan teknologi untuk mengumpulkan kekuatan yang mempengaruhi dengan hebat dan perubahan yang luas terhadap cara berbisnis.

Sifat-sifat dari seorang *teknopreneur* bisa dilatih bahkan oleh seorang karyawan sebuah perusahaan dan harus ditunjukkan jika dia memiliki mampuan

untuk melakukannya. Namun akan sangat naif baginya apabila majikan atau perusahaan tempatnya bekerja tidak memberikan balasan berupa penghargaan setelah mendapat manfaat darinya. Itulah sebabnya perlu adanya kepentingan perusahaan, sebagai organisasi, untuk merawat kebudayaan wirausaha di karyawan-karyawannya didalam jalur teknowirausaha (*teknopreneur*).

Anda akan menyadari sekarang bahwa *teknopreneuring* sama dengan berwirausaha dalam hal memulai bisnis baru, namun *teknopreneurisme* adalah bentuk yang lebih lanjut dari *entrepreneurisme*. Kedua-duanya mempunyai semangat, kemauan yang sama untuk menjadi perintis dalam melakukan bisnis kecuali bahwa *teknopreneurisme* sangat menekankan pada penggunaan teknologi.

Seorang *teknopreneur* sangat menitik beratkan elemen teknologi di dalam bisnis di mana dia terlibat, sebagai pemilik atau karyawan. Pentingnya peran *teknopreneurisme* dalam mendirikan perusahaan terletak pada kontribusi pendahulunya atas adanya pertahanan perusahaan yang berkesinambungan.

Cara *teknopreneuring* bisa berkembang di dalam perusahaan dengan menggabungkannya sebagai bagian dari kebudayaan perusahaan selanjutnya. Manfaat yang dibawa oleh *teknopreneurisme* adalah membantu perusahaan untuk menciptakan strategi teknologi perusahaan yang efektif.

2.2.4 Indikator *Technopreneurship*

Menurut Syarif (2016:2) *Technopreneurship* didefinisikan sebagai entrepreneur yang mengoptimalkan segenap potensi teknologi yang ada sebagai basis pengembangan bisnis yang di jalankanya. *Technopreneurship* sendiri merupakan proses dan pembentukan usaha baru yang melibatkan teknologi sebagai basisnya, dengan harapan bahwa penciptaan strategi dan inovasi yang

tepat kelak bisa menempatkan teknologi sebagai salah satu faktor untuk pengembangan ekonomi nasional.

Indikator *Technopreneurship* menurut Hakim (2007:41), adalah pengusaha yang 1) Ahli dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi 2) Menghasilkan produk inovatif 3) Berguna untuk kesejahteraan bangsa dan negaranya.

2.3 Gaya Kognitif Wirausaha

2.3.1 Pengertian Gaya Kognitif

.Setiap individu secara psikologis memiliki perbedaan mengenai cara memproses informasi dan mengorganisasi kegiatannya. Perbedaan tersebut berpengaruh pada kuantitas dan kualitas dari hasil kegiatan yang dilakukan termasuk dalam kegiatan belajar siswa. Perbedaan ini disebut dengan gaya kognif (*cognitive style*). Gaya kognitif merujuk cara orang memperoleh informasi dan menggunakan strategi untuk merespon stimuli lingkungan sekitar.

Desmita (2014:146) mengemukakan bahwa gaya kognitif adalah karakteristik individu dalam penggunaan fungsi kognitif (berpikir, mengingat, memecahkan masalah, membuat keputusan, mengorganisasi dan memproses informasi, dan seterusnya) yang bersifat konsisten dan berlangsung lama. Woolfolk (dalam Uno, 2008:187) mengemukakan bahwa gaya kognitif seseorang dapat memperlihatkan variasi individu dalam hal perhatian, penerimaan informasi, mengingat, dan berpikir yang muncul atau berbeda diantara kognisi dan kepribadian.

Colman (dalam Umaru, 2013:123) mendefinisikan gaya kognitif sebagai karakteristik dan cara konsisten intelektual dan fungsi perseptual. Sementara itu Park dan Lee (2004:654) mendefinisikan gaya kognitif sebagai karakteristik

individu dalam berpikir, merasakan, mengingat, menyelesaikan masalah, serta membuat keputusan. Dengan demikian informasi yang tersusun baik, rapi, dan sistematis mungkin lebih mudah diterima oleh individu tertentu sedangkan individu lain lebih mudah menerima informasi yang tersusun tidak terlalu rapi dan tidak terlalu sistematis. Soemantri (2016:19) menjelaskan bahwa gaya kognitif merupakan karakteristik individu yang bertahan lama dan konsisten dalam mempersepsi, mengingat, berpikir dan menyelesaikan masalah.

Menurut Woolfolk (1993:129), gaya kognitif adalah suatu cara yang berbeda untuk melihat, mengenal, dan mengorganisasi informasi. Setiap individu memiliki cara tertentu yang disukai dalam memproses dan mengorganisasi informasi sebagai respons terhadap stimuli lingkungannya. Bahkan lebih lanjut Woolfolk menjelaskan setiap individu memiliki kemampuan yang cepat dalam merespons dan ada pula yang lambat. Sementara itu Riding and Rayner (1998:8), menjelaskan gaya kognitif adalah suatu pendekatan yang disukai individu secara konsisten dalam mengorganisasi dan menggambarkan informasi.

Dari penjelasan tersebut di atas menunjukkan bahwasannya gaya kognitif merupakan dimensi psikologis sebagai karakter seseorang dalam merespon segala informasi yang diterimanya. Maka dapat dipahami gaya kognitif adalah cara yang disukai individu secara konsisten dalam memperoleh, mengorganisasi, menggambarkan, dan memproses informasi.

Desmita (2014:146) mengemukakan bahwa gaya kognitif adalah karakteristik individu dalam penggunaan fungsi kognitif (berpikir, mengingat, memecahkan masalah, membuat keputusan, mengorganisasi dan memproses informasi, dan seterusnya) yang bersifat konsisten dan berlangsung lama.

Selanjutnya pengertian yang lebih luas dijelaskan Keefe (1987:17), bahwa gaya kognitif adalah bagian gaya belajar yang menggambarkan kebiasaan berperilaku tetap pada diri seseorang dalam menerima, memikirkan, memecahkan masalah dan mengingat kembali informasi. Hal senada juga disampaikan Messick seperti yang dikutip Anastasi dan Urbina (1997:444) menyatakan gaya kognitif pada dasarnya menunjukkan cara khas yang dipilih seseorang dalam memahami, mengingat, memikirkan, dan memecahkan masalah.

Menurut Woolfolk (dalam Nurhaeni, 2016:105) gaya kognitif adalah suatu cara yang berbeda untuk melihat, mengenal, dan mengorganisasi informasi. Setiap individu memiliki cara tertentu yang disukai dalam memproses dan mengorganisasi informasi sebagai respons terhadap stimuli lingkungannya. Bahkan lebih lanjut Woolfolk menjelaskan setiap individu memiliki kemampuan yang cepat dalam merespons dan ada pula yang lambat. Cara-cara merespons ini juga berkaitan dengan sikap dan kualitas personal. Gaya kognitif seseorang dapat menunjukkan variasi individu dalam hal perhatian, penerimaan informasi, mengingat, dan berpikir yang muncul atau berbeda di antara kognisi dan kepribadian. Gaya kognitif merupakan pola yang terbentuk dengan cara mereka memproses informasi, cenderung stabil, meskipun belum tentu tidak dapat berubah.

Adapun gaya kognitif itu sendiri dapat dibedakan menjadi dua, yaitu pertama berdasarkan perbedaan aspek psikologis yang terdiri atas *field dependent* dan *field independent*, kedua berdasarkan waktu pemahaman konsep yang terdiri atas gaya impulsif dan reflektif (Woolfolk, 1993:129).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Gaya kognitif adalah cara yang disukai individu yang relatif tetap kaitannya dengan menerima, memproses informasi serta dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi. Jika individu cenderung mandiri dan tidak terpengaruh oleh situasi lingkungan dan sosial, maka termasuk kategori *field independent*. Sedangkan jika individu cenderung menggantungkan pada lingkungan dan sosial, maka termasuk kategori *field dependent*. Maka gaya kognitif wirausaha adalah model mental yang digunakan wirausahawan untuk merangkai informasi-informasi yang semula tak berhubungan yang membantu mereka mengenal serta menciptakan produk atau jasa baru, dan untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai dan menumbuhkan usaha.

2.3.2 Faktor Pengaruh Kognitif Wirausaha

Menurut Baron (dalam Husna 2020:123) Faktor Pengaruh Kognisi Wirausaha terbagi menjadi empat yaitu sebagai berikut :

1. Bias-bias Kognitif.

Riset-riset menunjukkan bahwa wirausahawan berpikir dengan cara yang berbeda ketimbang non wirausahawan. Ketimbang wirausahawan, dipengaruhi bias kognitif, wirausahawan cenderung melihat adanya potensi untung ketimbang ancaman kerugian dari situasi tak pasti. Ini sebetulnya berisiko karena sikap terlalu percaya diri (*confidence*; keyakinan tinggi yang tak realistis tentang keakuratan penilaian yang dibuat) menyebabkan mereka rentan mengambil keputusan yang keliru.

Wirausahawan cenderung tidak melakukan *counter-factual thinking* (berandai-andai hasil yang berbeda dari yang kenyataannya didapatkan) dan ini

menguntungkan. Ketika luput keuntungan, cara berpikir menghindarkan diri dari rasa menyesal dan emosi lainnya yang dapat mengin pengambilan keputusan selanjutnya. begitu, terkadang pemikiran ini pun dibutuhkan untuk mengetahui kegagalan terjadi, rentan terjebak dalam ilusi kontrol (keyakinan yang tak berdasar tentang kapasitas diri dalam mempengaruhi hasil dari usaha), ilusi kontrol, semakin besar kecenderungan untuk memulai usaha

2. Skema Kognitif

Wirausaha sukses berkerja menggunakan kerangka kognitif (skema mental, struktur pengetahuan yang mana itu membantu mereka siap dan siaga terhadap kesempatan (*opportunity alertness*). Individu dengan skema tersebut mencederung mencari dan mendeteksi perubahan dan disequilibrium pasar, merespon informasi yang tidak cocok dengan skema yang dimiliki, dan menyesuaikan skema tersebut dengan informasi baru. Mereka pun mengetahui lebih banyak informasi tentang sifat perubahan yang terjadi, sifat suatu industri, atau lingkungan sosial. Manfaatnya, mereka lebih mampu berpikir *out of the box*. Temuan ini menunjukkan pentingnya akses informasi yang luas bagi wirausahawan. Semakin banyak pendapat itu bersumber dari pengalaman ataupun jaringan sosial yang dimiliki kesempatan yang dipersepsi

3. Afek dan Emosi.

Afek mengacu pada perasaan dan suasana hati positif/ negatif yang ringan dan berlangsung temporer dan dialami di kehidupan sehari-hari. Afek berbeda dari emosi yang melibatkan reaksi fisiologis, status kognitif subjektif, dan perilaku ekspresif, bersifat lebih intens, bertahan lama, dan lingkupnya lebih luas ketimbang afek. Afek mempengaruhi diri wirausahawan dalam bentuk *passion*,

yakni perasaan senang dan komitmen pada usaha yang ditekuni. *Passion* termasuk faktor yang menentukan kesuksesan usaha. Afek mempengaruhi performa kerja afek positif berkorelasi dengan performa yang lebih baik dan fleksibilitas dalam pendekatan pemecahan masalah. Meski begitu, afek positif/ negatif dapat menyebabkan wirausaha mengambil keputusan atau menolak suatu kesempatan dengan mengandalkan perasaan saja. Afek dapat menghambat proses dan hati-hati, dan menginduksi bias kognitif misalnya dalam mempersepsi risiko mengevaluasi kesempatan

4. Kesadaran Metakognisi

Metakognisi Merupakan proses kognitif tingkat tinggi yang mengorganisasi apa yang kenali tentang diri, tugas, situasi, dan lingkungannya dalam rangka mendukung keberfungsian kognitif yang efektif dan adaptif. Aktivitas metakognitif dicirikan dengan adanya kesadaran diri, berpikir dan berefleksi, berpikir strategis, bememikirkan rencana, mengetahui tentang apa yang diketahui, dan mengawasi diri. Ia merupakan landasan *entrepreneurial mindset*. Individu dengan kesadaran metakognitif lebih adaptif dalam berpikir, yang berarti mampu mengasimilasi informasi baru secara lebih baik dan mengkompensasi keterbatasan dalam pembuatan keputusan yang dipengaruhi oleh heuristik dan bias.

2.3.3 Karakteristik Gaya Kognitif Wirausaha

Suhadi (dalam Ifham dan Helmi, 2002:92) mengemukakan karakteristik wirausaha ialah percaya pada kemampuan diri sendiri, mampu menghadapi persoalan dengan baik, berpandangan luas jauh ke depan, mempunyai keuletan mental, lincah dalam berusaha, berupaya mengembangkan sayap, berani

mengambil resiko, berguru kepada pengalaman. Menurut Druckher (dalam Ifham dan Helmi, 2002: 92) karakteristik gaya kognitif wirausaha sebagai berikut:

1. Mampu mengindera peluang usaha, yakni kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang untuk mengadakan langkah-langkah perubahan menuju masa depan yang lebih baik.
2. Memiliki rasa percaya diri dan mampu bersikap positif terhadap diri dan lingkungannya, yakni berkeyakinan bahwa usaha yang dikelolanya akan berhasil.
3. Berperilaku memimpin, yaitu mampu mengarahkan, menggerakkan orang lain, dan bertanggungjawab untuk meningkatkan usaha.
4. Memiliki inisiatif, kreatif, dan inovatif, yaitu mempunyai prakarsa untuk menciptakan produk/metode baru yang lebih baik mutu atau jumlahnya, agar mampu bersaing.
5. Mampu bekerja keras, yaitu bekerja penuh energik, tekun, tabah melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan tanpa mengenal putus asa.
6. Berpandangan luas dengan visi ke depan yang baik, yaitu berorientasi ke masa depan dan dapat memperkirakan hal-hal yang dapat terjadi sehingga langkah yang diambil sudah dapat diperhitungkan.
7. Berani mengambil resiko yang diperhitungkan, yaitu suka pada tantangan dan berani mengambil resiko walau dalam situasi dan kondisi yang tidak menentu. Resiko yang dipilih tentunya dengan perhitungan yang matang.
8. Tanggap terhadap saran dan kritik, yaitu peduli dan peka terhadap kritik sebagai dorongan untuk berbuat lebih baik.

2.3.4 Model Gaya Kognitif Wirausaha

Dalam pengembangan penelitiannya tentang gaya kognitif Van den Broeck (dalam Gow dan Rodhiah, 2019:516) menunjukkan bahwa ada 3 gaya kognitif yaitu:

1. Gaya Perencanaan Kognitif (*Cognitive Planning Style*).

Gaya perencanaan kognitif (*Cognitive planning style*) menunjukkan kemampuan individu untuk merencanakan, mengatur dan mengendalikan. Gaya perencanaan kognitif pengusaha, semakin besar kemungkinan untuk meningkatkan optimisme berwirausaha mereka ke dalam upaya gigih yang ditingkatkan, karena kegiatan perencanaan yang mereka lakukan membuat mereka lebih optimis tentang kelayakan hasil.

2. Gaya penciptaan kognitif (*Cognitive creating style*).

Gaya penciptaan kognitif (*Cognitive creating style*) mencerminkan preferensi individu terhadap cara pembuatan keputusan yang kreatif, tidak konvensional, dan fleksibel. Kreativitas kewirausahaan mencerminkan generasi dan implementasi ide-ide baru yang sesuai yang dipamerkan diorganisasi yang sudah mapan dan di perusahaan-perusahaan baru, di dalam Kemampuan wirausaha untuk melihat masalah sebagai peluang dan tantangan dan kecenderungan untuk preferensi risiko tinggi harus memperkuat optimisme ke dalam hasil ketekunan yang ditingkatkan.

3. Gaya mengetahui kognitif (*Cognitive Knowing Style*).

Gaya mengetahui kognitif (*Cognitive Knowing Style*) mengacu pada individu yang lebih memilih cara pengolahan informasi yang logis, rasional dan impersonal. Penelitian menunjukkan bahwa individu dengan

gaya mengetahui kognitif mencari fakta dan data dan cenderung tahu persis bagaimana keadaannya dan cenderung untuk mempertahankan banyak fakta dan rincian.

2.3.5 Indikator Gaya Kognitif Wirausaha

Indikator Gaya Kognitif Wirausaha diambil menurut Druckher (dalam Ifham dan Helmi, 2002:92) yaitu mengenai karakteristik gaya kognitif wirausaha, indikator tersebut sebagai berikut: 1) Mampu mengindera peluang usaha 2) Memiliki rasa percaya diri 3) Berperilaku memimpin 4) Memiliki inisiatif, kreatif, dan inovatif 5) Mampu bekerja keras, 6) Berpandangan luas dengan visi ke depan yang baik 7) Berani mengambil resiko 8) Tanggap terhadap saran dan kritik.

2.4 Hubungan Antar Variabel

2.4.1 Pengaruh *Technopreneurship* Terhadap Intensi Berwirausaha

Technopreneurship merupakan faktor yang mempengaruhi intensi berwirausaha. *Technopreneurship* sangat diperlukan pada saat seseorang telah menjalankan usaha, hal ini dikarenakan usaha banyak mengalami hambatan dan tantangan sehingga membutuhkan *technopreneurship* untuk solusi dalam hambatan usaha dan mendapatkan kesuksesan usaha.

Menurut Soeryanto (2010:13), *technopreneurship* merupakan bagian dari entrepreneurship yang menekankan pada faktor teknologi, yakni kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam proses bisnisnya. Sedangkan pengertian *technopreneurship* menurut Hakim (2007:41), adalah pengusaha yang membangun bisnisnya berdasarkan keahliannya di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, dan menghasilkan produk inovatif yang berguna tidak hanya bagi

dirinya, tetapi bagi kesejahteraan bangsa dan negaranya. *Technopreneurship* menurut Hean (2007:41) Menemukan apa arti *technopreneur*, yang bukan hanya seorang wirausahawan biasa. Kemudian kita akan melanjutkan untuk mempelajari pentingnya teknopreneurisme bagi para ahli teknik dan manajer.

Oleh karena itu didalam menjalankan entrepreneurship harus memiliki *technopreneurship* yang kuat, *technopreneurship* adalah sebuah wirausaha bisnis berbasis teknologi, yang memiliki wawasan untuk menumbuh-kembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai peserta didik dan merupakan salah satu trobosan baru untuk mensiasati masalah pengangguran intelektual yang ada saat ini. Penelitian yang dilakukan Oktalika (2020) menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *technopreneurship* terhadap intensi berwirausaha. Maka dapat disimpulkan bahwa *technopreneurship* memiliki hubungan dengan intensi berwirausaha mahasiswa.

2.4.2 Pengaruh Gaya Kognitif Terhadap Intensi Bewirausaha

Gaya kognitif wirausaha adalah salah satu faktor latar belakang individu untuk berwirausaha. Menurut Woolfolk (1993:129), gaya kognitif adalah suatu cara yang berbeda untuk melihat, mengenal, dan mengorganisasi informasi. Setiap individu memiliki cara tertentu yang disukai dalam memproses dan mengorganisasi informasi sebagai respons terhadap stimuli lingkungannya. Bahkan lebih lanjut Woolfolk menjelaskan setiap individu memiliki kemampuan yang cepat dalam merespons dan ada pula yang lambat. Sementara itu Riding dan Rayner (1998:8), menjelaskan gaya kognitif adalah suatu pendekatan yang disukai individu secara konsisten dalam mengorganisasi dan menggambarkan informasi.

Seorang wirausahawan akan merangkai informasi-informasi yang semula tak berhubungan yang membantu mereka mengenal serta menciptakan produk atau jasa baru, dan untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai dan menumbuhkan usaha. Sehingga jika seseorang mempunyai gaya kognitif wirausaha maka mereka sudah mempunyai bekal untuk memulai suatu usaha. Dan ketika seseorang ingin memulai berwirausaha maka dibutuhkan niat untuk melakukannya.

Berdasarkan penelitian Aziz (2015) menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya kognitif wirausaha terhadap intensi berwirausaha. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya kognitif wirausaha memiliki hubungan dengan intensi berwirausaha mahasiswa.

2.4.3 Pengaruh *Technopreneurship* dan Gaya Kognitif Wirausaha Terhadap Intensi Berwirausaha

Intensi berwirausaha berhubungan dengan *technopreneurship* dan gaya kognitif wirausaha. Untuk memulai suatu usaha tentunya harus ada niat dalam proses tersebut. Dengan adanya *technopreneurship* yang baik tentu dapat menimbulkan intensi berwirausaha yang baik pula. Intensi berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor terbaik bagi perilaku berwirausaha seseorang Krueger dan Carsrud (dalam Indarti dan Rostiani, 2008:4). Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha (Choo dan Wong 2006:49).

Menurut Krueger dan Carsrud (dalam Indarti dan Rostiani, 2008:4). intensi berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor terbaik bagi perilaku berwirausaha seseorang. Seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha. Intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha (Choo & Wong 2006:49).

Seseorang yang mempunyai intensi untuk berwirausaha akan mempunyai gaya kognitif berwirausaha karena seseorang yang memiliki gaya kognitif wirausaha cenderung mencari dan mendeteksi perubahan, merespon informasi yang tidak cocok dengan skema yang dimiliki, dan menyesuaikan skema tersebut dengan informasi baru. Mereka pun mengetahui lebih banyak informasi tentang sifat perubahan yang terjadi, sifat suatu industri, atau lingkungan sosial. Manfaatnya, mereka lebih mampu berpikir *of the box*. Seorang wirausahawan akan merangkai informasi-informasi yang semula tak berhubungan yang membantu mereka mengenal serta menciptakan produk atau jasa baru, dan untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai dan menumbuhkan usaha. Sehingga jika seseorang mempunyai gaya kognitif wirausaha maka mereka sudah mempunyai bekal untuk memulai suatu usaha. Jadi *technopreneurship* dan gaya kognitif wirausaha sangatlah berpengaruh terhadap intensi berwirausaha dengan adanya kedua variabel tersebut maka terbentuklah intensi berwirausaha yang akan membantu mahasiswa dalam meningkatkan perekonomian.

2.5 Penelitian Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah:

1. Wevi Oktalika (2020)

Penelitian Oktalika (2020) Berjudul “Pengaruh *Technopreneurship* Dan *Pedagogical Content Knowledge* Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Jambi”. Variabel *technopreneurship* memberikan pengaruh terhadap intensi berwirausaha sebesar $t_{hitung} 3.048 > t_{hitung} 1,6686$. Sehingga, apabila *technopreneurship* semakin tinggi maka intensi berwirausaha semakin tinggi.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Oktalika adalah variabel *technopreneurship* dengan Intensi Berwirausaha. Sedangkan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Oktalika dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah variabel X2 *Pedagogical Content Knowledge*, variabel yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Oktalika adalah variabel X2 yaitu Gaya Kognitif Wirausaha.

2. Peter Garlan Sina (2013)

Penelitian Garlan (2013) Berjudul “Pengaruh *Cognitive Style* Wirausaha Dan Global Mindset Terhadap Terhadap Intensi Berwirausaha”. Persamaan regresi hasil analisis regresi linear berganda adalah $Y = 10,620 + 0,104X_1 + 0,421X_2 + 0,769X_3$ dan bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi *cognitive style* wirausaha dan global mindset maka akan semakin tinggi pula Intensi Berwirausaha. Pengaruh secara parsial variabel *cognitif style* memberikan pengaruh terhadap intensi berwirausaha sebesar $t_{hitung} 4.312 > t_{hitung} 1,658$. Sehingga, apabila *cognitive style* wirausaha semakin tinggi maka intensi berwirausaha semakin tinggi.

Persamaan dalam penelitian yang dilakukan Garlan adalah variabel gaya kognitif wirausaha dan intensi berwirausaha. Sedangkan perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Garlan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah variabel X2 Global Mindset, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Garlan adalah tempat penelitian yaitu Universitas Jambi.

2.6 Kerangka Berpikir

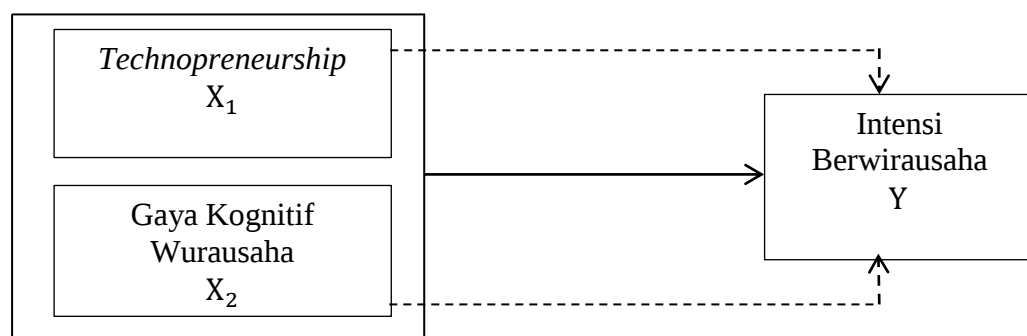
Intensi berwirausaha diartikan sebagai keinginan yang ada pada diri seseorang untuk menampilkan perilaku berwirausaha yang dapat dilihat dari keinginan individu untuk dapat menanggung resiko, memanfaatkan peluang, menjadi seorang yang kreatif dan mandiri serta mampu mengelola sumber daya yang ada. Intensi berwirausaha dapat dipengaruhi oleh *technopreneurship* dan gaya kognitif wirausaha.

Perlunya *technopreneurship* di kalangan generasi muda milenial, khususnya peserta didik dan merupakan salah satu terobosan untuk mensiasati masalah pengangguran. Dengan menjadi seorang wirausahawan terdidik, generasi muda, khususnya mahasiswa akan berperan sebagai salah satu penggerak perekonomian melalui penciptaan lapangan-lapangan kerja baru.

Gaya kognitif wirausaha adalah model mental yang digunakan wirausahawan untuk merangkai informasi-informasi yang semula tak berhubungan yang membantu mereka mengenal serta menciptakan produk atau jasa baru, dan untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai dan menumbuhkan usaha. Gaya kognitif wirausaha dapat berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Seorang wirausahawan akan merangkai informasi-

informasi yang semula tak berhubungan yang membantu mereka mengenal serta menciptakan produk atau jasa baru, dan untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan untuk memulai dan menumbuhkan usaha. Sehingga jika seseorang mempunyai gaya kognitif wirausaha maka mereka sudah mempunyai bekal untuk memulai suatu usaha. Gaya kognitif wirausaha yang harus dimiliki mahasiswa yang mempunyai intensi berwirausaha.

Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa *technopreneurship* dan gaya kognitif wirausaha dapat mempengaruhi intensi berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki *technopreneurship* dalam berwirausaha yang baik dan mempunyai gaya kognitif yang baik tentunya akan mempunyai intensi yang tinggi pula dalam berwirausaha. Adapun penggambaran paradigma penelitian bisa diketahui dalam gambar 2.1 yaitu:



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

Keterangan:

- > : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial/sendiri-sendiri
- > : Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan.

2.7 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan deskripsi teori dan kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka dapat diajukan hipotesis yang akan dikaji sebagai berikut:

1. Ha: Terdapat pengaruh *Technopreneurship* terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

H₀: Tidak terdapat pengaruh *Technopreneurship* terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

2. Ha: Terdapat pengaruh gaya kognitif wirausaha terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

H₀: Tidak terdapat pengaruh gaya kognitif wirausaha terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

3. Ha: Terdapat pengaruh *Technopreneurship* dan gaya kognitif terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

H₀: Tidak terdapat pengaruh *Technopreneurship* dan gaya kognitif wirausaha terhadap intensi berwirausaha pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas.