

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Intensi Berwirausaha

1. Definisi Intensi Berwirausaha

Intensi menurut Ajzen didefinisikan sebagai derajat seberapa kuat keinginan seseorang dalam mewujudkan suatu perilaku tertentu dan seberapa besar usaha orang tersebut untuk mewujudkan perilaku yang dimaksud.²⁰ Kemudian Wijaya juga menjelaskan bahwa intensi merupakan sebuah keyakinan atau tekad individu dalam melakukan aktivitas tertentu yang menghasilkan suatu keadaan yang dapat berkembang di masa depan.²¹ Oleh karenanya dapat disimpulkan bahwa intensi merupakan niat atau kemauan individu untuk melakukan suatu usaha dengan tindakan perilaku tertentu.

Suryana menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah proses dinamis untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa serta kemakmuran. Tambahan nilai dan kemakmuran ini diciptakan oleh individu wirausaha yang memiliki keberanian menanggung risiko, menghabiskan waktu, serta menyediakan berbagai produk barang dan jasa. Sementara itu yang dimaksud dengan berwirausaha adalah kegiatan kewirausahaan yang dilakukan oleh seorang wirausahawan²².

Selanjutnya Krueger mendefinisikan intensi berwirausaha sebagai keinginan seseorang untuk memulai atau memiliki suatu usaha serta seberapa besar komitmen seseorang untuk mewujudkan keinginannya tersebut.²³ Sedangkan menurut Linan intensi berwirausaha mengindikasikan seberapa

²⁰Icek Ajzen, *Attitudes, Personality And Behavior*

²¹Wijaya, T. (2007). Hubungan Adversity Intelligence dengan Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), No. 1: 117-127.

²²Suryana. *Kewirausahaan pedoman praktis: Kiat dan proses menuju sukses*. (Jakarta: Salemba Empat. 2006), 13

²³Tae Jun Bae, & Qian, Shanshan. & Miao, Chao., et al. (2014). *The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review*. *Journal Entrepreneurship Theory And Practice*, 217-254

besar usaha yang akan dilakukan seseorang untuk memunculkan perilaku berwirausaha.²⁴

Berdasarkan pandangan para ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha adalah derajat seberapa kuat keinginan seseorang untuk berwirausaha dan seberapa besar usaha yang dilakukan orang tersebut untuk mewujudkan keinginannya dalam berwirausaha.

2. *Theory of Planned Behaviour* (Teori Perilaku Berencana)

Banyak perilaku dalam kehidupan sehari-hari yang dapat dianggap dalam sebagian besarnya berada dibawah kendali kemauan. Maksudnya ialah seseorang dapat melakukan suatu perilaku tertentu jika mereka memang menginginkannya, atau juga menahan diri untuk tidak melakukannya jika mereka memutuskan untuk tidak melakukannya. Poin utamanya disini ialah bahwa perilaku yang disengaja ini dalam perwujudannya merupakan akibat langsung dari upaya yang dilakukan secara sengaja oleh seseorang. Individu membentuk niat atau intensi terlebih dahulu untuk melakukan suatu perilaku. Intensi ini tetap akan menjadi sebuah disposisi perilaku hingga pada waktu dan kesempatan yang tepat, dilakukan upaya untuk mewujudkan intensi tersebut menjadi sebuah perilaku. Dengan asumsi sebelumnya bahwa perilaku berada dibawah kendali kemauan maka upaya tersebut akan menghasilkan perilaku yang diinginkan. Banyak ahli teori sepakat bahwa disposisi yang paling erat kaitannya dengan kecenderungan perilaku tertentu ialah intensi untuk melakukan perilaku yang dipertimbangkan.²⁵

Izek Ajzen telah mengembangkan teori yang sangat penting guna mengidentifikasi keterkaitan antara sikap dan perilaku. Bagaimana kemungkinan sebuah sikap tertentu terwujud sebagai perilaku, kemudian dijelaskan dalam sebuah teori yang disebut sebagai “teori perilaku berencana (*Theory Of Planned Behavior*)” atau disingkat juga sebagai TPB.²⁶ Teori tersebut dicetuskan oleh Icek Ajzen ditahun 1985 dalam artikelnya yang

²⁴Francisco Linan, & Cohard, J.C.R., & Cantuche, José M. R. (2011). *Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education*. Int EntrepManag J, 195–218

²⁵Icek Ajzen, *Attitudes, Personality And Behavior*, 99

²⁶Nilan Widyarani, *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri*, (Jakarta : PT Elex Media Konputindo, 2009), 159.

berjudul “*From intentions to actions : A Theory of planned behavior*”. Teori perilaku berencana ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Dalam psikologi, teori perilaku berencana ini merupakan suatu teori yang menjelaskan tentang hubungan antara keyakinan dan perilaku.²⁷

Teori perilaku berencana ini dibentuk berdasarkan tiga faktor penentu niat yang secara konseptual independen, yang dalam hal ini juga disebut sebagai aspek intensi. Diantaranya yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Sebagai aturan umum, semakin baik sikap dan norma subjektif sehubungan dengan suatu perilaku, serta semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan, maka akan semakin kuat pula niat individu untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Oleh karenanya dalam teori ini intensi merupakan antaseden dari suatu perilaku.

3. Aspek-aspek Intensi Berwirausaha

Aspek-aspek intensi menjadi landasan dalam melaksanakan perilaku tertentu agar dapat mencapai target yang diharapkan. Berdasarkan teori perilaku berencana, menurut Ajzen intensi memiliki tiga aspek pembentuk yaitu:²⁸

1) Sikap terhadap perilaku

Sikap pada perilaku dapat dipengaruhi oleh keyakinan individu bahwa perilaku tersebut akan memberikan hasil yang diinginkan atau tidak. Individu memiliki penilaian atau evaluasi terhadap perilaku yang dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan dalam melakukan suatu tindakan. Individu memiliki keyakinan tertentu sehingga akan memiliki kecenderungan untuk melakukan tindakan yang dapat menghasilkan keuntungan pada individu tersebut di masa depan dengan berwirausaha.

2) Norma subjektif

Norma subjektif merupakan persepsi individu pada tekanan sosial yang diberikan oleh keluarga, teman, dan orang terdekat untuk melakukan dan

²⁷ Alfeus Manuntung, *Terapi Perilaku Kognitif pada Pasien Hipertensi*, (Malang : Wineka Media, 2018), 35

²⁸ Icek Ajzen, *Attitudes, Personality And Behavior*, 118

tidak melakukan perilaku tersebut dalam pengambilan keputusan berwirausaha. Persepsi tersebut akan menjadi penilaian sosial dan menjadi acuan bagi individu untuk menyetujui atau tidak keputusannya sebagai seorang wirausaha. Keyakinan terkait perilaku bersikap normatif atau harapan dari orang lain menjadi motivasi untuk bertindak sesuai harapan. Individu memiliki keyakinan bahwa seseorang atau kelompok tertentu dapat menerima atau tidak menerima tindakan yang mereka lakukan dalam berwirausaha.

3) Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku merupakan persepsi individu terkait mudah atau sulitnya dalam melakukan suatu tindakan perilaku dengan kontrol perilaku itu sendiri. Kontrol perilaku merupakan keyakinan mengenai ada atau tidaknya faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat dalam perilaku individu. Kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan individu terhadap tingkat kesulitan dalam melakukan perilaku tertentu yang sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh individu tersebut. Kontrol perilaku yang dipersepsikan oleh individu dapat berubah bergantung pada situasi dan tindakan yang akan dilakukan. Keberhasilan individu dalam melakukan sesuatu tergantung pada usaha yang dilakukannya.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha

Berdasarkan teori perilaku berencana terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi intensi. Berikut merupakan penjelasannya:²⁹

1) Latar Belakang Individu

Latar belakang individual terdiri dari kepribadian, suasana hati, emosi, kecerdasan, nilai dan stereotip. Beberapa penelitian yang sudah dilakukan menemukan bahwa seorang wirausahawan memiliki kepribadian, suasana hati, emosi, kecerdasan, nilai yang khas. Nilai hakiki penting dari kewirausahaan di antaranya adalah percaya diri, berorientasi pada tugas dan hasil, keberanian mengambil risiko,

²⁹ Icek Ajzen, *Attitudes, Personality And Behavior*, 134

kepemimpinan, berorientasi ke masa depan serta keorisinilan: kreativitas dan inovasi.³⁰

2) Latar Belakang Sosial

Latar belakang sosial terdiri dari faktor demografis dan faktor sosiokultural, diantaranya adalah pendidikan, usia, gender, pendapatan, agama, ras, etnis, budaya, hukum. Dengan begitu orang yang berada pada lingkungan sosiokultural yang berbeda bisa jadi memiliki pandangan yang berbeda terhadap suatu perilaku.

3) Latar Belakang Informasi

Latar belakang informasi terdiri dari pengetahuan, media serta intervensi. Pengetahuan dan informasi tentang kewirausahaan dapat diperoleh dari berbagai sumber baik dalam bentuk lisan maupun tulisan. Pengetahuan dan informasi akan mempengaruhi pandangan seseorang terhadap suatu perilaku sehingga pandangan tersebut akan mempengaruhi pembentuk intensi orang yang bersangkutan.

B. Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi (HIPMI PT)

1. Sejarah singkat HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia)

Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) merupakan suatu organisasi yang didirikan pada tanggal 10 juni 1972. Pendirian organisasi ini dilandasi semangat untuk menumbuhkan wirausaha dikalangan pemuda, karena pada saat itu tidak banyak kaum muda yang bercita-cita menjadi pengusaha. Para pendiri HIPMI rata-rata merupakan pengusaha pemula yang terdiri dari Drs. Abdul Latief, Ir. Siswono Yudo Husodo, Teuku Sjahrul, Datuk Hakim Thantawi, Badar Tando, Irawan Djajaatmadja, SH, Hari Syamsudin Mangan, Pontjo Sutowo, dan Ir. Mahdi Diah.

Organisasi hipmi sendiri dibentuk agar dapat sejajar ditingkat pengusaha muda internasional. Hipmi adalah organisasi para pengusaha muda Indonesia yang bersatu dengan maksud dan tujuan mendorong, berperan serta

³⁰ Suryana. *Kewirausahaan pedoman praktis*, 39

dalam mengembangkan jiwa kewiraswastaan di kalangan generasi muda. Maksud dan tujuan tersebut secara lebih jelasnya adalah sebagai berikut:³¹

- 1) Mendorong, berperan serta dalam mengembangkan jiwa kewiraswastaan dikalangan generasi muda.
- 2) Membina, memajukan dan mengembangkan generasi muda pengusaha menjadi pengusaha yang professional, kuat dan tangguh dalam sektor usaha yang ditekuni.
- 3) Berperan serta dalam melaksanakan program pemerintah dan turut mensukseskan proses pembangunan nasional maupun daerah menuju kepada terciptanya masyarakat yang adil dan makmur.
- 4) Berperan serta dalam usaha-usaha berdaya dan tepat guna, menggali, memanfaatkan sumber-sumber daya alam dengan tetap mengupayakan mencegah timbulnya kerusakan dan pencemaran terhadap lingkungan hidup, serta membina, mengembangkan sumber daya manusia dalam proses teknologi menuju kepada profesionalisme dan daya cipta, guna menunjang pertumbuhan ekonomi dan stabilitas serta ketahanan nasional.
- 5) Membentuk pengusaha nasional yang berwawasan kebangsaan, yang memiliki moral dan etika bisnis serta mampu bersaing dipasaran internasional.

Organisasi ini bergerak dibidang perekonomian, bukan organisasi pemerintah, independen dan sasaran operasionalnya non politik. Tidak mencari keuntungan dan bersifat kekeluargaan. Dengan seiring waktu organisasi HIPMI menyebar luas di setiap didaerah. Dalam hal ini masyarakat memberikan tanggapan yang sangat positif serta banyak yang mendukung guna mengembangkan perekonomian Indonesia.

Struktur organisasi HIPMI berada pada tingkat pusat (BPP) Badan Pengurus Pusat yang berkedudukan di ibu kota negara, (BPD) Badan Pengurus Daerah berkedudukan di Ibukota provinsi, dan pengurus cabang (BPC) berkedudukan di Kabupaten/Kota. Hingga saat ini HIPMI telah ada di

³¹Maria Fifi Yanti dan Henni Gusfa, Hipmi Organization Communication Patterns In The "Hipmi Goes To School" Program, *Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia*, <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v8.i4.2020.47>

33 propinsi Di Indonesia dan memiliki 511 Badan pengurus cabang. Seiring dengan otonomi daerah dan pemekaran, HIPMI terus berkembang agar dapat terwakili di seluruh Indonesia.

Mengenai keanggotaan organisasi terdapat empat jenis tipe keanggotaannya. Anggota biasa merupakan anggota yang berusia antara 17-40 tahun, anggota luar biasa yaitu yang berusia lebih dari 41 tahun, anggota HIPMI Perguruan Tinggi, serta anggota kehormatan, yaitu anggota yang diangkat atas dasar prestasi dan jasa memberikan kontribusi kepada usaha mencapai tujuan HIPMI. Keanggotaan ini bersifat terbuka bagi siapa saja yang memiliki usaha atau baru merencanakan mendirikan usaha. HIPMI memiliki motto pengusaha pejuang-pejuang pengusaha yang bermakna bahwa kader-kader HIPMI tidak saja diharapkan menjadi pengusaha nasional yang tangguh tetapi menjadi pengusaha yang berwawasan kebangsaan dan memiliki kepedulian terhadap tuntutan nurani rakyat.³²

2. HIPMI PT (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia Perguruan Tinggi)

HIPMI Perguruan Tinggi berdiri tanggal 21 Agustus 2006. Organisasi ini merupakan organisasi otonom yang diprakarsai oleh Erwin Aksa, Raja Sapta Oktohari, dan Bahlil Lahadalia. Organisasi ini pertama kali diresmikan oleh Jusuf Kalla, Wakil Presiden Republik Indonesia dan Erwin Aksa, Ketua HIPMI periode 2008 - 2011. Sesuai dengan namanya HIPMI PT menerima anggota yang masih duduk di bangku perguruan tinggi baik dari kalangan S1, S2, maupun S3.

HIPMI mengagas organisasi ini dengan latar belakang tingginya tingkat pengangguran di Indonesia. Dari fenomena tersebut, organisasi menemukan beberapa diantaranya merupakan pengangguran terdidik. Maka dari itu, mahasiswa di perguruan tinggi dilatih untuk *menjadi The Economic Hero* yang dapat meningkatkan kualitas SDM secara mental, menciptakan lapangan kerja juga mengembangkan perusahaan dengan baik. Jenis usaha

³² Tim Perumus Pleno III Munas XVII HIPMI, Anggaran Dasar (AD) & Anggaran Rumah Tangga (ART), LV 8 Hotel Bali, 6-8 Januari 2023

anggota HIPMI PT merupakan sektor menengah, contohnya restoran, cafe, freelance desain, dan sebagainya.³³

HIPMI PT ini berperan sebagai wadah yang berfungsi untuk mewujudkan pelaksanaan program HIPMI di Perguruan Tinggi. Organisasi ini berperan untuk mendorong semangat berwirausaha/berbisnis kepada mahasiswa perguruan tinggi yang statusnya masih calon maupun yang sudah memiliki usaha bisnis sendiri. Adapun untuk menyiapkan seorang wirausaha tersebut maka organisasi ini bukan bergerak pada pemberian modal usaha berupa dana, melainkan modal yang ditawarkan berupa serangkaian kegiatan-kegiatan pelatihan bisnis. Seperti mengadakan seminar kewirausahaan bahkan kuliah umum dengan menghadirkan tokoh ahli dibidang ekonomi bisnis dan motivator-motivator bisnis yang telah meraih kesuksesan sebelumnya.³⁴

³³ https://id.wikipedia.org/wiki/Himpunan_Pengusaha_Muda_Indonesia diakses pada 6 Juli 2024 pukul 20:55

³⁴ Ridho Ashari, Peran Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi) Perguruan Tinggi Dalam Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar, (*Skripsi: Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar*) Mei 2018