

Pengaruh *Relative Advantage*, *Complexity*, *Compatibilty*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* terhadap Niat Berwirausaha *Online* pada Lulusan Sekolah Bisnis di Bandung (Studi Kasus pada Sekolah Bisnis Manajemen Institut Teknologi Bandung dan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom)

The Effect of Relative Advantage, Complexity, Compatibilty, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control toward Online Entrepreneurship Intention Business School Graduated in Bandung (Case Study at School of Business and Management Bandung Institute of Techonogy and Faculty of Economic and Business Telkom University)

Ilham Gumilang¹, Dr. H Deden Syarif Hidayatullah, S.Ag., M.Pd.I.²

^{1,2}Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹ilhaamgumilang@gmail.com, ²dedensy@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Pentingnya melakukan penelitian tentang faktor penentu niat berwirausaha *online*, dilatarbelakangi oleh peran berwirausaha yang berkontribusi 7,05% pada GDP nasional. Perkembangan teknologi informasi dan internet yang terus berkembang juga melatarbelakangi niat seseorang dalam berwirausaha, khususnya lulusan sekolah bisnis lewat tersedianya *e-commerce*. Meningkatnya jumlah angkatan kerja pada Februari 2017 sebesar 131,55 juta orang dibanding Agustus 2016 dan presentase wirausaha hanya sebesar 3,1%. Tetapi jumlah lulusan universitas yang memilih berwirausaha hanya sebesar 22,6%. Perkembangan teknologi informasi dan internet yang terus berkembang juga melatarbelakangi niat seseorang dalam berwirausaha, khususnya lulusan sekolah bisnis lewat tersedianya *e-commerce*.

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh variable-variabel dari konsep *innovation diffusion theory* (IDT) dan *theory of planned behavior* (TPB), yaitu *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap niat berwirausaha online lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar melalui email dan sosial media, seperti line, whatsapp, instagram kepada lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Dari kuesioner yang disebar diperoleh 400 kuesioner yang valid. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang diolah dengan SPSS.

Berdasarkan evaluasi pengaruh variabel-variabel terhadap niat berwirausaha online diperoleh hasil bahwa variabel *compatibility*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terbukti memiliki pengaruh positif signifikan terhadap niat berwirausaha online. Sedangkan variabel *relative advantage* dan *complexity* tidak memiliki pengaruh terhadap niat berwirausaha online. Dengan variabel *compatibility* merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap niat berwirausaha online.

Berdasarkan hasil penelitian, bisnis diharapkan dapat mempertahankan dan menerima pandangan sosial lain yang dapat mendorong niat berwirausaha *online*, lalu diharapkan lulusan sekolah bisnis tidak menilai bahwa pendidikan hanya terhenti disitu. Dan tidak menilai bahwa pendidikan bukanlah suatu yang penting, masih banyak ilmu yang bisa didapat walaupun bukan dari proses belajar mengajar dikampus, dan juga diperlukan peningkatan kebiasaan akan berwirausaha online agar dapat meningkatkan kinerja usaha mereka sehingga berdampak terhadap perkembangan usaha yang kemudian menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Kebiasaan dalam berwirausaha online sangat mungkin didapatkan melalui dorongan sosial keluarga atau orang terdekat yang mereka miliki dan contoh kesuksesan seseorang dalam berwirausaha *online*.

Kata Kunci: *Innovation Difussion Theory* (IDT), *Theory of Planned Behavior* (TPB), Niat Berwirauhasa *Online*, Kewirausahaan.

Abstract

The importance of conducting research on the determinants of online entrepreneurship intentions, is motivated by the role of entrepreneurs who contribute 7.05% to national GDP. The development of information technology and the internet that continues to grow also lies behind the intention of someone in entrepreneurship, especially business school graduates through the availability of e-commerce. the increase in the labor force in February 2017 was 131.55 million people compared to August 2016 and the percentage of entrepreneurs was only 3.1%. But the number of university graduates who choose entrepreneurship is only 22.6%. The development of information technology and the internet that continues to grow also lies behind the intention of someone in entrepreneurship, especially business school graduates through the availability of e-commerce.

This study evaluated the effect of variables from the concept of innovation diffusion theory (IDT) and theory of planned behavior (TPB), namely relative advantage, compatibility, complexity, subjective norm, and perceived behavioral control toward online entrepreneurship intention graduated from SBM ITB and FEB Telkom University.

Data were collected through questionnaires distributed via email and social media, such as line, whatsapp, instagram to SBM ITB business school graduates and FEB Telkom University. From the questionnaires, there were 400 valid questionnaires. Data analysis technique using multiple linear regression analysis processed with SPSS.

Based on the evaluation of the effect of the variables on online entrepreneurship intention, it is found that the variable of compatibility, subjective norm, and perceived behavioral control have positive positive effect on Online entrepreneurship intention. While the relative advantage and complexity variables do not have influence on online entrepreneurship intention. With the variable compatibility is the most influential variable to online entrepreneurship intention.

Based on the results of the research, business is expected to maintain and accept other social views that can encourage online entrepreneurial intentions, then it is expected that business school graduates do not judge that education only stops there. And do not judge that education is not an important thing, there is still a lot of knowledge that can be obtained even though not from teaching and learning process campus, and also it is necessary to increase the habits of online entrepreneurship in order to improve the performance of their business so that the impact on business development which then generate greater profits. Habits in online entrepreneurship is very possible obtained through the social drive of the family or people closest to them and the example of one's success in online entrepreneurship.

Keywords: Innovation Difussion Theory (IDT), Theory of Planned Behavior (TPB), Online Entrepreneurship Intention, Entrepreneurship.

1. PENDAHULUAN

Pentingnya kewirausahaan di negara berkembang dijelaskan oleh Sameekha Desai (2009) bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara penciptaan wirausahawan dengan pembangunan ekonomi di negara-negara tersebut, di mana di negara maju kewirausahaan bahkan telah menghasilkan kemakmuran^[1]. Pentingnya berwirausaha sejak dini antara lain, kepuasan batin atas pembuatan produk/jasa, kepuasan atas penciptaan budaya kerja, sisi keamanan finansial, dan fleksibilitas^[2]. Ekonomi kreatif sudah menjadi salah satu dari sepuluh sektor ekonomi utama di Indonesia. Pada tahun 2013, sektor ini berkontribusi 7,05% pada GDP nasional, dan diprediksi akan meningkat hingga 12% pada tahun 2019^[3].

Kewirausahaan adalah salah satu bidang yang perlu diterapkan di kampus. Menjadi wirausahawan muda merupakan kebanggaan tersendiri ditengah-tengah persaingan kerja yang kian kompetitif dan sempitnya lapangan kerja^[4]. Kampus merupakan sasaran yang paling potensial untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan^[5].

Ditengah persaingan global yang semakin ketat, tingkat pengangguran dan minimnya lowongan pekerjaan menjadi masalah besar yang dihadapi bangsa Indonesia. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja mengalami peningkatan pada Februari 2017 sebesar 131,55 juta orang, naik sebanyak 6,11 juta orang dibanding Agustus 2016. Dan peningkatan juga terjadi pada jumlah penduduk bekerja sebanyak 124,54 juta orang, naik sebanyak 6,13 juta orang dibanding Agustus 2016^[6].

Saat ini berdasarkan data BPS 2016 dengan jumlah penduduk 252 juta, rasio wirausaha Indonesia sebesar 3,1% atau sebanyak 7,8 juta orang. Namun jika dibandingkan dengan negara lain, Indonesia masih lebih rendah, seperti Malaysia 5%, Cina 10%, Singapura 7%, Jepang 11%, maupun Amerika Serikat 12%. Menurut Menteri Koperasi, Puspayoga, tumbuhnya wirausaha tak lepas dari peran masyarakat bersama pemerintah yang terus berkembang, juga swasta dan kalangan mahasiswa^[7].

Dodi Ridwansyah, kepala dinas pemuda dan olah raga kota Bandung berkomitmen untuk meningkatkan kualitas anak muda kota Bandung dengan mengadakan pelatihan salah satunya yaitu pelatihan kewirausahaan^[8]. Program kewirausahaan juga didukung oleh pemerintah kota Bandung yang juga berupaya meningkatkan jumlah wirausaha dan menargetkan 1000 wirausaha baru pada tahun 2017^[9].

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang terus berkembang juga melatarbelakangi niat seseorang dalam berwirausaha, khususnya lulusan sekolah bisnis lewat tersedianya *e-commerce*. Di Indonesia terdapat sekolah bisnis yang memiliki kualitas yang baik, dimana diharapkan lulusannya dapat menjadi seorang wirausaha. Kota Bandung merupakan kota besar yang memiliki perguruan tinggi berakreditasi "A" yang mempunyai pembelajaran yang dapat menunjang seseorang berwirausaha^[10]. Menurut Webometrics^[11], sekolah bisnis manajemen ITB (SBM ITB) dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Telkom merupakan sekolah bisnis terbaik di Bandung.

Menurut Veda^[12] ITB menjadi tuan rumah dalam acara *Entrepreneurs Wanted* karena ITB berada dalam peringkat ke 8 gudangnya *entrepreneur*. Hasil riset tracer study ITB menunjukkan, 7% alumni ITB angkatan 2006 hingga 2009 yang telah lulus memilih berprofesi sebagai wirausaha dengan bidang usaha paling banyak yaitu dalam bidang jasa, seni, hiburan dan kreasi, serta usaha kategori perdagangan besar dan eceran. Menurut hasil riset tracer study Universitas Telkom menunjukkan, 6,5% lulusan Universitas Telkom angkatan 2012 hingga 2015 yang telah lulus dan bekerja memilih berwirausaha.

Namun, tidaklah mudah untuk mengetahui ketertarikan seorang mahasiswa terhadap kewirausahaan. Dikarenakan adanya perbedaan dari setiap individu baik motivasinya, cita-cita, karakteristik individu, karakteristik keluarga, faktor psikologis, nilai budaya dan sosial, serta pendidikan. Dengan perbedaan individu tersebutlah yang dapat menyebabkan niat lulusan sekolah bisnis berwirausaha berbeda-beda. Hal ini didapatkan dari hasil sensus penduduk berdasarkan kepemilikan pekerjaan diketahui bahwa sebagian besar lulusan perguruan tinggi memilih bekerja sebagai karyawan dan pegawai, hanya 22,6% yang memilih menjadi wirausaha^[13].

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Innovation Difussion Theory* (IDT) berdasarkan pada jurnal Wang dan Lin^[14], penelitian menggunakan model *Theory of Planned Behavior* (TPB) untuk menjelaskan dan memprediksi berbagai macam perilaku seseorang berdasarkan konstruk, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Juga menggunakan model *Innovation Difussion Theory* (IDT) untuk menjelaskan adopsi seseorang terhadap sebuah inovasi berdasarkan konstruk *relative advantage*, *compatibility*, dan *complexity*.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya maka penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah Faktor penentu *Relative Advantage* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- b. Apakah Faktor penentu *Complexity* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- c. Apakah Faktor penentu *Compatibility* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- d. Apakah Faktor penentu *Subjective Norm* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- e. Apakah Faktor penentu *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?
- f. Apakah Faktor penentu *Relative Advantage*, *Complexity*, *Compatibility*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom?

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain:

- a. Mengetahui Faktor penentu *Relative Advantage* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- b. Mengetahui Faktor penentu *Complexity* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- c. Mengetahui Faktor penentu *Compatibility* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.

- d. Mengetahui Faktor penentu *Subjective Norm* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- e. Mengetahui Faktor penentu *Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.
- f. Mengetahui Faktor penentu *Relative Advantage, Complexity, Compatibility, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control* mempengaruhi niat berwirausaha *online* pada lulusan sekolah bisnis di SBM ITB dan FEB Telkom.

2. DASAR TEORI

2.1 Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Pengertian kewirausahaan berasal dari istilah *entrepreneurship* yang sebenarnya berasal dari kata *entrepreneur* menurut Soeparman (1977), dalam Daryanto^[15], yang artinya suatu kemampuan (*ability*) dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Dalam pengertian ini, Marzuki Usman (1977), dalam Daryanto^[15] mengatakan *entrepreneur* adalah seorang yang memiliki kombinasi unsur elemen internal yang meliputi kombinasi inovasi, visi, komunikasi, optimisme, dorongan semangat dan kemampuan untuk memanfaatkan peluang usaha, pendapat lain mengatakan kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang berani mengembangkan ide-ide usaha atau ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha, oleh sebab itu wirausaha adalah orang yang memperoleh peluang dan menciptakan suatu organisasi untuk mengejar peluang itu^[16].

Proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi. Inovasi adalah kegiatan kreatif untuk menciptakan suatu konsep baru dan keperluan baru guna mewujudkan dan mengimplementasikan kesuksesan bisnis. Inovasi merupakan fungsi kewirausahaan yang membawa sumberdaya dengan kapasitas baru untuk menciptakan kesejahteraan. Hal penting dari inovasi adalah gagasan, penerapan, dan kegunaan. Inovasi juga dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal^[17].

Niat kewiraswastaan didefinisikan sebagai pertumbuhan kesadaran bahwa seseorang berkeinginan untuk memulai usaha baru atau menciptakan nilai inti baru dalam organisasi yang telah ada. Orang melakukan bisnis mereka dengan sengaja dan bagaimana mereka menjadi pengusaha adalah hasil dari pengambilan keputusan. Pikiran manusia dikendalikan oleh beberapa proses psikologi untuk menghasilkan niat kewirausahaan dan perilaku lebih lanjut.

2.2 Bisnis Online

Menurut Husnan^[18] bisnis online terdiri dari kata "bisnis" dari kamus besar bahasa indonesia (KBBI) adalah "usaha komersial dalam dunia perdagangan", sedangkan kata "*online*" disini dalam buku bahasa indonesia berarti "dalam jaringan" atau disingkat "daring". Jadi bisnis *online* adalah usaha koersial dalam dunia perdagangan yang dilakukan di dalam jaringan" adapun jaringan yang dimaksud adalah jaringan internet.

Bisnis *online* atau *e-commerce* memiliki delapan karakteristik utama yaitu^[19]:

1. Menggunakan internet sebagai media utama dalam proses perdagangan
2. Kebanyakan menggunakan transaksi elektronik sebagai cara bertransaksi
3. Terdapat pertukaran produk (barang atau jasa) dan informasi elektronik
4. Penjual dan pembeli tidak perlu bertemu langsung (bertatap muka)
5. Pembayaran dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*
6. Pengiriman produk dapat dilakukan secara *offline* maupun *online*, tergantung jenis produknya apakah berbentuk fisik atau digital.
7. Produk yang dijual dapat berwujud fisik maupun non-fisik (data digital).
8. Sasaran konsumennya kebanyakan anak-anak muda yang mengetahui teknologi.

2.3 Innovation Diffusion Theory (IDT)

Inovasi adalah "gagasan, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya" sedangkan difusi adalah "proses di mana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu dari waktu ke waktu di antara anggota sistem sosial"^[20]. Oleh karena itu, teori IDT berpendapat bahwa "pengguna potensial

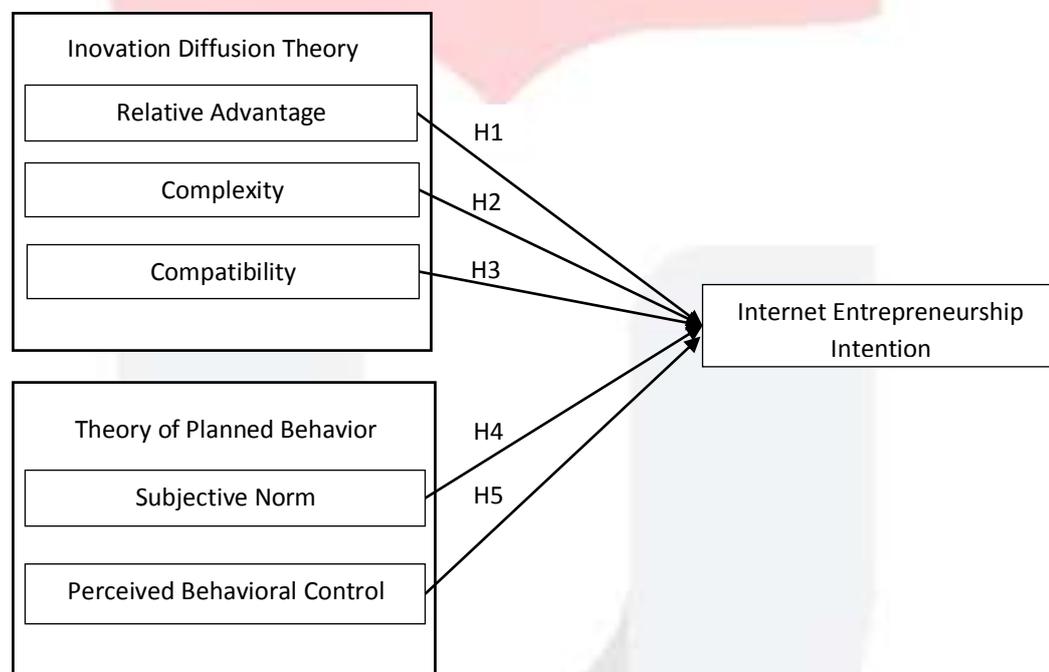
membuat keputusan untuk mengadopsi atau menolak inovasi berdasarkan kepercayaan yang mereka bentuk tentang inovasi^[20].

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa IDT adalah karakteristik inovasi yang paling penting dalam menjelaskan tingkat adopsi^[21]. Terdapat karakteristik dari IDT seperti yang dirasakan oleh individu, yang membantu menjelaskan tingkat adopsi mereka yang berbeda^[21]. Yang memiliki variabel yaitu, *relative advantage, compatibility, complexity, trialability, observability*.

2.4 Theory of Planned Behavior (TPB)

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^[22]. *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Planned Behavior* (TPB) diusulkan oleh Ajzen pada tahun 1985. Model teori ini sangat mirip dengan TRA, namun model TPB mempunyai konstruk tambahan yang membuat berbeda dari TRA, yaitu *perceived behavioral control* yang mengacu kepada persepsi kontrol atas kinerja suatu perilaku tertentu.

TPB sangat sesuai digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku di dalam kewirausahaan. Sebagaimana dikatakan oleh Ajzen^[22] bahwa TPB cocok untuk menjelaskan perilaku apa saja yang memerlukan perencanaan, seperti kewirausahaan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian:

H1: *Relative Advantage* berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap *Internet Entrepreneurship Intention*.

Tingkat *relative advantage* dapat diukur dalam istilah ekonomi, namun faktor sosial, kenyamanan, dan kepuasan juga seringkali merupakan komponen penting^[21].

H2: *Complexity* berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap *Internet Entrepreneurship Intention*.

Complexity adalah sejauh mana sebuah inovasi sulit dilakukan dan dipahami^[14].

H3: *Compatibility* berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap *Internet Entrepreneurship Intention*.

Compatibility sejauh mana inovasi dianggap konsisten dengan nilai yang ada, pengalaman, dan kebutuhan pengguna potensial^[14].

H4: Subjective Norm berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap Internet Entrepreneurship Intention.

Subjective Norm mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku^[22].

H5: Perceived Behavioral Intention berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap Internet Entrepreneurship Intention.

Perceived Behavioral Control menggambarkan persepsi individu tentang apakah ia memiliki sumber daya, kemampuan, dan rasa kontrol yang diperlukan untuk berhasil melakukan perilaku yang dimaksud^[14].

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif kausal, dengan pengamatan secara *cross sectional*. Objek penelitian ini adalah Lulusan Sekolah Bisnis di SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Alat pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala ordinal dengan menggunakan metode Likert dengan 5 skala. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Lulusan Sekolah Bisnis di Bandung, dimana jumlah populasi lulusan sekolah bisnis Bandung tidak diketahui, maka dari itu penelitian ini dilakukan di sekolah bisnis terbaik di Bandung, yaitu SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, jenis sampling yang digunakan adalah *judgement sampling* dengan menggunakan rumus Bernoulli dan didapat sampel sebesar 385 dibulatkan menjadi 400 responden.

Validitas membuktikan bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Apabila validitas setiap jawaban yang diperoleh ketika memberikan daftar pertanyaan lebih besar dari 0,279 maka butir pertanyaan dianggap sudah valid. Realibilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, dan apabila lebih besar dari 0,6 dan mendekati angka 1 berarti reliabilitas instrumen adalah baik^[24].

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Analisis Jenjang untuk menjawab pertanyaan nomor 1 pada pertanyaan penelitian, serta menggunakan uji asumsi klasik untuk menentukan apakah hasil dari uji asumsi klasik layak atau tidaknya di lanjutkan pada analisis regresi berganda yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian selanjutnya. Data ordinal pada penelitian ini di transformasikan kedalam interval dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Interval*)

4. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS versi 24, pembahasan menunjukkan hasil penelitian, yaitu responden lulusan sekolah bisnis SBM ITB, responden lulusan sekolah bisnis FEB Universitas Telkom, dan responden keseluruhan.

Berdasarkan responden lulusan sekolah bisnis SBM ITB menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0.598, menunjukkan bahwa adanya hubungan (korelasi) yang sedang antara variabel dependen (Y) yaitu *Internet Entrepreneurship Intention* dengan variabel independen (X) yaitu, *relative advantage*, *complexity*, *compatibility*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Angka 0,598 menurut Indrawati (2015 : 188) bernilai sedang.

Nilai R^2 diperoleh 0,358. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel *Relative Advantage* (X_1), *Complexity* (X_2), *Compatibility* (X_3), *Subjective Norm* (X_4), dan *Perceived Behavioral Control* (X_5) terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) dalam model regresi sebesar 35,8% sedangkan sisanya sebesar 64,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan peneliti dalam penelitian ini. Hasil *Adjusted R Square* diartikan sebagai bentuk nilai R^2 yang telah disesuaikan yaitu sebesar 0,339 atau sebesar 33,9%.

Dari hasil uji-F menyatakan H_1 diterima. Sedangkan hasil uji t, dari kelima variabel tersebut, yaitu *Compatibility* (X_3), *Subjective Norm* (X_4) dan *Perceived Behavioral Control* (X_5) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Sementara variabel *Relative Advantage* (X_1) dan *Complexity* (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.

Pengaruh tertinggi variabel *Subjective Norm* (X_4) dengan memperoleh konstanta sebesar 3.786 sedangkan hasil regresi berganda yang menyatakan bahwa hasil B atau konstanta *Compatibility* (X_3) memiliki pengaruh sebesar 0.377.

Berdasarkan responden lulusan sekolah bisnis FEB Univeristas Telkom menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0.527, menunjukkan bahwa adanya hubungan (korelasi) yang sedang antara variabel dependen (Y) yaitu *Internet Entrepreneurship Intention* dengan variabel independen (X) yaitu, *relative advantage*, *complexity*, *compatibility*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Angka 0,527 menurut Indrawati (2015 : 188) bernilai sedang.

Nilai R^2 diperoleh 0,278. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel *Relative Advantage* (X_1), *Complexity* (X_2), *Compatibility* (X_3), *Subjective Norm* (X_4), dan *Perceived Behavioral Control* (X_5) terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) dalam model regresi sebesar 27,8% sedangkan sisanya sebesar 72,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan peneliti dalam penelitian ini. Hasil *Adjusted R Square* diartikan sebagai bentuk nilai R^2 yang telah disesuaikan yaitu sebesar 0,261 atau sebesar 26,1%.

Dari hasil uji-F menyatakan H_1 diterima. Sedangkan hasil uji t, dari kelima variabel tersebut, yaitu *Compatibility* (X_3), *Subjective Norm* (X_4) dan *Perceived Behavioral Control* (X_5) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Sementara variabel *Relative Advantage* (X_1) dan *Complexity* (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Pengaruh tertinggi variabel *Subjective Norm* (X_4) dengan memperoleh konstanta sebesar 3.786 sedangkan hasil regresi berganda yang menyatakan bahwa hasil B atau konstanta *Subjective Norm* (X_4) memiliki pengaruh sebesar 0.205.

Berdasarkan responden keseluruhan menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0.608, menunjukkan bahwa adanya hubungan (korelasi) yang tinggi antara variabel dependen (Y) yaitu *Internet Entrepreneurship Intention* dengan variabel independen (X) yaitu, *relative advantage*, *complexity*, *compatibility*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*. Angka 0,608 menurut Indrawati (2015 : 188) bernilai tinggi.

Nilai R^2 diperoleh 0,369. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel *Relative Advantage* (X_1), *Complexity* (X_2), *Compatibility* (X_3), *Subjective Norm* (X_4), dan *Perceived Behavioral Control* (X_5) terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) dalam model regresi sebesar 36,9% sedangkan sisanya sebesar 63,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan peneliti dalam penelitian ini. Hasil *Adjusted R Square* diartikan sebagai bentuk nilai R^2 yang telah disesuaikan yaitu sebesar 0,361 atau sebesar 36,1%.

Dari hasil uji-F menyatakan H_1 diterima. Sedangkan hasil uji t, dari kelima variabel tersebut, yaitu *Compatibility* (X_3), *Subjective Norm* (X_4) dan *Perceived Behavioral Control* (X_5) berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Sementara variabel *Relative Advantage* (X_1) dan *Complexity* (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Internet Entrepreneurship Intention* (Y) lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Pengaruh tertinggi variabel *Subjective Norm* (X_4) dengan memperoleh konstanta sebesar 4.858 sedangkan hasil regresi berganda yang menyatakan bahwa hasil B atau konstanta *Compatibility* (X_3) memiliki pengaruh sebesar 0.292.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah penulis lakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian ini. Berikut adalah kesimpulan yang dapat dirangkum:

- Relative Advantage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.
- Complexity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.
- Compatibility* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.
- Subjective Norm* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.
- Perceived Behavioral Control* berpengaruh secara signifikan terhadap Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.

- f. *Relative Advantage, Complexity, Compatibility, Theory Subjective Norm* dan *Perceived Behavioral Control* secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti merumuskan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan untuk meningkatkan niat lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom berwirausaha dan untuk penelitian selanjutnya.

5.2.1 Saran bagi lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom berwirausaha *online*

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, baik dari responden SBM ITB dan FEB Universitas Telkom menunjukkan:

1. Variabel *Compatibility* menjadi faktor yang paling mendominasi niat berwirausaha online pada lulusan SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Hal ini menunjukkan bahwa niat lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom berwirausaha *online* karena berwirausaha *online* dirasakan cocok dengan hal yang sukai, cocok dengan tipe pekerjaannya, dan sesuai dengan ekspektasinya. Diperlukan peningkatan kebiasaan akan berwirausaha online agar dapat meningkatkan kinerja usaha mereka sehingga berdampak terhadap perkembangan usaha yang kemudian menghasilkan keuntungan yang lebih besar.
2. Variabel *Subjective Norm* menjadi faktor yang mendominasi kedua niat berwirausaha SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Variabel *Subjective Norm* pada lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom sudah baik, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi. Karenanya berdasarkan hasil penelitian ini penulis memberikan saran kepada lulusan sekolah bisnis diharapkan dapat mempertahankan dan menerima pandangan sosial lain yang dapat mendorong niat berwirausaha *online*.
3. Variabel *Perceived Behavioral Control* menjadi faktor yang mendominasi ketiga niat berwirausaha SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Variabel *Perceived Behavioral Control* pada lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom sudah baik, akan tetapi perlu ditingkatkan lagi. Karenanya berdasarkan penelitian ini penulis memberikan saran kepada lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom, walaupun pendidikan wirausaha yang didapat hanya sampai lulus dari universitas diharapkan lulusan sekolah bisnis tidak menilai bahwa pendidikan hanya terhenti disitu. Dan tidak menilai bahwa pendidikan bukanlah suatu yang penting, masih banyak ilmu yang bisa didapat walaupun bukan dari proses belajar mengajar dikampus.

5.2.4 Saran bagi penelitian selanjutnya

Pada penelitian ini juga memiliki keterbatasan-keterbatasan serta kekurangan yang diharapkan dapat disempurnakan oleh peneliti-peneliti berikutnya dengan melakukan penelitian dikemudian hari. Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya, yaitu:

1. Penelitian ini berfokus pada lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom sebagai objek utama penelitian dengan latar belakang kedua sekolah bisnis tersebut merupakan sekolah bisnis yang memiliki peringkat teratas di Bandung versi sebuah situs web. Mengingat wirausaha *online* akan semakin berkembang, alangkah baiknya untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian pada lingkup yang lebih luas seperti di Indonesia.
2. Penelitian ini berfokus pada lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom sebagai objek utama penelitian ini. Masing masing sekolah bisnis tersebut memiliki variabel berpengaruh yang sama akan tetapi mempunyai variabel dominan yang berbeda, dikarenakan perbedaan kurikulum dari setiap kampus tersebut, alangkah baiknya untuk penelitian selanjutnya lebih berfokus pada salah satu kampus saja, atau beberapa kampus yang memiliki kurikulum yang sama.
3. Penelitian kali ini berfokus pada niat lulusan sekolah bisnis di Bandung, jika akan ada penelitian berikutnya diharapkan dapat meneliti terhadap individu secara keseluruhan, contohnya tidak hanya pada lulusan sekolah bisnis.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwan perolehan hasil dari koefisien determinasi sebesar 0.369 atau sebesar 36,9%. Niat Berwirausaha *Online* lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Telkom Univeristy dipengaruhi oleh *relative advantage, complexity, compatibility, subjective norm, dan perceived behavioral control*, sedangkan sisanya 63,1% dipengaruhi variabel lain yang tidak peneliti gunakan dalam penelitian

ini. Akan lebih baik jika penelitian selanjutnya menambahkan variabel-variabel lain yang mendukung *compatibility*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* yang akan meningkatkan Niat Berwirausaha Online lulusan sekolah bisnis SBM ITB dan FEB Universitas Telkom. Peneliti menyarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian pada cakupan waktu yang lebih lama dan luas, serta menambahkan variabel lain agar memperoleh hasil yang lebih akurat.

Daftar Pustaka :

- [1] Dzulkifli, Ferry (2010) Perlunya kebijakan kewirausahaan. Tersedia: <http://www.sbm.itb.ac.id/perlunya-kebijakan-kewirausahaan.html>. (Diakses pada tanggal 8 Februari 2018)
- [2] Echdar, Saban. (2013). *Manajemen Entrepreneurship – Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- [3] Pikiran Rakyat. (2016, 28 september). Kewirausahaan Dapat Mendukung Perekonomian Nasional. Pikiran Rakyat. Tersedia: <http://www.pikiran-rakyat.com/pendidikan/2016/09/28/kewirausahaan-dapat-mendukung-perekonomian-nasional-381043> (diakses pada tanggal 8 februari 2018)
- [4] Nuryadin. (2016, 13 April). Mendorong Mahasiswa Menjadi Pengusaha. *Kompasiana*. Tersedia: http://www.kompasiana.com/nuryadin/mendorong-mahasiswa-menjadi-pengusaha_570e1cd6f19673a6123d52b7 (Diakses pada tanggal 12 September 2017)
- [5] Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2017). *Peluang Besar Jadi Pengusaha Di Era Digital*. Jakarta, Indonesia: Kominfo.
- [6] Badan Pusat Statistik. (2017). *Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 1986-2017*. Jakarta, Indonesia: BPS.
- [7] Budiman, Asep. (2017, 11 Maret). *Rasio Wirausaha Indonesia Naik Jadi 3,1%*. *Pikiran Rakyat*. Tersedia: <http://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/2017/03/11/rasio-wirausaha-indonesia-naik-jadi-31-395913> (Diakses pada tanggal 12 September 2017)
- [8] Fadhlurrahman, Ferry. (2017, 2 Agustus). Genjot Peningkatan Jumlah Wirausaha, Dispora Bandung Akan Terus Adakah Pelatihan. *Tribun Jabar*. Tersedia: <http://jabar.tribunnews.com/2017/08/02/genjot-peningkatan-jumlah-wirausaha-dispora-bandung-akan-terus-adakah-pelatihan>. (Diakses pada tanggal 15 September 2017)
- [9] Kurniawan, Roni. (2017, 8 Agustus). Tahun Ini, Kota Bandung Targetkan 1.000 Wirausaha Baru. *Metro Tv News*. Tersedia: <http://m.metrotvnews.com/jabar/peristiwa/1bV61m7b-tahun-ini-kota-bandung-targetkan-1-000-wirausaha-baru> (Diakses pada tanggal 20 September 2017)
- [10] Direktorat Hasil Program Studi (2017) https://banpt.or.id/direktori/prodi/pencarian_prodi (Diakses pada tanggal 30 september 2017)
- [11] Webometrics. (2013). Ranking Web of Business School. Indonesia: Webometrics. Tersedia: <http://business-schools.webometrics.info/en/Asia/Indonesia%20> (Diakses pada tanggal 9 September 2017)
- [12] Fulca veda (2017) Temuan Riset Tracer Study ITB 2017 Akan Tampilkan Analisis Usaha Rintisan Alumni ITB <https://tracer.itb.ac.id/id/berita/2017/12/temuan-riset-tracer-study-itb-2017-akan-tampilkan-analisis-usaha-rintisan-alumni-itb> (diakses pada 8 februari 2018)

- [13] Setiowati, Gilang R. (2013, 2 Juni). Menumbuhkan Wirausahawan Muda Indoensia dengan Pendidikan Wirausaha Terintegratif. *Kompasiana*. Tersedia: https://www.kompasiana.com/gilangramadani/menumbuhkan-wirausahawan-muda-indonesia-dengan-pendidikan-wirausaha-terintegratif_55283daff17e619f2f8b45b7 (Diakses pada tanggal 12 September 2017)
- [14] Wang, Yu-Min dan Lin, Yi-Shuan. (2016). Determinants of Internet Entrepreneurship Intentions among Business School Students, *International Journal of Information and Technology*, Vol. VI.
- [15] Daryanto, Aris D. C. (2013) *Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan)*, Yogyakarta: GAVA MEDI
- [16] Suparyanto (2012) *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta CV.
- [17] Burhanudin. (2015). Aplikasi Theory of Planned Behavior pada Intensi Mahasiswa Untuk Berwirausaha, *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol 6, No 1, Juni 2015.
- [18] Husnan, Fathul. (2015). *Buku Pintar Bisnis Online*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [19] Serfiani, Cita Y, et al. (2013). *Buku Pintar Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [20] Lee, et al. (2011). Adding Innovation Diffusion Theory to the Technology Acceptance Model: Supporting Employees' Intentions to Use E-Learning Systems, *Educational Technology and Society*, 14 (4), 124-137.
- [21] Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovation*, 3rd ed. London: Collier Macmillan Publisher.
- [22] Ajzen, Icek. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organization Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211. Available at: tpb.obhdp.pdf.
- [23] Ajzen, Icek dan Fishbein. (1975). *The Theory of Planned Behavior* [online]. Available at: <http://people.umass.edu/ajzen/f&a1975>
- [24] Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.