

**PENGARUH ENTREPRENEURIAL ORIENTATION DAN REWARD PHILOSOPHY
TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

Dikri Muktarudin⁽¹⁾ Adi Sismanto⁽²⁾
^(1,2) Universitas Muhammadiyah Bengkulu

dikrimuktarudin@gmail.com

ABSTRACT

The study was conducted on students at the University of Muhammadiyah Bengkulu, Faculty of Economics and Business Management Study Program with a total sample of 93 respondents. The problem formulation is whether the influence of Entrepreneurial Orientation and Reward Philosophy, on Interest in Entrepreneurship on Students of the University of Muhammadiyah Bengkulu Faculty of Economics and Business Management Study Program. Based on the results of research and raw data processing conducted on students of the University of Muhammadiyah Bengkulu, Faculty of Economics and Business, Management Study Program, Class of 2018 through the distribution of questionnaires to 93 respondents who have been tested so that it can be seen the influence of Entrepreneurial Orientation and Reward Philosophy on Entrepreneurial Interest in Students of the University of Muhammadiyah Bengkulu, Faculty of Economics and Business Management Study Program Class 2018. The Influence of Entrepreneurial Orientation on Interest in Entrepreneurship Reward Philosophy has an influence on Interest in Entrepreneurship. The Effect of Reward Philosophy on Interest in Entrepreneurship, Reward Philosophy has an influence on Interest in Entrepreneurship.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Reward Philosophy and Interest in Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Selama beberapa dekade terakhir, konsep mengenai entrepreneurial intention telah menjadi perbincangan diberbagai negara dengan alasan memiliki peran penting untuk kemajuan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan ilmu sosial (Mahajan & Arora, 2018, hlm. 87). Pemikiran mengenai entrepreneurial intention telah berhasil dikonseptualkan dengan Theory of Entrepreneurial Event (TEE) dari Shapero dan Sokol (1982), Theory of Planned Behavior (TPB) dari Azjen (2005) dan Entrepreneurial Intention Based Models dari Francisco Linan (2004). Entrepreneurial intention merupakan salahsatu usaha yang muncul dari diri seseorang untuk bekerja sebagai diri sendiri (Akyol & Gubruz, 2008) dan manifestasi eskpresi dari dalam jiwaseseorang yang timbul dari keinginan memulai memperbaiki perekonomian diri sendiri (Suffian, et al, 2018).

Entrepreneurial intention sangat menguntungkan bagi mahasiswa dari semua aspek sosial-ekonomi karena mengajarkan untuk berpikir lebih kreatif dan memelihara bakat serta keterampilan dalam pengembangan diri sendiri, lebih jauh lagi hal ini merupakan peluang untuk menjamin kehidupan dalam pemenuhan kebutuhan dan mampu memberikan kontribusi untuk lingkungan (Suffian, et al., 2018).

Entrepreneurial Orientation/Orientasi Wirausaha adalah bentuk/postur strategis dari suatu organisasi atau perusahaan yang berkaitan erat dengan kebijakan-kebijakan dan kerjanya/praktik dasar untuk mengembangkan tindakan kewirausahaan untuk menciptakan keunggulan secara kompetitif. (Martens, Machado, Martens, Pires, & Rodrigues, 2017). Terdapat 3 elemen dalam EO yang sangat berperan penting, yaitu open innovation, risk, dan autonomy. Elemen yang membawahi penting dalam proses mengembangkan produk yang menjelaskan tentang bagaimana suatu perusahaan mencapai daya saing yang lebih partisipatif, lebih terdistribusi, dan inovasi yang lebih terpusat dalam berbagai jenis adalah elemen Open Innovation (Pratono, 2018). Kualitas sosial yang tinggi terjadi ketika ada hubungan sosial timbal balik dan individu menghasilkan hubungan dengan kepercayaan, norma, dan jaringan.

Kepercayaan juga menghasilkan jaringan komunitas partisipasi dan masyarakat sipil (Bjørnskov & Sønderskov, 2013). Hubungan antara elemen-elemen di lingkungan perusahaan, mempengaruhi kecenderungan untuk melakukan inovasi, memverifikasi bahwa inovasi mengarah pada keunggulan kompetitif yang lebih kuat ketika unsur-unsur lingkungan makro dari kegiatan perusahaan diartikulasikan dengan baik dalam bentuk sistem bukannya masing-masing (Sivam, Dieguez, Ferreira, & Silva, 2019).

Miller (1983) menjelaskan bahwa EO mengukur sampai sejauh mana manajer perusahaan berusaha untuk inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam pengambilan keputusan strategis mereka (dalam Cho & Lee, 2018). Lain halnya dengan Lumpkin dan Dess (1996) yang menyatakan bahwa EO mengacu pada proses, praktek, dan aktivitas pengambilan keputusan yang mengarah ke new entry (produk baru), tambahan untuk inovasi, proaktif, dan mengambil risiko, termasuk kecenderungan untuk bertindak secara mandiri dan untuk menjadi agresif terhadap kompetitor (dalam Kantur, 2016).

Hal yang sama juga dijelaskan oleh Chen, Li, dan Evans (2012), EO dapat dijelaskan sebagai cara yang efektif untuk mengatasi ancaman persaingan dan menghindari tekanan persaingan, hal ini menjadi keharusan dalam proses kewirausahaan perusahaan, yaitu dalam hal mengidentifikasi peluang, praktek inovasi dan eksploitasi peluang (dalam Caseiro & Coelho, 2018).

Menurut Pitts (dalam Edirisooriya 2014) penghargaan adalah keuntungan yang timbul dari melaksanakan tugas, menjalankan pelayanan, atau mengambil tanggung jawab. Chin-Ju (dalam Sajuyigbe, Bosede & Adeyami, 2013) menyatakan bahwa penghargaan dapat berupa uang, perhatian dan pujian atau gabungan dari keduanya.

Sementara Huselid (dalam Sajuyigbe et al 2013) memandang penghargaan sebagai sebuah sistem yang memberikan kontribusi terhadap kinerja dengan menghubungkan kepentingan karyawan kepada mereka yang berasal dari tim dan organisasi, sehingga meningkatkan usaha dan kinerja

Reward adalah usaha menumbuhkan perasaan diterima (diakui) di lingkungan kerja, yang menyentuh aspek kompensasi dan aspek hubungan antara para pekerja yang satu dengan yang lainnya (Nawawi, 2005).

Indikator reward menurut Siagian dalam Paper academia (Allrise, 2015) yaitu *pekerjaan itu sendiri, upah, peluang promosi, pengawasan, dan rekan kerja*. Kesimpulannya yaitu reward merupakan usaha atau cara untuk menumbuhkan pengakuan atau perasaan diterima di dalam organisasi, yang meliputi non-finansial dan finansial.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa reward adalah suatu cara yang digunakan oleh seseorang atau organisasi untuk memberikan apresiasi kepada individu atau organisasi yang telah berhasil melakukan pekerjaan yang baik dan berprestasi, sehingga akan dapat memberikan motivasi positif untuk individu atau organisasi untuk kembali mengerjakan pekerjaan tersebut dengan baik.

Dalam organisasi, suatu penghargaan dalam bentuk material atau non material yang diberikan oleh pihak pimpinan organisasi perusahaan kepada karyawan bertujuan agar memotivasi mereka bekerja keras Reward adalah usaha menumbuhkan perasaan diterima

(diakui) dilingkungan kerja, yang menyentuh aspek kompensasi dan aspek hubungan antara para pekerja yang satu dengan yang lainnya (Nawawi,2005)

Penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif pada Minat Berwirausaha (Basco, Perlines, & Garcia, 2019).EO dan Minat Berwirausaha adalah konteks spesifik.Akibatnya, konteks di mana perusahaan tertanam diharapkan untuk bertindak sebagai dimensi kontingensi memoderasi pengaruh orientasi kewirausahaan pada Minat Berwirausaha(Dess, Lumpkin, & Covin, 1997).

Menyatakan bahwa penelitian Marnis dan Ahmad Fauzan menyatakan bahwa pemberian reward sangat berpengaruh terhadap minat berwirausaha sehingga dapat mencapai peningkatan kinerja yang memiliki hubungan yang signifikan, dan Lufti Ferry wijaya menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara reward terhadap peningkatan Minat Berwirausaha, terutama dalam peningkatan kinerja pada perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Entrepeniurial Orientation*, dan Reward Philosophy, Terhadap Minat Berwirausaha pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018.

METODE

Penelitian dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen angkatan 2018.. Adapun penelitian ini akan dilaksanakan selama 15 hari yaitu 5 sampai dengan 20 Juli 2022. Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek-objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. (J Supranto, 2015). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh karyawan tetap pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen angkatan 2018. yang berjumlah 325 orang Responden. Menurut J. Supranto (2015) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat jumlah dalam penelitian ini seluruh karyawan tetap maka penelitian ini menggunakan teknik *total sampling*, yaitu seluruh anggota populasi langsung dijadikan sasaran dan objek penelitian. Dengan demikian jumlah sampel adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen angkatan 2018. Dengan menggunakan Aksidental sampling atau sampel acak metode persentasi yaitu sebanyak 35% yaitu sebanyak 93 orang responden. Menurut Arikunto (2010) Alat untuk memperoleh keterangan dari objek, adalah sebagai berikut: Observasi, Dokumentasi, dan Kuesioner. Pengujian instrumen penelitian yaitu menguji validasi dan reliabilitas instrument. Penggunaan metode pengumpulan data dengan kuisisioner pada responden dengan sampel pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen angkatan 2018. yang berjumlah 20 responden. Tujuan pengujian responden instrumen untuk mendapatkan kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang valid dan reliable merupakan syarat mutlak mendapatlan hasil penelitian yang diharapkan. Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas, uji reliabilitas serta uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas.

HASIL

Tabel 1.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Entrepreneurial Orientation*

No	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Setiap kegiatan yang dilakukan dalam pekerjaan selalu memberikan			38	41	14	348	3.74

	inovation serta peluang baru pada setiap pekerjaan							
2	Apakah setiap pekerjaan yang dilakukan selalu fokus didalam melakukan pekerjaan secara aktif			34	38	21	359	3.86
3	Apakah setiap pekerjaan yang dilakukan selalu membutuhkan manajemen sumberdaya yang baik serta dapat mengurangi resiko yang dihadapi			39	31	23	356	3.83
Rata-rata								3.81

Sumber: Data yang diolah 2022

Adapun hasil analisis penilaian responden pada tabel 4.6 Terhadap variabel *Entrepreneurial Orientation* memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 3.86 dan indikator informasi pasar memiliki rata-rata terendah yaitu 3.74. Variabel *Entrepreneurial Orientation* menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.81,. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel *Entrepreneurial Orientation* adalah pada kategori baik. Hal ini nilai yang terendah dari hasil penelitian dikarenakan konsumen dalam menilai endoser yang dipakai terlalu sering sehingga konsumen akan abai pada pengguna endoser yang sering memerankan promosi yang disampaikan.

Tabel 2.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Reward Philosophy*

No	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Pekerjaan yang dilakukan selalu diselesaikan tepat waktu			27	48	18	363	3.90
2	Pemberian upah yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan UMK yang berlaku		1	22	45	25	373	4.01
3	Pekerjaan yang dilakukan akan dihargai dan selalu mendapatkan peluang promosi pekerjaan		2	34	37	20	354	3.81
4	Setiap kegiatan yang dilakukan selalu			30	47	16	358	3.85

	diberikan penilaian hasil pekerjaan saudara							
5	Rekan kerja dalam perusahaan selalu memberikan dorongan dan bekerja sama		2	36	32	23	355	3.82
Rata-rata								3.88

Sumber: Data yang diolah 2022

Adapun hasil analisis penilaian responden pada tabel 4.7 Terhadap variabel *Reward Philosophy* *Reward Philosophy* dilakukan secara langsung kepada konsumen sehingga konsumen benar-benar mengetahui pelayanan yang lebih baik) dengan rata-rata tertinggi yaitu 4.01 dan indikator *Reward Philosophy* memiliki rata-rata terendah yaitu 3,81. Variabel *Reward Philosophy* menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.88. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel *Reward Philosophy* adalah pada kategori baik. Konsumen selalu berharap memberikan alian hasil yang maksimal tetapi masih banyak konsumen tidak maksimal dalam pembelian produk yang diberikan dan tidak berkembang karena konsumen tidak semuanya dapat membuka Fb, WA dan email.

Tabel 3.
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Berwirausaha

No	Pernyataan	Penilaian					Jumlah	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS		
1	Apakah saudara selalu berusaha untuk menjadi sukses dalam mencapai tujuan hidup		2	42	39	10	336	3.61
2	Dalam berusaha selalu memberikan keinginan yang kuat untuk mencapai tujuan			30	48	15	357	3.84
3	Untuk berusaha selalu memiliki sikap yang jujur dan bertanggung jawab terhadap usaha		2	47	31	13	334	3.59
4	Dalam menghadapi tantangan dan hambatan yang ada memerlukan ketahanan baik fisik dan mental			36	41	16	352	3.78
5	Untuk mencapai tujuan saudara selalu melakukan kegiatan dengan giat dan tekun dalam berusaha		1	35	38	19	354	3.81

6	Untuk berusaha selalu memiliki pemikiran yang kreatif dan konstruktif dalam berusaha			28	49	16	360	3.87
7	Dalam berusaha selalu berorientasi pada masa depan yang lebih berkemajuan			34	40	19	357	3.84
8	Setiap tindakan selalu berani dalam mengambil suatu kebijakan			27	48	18	363	3.90
Rata-rata								3,78

Sumber: Data yang diolah 2022

Adapun hasil analisis penilaian responden pada tabel 4.8 Terhadap variabel Minat Berwirausaha memiliki rata-rata tertinggi yaitu 3.90, dan memiliki rata-rata terendah yaitu 3.59. dari hasil penelitian yang dilakukan dalam penelitian dikarenakan untuk berkomitmen cepat, tepat dalam menyelesaikan pekerjaan masih mengalami kendala pada beban yang diberikan. Dengan variabel Minat Berwirausaha menghasilkan nilai rata-rata sebesar 3.78. Menunjukkan bahwa rata-rata pernyataan penilaian responden mengenai variabel Minat Berwirausaha adalah pada kategori baik.

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (*Entrepreneurial Orientation* dan *Reward Philosophy*) terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018. Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 6.904 + 1.220 X_1 + 0.485 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 6.904 mempunyai arti bahwa apabila variabel *Entrepreneurial Orientation* (X_1), *Reward Philosophy* (X_2) terhadap Minat Berwirausaha (Y) sama dengan nol, maka variabel Minat Berwirausaha akan tetap yaitu 6.904 apabila variabel *Entrepreneurial Orientation* (X_1) dan *Reward Philosophy* (X_2) sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 1.220 mempunyai makna jika nilai variabel *Entrepreneurial Orientation* (X_1) naik satu satuan maka nilai Minat Berwirausaha (Y) akan naik sebesar 1.220 dengan asumsi variabel *Reward Philosophy* (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0.485 mempunyai makna jika nilai variabel *Reward Philosophy* (X_2) naik satu satuan maka nilai variabel Minat Berwirausaha (Y) akan naik sebesar 0.485 dengan asumsi variabel *Entrepreneurial Orientation* (X_1) dianggap tetap.
4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Minat Berwirausaha (Y) adalah *Entrepreneurial Orientation* (X_1) adalah sebesar 1.220 dan Variabel *Reward Philosophy* (X_2) adalah sebesar 0.485.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data mentah yang dilakukan pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018 melalui penyebaran kuesioner terhadap 93 orang responden yang telah diuji sehingga dapat diketahui pengaruh *Entrepreneurial Orientation* dan *Reward Philosophy* Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Entrepreneurial Orientation* Terhadap Minat Berwirausaha

Entrepreneurial Orientation memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai $t_{hit} > t_{tabel}$ (4.787 > 1.986) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), maka H1 dalam penelitian ini dapat diterima. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Menurut Swastha (2000) menjelaskan bahwa yang baik dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam menciptakan Minat Berwirausaha yang maksimal, serta dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa *Entrepreneurial Orientation* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha.

Pengaruh *Reward Philosophy* Terhadap Minat Berwirausaha

Reward Philosophy memiliki pengaruh terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini terlihat pada uji t yang menyatakan memiliki nilai $t_{hit} > t_{tabel}$ (9.267 > 1.986) dan ($\text{sig } \alpha = 0,000 < 0,050$), maka dari penelitian yang dilakukan dalam penelitian terdahulu menyatakan bahwa *Reward Philosophy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Yang menjelaskan bahwa *Reward Philosophy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha. Hal ini juga didukung oleh hasil riset Syafrizal, R. (2017).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *Entrepreneurial Orientation* dan *Reward Philosophy* Terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018, dapat disimpulkan sebagai berikut :

Entrepreneurial Orientation berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018. *Reward Philosophy* berpengaruh signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa. *Entrepreneurial Orientation* dan *Reward Philosophy* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Berwirausaha pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Angkatan 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Basco, R., Perlina, F. H., & Garcia, M. R. (2019, september 9). The effect of entrepreneurial orientation on firm performance : A multigroup analysis comparing China, Mexico, and Spain. *Journal of Business Research*, 0148-2963.
- Bjørnskov, C., & Sønderskov, K. (2013). 'Is social capital good?'. *Social Indicator Research*, 114(3), 1225-1242.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G. (1997). *Entrepreneurial strategy making and firm*

- Arini, E., Onsardi, O., & Indriani, R. (2023). Kompetensi Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 20-35.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia - Edisi 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Fintahiasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Rano Aditia Putra, Faktor-Faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen untuk Berwirausaha, *Jurnal Manajemen*, Volume 01, Nomor 01, September 2012, hlm. 3
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206-217.
- Syafrizal, R. (2017). *Pengaruh Matakuliah Kewirausahaan Syariah Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa FAI UMSU* (Doctoral dissertation).