
**KONTRIBUSI KEMATANGAN EMOSI PADA INTENSI BERWIRAUSAHA
KULINER MAHASISWA TINGKAT AKHIR*****CONTRIBUTION OF EMOTIONAL MATURITY ON CULINARY
ENTREPRENEURIAL INTENTION INTENTION OF FINAL-YEAR STUDENT***

Domnina Rani P Rengganis
Universitas Mercubuana Yogyakarta
domnina@mercubuana-yogya.ac.id

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk memahami kontribusi kematangan emosi pada intensi berwirausaha kuliner mahasiswa. Yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini mahasiswa di perguruan tinggi x di Yogyakarta. Studi ini dirancang dengan menggunakan metode survey, dengan menggunakan Skala Intensi Berwirausaha dan Skala Kematangan Emosi. Penelitian ini dimaksudkan sebagai penelitian pendahuluan yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut, serta dasar pelatihan secara psikologis. Subjek dalam penelitian ini adalah 53 orang mahasiswa. Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara kematangan emosi dan intensi berwirausaha kuliner mahasiswa tingkat akhir. Dari hasil perhitungan, yang diperoleh tingkat signifikansi $p = 0.000 < 0.01$ dengan koefisien korelasi $R = 0.597$. Hal ini berarti bahwa pengujian hipotesis diterima, dan model regresi dapat digunakan untuk memperkirakan intensi berwirausaha kuliner pada mahasiswa.

Kata Kunci : Kematangan Emosi, Intensi Berwirausaha

Abstract

This study aims to understand the contribution of emotional maturity on the culinary entrepreneurial intention of the final-year student who becomes research participants. In this study, the research participant were students in higher education X in Yogyakarta. This study designed with survey method, with use Scale Intention Entrepreneurship and Scale Maturity Emotion. It intended as research introduction to using as a reference for further research, as well as basic training in psychological services. The research participants were 53 students. Hypothesis in this research is any relationship between maturity emotion and intention entrepreneurship on culinary of a final-year student. From the results calculation, obtained level significance $p = 0.000 < 0.01$ with coefficient correlation $R = 0.597$. It means that the testing hypothesis accepted, and the regression model could be used to estimate intention entrepreneurship culinary on the student.

Keywords: Emotion Maturity, Entrepreneurship Intention

PENDAHULUAN

Keinginan untuk berkecimpung dalam bidang kewirausahaan sebagai jalur karir, dewasa ini semakin digalakkan oleh pemerintah yang disambut baik oleh kalangan pendidikan, terutama di lingkungan pendidikan tinggi. Kondisi tersebut karena peran dari kewirausahaan yang memberikan kontribusi terhadap pengembangan sosial ekonomi dari negara maju dan berkembang (Barnir et al, 2011;. Murali et al, 2009). Pemikiran yang kreatif dan inovatif dari para sarjana harus lebih banyak dikembangkan untuk menciptakan lapangan pekerjaan baru. Pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi diharapkan bisa menyiapkan mahasiswa untuk berani mandiri, tidak lagi terfokus menjadi pencari kerja (*job seeker*) tetapi menjadi pencipta maupun menjadi innovator pekerjaan

(*job creator and inovator*). Terutama di era *boundaryless*, dimana banyak orang merasa lebih nyaman bekerja tidak hanya dalam suatu pekerjaan saja, pada satu perusahaan/pemilik kerja saja.

Dari hasil pengamatan di Indonesia, salah satu sektor wirausaha yang saat ini berkembang pesat adalah sektor pariwisata, dan sektor ini terkait erat dengan usaha kuliner. Badan Pusat Statistik mencatat sepanjang tahun 2015 terdapat 705.782 unit restoran berskala menengah dan besar yang tersebar di seluruh provinsi yang ada di Indonesia, salah satu provinsi yang memiliki jumlah restoran cukup banyak adalah Yogyakarta, terdapat 10.001 unit restoran. Data tersebut menunjukkan bahwa sektor dunia usaha telah menjadi suatu arena persaingan dan tidak ada henti-hentinya bagi perusahaan-perusahaan di bidang restoran dan cafe (Logiawan, 2014). Faktor kunci yang memegang peranan untuk menghadapi persaingan tersebut adalah peran sumber daya manusia, sumber daya manusia merupakan pelaku utama dalam menggerakkan tata laksana perusahaan dalam rangka mencapai tujuan bersama (Sari, 2016).

Menurut Baumassepe (2001), mahasiswa sangat dimungkinkan untuk dapat berpola pikir sebagai seorang wirausahawan. Mahasiswa ditantang untuk menjadi *agent of change* di bidang ekonomi maupun di berbagai bidang kehidupan yang lain dan kewirausahaan merupakan alternatif pilihan yang paling tepat bagi mahasiswa untuk mengembangkan potensinya. Yang menjadi tantangannya adalah menumbuhkan niat atau intensi untuk berwirausaha di kalangan mahasiswa. Dari wawancara dengan 100 orang mahasiswa tingkat akhir, 53 orang di antaranya terdikasi tidak memiliki intensi untuk berwirausaha. Intensi Berwirausaha sendiri adalah keinginan atau niat yang ada di dalam diri individu untuk menciptakan suatu usaha yang dapat memberikan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain dengan bekal kemandirian, keberanian, dan kreativitas. Dalam teorinya mengenai intensi, Shapero & Sokol (1982) mengadaptasi teori Reasoned Action dari Fishbein & Ajzen dan mengaplikasikan secara khusus dalam dunia wirausaha.

Sikap atau kesiapan mental seseorang untuk terjun memulai usaha baru mendasari munculnya intensi berwirausaha. Salah satu faktor internal yang menjadi dorongan seseorang untuk berwirausaha adalah sikap mandiri dan kematangan secara emosi (Kuckertz & Wagner, 2010). Goleman (2003), menyatakan kecerdasan emosi merupakan kemampuan untuk memotivasi diri sendiri dan bertahan menghadapi frustrasi mengendalikan dorongan hati dan tidak melebih-lebihkan kesenangan, mengatur suasana hati dan menjaga agar bebas stres, tidak melumpuhkan kemampuan berpikir, berempati dan berdoa. Emosi yang matang dan cerdas mempunyai peranan penting dalam meraih kesuksesan pribadi dan profesional. Menurut Goleman (2003), emosi yang matang dan cerdas merupakan jembatan antara apa yang kita ketahui, dan apa yang akan kita lakukan. Hasil penelitian Paulina dan Wardoyo (2012) mengatakan dengan memiliki emosi yang cerdas dan matang, seseorang akan mampu mengenali dirinya dan kemampuan dirinya yang dapat menimbulkan niatan (intensi) seseorang untuk melakukan suatu jenis usaha. Ghazali et.al (2013) dalam penelitiannya menemukan beberapa hal yang dapat mempengaruhi lulusan memiliki niat (intensi) berwirausaha adalah inovasi dan kreativitas, sikap dan ketrampilan sosial, manajemen

diri, keinginan untuk sukses, ketrampilan pemecahan masalah, dan emosi yang matang. Terkait dengan hasil penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi kematangan emosi terhadap intensi berwirausaha mahasiswa tingkat akhir, terutama dalam bidang kuliner. Penelitian ini juga dimaksudkan sebagai penelitian pendahuluan yang dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut, serta dasar pelatihan secara psikologis.

METODE

Berdasarkan jenis penelitian dan cara pengambilan data, penelitian berikut adalah jenis penelitian korelasional untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu dependen dan variabel bebas secara observasional di mana hanya melakukan pengamatan saja tanpa memberikan perlakuan atau interaksi terhadap responden penelitian. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah 53 orang mahasiswa tingkat akhir. Variabel tergantung yang diteliti adalah intensi berwirausaha kuliner dan variabel bebasnya adalah kematangan emosi. Cara pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari skala dan observasi. Skala yang digunakan adalah skala Intensi Berwirausaha dan Skala Kematangan Emosi. Data sekunder didapatkan dari data pendukung berupa interview dan pertanyaan terbuka untuk mendukung data yang didapatkan dari skala. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kategorisasi di tabel 1. Kematangan emosi, sebanyak 24 orang (57%) tergolong memiliki kematangan emosi yang tergolong sedang, yang memiliki kematangan emosi tinggi adalah sebanyak 30 orang (43%). Kematangan Emosi terbanyak pada kategori sedang.

Tabel 1. Kategorisasi Kematangan Emosi

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Tinggi	0	0 %
Tinggi	30	57 %
Sedang	23	43 %
Rendah	0	0 %
Sangat Rendah	0	0 %
Jumlah		100%

Selanjutnya, dilihat dari tabulasi kategorisasi di tabel 2. Terlihat 13 orang (25 %) memiliki intensi kewirausahaan yang sangat tinggi, sebanyak 33 orang (62 %) memiliki intensi kewirausahaan tinggi, sebanyak 6 orang (11 %) berintensitas kewirausahaan sedang, dan 1 orang (2%) memiliki intensi berwirausaha yang rendah. Secara umum, intensi berwirausaha terbanyak pada kategori tinggi.

Tabel 2. Intensi Berwirausaha

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat Tinggi	13	25 %
Tinggi	33	62%
Sedang	6	11 %
Rendah	1	2 %
Sangat rendah	0	0 %
Jumlah		100%

Berdasarkan Tabel 3, pekerjaan orang tua responden dari 53 mahasiswa didapat 19 orang dengan persentase 36% merupakan wirausaha/pengusaha, 14 orang dengan persentase 26% merupakan pegawai swasta, 15 orang dengan persentase 28% merupakan pegawai negeri sipil, dan 5 orang dengan presentase 10% bekerja di bidang lain, seperti petani, pensiunan, dll.

Tabel 3. Pekerjaan Orang Tua Subjek

Pekerjaan Orangtua	Frekuensi	Prosentase
Pengusaha / Wirausaha	19	36 %
Pegawai Swasta	14	26%
Pegawai Negeri Sipil	15	28 %
Lain-lain	5	10 %
Jumlah	53	100%

Bila dilihat dari hasil penelitian, secara umum, kematangan diri subjek hampir merata antar sedang ke tinggi. Dari hasil uji hipotesis, didapatkan hasil yang signifikan $p = 0.000 < 0.01$ dengan koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0.597$. Hal ini menunjukkan bahwa kematangan emosi berkontribusi terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa tingkat akhir.

Menurut Hurlock (2002) kematangan emosi didefinisikan sebagai tidak meledaknya emosi di hadapan orang lain melainkan menunggu saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosinya dengan cara-cara yang lebih dapat diterima. Goleman (2003), menyimpulkan kecerdasan emosional merupakan jembatan antara apa yang kita ketahui, dan apa yang akan kita lakukan. Semakin matang emosi seseorang ia akan terampil melakukan apapun yang ia ketahui benar. Emosional yang cerdas dan matang, berpotensi mengawal keberhasilan calon wirausahawan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pihie (2009), dimana wirausahawan yang emosinya matang dan cerdas lebih berpotensi meraih sukses daripada pribadi cerdas intelektualnya, tetapi kurang matang emosionalnya. Orang-orang yang memiliki tingkat lebih tinggi pada kematangan emosional, bisa memiliki perasaan keberhasilan yang lebih tinggi. Semakin matang emosi seseorang ia akan terampil melakukan apapun yang ia ketahui benar (Segal et al., 2005).

Sumbangan efektif yang diberikan variabel kematangan emosi terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa tingkat akhir adalah sebesar 35,7%, sedangkan 64,3% nya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Seperti pendapat Fini, Grimaldi, Marzocchi, dan Sobrero (2009) ditemukan hasil

bahwa intensi berwirausaha dipengaruhi oleh karakteristik psikologis, kemampuan/ skill individu dan pengaruh lingkungan. Dari hasil data tambahan dilakukan dengan wawancara terhadap beberapa sampel dalam penelitian, yaitu mahasiswa yang tampak cukup memiliki intensi berwirausaha, ternyata tidak semuanya berasal dari lingkungan keluarga wirausahawan. Dari hasil ini, didapatkan bahwa seseorang yang memiliki intensi berwirausaha bisa juga didasarkan pada sikap dari dirinya sendiri yang ingin berwirausaha atau dalam hal ini kematangan emosinya dan berpikir untuk berwirausaha. Walaupun demikian, penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sumarni (2006) mengatakan lingkungan juga dapat berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK Negeri 2 Semarang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan diatas maka simpulan yang diperoleh adalah: kecerdasan emosi berkorelasi dengan intensi berwirausaha. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecerdasan emosi yang dimiliki maka intensi berwirausahanya akan semakin baik. Dari hasil data tambahan, lingkungan keluarga tidak berpengaruh langsung pada intensi berwirausaha.. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya, dalam menjelaskan pola hubungan dan pengaruh antara kecerdasan emosi, dan intensi berwirausaha khususnya pada usaha kuliner. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa masih banyak faktor lain selain kecerdasan emosi yang diduga dapat mempengaruhi intensi berwirausaha, seperti karakteristik psikologis, kemampuan/skill individu dan pengaruh lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. 2011. Mediation and moderated mediation in the relationship among role models, self- efficacy, entrepreneurial career intention, and gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 270–297.
- Baumassepe, A. N. 2001. Berwirausaha Sejak Mahasiswa. *Makalah*. Tidak diterbitkan. Yogyakarta: STIE YKPN
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G.L. and Sobrero, M. 2009. The Foundation of Entrepreneurial Intention. *Summer Conference*, June 2009, 17-19.
- Ghazali, Z., Ibrahim, N.A., Zainol, F, A. 2013. Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among UniSZA Students. *Asian Social Science*. 9 (1), 85-93.
- Goleman, D. 2003. *Emotional Intelligence*. Terjemahan T Hermaya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hurlock, E. B. 2002. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Kuckertz, A & Wagner, M. September 2010. The Influence of Sustainability Orientation on Entrepreneurial Intentions—Investigating the Role of Business Experience. *Journal of Business Venturing* 25(5):524-539 .

-
- Logiawan, Y., & Subagio, H. 2014. Analisa customer value terhadap customer loyalty dengan customer satisfaction sebagai variabel intervening pada restoran bandar djakarta surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1-11.
- Murali, S., Mohani, A., & Yuzliani, Y. 2009. Impact of personal qualities and management skills of entrepreneurs on venture performance in Malaysia: opportunity recognition skills as a mediating factor. *Technovation*, 29, 798–805.
- Paulina, I dan Wardoyo. 2012. Pengaruh Kecerdasan Emosi, Sikap Mandiri, dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Dinamika Manajemen*. 3 (1), 1-9.
- Pihie, Z. A. L. 2009. Entrepreneurship as a Career Choice: An Analysis of Entrepreneurial SelfEfficacy and Intention of University Students. *European Journal of Social Sciences*. Vol. 9, No. 2, pp: 338-349.
- Sari, W.S.L.N., & Suwandana, M.G.I. 2016. Pengaruh *self efficacy* terhadap keterlibatan kerja dan Kepuasan kerja karyawan pada IBIS Style Bali Benoa Hotel. *Jurnal Manajemen Unud*, 5(5), 3191-3218.
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. 2005. The motivation to become an entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 11(1), 42–57.
- Shapero, A and Sokol, L, 1982. The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Vol.,p. 72-90 1982.
- Sumarni. 2006. Pengaruh Konsep Diri, Prestasi Belajar dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Negeri 2 Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang.