

**PERILAKU GENERASI MUDA UNTUK MENJADI WIRAUSAHAWAN DI BIDANG  
KULINER BERBASIS PERIKANAN**

*THE BEHAVIOR OF YOUNG GENERATION TO BECOME A CULINARY ENTREPRENEUR  
BASED ON FISHERIES*

Oleh:

**Djeini Maradesa<sup>1</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

[djeinim@unsrat.ac.id](mailto:djeinim@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Saat ini industri makanan dan minuman menjadi salah satu industri unggulan Indonesia untuk bersaing dengan negara-negara lain di dunia. Hal ini karena industri makanan dan minuman menjadi salah satu dari 5 besar industri penyumbang devisa Indonesia. Di Manado pengembangan industri makanan dan minuman difokuskan pada bidang perikanan karena Manado atau Sulawesi Utara kaya akan sumber daya berbasis perikanan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis intensi generasi muda untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan. Lokasi penelitian adalah di Unsrat khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sampel ditentukan sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan kuantitatif berupa uji hubungan antar variabel, uji hipotesis. Hasil penelitian menemukan faktor-faktor yang memengaruhi intensi generasi muda untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan.

**Kata Kunci:** *Intensi, generasi muda, pengusaha, kuliner, perikanan, mahasiswa*

**Abstract:** *Currently the food and beverage industry is one of the leading industries in Indonesia to compete with other countries in the world. This is because the food and beverage industry is one of the top 5 contributors to Indonesia's foreign exchange. In Manado the development of the food and beverage industry is focused on the fisheries sector because Manado or North Sulawesi is rich in fishery-based resources. The purpose of this study was to analyze the intentions of the younger generation to become fisheries-based culinary entrepreneurs. The research location is in Unsrat, especially in the Faculty of Economics and Business. The sample is determined by 100 respondents. Data analysis using descriptive analysis, and quantitative in the form of a test of the relationship between variables, hypothesis testing. The results of the study found factors that influenced the intention of the younger generation to become fisheries-based culinary entrepreneurs.*

**Keywords:** *Intention, young generation, entrepreneur, food and beverage, fisheries, university students*

## PENDAHULUAN

**Latar Belakang**

Berdasarkan peta jalan Making Indonesia 4.0, pemerintah Indonesia menetapkan lima sektor manufaktur prioritas. Lima sektor manufaktur tersebut antara lain industri makanan dan minuman, tekstil dan pakaian, otomotif, elektronik, dan kimia (Kemenperin RI, 2019b). Lima sektor unggulan tersebut berkontribusi terhadap PDB Indonesia sebesar 60 persen serta memberikan sumbangan terhadap total ekspor sebesar 65 persen. Mendorong lima sektor industri tersebut dapat meningkatkan pertumbuhan PDB sebesar 1-2 persen, sehingga meningkatkan penciptaan lapangan kerja sebesar 30 persen dan berkontribusi terhadap industri sebesar 25 persen (Kemenperin RI, 2019b). Industri makanan dan minuman merupakan salah satu fokus untuk ditingkatkan. Ditargetkan industri ini akan menjadi kekuatan manufaktur terbesar di Asean di masa yang akan datang (Kemenperin RI, 2017). Lebih spesifik lagi industri makanan atau kuliner yang perlu ditingkatkan lebih besar lagi adalah yang berbasis perikanan.

Industri makanan yang berbasis perikanan di Indonesia perlu ditingkatkan lagi karena industri ini memiliki masa depan yang cerah. Dimana dari 17.000 pulau di Indonesia, luas daratan tidak lebih dari 50 persen dari total luas wilayah Indonesia. Wilayah perairan seperti lautan di Indonesia mencakup 75 persen dari total luas wilayah Indonesia dengan 2,55 juta kilometer persegi merupakan Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan 3,25 juta kilometer persegi lautan yang masuk dalam wilayah Republik Indonesia (Lampu, 2018). Luasnya wilayah perairan membuat industri makanan khususnya berbasis perikanan baik tangkap maupun budidaya perlu untuk lebih difokuskan.

Perlunya ada peningkatan industri makanan berbasis perikanan karena selama ini industri ini masih kurang berperan dimana potensi perikanan berlimpah namun kebanyakan ekspor masih berbentuk mentah (Kemenperin RI, 2019a). Hal ini membutuhkan antara lain peran dari wirausahawan termasuk wirausahawan baru untuk menciptakan peluang bisnis berbentuk produk makanan berbasis perikanan yang kreatif dan inovatif. Dimana wirausahawan mampu menciptakan disrupti untuk mendorong terciptanya perubahan berupa inovasi produk serta gaya hidup masyarakat dan konsumen.

Wirausahawan baru penting khususnya bagi generasi muda, karena generasi muda merupakan penerus untuk menciptakan lapangan kerja bagi dirinya sendiri serta orang lain (Savira, 2017). Selain itu kekayaan sumber daya alam seperti perikanan yang masih belum dioptimalkan memerlukan “tangan dingin” dari wirausahawan untuk menciptakan inovasi baru menjadi karya yang bermanfaat bagi masyarakat serta nusa dan bangsa. Peran wirausahawan baru khususnya generasi muda juga perlu diberdayakan dalam menciptakan produk termasuk produk inovasi makanan berbasis perikanan agar generasi muda Indonesia bisa maju, mandiri dan sejajar dengan negara maju lain khususnya generasi muda sebagai seorang wirausahawan.

Untuk dapat mendorong penciptaan wirausahawan baru khususnya generasi muda maka perlu diidentifikasi perilaku berwirausaha generasi muda dalam mendirikan usaha yang akan fokus pada industri makanan berbasis perikanan. Pentingnya perilaku khususnya melihat dari sisi sebelum wirausahawan tersebut mendirikan usahanya, dimana apa yang mendorong sampai dia mau untuk mendirikan atau memulai bisnis tersebut. Faktor-faktor apa yang mendorong seorang pemuda agar mau untuk memulai atau mendirikan suatu bisnis baru? Hal tersebut menjadi suatu pertanyaan dan sekaligus penelitian yang menarik untuk diteliti.

**Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived desirability* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
3. Untuk mengetahui pengaruh *perceived feasibility* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
4. Untuk mengetahui pengaruh *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.

**TINJAUAN PUSTAKA****Wirausahawan**

Wirausahawan, memainkan peran yang penting dalam perkembangan ekonomi suatu wilayah, bangsa dan negara. Figur wirausahawan menekankan bahwa mereka memainkan peran yang penting dalam ekonomi lebih

tinggi dan melebihi peran yang dimainkan dari para manajer serta pemilik modal. Fungsi ekonomis dari wirausahawan memberikan kita suatu tanda betapa pentingnya peran mereka sebagai agen pembangun (*development agent*). Berdasarkan pada hal tersebut, wirausahawan bertanggung jawab pada kemajuan usaha dan bisnis; mereka memberikan dinamisasi pada aktivitas ekonomi di daerah mereka; mengelola perubahan organisasi dan teknis; dan juga memajukan budaya inovasi dan pembelajaran pada lingkungan tersebut (Liñán, *et al.*, 2005).

Menurut Casson (2010), wirausahawan dari perspektif teori ekonomi dan manajemen, merupakan orang yang mengkhususkan diri pada penerapan penilaian dalam pengambilan keputusan-keputusan ekonomi, dimana penilaian yang baik mengarahkan pada inovasi dalam pemanfaatan waktu dan penciptaan peluang keuntungan. Wirausahawan yang berbakat akan membangun bisnisnya pada bidang yang dipahaminya dan merasa mampu berdasarkan penilaian dan perhitungan yang canggih, bahkan wirausahawan tersebut harus mengambil alih kendali terhadap perusahaan yang sudah ada. Permintaan dan penawaran terhadap kewirausahaan dalam ekonomi terjadi dimana permintaan kewirausahaan didorong oleh volatilitas atau perubahan dalam lingkungan ekonomi, sedangkan penawaran kewirausahaan ditentukan oleh banyaknya orang dengan karakteristik kepribadian (kepribadian kewirausahaan) yang sesuai. Interaksi antara permintaan dan penawaran kewirausahaan ditentukan oleh penghasilan para wirausahawan dan besarnya jumlah ketersediaan para wirausahawan yang aktif dalam bidang ekonomi (Casson, 2010).

### **Intensi Berwirausaha**

Niat untuk melakukan perilaku terutama perilaku berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*), didefinisikan sebagai kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku/pekerjaan/tujuan tertentu, dan dalam hal ini tujuannya adalah untuk berwirausaha atau memulai/membentuk suatu bisnis/usaha mandiri (Mintardjo, 2010).

Niat berwirausaha terutama bertujuan untuk menciptakan sebuah bisnis baru serta menciptakan nilai-nilai baru atau berinovasi pada perusahaan yang sudah ada (Bird, 1988). Niat termasuk didalamnya dimensi lokasi yaitu niat berwirausaha (lokus internal), serta niat dari para pemangku kepentingan, pasar, dan yang lainnya (lokus eksternal). Selain itu terdapat dimensi lain dari niat berwirausaha yaitu rasional dan intuitif. Rasional dalam niat berwirausaha mencakup proses yang mendasari perencanaan bisnis formal, analisis peluang, pengambilalihan sumber daya, penetapan tujuan, dan perilaku berorientasi tujuan yang dapat diamati. Sedangkan intuitif dalam niat berwirausaha berupa struktur dan kerangka pemikiran dari niat dan tindakan wirausahawan. Intusi ini diinspirasikan dari visi, firasat, serta pandangan yang diperluas dari sumber daya yang belum dimanfaatkan serta perasaan potensi dari usaha dan ketahanan dari wirausahawan (Bird, 1988).

### **Teori Entrepreneurial Event**

Dua teori utama yang digunakan sebagai dasar oleh para peneliti untuk meneliti tentang Intensi Berwirausaha sebagai prediktor dari Perilaku berwirausaha, yaitu : *The Entrepreneurial Event Theory* (Shapero & Sokol, 1982) dan *the Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Menurut Dissanayake (2013), Shapero dan Sokol dalam teori Entrepreneurial Events berasumsi bahwa seseorang memiliki arah yang akan dituju yang dipengaruhi oleh faktor-faktor penting yang ada di sekitarnya, seperti : keluarga, pekerjaan, status sosial, kemampuan pendanaan, nilai budaya, pendidikan, dan lain-lain yang akan membawanya pada suatu perilaku. Proses pembentukan perilaku tersebut dapat mengalami perubahan yang disebabkan adanya kejadian yang memicu (*trigger events*), baik yang bersifat positif, netral ataupun negatif. Adanya *trigger events* yang bersifat positif akan semakin mendorong seseorang mewujudkan niatnya untuk merealisasikan usahanya.

### **Perceived Desirability**

Perceived desirability adalah bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Bias ini tumbuh dari pandangan atas konsekuensi personal pengalaman kewirausahaan (misalnya baik atau buruk), dan tingkat dukungan dari lingkungan (keluarga, teman, kerabat, sejawat). Perceived desirability dinilai seperti sikap dan norma subyektif dalam *Theory of Planned Behavior*. Drennan, Kennedy, & Renfrow (2005) membuktikan bahwa *Perceived Desirability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha

### **Perceived Feasibility**

Perceived feasibility menunjukkan derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru (Segal, Borgia, & Schoenfeld, 2005). *Perceived feasibility* dinilai seperti *Perceived*

*behavior control* pada *Theory of Planned Behavior* dan *Self Efficacy* pada Teori Kognitif Sosial. Penelitian yang dilakukan oleh (Dissanayake, 2013; Liñán *et al.*, 2005; Shook & Bratianu, 2010) membuktikan bahwa *Perceived Feasibility* berpengaruh signifikan terhadap Intensi Berwirusaha.

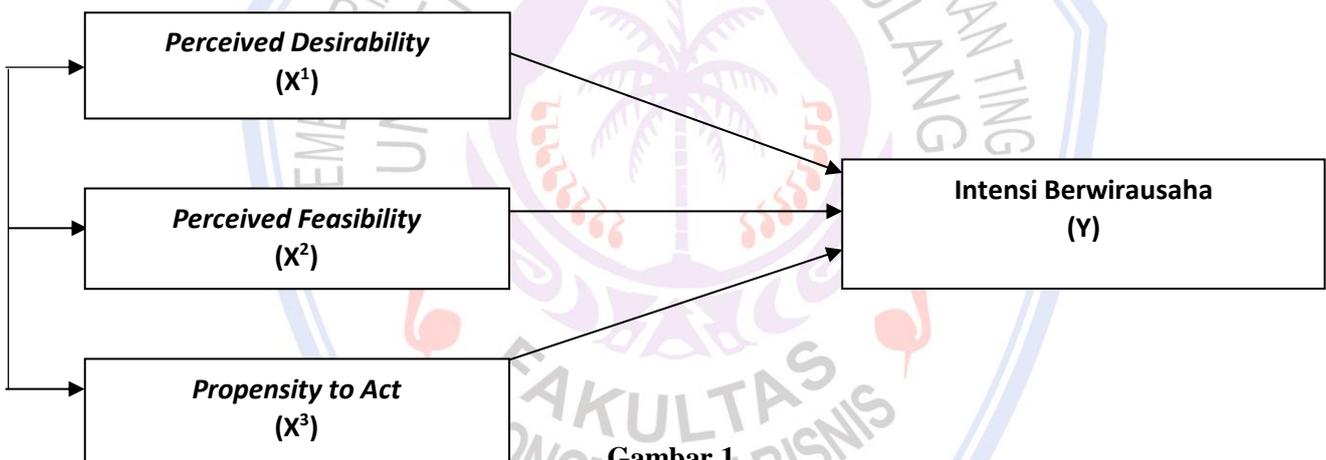
### Propensity to Act

Menurut Summers (2000), *propensity to act* merupakan salah satu sifat personalitas yang berperan dalam mendorong minat berwirausaha, yang semisal dengan *locus of control* (Krueger *et al.*, 2000; Segal *et al.*, 2005). *Propensity to act* menunjukkan dorongan dalam diri seseorang untuk bertingkah laku dan intensitasnya sangat bervariasi bagi tiap individu.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian Darmanto (2013), berjudul: Pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility*, dan *Propensity to Act* terhadap Intensi Berwirausaha. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility* dan *Propensity to Act* terhadap Intensi berwirausaha. Sampel penelitian terdiri dari 78 mahasiswa Fakultas Ekonomi Untag Semarang yang telah mengikuti Kuliah dan praktek Kewirausahaan. Metode pengambilan sampel dengan menggunakan sampling acak sederhana. Analisa data menggunakan Regresi Linier berganda dengan alat bantu SPSS 16. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *Perceived Desirability*, *Perceived Feasibility* dan *Propensity to act* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Intensi Berwirausaha. *Theory of Entrepreneurial Events* memberikan kontribusi yang positif dalam penelitian kewirausahaan, sehingga diperlukan pengembangan model penelitian dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga berperan dalam mendorong minat berwirausaha.

### Model Penelitian



**Gambar 1**  
**Kerangka Pemikiran**  
Sumber : Kajian Teori, 2019

### Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diduga terdapat pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
2. Diduga terdapat pengaruh *perceived desirability* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
3. Diduga terdapat pengaruh *perceived feasibility* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
4. Diduga terdapat pengaruh *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif berupa uji hipotesis hubungan antar variabel. Penelitian dilakukan dengan langkah-langkah berupa pembuatan draft artikel, membuat tujuan hipotesis penelitian, serta sampel dan jumlah sampel, membuat kuesioner penelitian, melakukan survey ke sampel penelitian, tabulasi data, serta analisis penelitian berupa analisis kuantitatif dengan aplikasi SPSS untuk melakukan uji instrumen, analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis yaitu uji F dan uji t.

### Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Untuk keperluan survei, jumlah sampel yang diambil adalah 100 responden mahasiswa di FEB Universitas Sam Ratulangi Manado. Sampling menggunakan *purposive sampling* dengan menetapkan beberapa kriteria seperti: mahasiswa FEB Unsrat, masih aktif kuliah, dari jurusan akuntansi, telah mengontrak mata kuliah kewirausahaan.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis data penelitian adalah data kuantitatif yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yaitu berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bentuk bilangan atau angka. Selanjutnya sumber data antara lain data primer yaitu data dari sumber pertama atau sumber primer, serta data sekunder yang dikumpulkan peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama serta berbentuk dokumen dan artikel.

### Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan pada responden menggunakan aplikasi Google Form yang dibagikan secara online kepada para responden. Informasi pengisian online diinformasikan secara langsung kepada mahasiswa serta melalui media sosial online antara lain WhatsApp (WA) serta Messenger lainnya. Tujuannya untuk mempermudah melakukan pengumpulan data kepada para responden.

### Definisi Operasional Variabel

**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Pengertian	Skala	Sumber
<i>Perceived Desirability</i>	Bias personal seseorang yang memandang penciptaan usaha baru sebagai sesuatu yang menarik dan diinginkan	Likert 5 point	(Krueger <i>et al.</i> , 2000)
<i>Perceived Feasibility</i>	Derajat kepercayaan dimana seseorang memandang dirinya mempunyai kemampuan untuk mengumpulkan sumberdaya-sumberdaya (manusia, sosial, finansial) untuk membangun usaha baru	Likert 5 point	(Segal <i>et al.</i> , 2005)
<i>Propensity to Act</i>	dorongan dalam diri seseorang untuk bertindak laku dan intensitasnya sangat bervariasi bagi tiap individu	Likert 5 point	(Darmanto, 2013)
Intensi Berwirausaha	tendensi keinginan individu melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko	Likert 5 point	(Darmanto, 2013)

Sumber: Data Olahan

### Teknik Analisis Data

Model Regresi didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2013). Analisis regresi linear berganda diuji menggunakan program SPSS versi 23. Model analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon_t$$

Keterangan:

- a : Nilai konstanta
- $\beta_{1,2,3}$  : Angka arah koefisien regresi
- $\varepsilon$  : Residual
- Y : Intensi Berwirausaha
- $X_1$  : *Perceived Desirability*

$X_2$  : *Perceived Feasibility*

$X_3$  : *Propensity to Act*

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

**Tabel 2. Deskripsi Responden**

Deskripsi	Keterangan	Total	Persentase (%)
Gender	Pria	43	43
	Wanita	57	57
Usia (tahun)	<18	11	11
	18-20	39	39
	21-25	48	48
	>25	2	2
Angkatan	<2015	4	4
	2015	9	9
	2016	40	40
	2017	45	45
Hobi	>2017	2	2
	Membaca	19	21
	Belajar	11	11
	Belanja	12	19
	Bermain Game	16	16
	Media sosial online	21	12
	Olah Raga	11	11
	Memasak	5	5
Lainnya		5	5
		5	5
Sudah Mengontrak Mata Kuliah Kewirausahaan	Sudah	100	100
	Belum	-	-
Pengalaman Berwirausaha / Bekerja Mandiri Sebelumnya	Pernah	81	81
	Belum Pernah	19	19
TOTAL		100	100

(Sumber: Olahan Data, 2019)

Berdasarkan Tabel 2 yang telah dipaparkan sebelumnya responden penelitian adalah: mahasiswa wanita sebanyak 57 responden (57%), mahasiswa berusia antara 21-25 tahun sebanyak 48 responden (48%), mahasiswa angkatan 2017 sebanyak 45 responden (45%), memiliki hobi media sosial online sebanyak 21 responden (21%), sudah pernah mengontrak mata kuliah kewirausahaan sebanyak 100 responden (100%), memiliki pengalaman berwirausaha atau bekerja mandiri sebelumnya sebanyak 81 responden (81%). Hasil pada Tabel 2 berarti bahwa responden penelitian didominasi oleh mahasiswa jurusan akuntansi angkatan 2017, wanita, berusia muda, hobi media sosial online, sudah mengontrak kewirausahaan, serta sudah memiliki pengalaman berwirausaha atau bekerja.

### Analisis Data

#### Uji Kualitas Data, Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

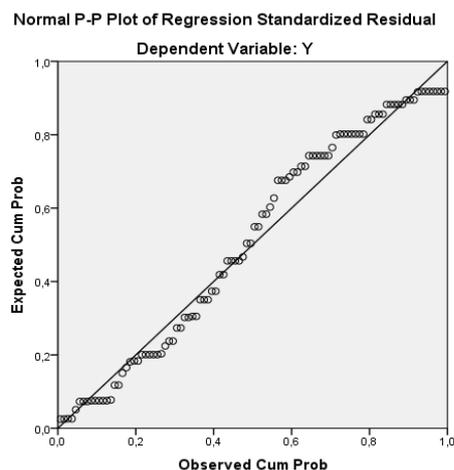
Validitas keterkaitan item pertanyaan dalam satu variabel. Untuk menguji valid dan tidaknya pertanyaan yang akan diajukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan  $r$  table, dengan taraf signifikan 5% dan jumlah responden sebanyak 150 orang). Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama dan hasilnya relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Dengan kata lain reliabilitasnya menunjukkan konsistensi. Tingkat Reliabilitas berdasarkan *Alpha* (Sugiyono, 2018).

**Tabel 3. Uji Validitas**

Var.	Indik.	Item (Variables)	Correlation (r)			Cronbach Alpha	Ket.
			R	Sig.	Ket.		
Perceived Desirability (X <sub>1</sub> )	X1.1	Memilih usaha adalah hal yang menarik	0,927	0.000	Valid	0,943	Sangat reliabel
	X1.2	Pandangan yang serius dalam pengembangan usaha	0,944	0.000	Valid		
	X1.3	Pandangan positif tentang pengembangan usaha	0,962	0.000	Valid		
	X1.4	Peran dukungan keluarga dalam memulai usaha	0,829	0.000	Valid		
	X1.5	Dukungan dalam usaha dari orang yang dianggap penting	0,921	0.000	Valid		
Perceived Feasibility (X <sub>2</sub> )	X2.1	Merasa siap untuk memulai usaha	0,573	0.000	Valid	0,791	Reliabel
	X2.2	Keyakinan dalam pengembangan usaha	0,941	0.000	Valid		
	X2.3	Kemampuan dalam memanfaatkan peluang usaha	0,884	0.000	Valid		
	X2.4	Keyakinan akan sukses dalam menjalankan usaha	0,772	0.000	Valid		
Propensity to Act (X <sub>3</sub> )	X3.1	Kerja keras akan menentukan kesuksesan	0,924	0.000	Valid	0,928	Sangat reliabel
	X3.2	Pantang menyerah	0,960	0.000	Valid		
	X3.3	Selalu optimis dalam menyelesaikan pekerjaan	0,923	0.000	Valid		
Intensi Berwirausaha (Y)	Y1.1	Lebih memilih karir wirausaha	0,960	0.000	Valid	0,927	Sangat reliabel
	Y1.2	Akan merealisasikan usaha dalam 1-3 tahun ke depan	0,985	0.000	Valid		
	Y1.3	Selalu mencari informasi bisnis	0,974	0.000	Valid		

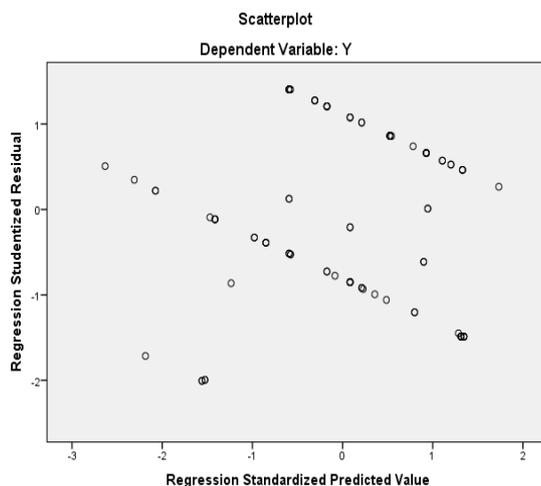
**Uji Asumsi Klasik****Uji Normalitas**

Untuk menentukan normal tidaknya data pada variabel dependen dilakukan dengan melihat grafik plot normal. Apabila data distribusi normal, maka penyebaran plot akan berada disepanjang garis 45°. Dari grafik plot normal dapat diketahui bahwa penyebaran plot berada di sepanjang garis 45° sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Keterangan diatas dapat dilihat pada gambaran pada gambar berikut.



**Gambar 2. Uji Normalitas**  
(Sumber: Olahan Data, 2019)

## Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas

(Sumber: Olahan Data, 2019)

Gambar di atas grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut mengidentifikasi tidak terjadinya heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Y.

## Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Perhitungan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik manual dan pengolahan data dengan SPSS 23. Nilai hasil perhitungan adalah seperti pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Koefisien Regresi Uji t, Uji F

	Regression Coef. (b)	Std Er	t (count)	Sig.	Desc
Konstanta	5,614	2,025	2,773	,007	
Sikap Wirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan	,172	,068	2,515	,014	Sig
Lingkungan Sosial untuk Berwirausaha	,309	,098	3,154	,002	Sig
Kecakapan Berwirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan	-,099	,091	-1,088	,279	Tidak Sig
<b>Y = 5,614 + 0,172 X1 + 0,309 X2 - 0,099 X3 + e</b>					
R	=	0,443			
R Square	=	0,196			
F count	=	7,812			
t table	=	2,008			
Sig. F	=	0,000			
N	=	100			
$\alpha$	=	0,05 (5%)			

(Sumber: Olahan Data, 2019)

Bentuk persamaan regresi dapat di tulis sebagai berikut :

$$Y = -1,550 + 0,992 X1 - 0,308 X2 + 0,392 X3 + e$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Konstanta  $a$  sebesar -1,550 memberikan pengertian bahwa jika variabel Sikap Wirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan, Lingkungan Sosial untuk Berwirausaha, Kecakapan Berwirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan tidak berubah maka besarnya Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan adalah -1,550 satuan
2. Untuk variabel Sikap Wirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan ( $X_1$ ) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Sikap Wirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan semakin meningkat, maka Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan akan meningkat sebesar 0,992 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan. Variabel sikap merupakan variabel yang paling berdampak terhadap Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini.
3. Untuk variabel Lingkungan Sosial untuk Berwirausaha ( $X_2$ ) koefisien regresinya adalah negatif, hal ini dapat diartikan apabila Lingkungan Sosial untuk Berwirausaha semakin meningkat, maka Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan akan menurun sebesar -0,308 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan. Variabel Lingkungan Sosial untuk Berwirausaha merupakan variabel tidak berpengaruh berdampak terhadap Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan dalam penelitian ini.
4. Untuk variabel Kecakapan Berwirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan ( $X_3$ ) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Kecakapan Berwirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan semakin meningkat, maka Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan akan meningkat sebesar 0,392 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan. Variabel Kecakapan Berwirausaha Bidang Pertanian dan Kelautan merupakan variabel kedua yang berdampak terhadap Intensi Menjadi Pengusaha Bidang Pertanian dan Kelautan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis

Bentuk persamaan regresi dapat di tulis sebagai berikut :  $Y = 5,614 + 0,172 X_1 + 0,309 X_2 - 0,099 X_3 + e$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Konstanta  $a$  sebesar 5,614 memberikan pengertian bahwa jika variabel Perceived Desirability ( $X_1$ ), Perceived Feasibility ( $X_2$ ), Propensity to Act ( $X_3$ ) tidak berubah atau tetap maka besarnya Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan adalah 5,614.
2. Untuk variabel Perceived Desirability ( $X_1$ ) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Perceived Desirability ( $X_1$ ) semakin meningkat, maka Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan akan meningkat sebesar 0,172 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan. Variabel Perceived Desirability ( $X_1$ ) merupakan variabel yang kedua yang berpengaruh terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini.
3. Untuk variabel Perceived Feasibility ( $X_2$ ) koefisien regresinya adalah positif, hal ini dapat diartikan apabila Perceived Feasibility ( $X_2$ ) semakin meningkat, maka Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan akan meningkat sebesar 0,309 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan. Variabel Perceived Feasibility ( $X_2$ ) merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini.
4. Untuk variabel Propensity to Act ( $X_3$ ) koefisien regresinya adalah negatif, hal ini dapat diartikan apabila Propensity to Act ( $X_3$ ) semakin meningkat, maka Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan akan menurun sebesar -0,099 dengan asumsi variable lainnya tetap atau konstan. Variabel Propensity to Act ( $X_3$ ) merupakan variabel yang tidak berpengaruh terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan dibandingkan variabel lainnya dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Dengan menggunakan bantuan *program SPSS* maka hasil  $F_{hitung}$  dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil  $F_{hitung} = 7,812$  dan  $F_{tabel} = 2,400$ . Jadi ditemukan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $\text{sig } F = 0,0000 < 0,05$ , ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian hasil uji  $F$  menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya *Perceived Desirability (X1)*, *Perceived Feasibility (X2)*, *Propensity to Act (X3)* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan.

Dari hasil *uji t* pada tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel *Perceived Desirability (X1)*  $t_{hitung} = 2,515 > t_{tabel} = 2,008$  dan tingkat signifikan  $0,014 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau *Perceived Desirability (X1)* berpengaruh signifikan terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan. Dari hasil *uji t* pada tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel, *Perceived Feasibility (X2)*  $t_{hitung} = 3,154 > t_{tabel} = 2,008$  dan tingkat signifikan  $0,002 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak atau *Perceived Feasibility (X2)* berpengaruh signifikan terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis

perikanan. Dari hasil uji *t* pada tabel 4 dapat dilihat bahwa variabel, *Propensity to Act* (X3)  $t_{hitung} = -1,088 < t_{tabel} = 2,008$  dan tingkat signifikan  $0,279 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima atau *Perceived Feasibility* (X2) pengaruhnya tidak terbukti Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan atau artinya *Perceived Feasibility* (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS seperti yang ada pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,443 artinya mempunyai hubungan yang cukup kuat. Nilai R square adalah 0,196 atau 19,6% Artinya pengaruh semua variable bebas yaitu: *Perceived Desirability* (X1), *Perceived Feasibility* (X2), *Propensity to Act* (X3) terhadap variable independent Intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan adalah sebesar 19,6% dan sisanya sebesar 0,804 atau 80,4% dipengaruhi variable-variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil ini sesuai memiliki persamaan dengan penelitian sebelumnya (Darmanto, 2013) yang menemukan bahwa *Perceived Desirability* (X1), *Perceived Feasibility* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan. Sedangkan perbedaannya dengan penelitian sebelumnya dimana pada penelitian sebelumnya *Propensity to Act* (X3) memiliki pengaruh terhadap intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan (Darmanto, 2013). Sedangkan dalam penelitian ini *Propensity to Act* (X3) tidak berpengaruh terhadap intensi untuk menjadi pengusaha kuliner berbasis perikanan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya menggunakan model dari Shapero & Sokol (1982) melalui model *Theory of Entrepreneurial Event* dalam memprediksi intensi berwirausaha yang masih tidak terlalu banyak digunakan sebagai model untuk memprediksi intensi berwirausaha dibandingkan dengan *Theory of Planned Behavior* dari Ajzen (1991), sehingga perlu untuk memperbanyak pembuktian dan perbandingan temuan dan hasil penelitian menggunakan model penelitian ini. Untuk penelitian mendatang perlu melakukan penelitian menggunakan model *Theory of Entrepreneurial Event* untuk sampel yang lebih luas dan banyak ataupun pada objek lain baik pada mahasiswa perguruan tinggi maupun pada objek lainnya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Hasil penelitian dan pembahasan menunjukkan bahwa:

1. Terdapat pengaruh *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan *propensity to act* terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
2. *Perceived desirability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
3. *Perceived feasibility* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.
4. *Propensity to act* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha generasi muda menjadi wirausahawan di bidang kuliner berbasis perikanan.

### Saran

Saran dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Perlunya ada pengembangan model penelitian seperti penambahan variabel, seperti faktor latar belakang serta faktor lainnya serta penambahan variabel baru.
2. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk membuktikan hasil temuan penelitian ini pada objek yang berbeda atau ditempat yang sama pada waktu yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *The Academy of Management Review*, 13(3), 442. <https://doi.org/10.2307/258091>
- Casson, M. (2010). *Entrepreneurship Theory, Network, History*.

- Darmanto, S. (2013). Pengaruh Perceived Desirability, Perceived Feasibility, dan Propensity to Act terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 85–99.
- Dissanayake, D. M. N. S. (2013). The Impact of Perceived Desirability and Perceived Feasibility on Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students in Sri Lanka: An Extended Model. *Journal of Management*, 2(1), 33–57.
- Drennan, J., Kennedy, J., & Renfrow, P. (2005). Impact of childhood experiences on the development of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship and Innovation*, (November), 231–238.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kemenperin RI. (2017). Kemenperin: Industri Makanan dan Minuman Masih Jadi Andalan. Diambil 7 November 2018, dari Web Kemenperin RI website: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>
- Kemenperin RI. (2019a). Kemenperin: Industri Pangan Berbasis Perikanan Dipacu [Government]. Diambil 18 Oktober 2019, dari Kemenperin RI website: <https://kemenperin.go.id/artikel/14793/Industri-Pangan-Berbasis-Perikanan-Dipacu>
- Kemenperin RI. (2019b). Kemenperin: Jadi Prioritas Industri 4.0, Lima Sektor Ini Berkontribusi 60 Persen untuk PDB [Government]. Diambil 18 Oktober 2019, dari Kemenperin RI website: <https://kemenperin.go.id/artikel/19231/Jadi-Prioritas-Industri-4.0,-Lima-Sektor-Ini-Berkontribusi-60-Persen-untuk-PDB>
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15, 411.
- Lampu, E. (2018). Kemajuan Ekosistem Perikanan Indonesia [News]. Diambil 18 Oktober 2019, dari Kumparan website: <https://kumparan.com/lampu-edison/kemajuan-ekosistem-perikanan-indonesia-1538400542892905156>
- LIÑÁN, F., RODRÍGUEZ-COHARD, J. C., & RUEDA-CANTUCHE, J. M. (2005). *Factors affecting entrepreneurial intention levels*. 19.
- Mintardjo, C. M. O. (2010). *Faktor-Faktor yang memengaruhi Intensi Berwirausaha Mahasiswa di Kawasan Timur Indonesia (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sam Ratulangi Manado)*. II. Malang: Program Doktor Ilmu Manajemen FEB UB.
- Savira, H. (2017). Pentingnya Kemampuan Wirausaha bagi Generasi Muda [Blog]. Diambil 18 Oktober 2019, dari KOMPASIANA website: <https://www.kompasiana.com/hanumsavira/59c2ffcd298f3954ef6d2244/pentingnya-kemampuan-wirausaha-bagi-generasi-muda>
- Segal, G., Borgia, D., & Schoenfeld, J. (2005). The Motivation to Become an Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 11(1), 42–57.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). Social Dimensions of Entrepreneurship. Dalam *The Encyclopedia of Entrepreneurship* (C. A. Kent, D. L. Sexton and K. H. Vesper, hlm. 72–90). New Jersey: Prentice Hall.
- Shook, C. L., & Bratianu, C. (2010). Entrepreneurial intent in a transitional economy: An application of the theory of planned behavior to Romanian students. *International Entrepreneurship Management Journal*, 6, 231–247.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Summers, D. F. (2000). *The formation of entrepreneurial events*. New York: Garland Publishing.