

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI ANGGOTA HIPMI DALAM BERWIRAUSAHA
(Studi Pada Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Perguruan Tinggi Universitas Telkom)

ANALYSIS OF FACTORS THAT MOTIVATE HIPMI MEMBERS IN ENTREPRENEURSHIP
(Study on Young Entrepreneurs Association Students at Telkom University)

Rintan Fristania Adhani¹, Trisha Gilang Saraswati²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

rintanfristaniastudent.telkomuniversity.ac.id¹, trishasaraswati@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hasil Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Anggota Hipmi Dalam Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Perguruan Tinggi Universitas Telkom) dalam penelitian ini terdapat fenomena bahwa terdapat kurangnya motivasi pada anggota HIPMI untuk menjalankan bisnis atau sebagai wirausaha.

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* adalah teknik penarikan sampel yang tidak memberikan peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih untuk menjadi sampel. Dan peneliti akan menggunakan teknik *total sampling*. Menurut Sugiyono (2014:124) mengatakan bahwa *total sampling* adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel..

Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa penilaian responden yang merupakan 150 anggota HIPMI Telkom University mengenai motivasi berwirausaha berada pada kategori tinggi/baik, tanggapan responden tertinggi berada pada dimensi mengenai pekerja keras pada item pernyataan ke tujuh mengenai bekerja melebihi waktu pada umumnya yang memperoleh hasil persentase skor sebesar 71.47%, tanggapan ini menjadi tertinggi karena dalam dunia bisnis, entrepreneur bekerja 24 jam yang artinya melebihi pekerjaan yang lainnya, sehingga dapat dibilang seorang pebisnis harus bekerja melebihi waktu pada jam kerja umumnya, sementara tanggapan responden terendah berada pada dimensi mengenai prestatif pada item pernyataan ke sembilan belas mengenai selalu mengerjakan segala sesuatu dengan sempurna yang memperoleh hasil persentase skor sebesar 64.27%, hal ini dapat diartikan bahwa anggota HIPMI cenderung tidak dapat menyelesaikan pekerjaan dengan sempurna, selalu terdapat kesalahan walaupun hanya sedikit.

Kata kunci: Kewirausahaan, motivasi instrinsik, motivasi ekstrinsik

Abstract

This study was conducted to find out the results of the analysis of factors that motivate Hipmi members in entrepreneurship (Study on Young Entrepreneurs Association Students at Telkom University) in this study there is a phenomenon that there is a lack of motivation in HIPMI members to run a business or as entrepreneurs.

This study uses a non-probability sampling technique, which is a sampling technique that does not provide an opportunity for each element or member of the population to be selected as a sample. And the researcher will use the total sampling technique. According to Sugiyono (2014:124), total sampling is a sampling technique when all members of the population are used as samples.

Based on the results of the descriptive analysis that has been carried out, it can be seen that the assessment of respondents who are 150 members of HIPMI Telkom University regarding entrepreneurial motivation is in the high/good category, the highest respondent's response is in the dimension regarding hard workers on the seventh statement item regarding working over time at generally those who get a percentage score of 71.47%, this response is the highest because in the business world, entrepreneurs work 24 hours which means more than other jobs, so it can be said that a businessman has to work more than normal working hours, while the lowest respondents' responses are in dimensions regarding achievement in the nineteenth statement item regarding always doing everything perfectly which obtained a percentage score of 64.27%, this can be interpreted that HIPMI members tend not to be able to complete work perfectly, always can make mistakes even

if only a little

Keywords: *Entrepreneurship, motivating instrinsik, motivating ekstrinsik*

1. Pendahuluan

Bandung merupakan kota yang dijuluki kota kreatif, para pemuda Bandung dapat berkontribusi membuka peluang lapangan pekerjaan sendiri dengan menciptakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun dalam lapangannya dari sekian banyak pengusaha peran pemuda sangat sedikit tak lebih dari angka satu persen,

jika dibandingkan dengan beberapa negara Asean lain, kontribusi pemuda dalam UMKM mencapai belasan hingga puluhan persen, jauh dibanding di kota Bandung yang hanya satu persen. (Persiana, 2019). Adanya pertumbuhan wirausaha yang sangat signifikan di kota Bandung, dalam data terbaru situs web Dinas KUMKM Kota Bandung jumlah UMKM yang ada di kota Bandung saat ini mencapai 6.140 usaha yang ada. Namun hanya sedikit pemuda yang berkontribusi didalamnya, tak lebih dari satu persen saja (Persiana, 2019)

Ketua Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) mengatakan banyak pelaku usaha di Kota Bandung yang merupakan pedagang kurang memiliki nilai tambah, kondisi ini terjadi karena para pedagang belum memiliki kepercayaan diri untuk berkompetisi karena tidak memiliki daya saing yang kuat dan belum memiliki *mind set* menjadi seorang pengusaha (Sudrajat, 2018). Berdasarkan riset, adanya kegagalan wirausaha karena adanya kendala pendanaan dan dukungan, selain itu adanya ketidakcocokan produk dengan permintaan pasar juga menjadi faktor penyebabnya. Banyaknya kendala yang dihadapi para wirausaha, mendorong para pelaku usaha harus menyiapi berbagai keterampilan agar dapat menghadapi perubahan zaman. Maka banyaknya komunitas pengusaha yang mendorong para pelaku usaha untuk belajar dan berbagi pengalaman ilmu bisnis (Tyap, 2016).

TABEL 1. 1
KOMUNITAS BISNIS TERBESAR DI INDONESIA

| No | Nama organisasi / Komunitas | Target Anggota |
|----|-----------------------------|---|
| 1. | YukBisnis | Pengusaha maupun orang-orang yang ingin belajar seputar bisnis. |
| 2. | TDA Comunity | Wirausahawan muda dan orang-orang yang berminat dalam bidang wirausaha. |
| 3. | HIPMI | Para wirausahawan muda serta orang-orang yang berminat dalam bidang wirausaha. |
| 4. | Online Sellet Metup | Pembisnis online yang ingin terus mengembangkan usahanya, terutama di bidang teknologi digital |
| 5. | HerAction | Para wanita yang terjun dalam dunia bisnis, agar mampu mengembangkan <i>skill</i> -nya. |
| 6. | Boetan | Para pengrajin Tanah Air dalam menuangkan idenya, serta membagikan tips dan trik untuk mengembangkan usaha. |
| 7. | Investor Muda | Para pebisnis yang sudah handal |
| 8. | JCI Indonesia | Para pemuda yang memiliki kreativitas, Tangguh, dan kepedulian yang besar |

Sumber : (Annistri, 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 salah satu komunitas terbesar di Indonesia adalah HIPMI atau Himpunan Pengusaha Muda Indonesia, yang dibentuk untuk menumbuhkan semangat dalam berwirausaha agar memiliki semangat kaum muda untuk bercita-cita sebagai pengusaha, karena pada masa itu pemuda memiliki anggapan terutama kalangan intelektual untuk memilih profesi birokrat, TNI/POLRI dan sebagainya. (Hipmi, 2020). Organisasi HIPMI mendapat sorotan dari organisasi dan komunitas wirausaha lainnya dikarenakan HIPMI membentuk susunan kepengurusan yang luas dengan menetapkan adanya Badan Pengurus Pusat yang berkedudukan di Ibukota Negara, lalu Badan Pengurus Daerah yang berkedudukan di berbagai ibukota Provinsi yang saat ini memiliki 33 provinsi di Indonesia, dan Badan Pengurus Cabang yang berkedudukan di ibukota/kabupaten yang memiliki 274 Badan Pengurus Cabang. (HIPMI, 2021).

HIPMI Universitas Telkom memiliki Jumlah 262 anggota aktif, dengan memiliki berbagai macam usaha, seperti usaha kuliner, fashion dan jasa, selain itu anggota HIPMI juga ada yang belum memiliki usaha sama sekali, anggota yang belum memiliki usaha nantinya pengurus akan memberikan beberapa kegiatan yang memotivasi dan mewajibkan para anggota untuk memiliki usaha, seperti adanya kegiatan mentoring, yang akan diarahkan dan diberi mentor untuk membentuk usahanya. Anggota yang belum memiliki usaha sebanyak 112 orang, anggota yang memiliki usaha dibidang fashion terdapat 62 orang, usaha kuliner sebanyak 57, dan jasa sebanyak 31 orang.

Berdasarkan hasil wawancara beberapa anggota HIPMI yang belum memiliki usaha, alasan mengapa mereka belum memiliki usaha karena belum mengerti dan takut untuk memulai suatu usaha, oleh karena itu motivasi para anggota untuk masuk organisasi HIPMI Universitas Telkom salah satu cara yang tepat untuk membantu mereka memulai dan mengembangkan usahanya. Selain itu alasan anggota yang sudah memiliki usaha alasan mengikuti organisasi HIPMI para anggota ingin mendapatkan sebuah relasi di dalam organisasi HIPMI baik berupa kolaborasi bisnis dan mendapatkan ilmu untuk menjadi pengusaha yang sukses.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang dilakukan oleh Anggraeni, 2017 dengan judul penelitian "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Kecil dan Menengah pada Pengrajin Tenun Songket di Desa Jinengalem Kec. Buleleng", dengan hasil penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi

keberhasilan usaha kecil dan menengah pada pengrajin tenun songket di Desa Jineng dalam kecamatan Buleleng adalah motivasi, pengalaman dan usia pendidikan. Kemudian menurut penelitian yang dilakukan oleh Titin Rini Kartini, 2018 dengan penelitian berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mendorong Wanita untuk Menjadi Women Entrepreneur (Studi pada Anggota Asosiasi Pemasar Produk UKM Jawa Barat Yang Berdomisili di Kota Bandung)”, dengan hasil penelitian terbentuknya 7 faktor baru, yaitu Family Oriented, Family Background and Friends, Income Stability, Hobby and Facility Support, Public Existency, Challenges and Risk s, dan Phisycal Limitation. Sedangkan faktor yang paling dominan yaitu faktor Family Oriented yang terdiri dari variabel menjalankan usaha sekaligus melakukan pekerjaan rumah tangga, memiliki waktu lebih banyak dengan keluarga, menciptakan kesempatan kerja bagi anggota keluarga, dan adanya kemungkinan keuntungan yang besar.

Kourilsky dan Walstad (1998), mengatakan calon-calon wirausaha unggul dimasa yang akan datang mendapat pertimbangan bagi mahasiswa yang menerima pendidikan kewirausahaan saat berada di bangku kuliah, karena sikap, perilaku dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan akan memungkinkan lebih besar mereka untuk membuka usaha-usaha. Adapun objek studi yang penulis melibatkan mahasiswa Telkom University yang sudah memiliki usaha. Adapun penelitian yang akan dilakukan oleh penulis berjudul “**Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Anggota HIPMI dalam berwirausaha**” (Studi Pada Mahasiswa Himpunan Pengusaha Muda Perguruan Tinggi Universitas Telkom)”.

1.1 Rumusan Masalah

1. Apa faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha ?
2. Apa faktor yang lebih dominan yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha ?

2. Tinjauan Pustaka Penelitian

2.1 Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif, kreatif, berdaya, bercrepta, berkarsa, dan bersahaja dalam berusaha meningkatkan pendapatan kegiatan usahanya atau kiprahnya (Munawaroh,M, et al., 2016). Kewirausahaan berasal dari istilah entrepreneurship yang sebenarnya berasal dari kata entrepreneurship menurut Soemahamidjaja (dalam Daryanto, 2013: 3) yang artinya suatu kemampuan (ability) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, tenaga penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Zimmerer dan Scarborough (dalam Pambudy, Priatna & Burhanuddin,2017:33) mengatakan kewirausahaan merupakan hasil suatu proses pengaplikasian kreativitas dan inovasi secara sistematis dan disiplin dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan menangkap berbagai peluang besar. Maka dari itu kewirausahaan melibatkan strategi fokus terhadap ide-ide dan pandangan baru untuk menciptakan 13 produk atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan menyelesaikan masalah konsumen.

2.2 Wirausaha

Stephen P. Robbin dan Mary Coulter (2010,p46) mengatakan wirausaha adalah sebuah proses yang dilakukan oleh suatu individu maupun kelompok dengan melakukan berbagai usaha maupun sarana yang terstruktur guna untuk mendapatkan sebuah peluang dalam mengguakan inovasi dan suatu keunikan, sehingga mencapai nilai, kebutuhan yang diinginkan.

2.3 Motivasi

Menurut Wahjosumidjo dalam Rusdiana (2014:70), motivasi merupakan proses psikologi yang mencerminkan interaksi sikap, kebutuhan, persepsi, dan keputusan yang terjadi pada diri seseorang. Proses psikologi timbul akibat faktor dari dalam diri seseorang berupa kepribadian, sikap, pengalaman dan pendidikan, sedangkan dari luar diri seseorang berbagai faktor lain yang sangat kompleks. Seperti halnya dengan berwirausaha, kunci sukses untuk berhasil menjadi wirausaha adalah adanya motivasi yang kuat untuk berwirausaha. Motivasi untuk menjadi seseorang yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan masyarakat melalui pencapaian prestasi kerja sebagai wirausaha.

2.4 Motivasi Berwirausaha

Menurut Zimmerer & Scarborough (2014) motivasi berwirausaha didefinisikan sebagai sesuatu yang melatarbelakangi atau mendorong seseorang melakukan aktivitas dan memberi energi yang mengarah pada pencapaian kebutuhan, memberi kepuasan ataupun mengurangi ketidakseimbangan dengan membuka suatu usaha atau bisnis. Motivasi berwirausaha dipahami sebagai bentuk mental yang melekat pada diri seseorang yang melakukan wirausaha atau dengan kata lain wirausahawan (*entrepreneur*),namun dapat pula muncul karena faktor-faktor lingkungan yang memicu munculnya motivasi itu sendiri. Pernyataan sependapat dikemukakan oleh Saiman (2014:25) bahwa motivasi seseorang berwirausaha biasanya muncul dengan sendirinya, setelah memiliki bekal atau persiapan yang cukup dan matang untuk mengelola sebuah usaha serta kesiapan mental yang dirasa sudah sangat besar.

2.5 Dimensi Motivasi

Pada dasarnya setiap individu memiliki motivasi dalam membangun atau memacu agar semangat dalam bekerja. Yang membedakannya adalah apakah motivasi tersebut bersumber dari diri sendiri atau dari luar.

Menurut Fahmi (2013:14), motivasi terbagi menjadi dua bentuk dasar, yaitu:

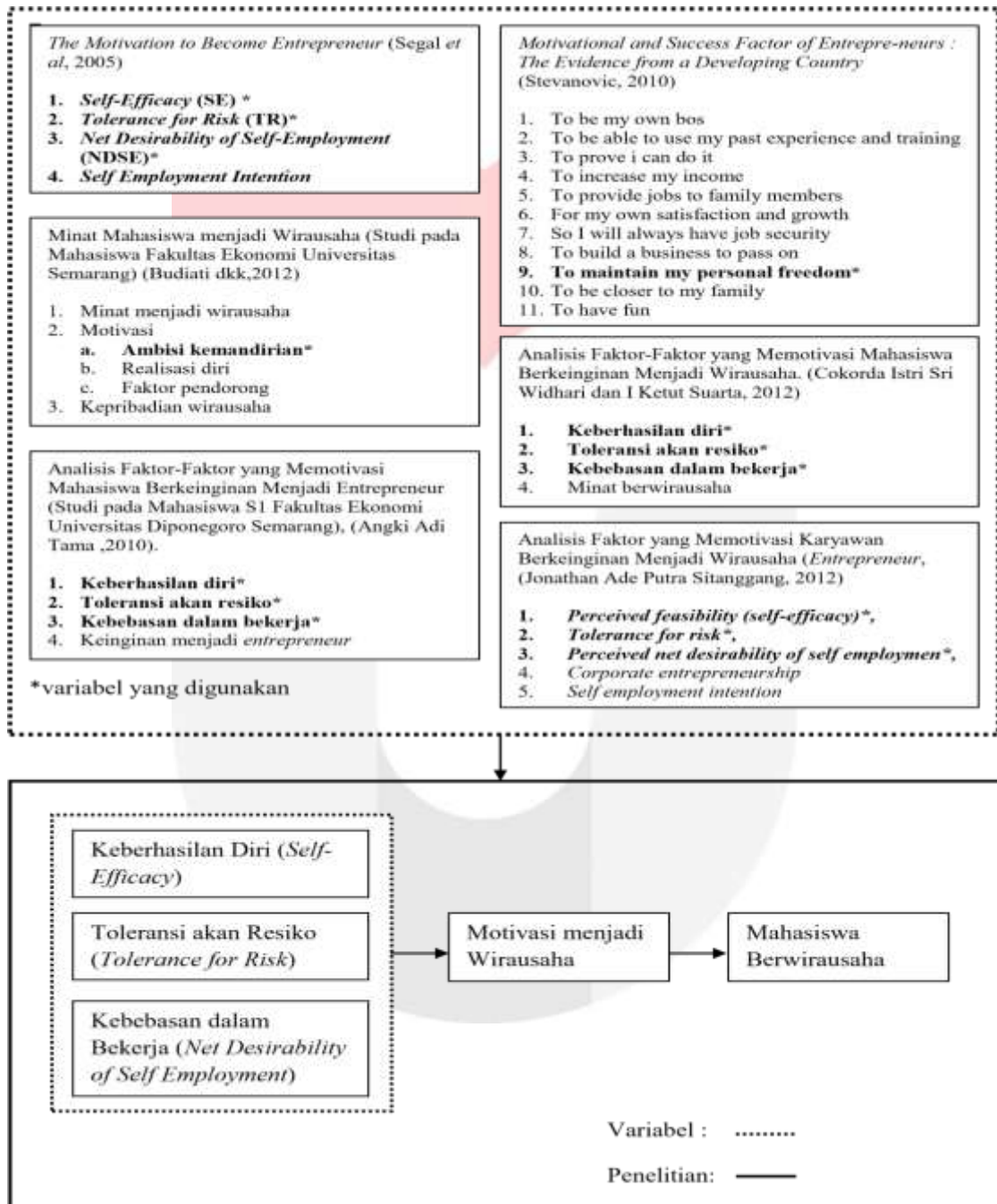
a. Motivasi Intrinsik

Motivasi yang muncul dan tumbuh serta berkembang dalam diri orang tersebut, yang selanjutnya kemudian mempengaruhi dirinya dalam melakukan sesuatu secara bernilai dan berarti.

b. Motivasi Ekstrinsik

Muncul dari luar diri seseorang, kemudian selanjutnya mendorong orang tersebut untuk membangun dan menumbuhkan semangat motivasi pada diri orang tersebut untuk mengubah seluruh sikap yang dimiliki olehnya saat ini ke arah yang lebih baik.

2.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka pemikiran
 Sumber: Hasil pengolahan data, 2021

3. Metode Penelitian

- Measure Of Sampling Adequacy (MSA)
- KMO dan Barlett Test (*Measure of Sampling Adequacy*)
- Analisis *Total Variance Explained* (Jumlah Faktor)
- Interpretasi Faktor Yang Terbentuk
- Komponen Matrik

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

a. *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

TABEL 4.1 Uji Measure Of Sampling Adequacy (MSA)

| No | Faktor | Nilai MSA |
|-----|----------------------|-----------|
| 1. | Motivasi Instrinsik | 0.955 |
| 2. | Motivasi Ekstrinsik | 0.935 |
| 3. | Disiplin | 0.938 |
| 4. | Pekerja Keras | 0.913 |
| 5. | Bermotivasi Tinggi | 0.943 |
| 6. | Kreatif dan Inovatif | 0.906 |
| 7. | Mandiri | 0.931 |
| 8. | Jujur | 0.916 |
| 9. | Realistis | 0.933 |
| 10. | Prestatif | 0.928 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 pengujian MSA, maka diperoleh hasil bahwa seluruh memiliki nilai > 0.5 , yang memenuhi batas pengujian MSA, sehingga faktor-faktor tersebut dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. *Measure of Sampling Adequacy (MSA)* digunakan untuk mengetahui apakah variabel sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Nilai ini dapat dilihat pada nilai anti-image correlation matriks. Jika nilai MSA lebih besar dari 0,5 maka variabel tersebut sudah memadai untuk dianalisis lebih lanjut. Apabila terdapat nilai MSA dari variabel-variabel awal yang kurang dari 0,5 harus dikeluarkan satu per satu dari analisis, diurutkan dari variabel yang nilai MSAnya terkecil dan tidak digunakan lagi dalam analisis selanjutnya.

b. KMO dan Barlett Test (*Measure of Sampling Adequacy*)

TABEL 4. 2 Uji KMO dan Barlett Test

| KMO and Bartlett's Test | | |
|--|--------------------|----------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .929 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 1007.561 |
| | Df | 45 |
| | Sig. | .000 |

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, hasil pengujian kecukupan sampel melalui indeks *kaiser-meyer-olkin (KMO)* *measure of sampling adequacy* dan nilai *signifikansi bartlett's test of sphericity*, diperoleh hasil KMO sebesar 0.929 ($0.929 > 0.5$) dengan *signifikansi bartlett's test of sphericity* sebesar 0.000 ($0.000 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa analisis faktor tepat digunakan untuk menyederhanakan kumpulan dari beberapa faktor-faktor tersebut.

c. Analisis *Total Variance Explained* (Jumlah Faktor)

TABEL 4. 3 Total Variance Explained (Jumlah Faktor)

| Component | Total Variance Explained | | | | | |
|-----------|--------------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|
| | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 6.313 | 63.134 | 63.134 | 6.313 | 63.134 | 63.134 |
| 2 | .627 | 6.273 | 69.407 | | | |
| 3 | .620 | 6.197 | 75.604 | | | |
| 4 | .531 | 5.306 | 80.910 | | | |
| 5 | .454 | 4.542 | 85.452 | | | |
| 6 | .411 | 4.109 | 89.561 | | | |
| 7 | .372 | 3.719 | 93.280 | | | |
| 8 | .259 | 2.588 | 95.868 | | | |

| | | | | | | |
|----|------|-------|---------|--|--|--|
| 9 | .251 | 2.511 | 98.379 | | | |
| 10 | .162 | 1.621 | 100.000 | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, Untuk menentukan faktor yang terbentuk. Maka harus dilihat nilai *eigenvaluanya* harus berada di atas satu (1). Jika sudah berada di bawah satu (1) maka sudah tidak terdapat faktor yang terbentuk, dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa terdapat 1 faktor pembentuk. Jumlah faktor pada analisis faktor ini ditentukan berdasarkan nilai proporsi kumulatif. Bila nilai proporsi kumulatifnya berkisar antara 60% -70%, maka komponen tersebut dapat dipilih sebagai komponen atau faktor utamanya. Faktor pembentuk dengan proporsi kumulatif berkisar antara 60% -70%, dalam penelitian ini, mampu menjelaskan sebesar 63.13%, dari keragaman total item-item penelitian.

d. Interpretasi Faktor Yang Terbentuk

Penamaan faktor dapat berupa nama baru yang dapat mewakili variabel-variabel yang menjadi anggotanya atau dari nama salah satu variabel yang membangun faktor tersebut. Pemberian nama dan konsep tiap faktor ditentukan berdasarkan makna umum variabel yang tercakup didalamnya. Dalam penelitian ini faktor yang terbentuk ialah "Motivasi Instrinsik" dengan penamaan Faktor Motivasi.

e. Komponen Matrik

**TABEL 4.4 Komponen Matrik
Component Matrix^a**

| | Component 1 |
|----------------------|----------------|
| Motivasi Instrinsik | .775 |
| Motivasi Ekstrinsik | .773 |
| Disiplin | .806 |
| Pekerja Keras | .873 |
| Berkomitmen Tinggi | .797 |
| Kreatif dan Inovatif | .850 |
| Mandiri | .758 |
| Jujur | .775 |
| Realistis | .819 |
| Prestatif | .708 |

a. 1 components extracted.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, maka diperoleh hasil kesimpulan bahwa faktor-faktor dari motivasi berwirausaha pada anggota HIPMI Telkom University berasal dari 1 faktor komponen yang terdiri pekerja keras, kreatif dan inovatif, realistis, disiplin, berkomitmen tinggi, motivasi instrinsik, motivasi ekstrinsik, jujur, mandiri dan prestatif sedangkan untuk faktor yang paling dominan terhadap motivasi berwirausaha pada anggota HIPMI Telkom University merupakan bekerja keras.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

1. Faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha merupakan pekerja keras, kreatif dan inovatif, realistis, disiplin, berkomitmen tinggi, motivasi instrinsik, motivasi ekstrinsik, jujur, mandiri dan prestatif.
2. Faktor yang paling dominan mahasiswa Telkom University dalam berwirausaha merupakan bekerja keras.

5.2 Saran

1. Tanggapan responden terendah berada pada dimensi mengenai prestatif pada item pernyataan ke sembilan belas mengenai selalu "mengerjakan segala sesuatu dengan sempurna" yang memperoleh hasil persentase skor sebesar 64.27%. Artinya anggota HIPMI cenderung mengerjakan sesuatu tidak dengan sempurna, masih sering terdapat kesalahan. Untuk mengurangi kesalahan dalam melakukan pekerjaan, anggota HIPMI perlu lebih teliti dalam melakukan pekerjaan, perlu perencanaan yang matang serta melakukan quality control pekerjaan.
2. Pernyataan "Percaya diri sendiri mampu untuk dapat mencapai tujuan" dengan hasil sebesar 65,47%. Yang dapat diartikan bahwa anggota HIPMI perlu percaya terhadap kemampuan diri sendiri untuk mencapai tujuan utamanya, hal ini dapat dilakukan dengan cara meyakinkan diri sendiri bahwa diri sendiri mampu untuk berusaha dan mencapai tujuan yang telah ditentukan.

3. Pernyataan “Memiliki jiwa optimisme yang tinggi, tetapi tidak terlalu idealis” dengan skor 65,73%. Dapat diartikan bahwa setiap anggota HIPMI perlu memiliki optimisme yang tinggi namun tidak perlu harus idealis, hal ini dapat dilakukan dengan cara menanamkan jiwa optimisme dalam melakukan hal apapun, sehingga anggota HIPMI jika melakukan sebuah pekerjaan.

Referensi:

- [1] Abdul Wahab, Murad Husni, et al. (2015). The impact of Entrepreneurs characteristics on smalls Business Success Medical Instruments supplies
- [2] Al, Ali Jufri. (2015). Pengaruh Karakteristik Entrepreneur Terhadap Kesuksesan Usaha Kuliner Di Kabupaten Bandung (Studi Kasus : Usaha Kuliner Kecamatan Bojongsoang). Bandung: Telkom University
- [3] Budiati, Yuli. (2016). Strategi pemasaran kewirausahaan pada umkm klaster bandeng presto semarang
- [4] Faturrahman. (2020). Analisis Faktor-Faktor Karakteristik Jiwa Kewirausahaan Dalam Keberhasilan Gerai Pujasera Sukabirus Kabupaten Bandung. Bandung: Telkom University
- [5] Hery (2017) Kewirausahaan. Jakarta: Grasindo Irham Fahmi (2016:1) Kewirausahaan
- [6] Indrawati. (2015). Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi. Bandung: Aditama.
- [7] Mohammad Arief, et. al. (2013). The Effect of Entrepreneurial Orientation on the Firm Performance through Strategic Flexibility: A Study on the SMEs Cluster in Malang
- [8] Sugiyono.(2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [9] Supardi. (2016). Aplikasi Statistika dalam Penelitian: Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif. Cetakan ke-5. Jakarta Selatan: Change Publication.
- [10] Suryana Yuyus, dan Bayu Kartib. (2010). Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses. Jakarta: Kencana.