

ABSTRAK

Dalam dunia wirausaha, kecepatan dari sebuah bisnis berkembang akan sebanding dengan seberapa luas dan kualitas jaringan yang dimiliki oleh bisnis tersebut. *Network* atau jaringan bisnis yang luas bisa ditingkatkan dengan cara bergabung dalam komunitas bisnis. Maraknya komunitas bisnis yang terus bermunculan di Indonesia menandakan bahwa kesadaran untuk berkomunitas atau yang disebut dengan *sense of community* sudah dianggap penting bagi individu-individu pebisnis. Komunitas-komunitas menjadi contoh nyata bagaimana kekuatan-kekuatan individu dapat membangkitkan diri dalam sisi ekonomi tanpa dorongan pemerintah untuk lebih maju. Dengan banyaknya peluang dan manfaat yang diperoleh dalam komunitas atau organisasi, maka dengan atau tanpa disadari *sense of community* tersebut menjadi sebuah kebutuhan bagi wirausaha untuk terus membangkitkan serta meningkatkan motivasi dalam berwirausaha. Motivasi berwirausaha memegang peranan penting untuk pencapaian keberhasilan usaha. Hal ini dikarenakan tidak semua orang mempunyai keberanian dalam memutuskan diri menggeluti dunia wirausaha. Banyaknya orang yang merasa ragu atas kemampuannya dalam melakukan kegiatan wirausaha. Motivasi untuk terus memperoleh imbalan minimal dalam bentuk laba, kebebasan, impian personal yang mungkin menjadi kenyataan, kemandirian serta mencari peluang-peluang pengembangan usaha dapat diraih dengan cara bergabung dengan komunitas atau organisasi. Maka dari itu *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs, dan share emotional connections* harus terus dikembangkan bagi wirausaha.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kausalitas. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik *judgement sampling*. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang. Alat ukur dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang terdiri dari kuesioner data demografi, *sense of community*, dan motivasi berwirausaha.

Tanggapan responden dikelompokkan ke dalam garis kontinum yang ditampilkan dalam bentuk presentase menunjukkan bahwa variabel X dan Y berada dalam kategori baik. Hasil uji annova atau uji F diketahui bahwa secara simultan *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs, dan share emotional connections* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Sedangkan berdasarkan uji t, diperoleh kesimpulan yang menjelaskan bahwa secara parsial *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs, dan share emotional connections* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Hasil uji determinasi simultan menunjukkan hubungan yang kuat dan positif antara *sense of community* yang terdiri dari *membership, influence, fulfillment of needs, dan share emotional connections* terhadap motivasi berwirausaha dengan nilai R^2 sebesar 66,5%. Sedangkan hasil uji determinasi parsial menunjukkan bahwa *membership* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 18,5% terhadap motivasi berwirausaha anggota komunitas yukbisnis.com, *influence* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 16,3% terhadap

motivasi berwirausaha anggota komunitas yukbisnis.com, *fulfilment of needs* memberikan kontribusi pengaruh sebesar 13% terhadap motivasi berwirausaha anggota komunitas yukbisnis.com, dan *share emotional connections* yang memberikan kontribusi pengaruh paling besar dengan nilai 18,7% terhadap motivasi berwirausaha anggota komunitas yukbisnis.com.

Kata Kunci : Sense of Community (Membership, Influence, Fulfilment of Needs, dan Share Emotional Connections) dan Motivasi Berwirausaha