

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN SIKAP TERHADAP
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI KOTA MAKASSAR**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Alauddin
Makassar

Oleh:

ABD RAHMIN
10600113130

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN
MAKASSAR**

2018

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abd. Rahmin
NIM : 10600113130
Tempat/ Tgl Lahir : Lembaya, 05 Oktober 1995
Jur/ Prodi/Konsentrasi : Manajemen/ Manajemen Sumber Daya Manusia
Alamat : BTN Griya Asri Sakinah
Judul : Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Sikap
Terhadap Keputusan Berwirausaha di Kota
Makassar.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar diperoleh karenanya batal demi hukum.

Samata, 23 November 2018

Penyusun

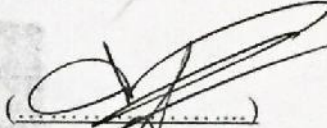
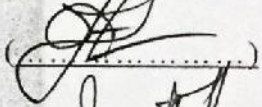
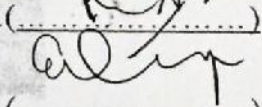
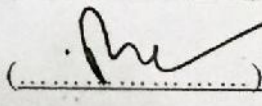
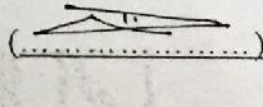
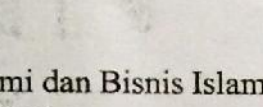
ABD. RAHMIN
10600113130

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Sikap Terhadap Keputusan Berwirausaha di Kota Makassar**", Nama : Abd. Rahmin, NIM: 10600113130, mahasiswa Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang munaqasyah yang diselenggarakan pada tanggal 23 November 2018, bertepatan dengan 15 Rabiul Awal 1440 H, dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Manajemen.

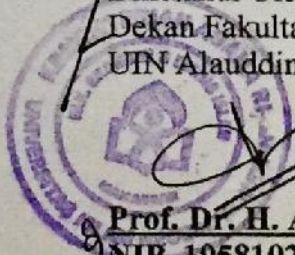
Samata-Gowa, 23 November 2018 M
15 Rabiul Awal 1440 H

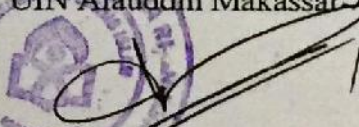
DEWAN PENGUJI

Ketua	: Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag	
Sekretaris	: Prof. Dr. H. Muslimin Kara, M.Ag	
Penguji I	: Dr. Hj. Rika Dwi Ayu Parmitasari, SE., M.Coom.	
Penguji II	: Muh. Akil Rahman, SE., M.Si	
Pembimbing I	: Dr. Syaharuddin, M.Si	
Pembimbing II	: Akhmad Jafar, SE., MM	

Diketahui Oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Alauddin Makassar




Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
NIP. 19581022 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'Alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh komunikasi interpersonal dan sikap terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar”** dengan baik. Shalawat dan Taslim semoga senantiasa tercurah dan terlimpah kepada junjungan Rasulullah Muhammad SAW, Nabi yang membawa perubahan besar bagi umat manusia.

Penyusunan skripsi ini terselesaikan berkat adanya kerjasama, bantuan, arahan, bimbingan dan petunjuk-petunjuk dari berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penyusun ingin menyampaikan rasa terima kasih atas sumbangsih pemikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril dan materil khususnya kepada orang tua penulis Ayahanda Abdul Haris, bunda Rosi dan keluarga terutama kakek Saidong dan kakek Hama, nenek Maria nenek Sitti dan nenek Sanna, tante Murni yang telah mendidikku, menyekolahkanku serta tiada henti dalam memberikan cinta, kasih sayang dan doa, yang telah banyak membantu baik berupa dukungan materil maupun moril dan doa yang senantiasa menyertai penyusun sehingga dapat menyelesaikan proses perkuliahan ini dengan baik serta kupersembahkan karya kecil ini sebagai hadiah yang dapat anakmu

persembahkan untuk membuat kalian tersenyum, bangga di hari tua dan sebagai balasan atas kerja keras kalian selaman ini. Dan tak lupa juga berterimah kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Musafir Pababbari, M.Si.** Selaku Rektor UIN Alauddin Makassar yang telah memberikan kebijakan-kebijakan demi membangun UIN Alauddin Makassar agar lebih berkualitas.
2. Bapak **Prof. Dr. H Ambo Asse, M.Ag,** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
3. Ibu **Rika Dwi Ayu Parmitasari, SE., M.Comm** selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar.
4. Bapak **Dr. Syaharuddin, M.Si** sebagai dosen pembimbing I dan bapak **Akhmad Jafar, SE., MM.** selaku dosen pembimbing II, yang juga telah memberikan pengarahan, bimbingan, saran yang berguna selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Untuk penguji komprehensif Ahmad Effendi SE., M.M, Dr. Awaluddin, SE., M.Si., dan Mustofa Umar, S.Ag, M.Ag yang telah mengajarkan kepada penulis bahwa untuk menjadi seorang sarjana itu tidaklah mudah, semua kesuksesan yang ingin dicapai butuh proses yang panjang dan perlu menghargai waktu.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

7. Seluruh staf bagian akademik, tata usaha, jurusan dan perpustakaan kampus UIN dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penyusun mengucapkan terimakasih atas bantuannya dalam pelayanan akademik dan administrasi.
8. Terima kasih teman-teman seangkatan Manajemen 2013 Jumardi, Fahrul, Dulla, Irham, Yusri, Ado, Reksa, Aan, Rara, Isma, Ami, Tantri, Reski, Suci, Rahmi, Aya, Fatimah, Hariyati, dan yang tidak sempat saya sebut namanya satu persatu.
9. Terima kasih juga untuk sahabatku Andi Oca, Wandu, Santo, Supri, Alim, Azis, Ardi, Ansar, Tambor, Akbar, Wahid, Lulu, Ilham, Muhajirin, Bully, Medi, Fitri, Dg Bayang, Masri, Cia, Sirah, Amma, Ayu, Weni, Titi, Andin, Dewi, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Untuk teman-teman KKN Angkatan Ke 54 Kelurahan Malino Kec. Tinggi Moncong Kab. Gowa (Andi, Mail, Wahyu, Korcam, Araf, Sulham, Titi, Nini, Ummul, Ulfa) berkenalan dengan kalian, hidup bersama, bekerja bersama semuanya itu memberikan pelajaran kepada penulis bagaimana arti tanggung jawab yang sebenarnya.
11. Untuk teman-teman SDN Lembaya, MTS MUH Lembang Bu'ne, dan MAN 1 Gowa, terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan hidupku, semoga kita bisa menjadi orang sukses.

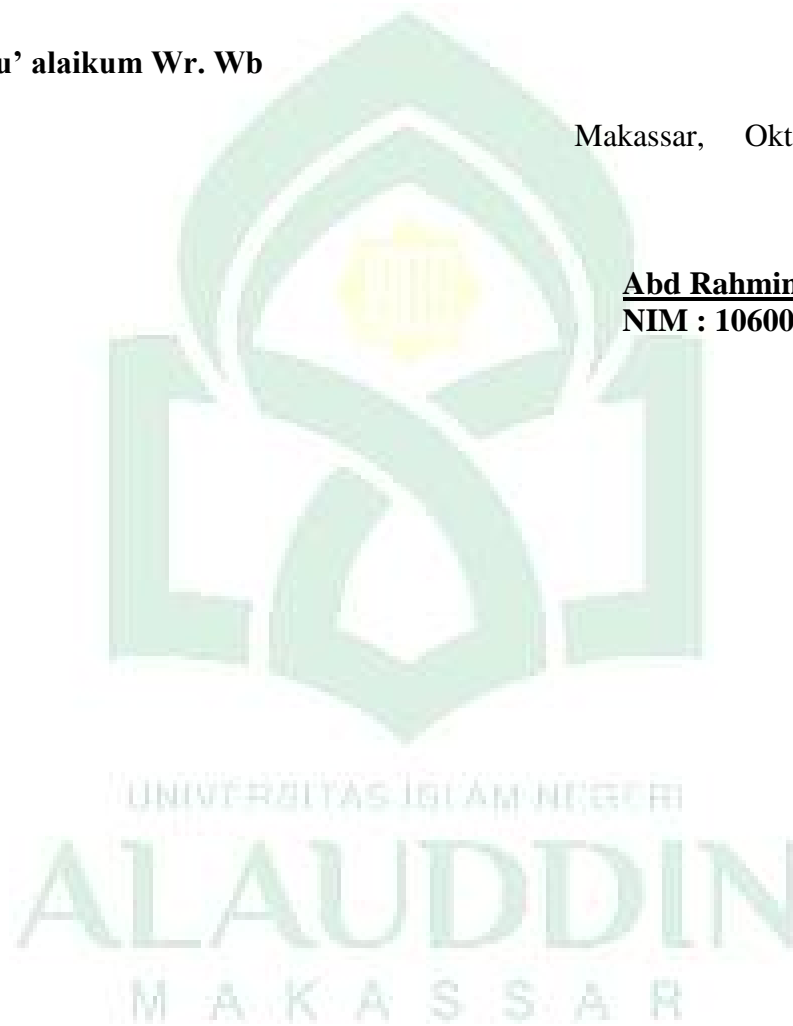
Ucapan terimakasih dan permohonan maaf penulis juga kepada keluarga, sahabat, serta teman yang tidak sempat disebutkan namanya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penyusun berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan dan dapat dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian

selanjutnya. Penyusun juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan banyak kelemahan, sehingga penyusun tak lupa mengharapkan saran dan kritik atas skripsi ini. Semoga skripsi ini memberi manfaat bagi semua pembaca Amin.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb

Makassar, Oktober 2018

Abd Rahmin
NIM : 10600113130



DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1-15
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Hipotesis	8
D. Definisi Operasional	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN TEORETIS	16-36
A. Manajemen Sumber Daya Manusia	16
B. Komunikasi Interpersonal	18
C. Sikap.....	26
D. Keputusan Berwirausaha.....	31
E. Kerangka Pikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	37-46
A. Jenis dan Lokasi Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Jenis dan Sumber Data.....	38
E. Metode Pengumpulan Data.....	39
F. Instrumen Penelitian	40
G. Validasi dan Reliabilitas	42
H. Tekni Analisis Data	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47-64
A. Gambaran Umum.....	47
B. Hasil Penelitian	49
C. Pembahasan	64

BAB V	PENUTUP	68-69
	A. Kesimpulan	68
	B. Implikasi Penelitian	68
	Daftar Pustaka	70-72
	Lampiran	
	Riwayat Hidup	

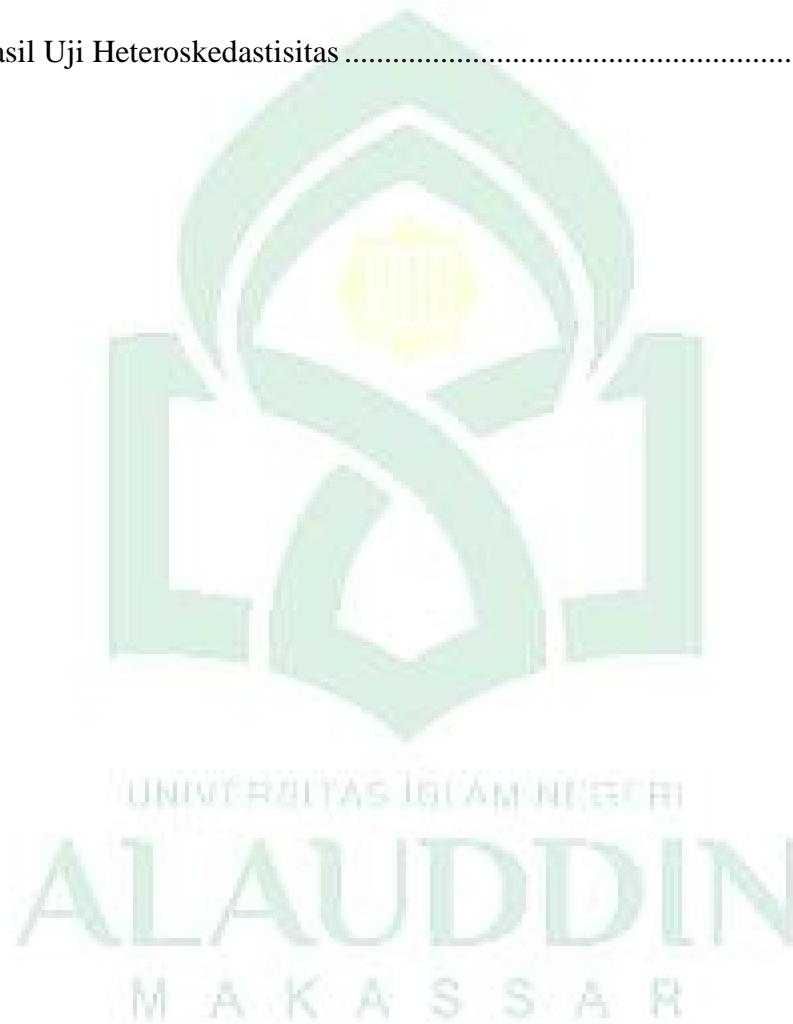


DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
3.1	Instrumen Penelitian	41
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	52
4.5	Hasil Uji Validitas Komunikasi Interpersonal (X1)	53
4.6	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.7	Uji Normalitas	55
4.8	Autokorelasi.....	56
4.9	Uji Multikolinearitas.....	58
4.10	Hasil Uji Hitung – Uji Simultan.....	60
4.11	Hasil Uji F (X ₁ ,X ₂ , Terhadap Y)	61
4.12	Hasil Uji t.....	62
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	63

DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1.1	Data Perkembangan Jumlah Wirausaha Kota Makassar	3
2.1	Skema Kerangka Pikir	36
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	58



ABSTRAK

Nama : Abd Rahmin
Nim : 10600113130
Judul : Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Sikap terhadap keputusan Berwirausaha di Kota Makassar

Pengangguran dan kemiskinan merupakan masalah klasik yang di hadapi kota-kota besar termasuk Kota Makassar. Tingginya angka pengangguran merupakan fenomena yang terjadi di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh komunikasi interpersonal dan sikap terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi interpersonal dan sikap sebagai variabel independen, keputusan berwirausaha sebagai variabel dependen.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui survei, kuesioner secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wirausaha di Kota Makassar. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *non probability sampling* yaitu penelitian *purposive sampling*, untuk penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan-pertimbangan. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda, untuk analisis data dengan bantuan program SPSS Ver. 21.

Hasil penelitian dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa (1) Komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha di Masyarakat Kota Makassar. (2) Sikap berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha di Masyarakat Kota Makassar. (3) Komunikasi interpersonal dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar.

Kata kunci : Komunikasi Interpersonal, Sikap dan Keputusan Berwirausaha

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk terpadat dengan jumlah total populasi sekitar 260 juta penduduk. Indonesia merupakan negara berpenduduk terpadat ke empat di dunia hal ini berpengaruh pada kepadatan penduduk di beberapa kota besar di Indonesia salah satunya yaitu kota makassar.

Kota Makassar merupakan salah satu kota yang tumbuh cepat secara alamiah baik dilihat dari jumlah penduduknya maupun dari kemampuan ekonominya yang berdampak pada pemenuhan akan kebutuhan sarana dan prasarana. Bertambahnya jumlah penduduk akan selalu diwarnai dengan munculnya masalah-masalah akibat kehidupan penduduk yang dinamis seperti masalah kemiskinan dan pengangguran.

Pengangguran dan kemiskinan merupakan masalah klasik yang di hadapi kota-kota besar termasuk Kota Makassar. Tingginya angka pengangguran merupakan fenomena yang terjadi di Kota Makassar. Banyaknya jumlah angkatan kerja tidak sebanding dengan lapangan kerja yang tersedia (Andika, 2012).

Salah satu faktor yang meningkatkan tingginya angka pengangguran di negara Indonesia adalah terlampau banyaknya tenaga kerja yang diarahkan kesektor formal, sehingga ketika pekerjaan disektor formal tidak tumbuh dan berkembang orang tidak berusaha untuk menciptakan pekerjaan sendiri disektor swasta. Hal inilah yang mengakibatkan tingginya jumlah pengangguran dan rendahnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia (Andika, 2012).

Kepala Badan Pusat Statistik (BPS) Suryamin mengatakan tingkat pengangguran terbuka pada Februari 2016 mencapai 7,02 juta orang atau 5,5 persen. Namun jumlah pengangguran tersebut menurun bila dibandingkan dengan Februari 2015, yang mencapai 7,45 juta orang (5,81 persen). Apa bila dibandingkan dengan Agustus 2015, tingkat pengangguran terbuka ini juga menurun. Pada Agustus 2015, tingkat pengangguran mencapai 7,56 juta orang atau 6,18 persen.

Meskipun mengalami penurunan namun jumlah tersebut tidak sebanding dengan tingginya jumlah pengangguran bertitel sarjana. Hal ini tentu memprihatinkan, karena perguruan tinggi berperan strategis dalam peningkatan daya saing bangsa. Daya saing menjadi kunci kemenangan di era globalisasi (Suryamin, 2016).

Menurut data BPS menyatakan, jumlah lulusan perguruan tinggi yang bekerja adalah 12,24%. Jumlah tersebut setara 14,57 juta dari pekerja di seluruh Indonesia. Sementara pengangguran lulusan perguruan tinggi mencapai 11,19% atau setara 787 ribu dari total 7,03 orang yang tidak memiliki pekerjaan (Suryamin, 2016).

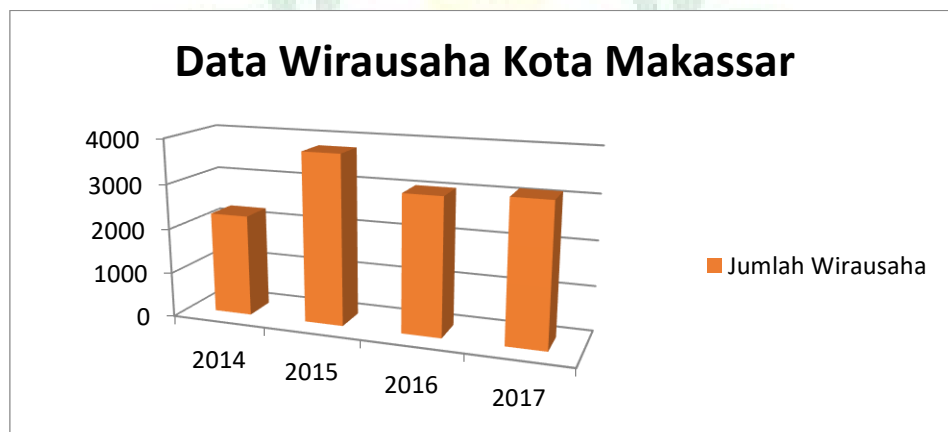
Tingginya jumlah pengangguran dari perguruan tinggi menandakan adanya ketidaksesuaian permintaan pasar tenaga kerja dan kompetensi lulusan. Salah satu alternatif untuk memecahkan masalah pengangguran adalah dengan memberdayakan masyarakat melalui program kewirausahaan (entrepreneurship). Pengusaha di Indonesia masih dikatakan cukup rendah. Menurut Bahlil saat ini Indonesia memiliki 1,5% pengusaha dari sekitar 252 juta penduduk Indonesia. Indonesia masih membutuhkan sekitar 1,7 juta pengusaha untuk mencapai angka 2% (Andika, 2012).

Wirausaha adalah salah satu solusi tepat mengatasi pengangguran melalui wirausaha seseorang mampu mandiri dalam berbisnis, tidak cemas akan status

pekerja pada perusahaannya dan lebih bebas dalam menjalankan usahanya. Disamping itu, melalui wirausaha membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain sehingga mengurangi pengangguran (Septiawan, 2014). Namun meskipun melalui wirausaha mampu menciptakan lapangan pekerjaan namun kesadaran masyarakat untuk berwirausaha masih sangat kurang. Berdasarkan data badan pusat statistik Kota Makassar pertumbuhan jumlah wirausaha masih sangat kurang, seperti pada data badan pusat statistik berikut ini:

Gambar 1.1

Data Perkembangan Jumlah Wirausaha Kota Makassar



Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Makassar

Berdasarkan data jumlah wirausaha di kota Makassar sejak tahun 2014-2017 pertumbuhan jumlah wirausaha mengalami fluktuasi dimana pada tahun 2014 jumlah wirausaha sebanyak 2263 kemudian pada tahun 2015 meningkat sebanyak 3780 selanjutnya pada tahun 2016 kembali menurun menjadi 3045 selanjutnya pada tahun 2017 terus mengalami peningkatan sebanyak 3132.

Pengaruh komunikasi dan sikap kewirausahaan selama ini telah dipertimbangkan sebagai salah satu faktor penting untuk menumbuhkan dan mengembangkan hasrat, jiwa dan perilaku berwirausaha di kalangan generasi muda (Kourilsky dan Walstad, 1998). Terkait dengan pengaruh komunikasi pendidikan kewirausahaan tersebut, diperlukan adanya pemahaman tentang bagaimana mengembangkan dan mendorong lahirnya wirausaha-wirausaha yang baru (Djari, 2013).

Beberapa penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa keinginan berwirausaha para mahasiswa merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha-wirausaha masa depan (Kourilsky dan Walstad, 1998). Sikap, perilaku dan pengetahuan mereka tentang kewirausahaan akan membentuk kecenderungan mereka untuk membuka usaha-usaha baru di masa mendatang (Andika, 2012).

Salah satu faktor yang sangat menentukan dalam peningkatan kinerja usaha kecil adalah faktor sumber daya manusia (wirausaha). Wirausaha yang dimaksud adalah mereka yang memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif, memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan, baik melalui pendidikan dan pelatihan, pengalaman, maupun mentoring, serta sikap kewirausahaan (Rakib, 2010).

Seorang wirausaha yang ingin berhasil dalam mengelola dan meningkatkan kinerja usahanya harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif. Pentingnya komunikasi yang efektif dalam memengaruhi kinerja usaha kecil cukup besar, sebagaimana dikemukakan oleh Meng dan Liang (1996) bahwa 17% dari kinerja ditentukan oleh kemampuan untuk berkomunikasi dengan pelanggan (Rakib, 2010).

Pembelajaran wirausaha juga merupakan salah satu variabel yang memengaruhi kinerja usaha kecil. Pembelajaran wirausaha sangat diperlukan bagi seorang wirausaha dalam memulai dan mengembangkan usaha meningkatkan kemampuan dalam mengidentifikasi dan mengembangkan peluang usaha yang ada, membangun jejaring usaha, serta menentukan strategi usaha yang paling tepat. Pembelajaran wirausaha ini di samping didapat dari proses belajar formal seperti pendidikan dan latihan, sebagian besar justru banyak diperoleh dari proses pembimbingan dari senior dan pengalaman dalam menjalankan usahanya (Rakib, 2010).

Menurut Suryana (2003) menyebutkan bahwa perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor dari diri seorang wirausaha yang meliputi cara berkomunikasi, pendidikan, usia dan jenis kelamin. Faktor eksternal merupakan faktor yang mempengaruhi diri seorang wirausaha dari luar seperti lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat secara umumnya (Ikhsanudin, 2012).

Berdasarkan pendapat tersebut, faktor kemahiran komunikasi interpersonal merupakan salah satu faktor yang perlu dikuasai masyarakat, agar masyarakat di Kota Makassar mampu mengemukakan pendapat, kerja sama, dan menghargai orang lain. Kemahiran komunikasi interpersonal bukan hanya untuk bertujuan berkomunikasi tetapi mengajarkan masyarakat dan mahasiswa mampu menyelesaikan permasalahan dengan masyarakat dan mahasiswa lain, keluarga maupun orang-orang sekitarnya (Ikhsanudin, 2012).

Menurut Deddy Mulyana dalam Suranto (2011) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan, yaitu bahasa yang digunakan, tetapi bagaimana dikatakan misalnya non-verbal pesan yang dikirim, seperti nada suara dan ekspresi wajah (Ikhsanudin, 2012).

Ketika dua atau lebih orang berada ditempat yang sama dan menyadari kehadiran satu sama lain, maka komunikasi dikatakan langsung, tidak peduli seberapa halus atau disengaja. Dengan adanya komunikasi interpersonal yang baik maka dapat membantu masyarakat dalam menjalankan usahanya, berkomunikasi dengan pelanggan, begitupun masyarakat yang baru mau mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen dalam Dharmmesta, 1998) bahwa sebuah perilaku dengan keterlibatan tinggi membutuhkan keyakinan dan evaluasi untuk menumbuhkan sikap, norma subyektif, dan kontrol keperilakuan dengan intensi sebagai mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku (Andika, 2012). Keputusan berwirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan tinggi (*high involvement*) karena dalam mengambil keputusan akan melibatkan faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, pembelajaran (sikap), faktor eksternal seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya (norma subyektif). Kemudian mengukur kontrol keperilakuan yang dirasakan (efikasi diri) yaitu suatu kondisi bahwa orang percaya tindakan itu mudah

atau sulit untuk dilakukan dengan memahami berbagai risiko atau rintangan-rintangan yang ada apabila mengambil tindakan tersebut (Ajzen, 2008).

Winarno (2011: 91) sikap kewirausahaan adalah kecenderungan berpikir (kognitif), merasa (afektif) dan berperilaku (konatif) dari karyawan dalam bekerja yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dengan memberikan pelayanan baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Andika (2012) dimana sikap merupakan kecenderungan individu dalam memberi respon atau menerima rangsangan terhadap suatu objek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka (Ardiyani, 2016).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa sikap positif sangat penting dimiliki oleh seorang pengusaha, begitupun masyarakat yang baru berkepusan untuk berwirausaha. Dengan adanya sikap positif ini diharap mampu membantu masyarakat untuk merespon atau menerima rangsangan dari orang-orang sekitarnya, karena dengan respon dan penerimaan rangsangan ini masyarakat maupun mahasiswa dapat mengambil keputusan, keputusan untuk berwirausaha.

Sondari (2009) Kewirausahaan merupakan jiwa dari seseorang yang diekspresikan melalui sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif untuk melakukan suatu kegiatan. Perlu ditegaskan bahwa tujuan kewirausahaan sebenarnya tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan *business entrepreneur*, tetapi mencakup seluruh profesi yang didasari oleh jiwa wirausaha atau *entrepreneur*, yang (2013) memandang individu yang menunjukkan sikap positif terhadap kewirausahaan, memiliki kemungkinan lebih

besar untuk menjadi seorang pengusaha dan percaya bahwa berwirausaha bukan sekedar metode untuk bertahan hidup tetapi cara untuk mencapai aktualisasi diri.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul “PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA DI KOTA MAKASSAR“.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, adapun yang menjadi perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah komunikasi interpersonal dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar ?
2. Apakah komunikasi interpersonal berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar ?
3. Apakah sikap berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar?

C. Hipotesis

1. Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar

Menurut Deddy Mulyana dalam Suranto (2011) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan (Ikhsanudin, 2012).

Hal itu diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif Ikhsanuddin dengan judul pengaruh komunikasi interpersonal dan lingkungan kerja terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta terdapat pengaruh yang signifikan komunikasi interpersonal terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta (Ikhsanudin, 2012).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti menduga bahwa:

H₁: Diduga Bahwa Komunikasi Interpersonal Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Berwirausaha di kota Makassar.

2. Pengaruh sikap terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar.

Suprati (2010:135) mendefinisikan sikap sebagai suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Sikap memiliki sifat sebagai berikut: (1) sikap adalah sesuatu yang bisa dipelajari; (2) sikap memiliki konsistensi; dan (3) sikap bisa berbeda karena situasi yang berbeda.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Pebi Ardiyani (2016) yang berjudul pengaruh sikap, pendidikan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap yang dimiliki masyarakat dan mahasiswa maka akan meningkatkan minat masyarakat dan mahasiswa untuk berwirausaha. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti menduga bahwa.

H₂: Diduga Bahwa Sikap Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Berwirausaha di kota Makassar.

3. Pengaruh komunikasi interpersonal dan sikap terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar.

Menurut Deddy Mulyana dalam Suranto (2011) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan (Ikhsanudin, 2012).

Hal itu diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif Ikhsanuddin dengan judul pengaruh komunikasi interpersonal dan lingkungan kerja terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta Terdapat pengaruh yang signifikan komunikasi interpersonal terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta (Ikhsanudin, 2012).

Suprati mendefinisikan sikap sebagai suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Sikap memiliki sifat sebagai berikut: (1) sikap adalah sesuatu yang bisa dipelajari; (2) sikap memiliki konsistensi; dan (3) sikap bisa berbeda karena situasi yang berbeda (Ardiyani, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni PutuPebi Ardiyani yang berjudul pengaruh sikap, pendidikan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap yang dimiliki mahasiswa maka akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha.

Berdasarkan penjelasan diatas maka:

H₃: Diduga bahwa komunikasi interpersonal dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha di kota Makassar.

D. Definisi Operasional

1. Variabel Independen

a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara *verbal* maupun *non-verbal* komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan, yaitu bahasa yang digunakan, tapi bagaimana dikatakan misalnya *non-verbal* pesan yang dikirim, seperti nada suara dan ekspresi wajah. Ketika dua atau lebih orang berada di tempat yang sama dan menyadari kehadiran satu sama lain, maka komunikasi dikatakan langsung, tidak peduli seberapa halus atau disengaja.

b. Sikap

Sikap adalah semakin baik sikap kewirausahaan maka semakin tinggi minat berwirausaha mahasiswa, masyarakat ataupun dosen. Sebaliknya, semakin tidak baik sikap kewirausahaan maka semakin rendah pula minat berwirausaha.

c. Keputusan Berwirausaha

Suatu kendak atau intensi untuk menjadi wirausaha baru, keputusan ini dapat dilihat dari sikap terhadap perilaku berwirausaha yang meliputi keyakinan dan evaluasi terhadap hasil hasil berwirausaha, norma subyektif yang mendorong individu untuk melakukan tindakan berwirausaha, dan control perilaku yang menguatkan tindakan berwirausaha dijalankan.

E. Kajian Pustaka

Berikut ini ada beberapa penelitian terhadap yang memiliki relevansi dalam penelitian ini, yaitu:

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1	Muhammad Rakib (2010)	Pengaruh model Komunikasi Wirausaha, Pembelajaran Wirausaha, dan Sikap Kewirausahaan terhadap kinerja Usaha kecil	Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas model komunikasi wirausaha berada dalam kategori cukup tinggi (66,69%). Begitupun dengan sikap kewirausahaan berada pada kategori cukup tinggi (68,12%). Artinya variabel X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap variabel Y.
2	Manda Andika, dkk (2012)	Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Efikasi Diri Terhadap intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala	Penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan antara ketiga variabel independen yaitu sikap (X_1), norma subyektif(X_2) dan efikasi diri (X_3) dengan intensi berwirausaha (Y) termasuk kategori kuat, ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,616.

		(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala)	
3	Muhammad Arif Ikhsanuddin (2012)	Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Smk Muhammadiyah 3 Yogyakarta	Penelitian ini menunjukkan bahwa Peningkatan intensi berwirausaha ditentukan oleh komunikasi interpersonal dan lingkungan keluarga sebesar 5,1% sedangkan 94,9% ditentukan oleh faktor lainnya. Hasil tersebut memberikan pengertian ada pengaruh yang signifikan variabel komunikasi interpersonal dan lingkungan keluarga secara bersama-sama terhadap intensi berwirausaha.

F. *Tujuan Dan Kegunaan Penelitian*

1. Tujuan

Sesuai dengan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui komunikasi interpersonal dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar

- b. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar.
- c. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar.

2. Kegunaan penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai petunjuk dalam pengembangan ilmu berwirausaha.

- b. Bagi instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan para individu dalam membuat keputusan berwirausaha.

- c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya pada bidang ilmu manajemen sumber daya manusia. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian pada bidang yang sama.

G. Sistematika Penulisan

Penulisan Skripsi ini terdiri atas 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, Hipotesis, definisi operasional dan ruang lingkup penelitian, kajian pustaka tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini diuraikan tentang tinjauan islam, pengertian *komunikasi interpersonal* dan *sikapserta* kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis dan sumber penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menguraikan tentang Gambaran Umum, Hasil Penelitian, dan Pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini menguraikan tentang Kesimpulan dan Implikasi Penelitian.



BAB II

TINJAUAN TEORITIS

A. *Manajemen Sumber Daya Manusia*

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Peraturan dilakukan melalui proses dan diatur berdasarkan urutan dari fungsi-fungsi manajemen itu. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan. Manajemen diartikan sebagai ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber daya lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Hasibuan, 2011:2).

Manajemen Sumber Daya manusia adalah proses pengolahan manusia, melalui perencanaan, rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, pemberian kompensasi, karier, keselamatan dan kesehatan serta menjaga hubungan industrial sampai pemutusan pemutusan hubungan kerja guna mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan kesejahteraan stakeholder (Kasmir, 2016:6).

Simamora dalam Suranto (2009) manajemen sumber daya manusia adalah pendayagunaan, pengembangan, penilaian, pemberian balas jasa, dan pengelolaan individu anggota organisasi atau kelompok pekerja. Sedangkan Dessler dalam Suranto (2009) manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai suatu kebijakan dan praktik yang dibutuhkan seseorang yang menjalankan aspek “orang” atau sumber daya manusia dari posisi seorang manajemen, meliputi perekrutan, penyaringan, pelatihan, pengimbalan, dan penilaian.

Schuler, *et al* dalam Suranto (2009) mengertikan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), merupakan pengakuan tentang pentingnya tenaga kerja organisasi sebagai Sumber Daya Manusia (SDM) yang sangat penting dalam memberi kontribusi bagi tujuan-tujuan organisasi, dan menggunakan beberapa fungsi dan kegiatan untuk memastikan bahwa SDM tersebut digunakan secara efektif dan adil bagi kepentingan individu, organisasi, dan masyarakat.

Manajemen sumber daya manusia merupakan salah satu bidang dari manajemen umum yang meliputi segi-segi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian (Rivai, 2009:1). Manajemen sumber daya manusia merupakan bidang strategis dari organisasi. Manajemen sumber daya manusia harus dipandang sebagai perluasan dari pandangan tradisional untuk mengelolah orang secara efektif dan untuk itu membutuhkan pengetahuan tentang perilaku manusia dan kemampuan mengelolanya.

Menurut dessler manajemen sumber daya didefinisikan sebagai suatu kebijakan dan praktik yang dibutuhkan seseorang dalam menjalankan aspek “orang” atau sumber daya manusia dari posisi seorang manajemen, meliputi perekrutan, penyaringan, pengimbalan, dan penilaian (Sutrisno, 2009: 6).

Manajemen sumber daya manusia merupakan sarana untuk meningkatkan kualitas manusia, dengan memperbaiki sumber daya manusia, meningkatkan pula kinerja dan daya hasil organisasi. Banyaknya pegawai yang tidak disiplin yang tentunya akan mengakibatkan penurunan kinerja pegawai itu sendiri sehingga untuk meningkatkan kinerja pegawai diperlukan penelitian terhadap faktor-faktor

yang mempengaruhinya dengan memperhatikan kebutuhan dari para pegawai diantaranya adalah terbentuknya budaya organisasi yang baik dan terkoordinasi (Parmitasari, dkk. 2017: 61).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen sumber daya manusia diartikan sebagai pemamfaatan sumber daya manusia manusia melalui perencanaan, penorganisasian, pengarahan dan pengendalian yang dilakukan menentukan serta mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan kesejahteraan *stakeholder*.

B. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Kata “komunikasi” berasal dari bahasa Latin, *Communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Gerad E. Miler mengemukakan dalam Daryanto (2011) bahwa komunikasi sebagai situasi yang memungkinkan suatu sumber mentransmisikan suatu pesan kepada seorang penerima dengan disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima. Proses komunikasi minimal terdiri dari tiga unsur utama yaitu pengirim pesan, pesan itu sendiri dan target penerima pesan. Menurut Hardjana dalam Daryanto (2011), Salah satu jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi (Ikhshanudin, 2012).

Komunikasi merupakan salah satu faktor penting terjalannya aktivitas. Dengan komunikasi aktivitas apapun pasti terjadi baik antar individu, kelompok maupun organisasi. Manusia merupakan makhluk sosial dimana selalu hidup dengan manusia lain selalu berkomunikasi dalam mengatur dan mengorganisasi kehidupannya. Didalam diri manusia terdapat kepribadian yang masing-masing individu berbeda sehingga kajian mengenai manusia menjadi penting (Tiyas, 2017).

Joseph A.Devito (dalam Cangara, 2007:29) membagi komunikasi menjadi empat macam yaitu komunikasi antar pribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik dan komunikasi massa. Di dalam masyarakat, komunikasi interpersonal merupakan bentuk komunikasi antara seseorang dengan orang lain dalam suatu masyarakat untuk mencapai tujuan tertentu yang bersifat pribadi (Tiyas, 2017).

Djoko Purwanto (2006: 21) Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara individu yang satu dengan yang lain baik yang terjadi dalam suatu masyarakat maupun dalam organisasi dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu. dionlinekan melalui internet dapat membawa keuntungan besar bagi pengusaha karena produknya di kenal di seluruh dunia. tujuan komunikasi interpersonal adalah menyampaikan informasi, berbagi pengalaman, menumbuhkan simpati, melakukan kerjasama, menceritakan kekecewaan atau kekesalan dan menumbuhkan motivasi (Tiyas, 2017).

Deddy Mulyana dalam Suranto (2011) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan, yaitu bahasa yang digunakan, tapi bagaimana dikatakan misalnya non-verbal pesan yang dikirim, seperti nada suara dan ekspresi wajah. Ketika dua atau lebih orang berada di tempat yang sama dan menyadari kehadiran satu sama lain, maka komunikasi dikatakan langsung, tidak peduli seberapa halus atau disengaja (Hartley, 2001) (Ikhsanudin, 2012).

Komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Efektivitas dalam komunikasi interpersonal akan mendorong terjadinya hubungan yang positif antara teman, keluarga, masyarakat, maupun pihak-pihak yang saling berkomunikasi. Hal tersebut memberikan manfaat dan memelihara hubungan antarpribadi.

Sikap positif yang perlu dikembangkan Mahasiswa, masyarakat ataupun dosen di kota Makassar untuk mendukung efektivitas komunikasi interpersonal antar mahasiswa, masyarakat ataupun antar dosen. Menurut Suranto (2011), sikap positif yang perlu dikembangkan oleh Mahasiswa, masyarakat ataupun dosen di kota Makassar diantaranya:

- (1) Membuka pintu komunikasi
- (2) Sopan dan ramah dalam berkomunikasi
- (3) Jangan sungkan meminta maaf pada saat merasa bersalah
- (4) Cepat dan tanggap
- (5) Penuh perhatian
- (6) Bertindak jujur dan adil (ikhshanudin, 2012).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi merupakan komunikasi sekurang-kurangnya dua orang atau lebih, dilakukan secara tatap muka dan tindakannya untuk menyampaikan dan menerima pesan secara timbal-balik. Komunikasi interpersonal yang dilakukan Mahasiswa, masyarakat ataupun dosen di kota makassar dapat memberikan dukungan, keterbukaan, kerjasama, saling menghargai dan kesetaraan antar mahasiswa, antar mahasiswa dengan dosen maupun antar mahasiswa dengan masyarakat (Ikhshanudin, 2012).

Adabeberapamacamkomunikasiantaralain:

- 1) Dari segi cara penyampaian pesan:
 - a) Komunikasi lisan.
 - b) Komunikasi tertulis
- 2) Darisegi bentuk kemasan pesan
 - a) Komunikasi verbal, komunikasi yang menggunakan kata-kata.
 - b) Komunikasi non-verbal, komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata

- 3) Dari segi keresmian pelaku, saluran komunikasi yang digunakan dan bentuk kemasan pesan:
 - a) Komunikasi formal, komunikasi yang dilakukan dalam lingkup lembaga resmi dengan tujuan untuk menyampaikan pesan yang berkaitan dengan kepentingan dinas dan dengan bentuk resmi yang berlaku pada lembaga resmi.
 - b) Komunikasi informal, komunikasi dari atas ke bawah atau sebaliknya yang mengalir di luar pemerintah formal.
- 4) Dari segi pasangan yang terlibat dalam komunikasi :
 - a) Komunikasi intrapersonal, pengirim pesan dan penerima pesan adalah diri sendiri.
 - b) Komunikasi interpersonal, satu orang pengirim dan satu orang penerima.

2. Indikator Komunikasi Interpersonal

Indikator yang menunjukkan bahwa sebuah proses komunikasi interpersonal mulai ada keterbukaan. Berikut adalah uraiannya:

a. Pernyataan Positif

Pernyataan positif mengandung makna bahwa apa yang setiap kita ucapkan atau sampaikan kepada orang lain, akan mendapatkan sebuah respon yang baik dan penerimaan di sana. Tanpa adanya penerimaan awal, mungkin komunikasi yang berlangsung bukanlah komunikasi yang terbuka.

b. Perasaan Bertanggung Jawab

Perasaan bertanggung jawab di dalam komunikasi interpersonal berarti bahwa kita memiliki perasaan memiliki terhadap apa yang kita sampaikan kepada orang lain. Untuk menunjukkan sikap bertanggung jawab ini, kita harus terbiasa untuk mengucapkan “saya” pada saat berpendapat. Ini akan memberikan kesan yang baik bahwa apa yang kita sampaikan memang benar-benar ujaran dari kita.

c. Kehadiran

Saat kita melakukan komunikasi interpersonal, maka kita perlu memastikan bahwa kita hadir baik secara fisik maupun emosional di sana. Orang lain akan lebih segan untuk berkomunikasi dengan kita apabila kita mampu benar-benar hadir dalam komunikasi tersebut. Terkadang ada individu yang pikirannya seakan tidak ada bersama dia pada saat berkomunikasi. Ini adalah hal yang semestinya dihindari.

d. Umpan Balik

Dengan adanya kehadiran kita, maka akan ada umpan balik yang diberikan oleh orang lain. Umpan balik merupakan bentuk indikator keterbukaan dalam komunikasi interpersonal. Tanpa adanya umpan balik, kita akan merasa bahwa kita sedang diabaikan. Ini tentu saja menjadi bentuk komunikasi yang kurang sesuai dan tidak berjalan dengan semestinya.

e. Reaksi Spontan

Reaksi spontan juga menunjukkan adanya keterbukaan dalam proses komunikasi antar pribadi. Seseorang akan cepat dalam memberikan responnya sebagai tanda bahwa ia setidaknya mendengarkan apa yang kita utarakan.

f. Perasaan Bebas Berpendapat

Hilangnya rasa intimidasi dan juga perasaan tidak bebas dalam mengungkapkan sesuatu menunjukkan bahwa keterbukaan yang sudah terbangun dalam proses komunikasi. Kita menjadi lebih nyaman dalam berujar.

g. Perhatian

Adanya perhatian sebenarnya hampir sama dengan reaksi spontan. Ini merupakan hal yang cukup baik karena menunjukkan bahwa apa yang sedang kita sampaikan memang didengar oleh penerima pesan.

h. Kejujuran

Kejujuran sebenarnya tidak mutlak menjadi indikator dari keterbukaan sebab keterbukaan yang dimaksud di sini adalah bagaimana komunikasi kita bisa mendapatkan umpan balik. Tetapi setidaknya dengan adanya unsur kejujuran ini, komunikasi kita menjadi lebih benar dan bisa dipertanggungjawabkan (<https://pakarkomunikasi.com/indikator-keterbukaan-dalam-komunikasi-interpersonal>).

3. Pandangan Islam tentang *Komunikasi Interpersonal* .

Al-Qur'an menyebutkan komunikasi sebagai salah satu fitrah manusia. Untuk mengetahui bagaimana manusia seharusnya berkomunikasi, Al-Qur'an memberikan beberapa kata kunci yang berhubungan dengan hal itu. Al-Syaukani dalam tafsir Fath Al-Qadir karya Al-Syaukani, misalnya mengertikan kata kunci yang dipergunakan Al-Qur'an untuk komunikasi ialah Al-Qaul ini.

Dalam Islam kita selalu dituntun untuk melakukan hal yang baik, terutama dalam berkomunikasi dengan cara mengucapkan atau menyampaikan perkataan yang benar. Prinsip perkataan yang benar dalam berkomunikasi merupakan prasyarat dalam kebaikan perbuatan. Suatu pekerjaan benar atau keliru sekalipun, seringkali mengalami kegagalan karena diinformasikan dengan bahasa yang tidak benar.

Berkomunikasi yang tidak benar merupakan salah satu akar timbulnya penyakit jiwa. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Q.S. An-Nisa/ 4:9 yaitu:

وَلِيَحْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

٩

Terjemahnya:

“dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang benar”.

Jalaluddin Rakhmat mengungkapkan makna qaulan syadidan dalam arti pembicaraan yang jujur, lurus, tidak bohong, dan tidak berbelit-belit sehingga pihak yang diajak berkomunikasi dapat memahami dengan jelas.

C. Sikap

1. Pengertian sikap

Suprapti (2010:135) mendefinisikan sikap sebagai suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Sikap memiliki sifat sebagai berikut: (1) sikap adalah sesuatu yang bisa dipelajari; (2) sikap memiliki konsistensi; dan (3) sikap bisa berbeda karena situasi yang berbeda (Suprapti:136). Andika (2012) mendefinisikan sikap merupakan kecenderungan individu dalam memberi respon atau menerima rangsangan terhadap objek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka. Sikap disini juga merupakan kecenderungan dari individu untuk bereaksi secara efektif dalam menanggapi risiko yang ada dalam suatu bisnis.

Yang memandang individu yang menunjukkan sikap positif terhadap kewirausahaan, lebih mungkin untuk bertindak sebagai seorang pengusaha dan percaya bahwa berwirausaha bukanlah sekedar metode untuk bertahan hidup tetapi cara untuk mencapai aktualisasi diri. Rasli *et al*, (2013) berpendapat bahwa apabila seorang tidak sepenuhnya menyadari bahwa berwirausaha sebagai suatu karir maka seseorang tidak akan pernah mengembangkan sikap

positif ke arah tersebut dan justru akan mengembangkan diri ke alternatif karir yang lebih dipahami.

Rosmiati. *et al*, (2015) sikap merupakan kesiapan mental atau emosional dalam beberapa jenis tindakan pada sesuatu yang tepat. Selain itu dapat diartikan sebagai sesuatu yang dipelajari dan bagaimana individu bereaksi terhadap situasi dan menentukan apa yang dicari dalam kehidupan

Menurut Assael (2001) sikap didefinisikan kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon kepada obyek atau kelas obyek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka. Sedangkan menurut Mowen dan Minor (2002) sikap merupakan feksi atau perasaan terhadap sebuah rangsangan. Berdasarkan dua definisi di atas sikap dapat disimpulkan sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk memberi respon atau menerima rangsangan terhadap obyek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka (Andika, 2012).

Sikap berwirausaha yaitu kecenderungan untuk bereaksi secara afektif dalam menanggapi risiko yang akan dihadapi dalam suatu bisnis. Sikap berwirausaha diukur dengan skala sikap berwirausaha (Gadaam, 2008) dengan indikator tertarik dengan peluang usaha, berfikir kreatif dan inovatif, pandangan positif mengenai kegagalan usaha, memiliki jiwa kepemimpinan dan tanggung jawab, dan suka menghadapi risiko dan tantangan (Andika, 2012).

Winarno (2011:91) sikap kewirausahaan adalah kecenderungan berpikir (kognitif), merasa (afektif) dan berperilaku (konatif) dari karyawan dalam

bekerjaya yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dengan memberikan pelayanan baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Andika (2012) dimana sikap merupakan kecenderungan individu dalam memberi respon atau menerima rangsangan terhadap suatu objek secara konsisten baik dalam rasa suka maupun tidak suka (Ardiyani, 2016).

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen dalam Dharmmesta, 1998) bahwa sebuah perilaku dengan keterlibatan tinggi membutuhkan keyakinan dan evaluasi untuk menumbuhkan sikap, norma *subyektif*, dan kontrol berperilaku dengan intensi sebagai mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku (Andika, 2012).

Keputusan berwirausaha merupakan perilaku dengan keterlibatan tinggi (*high involvement*) karena dalam mengambil keputusan akan melibatkan faktor internal seperti kepribadian, persepsi, motivasi, pembelajaran (sikap), faktor eksternal seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya (norma *subyektif*). Kemudian mengukur kontrol berperilaku yang dirasakan (efikasi diri) yaitu suatu kondisi bahwa orang percaya tindakan itu mudah atau sulit untuk dilakukan dengan memahami berbagai risiko atau rintangan-rintangan yang ada apabila mengambil tindakan tersebut (Ajzen, 2008) (Andika, 2012).

2. Indikator Sikap

Menurut Robbins dan Judge, (2011 106) indikator sikap terdiri dari tiga komponen yaitu (Wibowo, 2015)

a. *Affective Component*

Komponen efektif sikap merupakan perasaan atau emosi yang dimiliki seseorang tentang objek atau situasi tertentu. Perasaan kita tentang orang yang berbicara dengan telepon genggam di tempat umum dapat merasa terganggu atau marah, yang mencerminkan pengaruh atau perasaan negatif terhadap orang tersebut. Sebaliknya, komponen efektif dari sikap kita bisa bersifat netral apabila kita bersifat tidak acuh terhadap orang yang berbicara dengan telepon genggam tersebut (Wibowo, 2015).

b. *Kognitif componen*

Komponen kognitif merupakan keyakinan atau gagasan yang dimiliki orang tentang objek atau situasi (Wibowo, 2015).

c. *Behavioral Component*

Komponen perilaku menunjukkan bagaimana seseorang bermaksud atau mengharapkan bertindak terhadap seseorang atau sesuatu. Bagaimana kita bermaksud merespon terhadap orang yang berbicara dengan telepon genggam tersebut apabila kita berada didekatnya (Wibowo, 2015).

Teori sikap menganjurkan bahwa perilaku terakhir kita dalam situasi tersebut adalah fungsi dari semua ketiga komponen sikap. Kita mungkin tidak mengatakan sesuatu pada orang tersebut apabila tidak merasa

terganggu oleh perilaku tersebut (*affective*), atau kita percaya bahwa penggunaan telepon genggam membantu orang mengelola hidupnya (*cognitive*), atau kita tidak mempunyai maksud melakukan konfrontasi dengan orang tersebut (*behavioral*) (Wibowo, 2015).

3. Pandangan islam tentang sikap

Pandangan islam tentang sikap adalah tindakan murah hati, selain bersikap sopan dan santun, adalah memberikan maaf dan berlapang dada atas kesalahan yang dilakukan orang lain, serta membalas perlakuan buruk dengan perilaku yang baik, sehingga dengan tindakan yang demikian musuh pun akan bisa menjadi teman yang akrab. Selain itu hendaknya seorang muslim dapat memberikan bantuan kepada orang lain yang membutuhkan kapan saja ia dibutuhkan tanpa berpikir tentang kompensasi yang akan didapat (Gamal, 2004).

Manifestasi lain dari sikap positif adalah menjadikan segala sesuatu itu gampang dan lebih mudah serta tidak menjadikan orang lain berada dalam kesulitan. Islam menginginkan para pemeluknya untuk selalu membantu dan mementingkan orang lain lebih dari dirinya sendiri ketika orang lain itu sangat membutuhkannya dan berlaku moderat dalam memberikan bantuan (Gamal, 2004).

Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/ 2:83 sebagai berikut:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ
مُعْرِضُونَ ٨٣

Terjemahnya:

“dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling”.

D. Keputusan Berwirausaha

1. Pengertian Keputusan Berwirausaha

Pengambilan keputusan menurut Koontz dan Weihrich didefinisikan sebagai penetapan pilihan langkah atau tindakan dari sejumlah alternatif. George R.Terry berpendapat bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Demikian pula dalam pengambilan keputusan berwirausaha, sebelum mengambil keputusan individu selalu dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan dan pilihan yang dilakukan nantinya akan digunakan untuk menyelesaikan suatu masalah yang dihadapi (Pristiana dkk, 2009).

Kiyosaki (2001) dalam buku *Cashflow-Quadrant* memberikan gambaran mengenai berbagai metode yang berlainan tentang bagaimana seseorang dapat memperoleh penghasilan, yaitu sebagai *employee* (pegawai), *self-employee* (pekerja lepas), *business owner* (pemilik usaha), dan *investor* (penanam modal) (Pristiana dkk, 2009).

Masing-masing cara mempunyai kebaikan dan kelemahan, tetapi apabila seseorang menginginkan dapat lebih menikmati hidup (*downshifting*) seperti yang dikatakan oleh Drake (2001) yaitu bekerja dengan waktu yang seminimal mungkin dan disamping itu tetap ada uang yang mengalir masuk, maka memperoleh penghasilan sebagai pemilik usaha merupakan pilihan yang patut dipertimbangkan (Pristiana dkk, 2009).

Atas dasar manfaat seperti yang telah disebut di atas, maka bagi wanita dalam suatu keluarga dengan status menikah, pilihan untuk berwirausaha justru memberikan alternative terbaik, karena sebagai pemilik usaha seorang wanita sekaligus sebagai ibu rumah tangga tidak harus menghabiskan seluruh waktunya untuk bekerja di luar rumah (Pristiana dkk, 2009).

Pengertian wirausaha yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah perpaduan pemahaman yang dikemukakan oleh Kiyosaki maupun Drake sebagai berikut: Wirausaha yang dimaksud adalah *self-employee* yaitu orang yang bekerja sendiri dengan cara menjalankan usaha milik sendiri, ada orang yang bekerja untuknya, menciptakan kerja bagi orang

lain, ada sistem yang digunakan dan ada penghasilan yang dapat diperolehnya (Pristiana dkk, 2009).

Menurut Robbins, bahwa pengambilan keputusan individu itu dipengaruhi oleh dasar-dasar perilaku individual, persepsi, motivasi dan pembelajaran individu, selain itu juga perubahan yang terjadi dapat mempengaruhi nilai dan sikap seseorang dan pada akhirnya mempengaruhi pula pengambilan keputusan yang dibuatnya (Prestiani dkk, 2009).

Menurut Ajzen (1991) dalam teori *Planned behavior theory* bahwa *perceived behavioral control* berlaku sebagai analisis akhir yang menentukan seseorang akan memutuskan untuk bertindak atau tidak untuk menjalankan suatu perilaku (termasuk perilaku berwirausaha). Menjadi seorang wirausaha adalah sebuah keputusan yang berani, karena pekerjaan menjadi wirausaha berhadapan dengan konsekuensi hasil yang tidak pasti (Rahardjo, 2010).

Ajzen (1992) menjelaskan bahwa keputusan seseorang didahului dengan adanya *attitude toward the behavior* yang mengacu pada keyakinan dan evaluasi terhadap hasil perilaku yang akan dilakukan, *subyektive norm* ini mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan untuk melaksanakan perilaku dan motivasi untuk melaksanakan perilaku tersebut, dan *perceived behaviorcontrol* ini mengacu hal-hal yang dirasakan akan memudahkan atau akan menghambat bila perilaku tersebut dilaksanakan, hal ini terkait dengan pengalaman-pengalaman masa lalu (Rohardjo, 2008).

2. Indikator Keputusan Berwirausaha

Pada dasarnya pengambilan keputusan berwirausaha didasarkan atas tiga pendekatan, yaitu :

a. Pendekatan Rasional

Pendekatan rasional dalam pengambilan sebuah keputusan adalah pengambilan keputusan yang didasarkan atas logika bisnis yang wajar dengan menganalisa berbagai fakta yang ada. Pendekatan rasional ini juga didasarkan atas pertimbangan teoritis.

b. Pendekatan Naluri/Instink

Pendekatan yang berorientasi pada naluri lebih banyak berdasarkan atas pengalaman-pengalaman yang selama ini dijalannya.

c. Pendekatan Kombinasi

Pendekatan kombinasi antara rasional dan naluri adalah pendekatan dalam pengambilan keputusan yang mempertimbangkan aspek rasional maupun irasional. Cara kombinasi tersebut adalah cara yang lebih banyak dipakai dalam praktek, terutama oleh para wirausahawan terutama karena cara tersebut lebih praktis dan juga lebih cepat.

3. Pandangan Islam Dalam *Berwirausaha*

Kewirausahaan dalam perspektif Islam tidak hanya sebatas ringkasan konsep sederhana terkait kewirausahaan dan Islam. Terdapat tiga pilar yang mendukung kewirausahaan yang dilihat dari perspektif Islam. 10 Pilar pertama yaitu mengejar terbukanya peluang yang

luas, hal ini mengacu pada konsep kewirausahaan bahwa seorang pelaku usaha adalah yang mengeksploitasi kesempatan melalui penggabungan ulang sumber daya.

Pilar kedua yaitu sosial ekonomi atau nilai etika. Secara efektif, kewirausahaan dalam perspektif Islam dipandu oleh sekumpulan norma, nilai dan perilaku terpuji. Pilar ketiga adalah aspek spiritual agama dan hubungan manusia dengan Allah, dengan tujuan utama untuk memuliakan dan mencapai rida Allah.

Bisnis menurut pandangan Islam diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang beragam bentuknya, namun ada batasan terkait cara perolehan dan pendaayagunaan hartanya (terdapat aturan halal dan haram). Islam pun telah mengajarkan penerapan prinsip-prinsip syariah di dalam entitas bisnis. Pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang teguh pada ketentuan syariat (aturan-aturan dalam al-Qur'an dan hadis), dengan kata lain, syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis bagi pelaku kegiatan ekonomi (bisnis).

Pada firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nisa/ 4:29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka

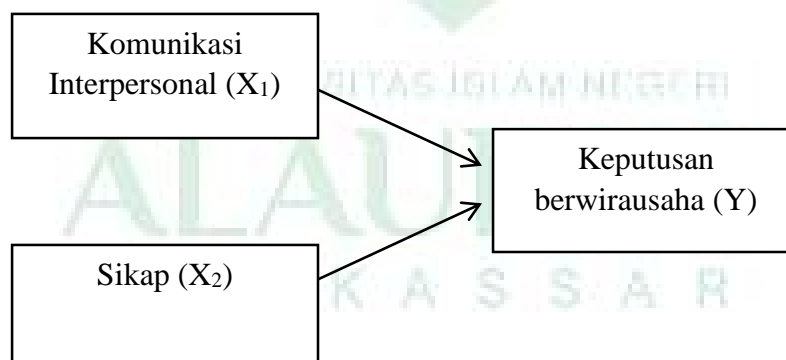
di antara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat di atas menunjukkan kelengkapan syariat Islam dalam mengatur dan membentengi aktivitas-aktivitas bisnis secara keseluruhan. Hal ini selaras dengan apa yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, melalui akhlak yang baik membimbing manusia berpikir, berkata dan bertindak menggunakan acuan al-Qur'an dan hadis dengan tujuan mengharapkan keridhaan Allah.

E. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini menggunakan variabel utama yakni sebagai variabel *komunikasi interpersonal* sebagai variabel X_1 , *sikap* X_2 , dan *keputusan berwirausaha* sebagai variabel Y . Maka penulis merumuskan model penelitian sebagai berikut:

Kerangka Pikir



Gambar 2.1.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu suatu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan dan hubungannya antar variable dalam permasalahan yang ditetapkan (Rully dan Poppy, 2014).

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Kota Makassar. Dan waktu penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Desember 2017 - April 2018.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian yang digunakan adalah pendekatan asosiatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan di bangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Syofian Siregar, 2013,7).

C. Populasi Dan Sampel

Menurut Ary, jacobs & Sorensen (2010) Populasi merupakan keseluruhan dari objek, orang, peristiwa atau sejenisnya yang menjadi perhatian dan kajian dalam penelitian. Berdasarkan penjelasan diatas populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di kota Makassar.

Menurut Cohen dkk (2007), sampel adalah suatu kelompok yang lebih kecil atau bagian dari populasi secara keseluruhan. Sampel itu merupakan sejumlah kelompok kecil yang mewakili populasi untuk dijadikan sebagai objek penelitian.

Dalam Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama terhadap anggota populasi (Sugiyono, 2014: 84). Teknik ini digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan (Sugiyono, 2014: 85). Maka pertimbangan dalam penelitian ini adalah:

1. Masyarakat Kota Makassar yang memiliki usaha sendiri.
2. Masyarakat Kota Makassar yang baru menjalankan usahanya maksimal 1 tahun.
3. Masyarakat Kota Makassar yang merupakan Mahasiswa.

Berdasarkan pertimbangan tersebut maka ditentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden wirausaha di Kota Makassar.

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data Primer, yaitu data dan informasi yang diperoleh secara langsung dari narasumber/responden baik yang berupa hasil wawancara dan kuesioner yang disebarkan kepada responden. Data primer diperoleh dari masyarakat dan mahasiswa di Kota Makassar.

Data Sekunder, yaitu data dan informasi yang diperoleh dari dokumen publikasi, laporan penelitian dari dinas atau instansi maupun sumber data lainnya yang menunjang. Data Sekunder dalam penelitian ini bersumber dari Akademik Fakultas ekonomi dan bisnis islam.

E. Metode Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode Untuk memperoleh data sebagai beban dalam penelitian digunakan beberapa metode seperti sebagai berikut:

1. Observasi, yakni usaha untuk melakukan pengamatan serta pencatatan yang sistematis terhadap objek penelitian yang menyangkut beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha masyarakat dan mahasiswa.
2. Wawancara, yakni percakapan dua arah untuk mendapatkan informasi dari responden, masyarakat dan mahasiswa yang memiliki keinginan untuk berwirausaha.
3. Dokumentasi, yakni suatu usaha untuk memperoleh data melalui pencatatan bukti-bukti yang terdapat dalam lokasi penelitian.
4. Penyebaran kuesioner yang digunakan untuk memperoleh data variabel penelitian.

Untuk pengukurannya digunakan skala likert dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak Setuju = 2
- e. Sangat Tidak Setuju = 1

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket atau kuesioner. Angket atau kuesioner ini berisi pernyataan tertentu yang berkaitan dengan variabel yang ingin di teliti, dimana pengisian kuesioner ini dilakukan oleh responden yang pengisiannya ini berdasarkan tentang informasi pribadi responden atau hal-hal yang responden ketahui.

Dalam penelitian ini jawaban yang diberikan oleh responden kemudian diberi skor dengan mengacu pada *skala likert*. *Skala Likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Syofian Siregar, 2013, 25).

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Komunikasi Interpersonal (X ₁)	1. Pernyataan Positif	Saya senang dan terbuka berkomunikasi dengan orang lain yang berhubungan dengan bisnis
	2. Perasaan Bertanggung Jawab	Saya tetap mendengarkan apa yang disampaikan oleh orang lain walaupun yang didengar tidak Menarik
	3. Kehadiran	Saya selalu aktif dalam melakukan komunikasi
	4. Umpan Balik	Dalam berkomunikasi saya selalu memberikan umpan balik kepada lawan bicara
	5. Reaksi Spontan	Saya berkomunikasi dengan prinsip terbuka terhadap lawan bicara saya
	6. Perasaan Berpendapat	Saya akan menghargai pendapat teman ketika melakukan diskusi tentang bisnis
	7. Perhatian	Saya berkomunikasi karena Adanya perhatian dari lawan bicara saya
	8. Kejujuran	Saya berkomunikasi dengan merespon jawaban yang jujur
Sikap (X ₂)	1. <i>Effective Component</i>	Saya memiliki ketertarikan dengan peluang usaha
	2. <i>Kognitif Component</i>	Saya berfikir kreatif dan inovatif
	3. <i>Behavioral Component</i>	Saya memandang kegagalan sebagai hal yang positif
Keputusan Berwirausaha (Y)	1. Pendekatan Rasional	Saya lebih memilih berwirausaha daripada bekerja pada orang lain
	2. Pendekatan Naluri	Bagi saya menjadi <i>entrepreneur</i> dapat merubah status sosial dan harga diri
	3. Pendekatan Kombinasi	Bagi saya menjadi <i>entrepreneur</i> memberikan potensi pendapatan yang lebih baik

G. Validasi dan Reliabilitas

1. Uji validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik yang dapat dilakukan secara manual atau dengan komputer melalui bantuan SPSS (Husein Umar, 2010, 61).

Uji validitas disini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor itemnya. Apabila skor item memiliki korelasi positif yang signifikan, berarti item tersebut dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur variabel tersebut. Keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid dapat dilakukan dengan beberapa cara:

- a. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3.
- b. Jika koefisien korelasi *product moment* $> r$ tabel ($\alpha; n-2$) n = jumlah sampel.
- c. Nilai $\text{sig} \leq \alpha$.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban dari responden itu stabil dari waktu ke waktu. Penelitian ini reliabilitas diukur dengan pengukuran sekali saja. Pengukuran dilakukan hanya sekali kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan. SPSS merupakan salah satu alat yang dapat menguji reliabilitas tersebut dengan uji statistik.

Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest* (*stability*), equivalen, dan gabungan keduanya (Sugiyono, 2007).

H. Teknik Analisis data

1. Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi *variable* independen dan *variable* dependen atau keduanya memiliki distribusi normal. Uji T dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika hal ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak sah. *Normal Probability Plots* di dalam SPSS merupakan analisisgrafik yang digunakan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak.

b. Uji autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi

ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi (Ghozali, 2009).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, dapat digunakan berbagai cara, salah satu diantaranya adalah dengan uji *gletser*. Hasil pendeteksian ini menunjukkan bahwa jika variabel independen signifikan secara statistik $< \alpha = 5\%$ terhadap nilai residual yang diperlukan sebagai variabel dependen, maka uji *gletser* menyimpulkan bahwa ada heteroskedastisitas dalam kesalahan pengganggu (Ghozali, 2009).

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2005:91). Mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat pada korelasi antar dua variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas. Model yang baik sebaiknya tidak ada

korelasi antar variabel bebas. Cara paling mudah untuk mengatasi masalah multikolinieritas adalah dengan cara mengeluarkan variabel bebas yang terbukti koliniier dalam model regresi.

2. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi hubungan diantara lebih dari dua variabel, maka persamaan yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \dots$$

Keterangan :

Y = Variabel tidak bebas, yaitu keputusan berwirausaha

a = Konstanta

$b_1, b_2,$ = Angka arah atau koefisien regresi,

X_1 = Variabel bebas, yaitu komunikasi interpersonal

X_2 = Variabel bebas, yaitu sikap

e = Standard Error (faktor pengganggu)

3. Pengujian Hipotesis

1) Perhitungan koefisien korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Semakin besar R maka semakin besar korelasinya, maka semakin tepat model yang digunakan sebagai alat peramalan.

2) Perhitungan koefisien parsial (R_2)

Koefisien parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

3) Uji F (Simultan)

Pengujian secara serentak adalah untuk mengetahui secara serentak koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas. Uji F merupakan pengujian hipotesis untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

4) Uji t

Uji t dipakai untuk menguji setiap koefisien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas, selanjutnya dijelaskan variabel mana yang dominan berpengaruh terhadap variabel tidak bebas. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Bentuk pengujian adalah: $H_0 : b_1 = b_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata. $H_a : b_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh yang nyata. Pembuktian dilakukan dengan menggunakan derajat kebebasan (*Degree of Freedom*) atau tingkat kepercayaan 95% dengan alpha 5%.

- a) Jika nilai t_{hitung} lebih kecil ($<$) dari nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 0,05, maka menerima H_0 dan menolak H_a .
- b) Jika nilai t_{hitung} lebih besar ($>$) dari nilai t_{tabel} pada tingkat signifikan 0,05, maka menolak H_0 dan menerima H_a .

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Wirausaha Kota Makassar

Kota Makassar merupakan salah satu kota yang tumbuh cepat secara alamiah baik dilihat dari jumlah penduduknya maupun dari kemampuan ekonominya yang berdampak pada pemenuhan akan kebutuhan sarana dan prasarana.

Dilihat dari kemampuan ekonominya Kota Makassar salah satu kota yang tumbuh cepat secara alamiah, salah satu faktor yang mempengaruhi kemampuan ekonomi di Kota Makassar adalah berwirausaha. Dengan berwusaha secara otomatis bisa membantu dalam pencapaian kemampuan ekonomi di Kota Makassar.

Namun meskipun melalui wirausaha mampu membantu dalam pencapaian kemampuan ekonomi di Kota Makassar, namun kesadaran masyarakat untuk berwirausaha masih sangat kurang, maka dibutuhkan lagi wirausaha yang baru. Salah satu usaha yang dimaksud disini ialah Usaha Kecil Menengah.

Salah satu faktor yang sangat menentukan dalam peningkatan kinerja usaha kecil adalah faktor sumber daya manusia (wirausaha). Wirausaha yang dimaksud adalah mereka yang memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif, memiliki pengetahuan tentang kewirausahaan, baik melalui pendidikan dan pelatihan, pengalaman, maupun mentoring, serta sikap kewirausahaan.

Seorang wirausaha yang ingin berhasil dalam mengelola dan meningkatkan kinerja usahanya harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang efektif. Pentingnya komunikasi yang efektif dalam memengaruhi kinerja usaha kecil cukup besar.

2. Penyajian Data Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah usaha perseorangan yang ada di Kota Makassar. Adapun jenis usaha yang diteliti antara lain :

- a. Industri Meubel Kayu yang menjual berbagai barang, yang meliputi : pintu, kuseng, lemari dan lain lain.
- b. Usaha Service Elektronik, yang terdiri dari : service Tv, Radio, Hp, Mesin cuci, Kulkas dan lain lain.
- c. Usaha Penjahit, yang terdiri dari : Baju, Celana dan lain lain.
- d. Usaha Bengkel Motor, yang menyediakan berbagai barang seperti: Oli, Ban, Knalpot serta jasa service motor.
- e. Toko dan Kios barang campuran yang menjual berbagai produk makanan dan minuman.
- f. Kios Conter Handpone, yang menjual barang seperti : Hp, Pulsa, casing, Kartu dan lain lain.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai komunikasi interpersonal, dan sikap terhadap keputusan berwirausaha di Kota Makassar. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan karakteristik responden adalah memberikan gambaran objek yang menjadi sampel dalam penelitian ini kemudian dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan penghasilan atau pendapatan. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Makassar yang berjumlah 100 responden.

Karakteristik responden merupakan bagian yang tak terpisahkan dari variabel-variabel penelitian. Sehingga dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui katakarakteristik responden sebagai berikut.

a. Jenis Kelamin

Kelompok jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka presentase karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Persentase (%)
Perempuan	46	46.0
Laki-laki	54	54.0
Jumlah	100	100.0

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebgaiian besar masyarakat Kota Makassar yang berwirausaha berjenis kelamin perempuan yakni sebesar 46 responden, dan sisanya berjenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 54 responden. Responden laki-laki lebih banyak dari perempuan, hal ini menunjukkan bahwa laki-laki lebih dominan dalam hal merintis berwirausaha. Perbandingan antara perempuan dan laki-laki menunjukkan yang paling dominan yaitu laki-laki.

b. Usia

Analisis terhadap responden menurut umur, dimaksudkan untuk mengetahui komposisi umur responden. Umur seseorang dapat menentukan bagaimana cara berfikir untuk melakukan keputusan yang rasional. Umur juga bisa diukur untuk melakukan aktivitas dan produktivitas. Berdasarkan penjelasan tersebut maka jumlah responden masyarakat Kota Makassar yang berwirausaha berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
18-25	43	43,0
25-35	18	18,0
35 >	39	39,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang. Responden yang mengisi kuesioner paling banyak yaitu responden yang berumur 18-25 tahun dengan jumlah persentase 43,0 %. Responden yang mengisi kuesioner paling sedikit yaitu responden yang berumur 25-35 tahun keatas dengan jumlah persentase 18,0 %.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
Wiraswasta	61	61,0
Mahasiswa	39	39,0
Total	100	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang. Responden yang mengisi kuesioner paling banyak yaitu responden yang berprofesi sebagai wiraswasta dengan jumlah persentase 61,0%. Sedangkan responden yang berprofesi sebagai mahasiswa jumlah persentasenya 39,0%.

d. Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan

4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
< Rp. 1.000.000	8	8.0
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.0	30	30.0
Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.0	24	24.0
> Rp. 4.000.000	38	38.0
Total	100	100.0

Sumber: Data Primer yang diolah 2018

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang diteliti sebanyak 100 orang. Responden yang mengisi kuesioner paling banyak yaitu responden yang berpenghasilan kurang dari >4.000.000 dengan jumlah persentase 38,0%. Sedangkan responden yang mengisi kuesioner paling sedikit yaitu responden yang berpenghasilan <1.000.000 dengan jumlah persentase 8,0 %.

2. Hasil dan Olah Statistik**a. Uji Validitas dan Reliabilitas****1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5%. Seluruh pernyataan yang disajikan dikatakan valid, apabila r hitung > r tabel. Adapun hasil uji validasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Komunikasi Interpersonal (X1)

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	X _{1.1}	0,863	0,165	Valid
	X _{1.2}	0,806	0,165	Valid
	X _{1.3}	0,771	0,165	Valid
	X _{1.4}	0,818	0,165	Valid
	X _{1.5}	0,830	0,165	Valid
	X _{1.6}	0,868	0,165	Valid
	X _{1.7}	0,767	0,165	Valid
	X _{1.8}	0,754	0,165	Valid
Sikap	X _{2.1}	0,776	0,165	Valid
	X _{2.2}	0,811	0,165	Valid
	X _{2.3}	0,860	0,165	Valid
Keputusan Berwirausaha	Y _{.1}	0,866	0,165	Valid
	Y _{.2}	0,883	0,165	Valid
	Y _{.3}	0,875	0,165	Valid

Sumber : Data primer yang diolah yang diolah 2018

Tabel 4.7 menunjukkan secara keseluruhan item pertanyaan pada variabel X dan Y dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel, dimana seluruh item pernyataan memiliki *corrected item-total correlation* (r-hitung) > r-tabel yaitu pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) dan $n = 100$ ($N = 100 - 2$) sehingga angka yang menjadi acuan adalah 98. Oleh karena itu, diperoleh r tabel = 0,165. Hal ini berarti seluruh item dalam penelitian ini dinyatakan valid. 0,165.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dapat menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Alat ukur yang akan digunakan adalah *cronbachalpha* melalui program komputer *Excel Statistic Analysis & SPSS 21*. Reliabilitas suatu konstruk

variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbachalpha* $>0,60$ (Bhuono Agung Nugroho; 2001).

Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji reabilitas menunjukkan nilai koefisien *alpha* dari seluruh item pernyataan yang dijadikan sebagai instrumen dalam penelitian ini masih berada $>0,60$. Ini berarti bahwa semua item pernyataan yang dijadikan instrumen dapat dipercaya keandalannya.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha yang diisyaratkan	Keterangan
Komunikasi Interpersonal	0,790	$>0,60$	Reliabel
Sikap	0,831	$>0,60$	Reliabel
Keputusan Berwirausaha	0,853	$>0,60$	Reliabel

Sumber: Data Primer 2018 (Diolah)

Dari hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan adalah valid dan reliabel, sehingga kuesioner yang digunakan dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk melakukan pengukuran setiap variabel.

b. Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa macam asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Sehingga persamaan yang dihasilkan akan valid jika digunakan untuk memprediksi.

Asumsi-asumsi tersebut antara lain :

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel bebas dan variabel terikat semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, untuk menguji normalitas peneliti menggunakan uji statistik bukan menggunakan metode grafik. Peneliti menggunakan uji statistik karena seringkali metode grafik menimbulkan perbedaan persepsi diantara beberapa pengamatan.

Pengujian Normalitas dilakukan pada data menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan *SPSS versi 21*. Berdasarkan analisis uji prasyarat yang diperoleh, maka kesimpulan hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,2447339
Most Extreme Differences	Absolute	0
	Positive	,122
	Negative	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		1,218
Asymp. Sig. (2-tailed)		,103

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah yang diolah 2018

Tabel 4.9 Uji Normalitas menunjukkan hasil output uji normalitas yakni taraf signifikansinya adalah 0,103 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan-kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya

Tabel 4.8 Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,783 ^a	,613	,605	1,25763	2,150

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah yang diolah 2018

Nilai DW sebesar 2,150 dengan tingkat signifikansi 0,005, jumlah sampel (N) 100 dan jumlah variabel independen dan dependen 3 ($K=3$), memberikan nilai d_u (batas atas) 1,71517 dan nilai d_L (batas bawah) 1,63369. Oleh karena itu, nilai DW hitung lebih besar dari nilai d_u sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah autokorelasi dalam penelitian ini.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat dari *collinearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Iflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai *tolerance* tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1, maka gejala multikolinearitas tidak ada (Gazali:2006).

Tabel 4.11 uji multikolinearitas menunjukkan hasil perhitungan nilai Toleransi pada setiap variabel bebas lebih besar dari 0,10. variabel komunikasi interpersonal menunjukkan angka 0,525 (lebih besar dari 0,10), variabel sikap menunjukkan angka 0,525 (lebih besar dari 0,10).

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,525	1,905
	X2	,525	1,905

a. Dependent Variable: Y

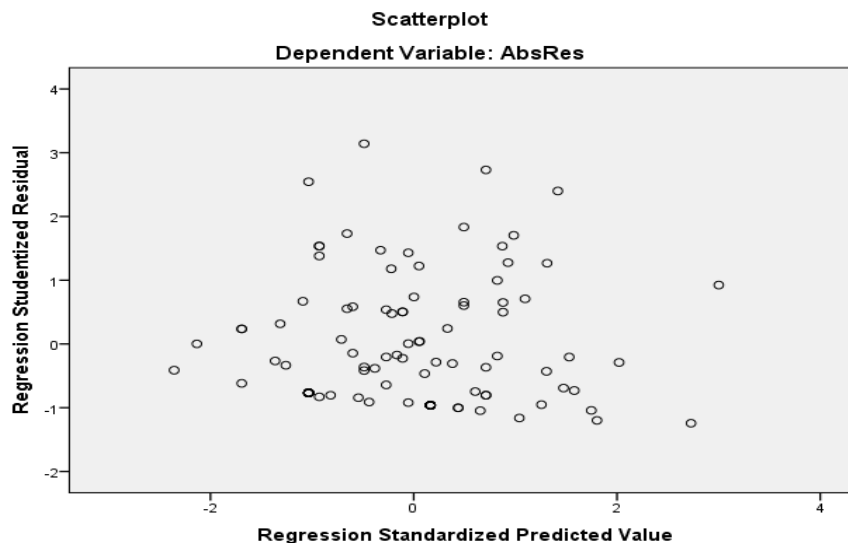
Sumber : Data primer yang diolah yang diolah 2018

Pada perhitungan VIF pada setiap variabel bebas memiliki nilai berbeda, namun nilai yang ditunjukkan berada lebih kecil dari 10. variabel Komunikasi Interpersonal menunjukkan nilai 1, 905 (lebih kecil dari 10), variabel sikap menunjukkan nilai 1,

905 (lebih kecil dari 10), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terbebas dari multikolinearitas.

4. Uji Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada penelitian ini, digunakan metode grafik *Scatterplot*. Adapun hasil dari output program SPSS versi 21.0 dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut ini :



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data primer yang diolah yang diolah 2018

Berdasarkan gambar 4.1 Hasil pengujian heterokedastisitas pada gambar 4.1 di atas menunjukkan, titik-titik yang menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada

sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat.

c. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel komunikasi interpersonal dan sikap terhadap keputusan berwirausaha masyarakat Kota Makassar. Dalam analisis data, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS 21.

Untuk menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian digunakan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif ini digunakan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dengan menggunakan model analisis regresi berganda. Pembuktian ini dimaksudkan untuk menguji variabel dari model regresi yang digunakan dalam menerangkan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan menguji koefisien regresinya. Hasil perhitungan dengan regresi ini diperoleh dengan menilai koefisien regresi beberapa variabel yang mempengaruhi Keputusan berwirausaha Masyarakat Kota Makassar. Tabel dibawah menunjukkan tampilan model regresi dengan menggunakan bantuan SPSS 21.

Tabel 4.10 Hasil Uji t Hitung – Uji Simultan

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,936	,952		,983	,328
	X1	,208	,036	,502	5,724	,000
	X2	,375	,095	,348	3,969	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer yang diolah yang diolah 2018

Berdasarkan tabe 4.12 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program spss versi 21 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,936 + 0,208 X_1 + 0,375 X_2 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi berganda tersebut, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a = Konstanta 0,936 menunjukkan bahwa ketika variabel komunikasi interpersonal dan sikap konstan atau = 0, maka keputusan berwirausaha 0,936.

b₁ = 0,208 artinya jika variabel komunikasi interpersonal meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan berwirausaha Masyarakat meningkat sebesar 0,209 satuan dengan asumsi X₂ konstan.

b₂ = 0,375 artinya jika variabel sikap meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan berwirausaha akan meningkat sebesar 0,375 satuan dengan asumsi X₁ konstan.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat perlu dilakukan pengujian signifikansi dari masing-masing koefisien regresi yaitu dengan menggunakan uji statistic uji f dan uji t sebagai berikut:

1. Uji F

Analisis Uji F ini digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen / bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dapat dicari pada tabel statistic pada signifikansi 0,005 $df+k-1$ atau $3-1 = 2$ atau $100-3 = 97$ (k adalah jumlah variabel). Dari hasil analisis diperoleh hasil output pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji F (X_1 , X_2 , Terhadap Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240,607	2	120,303	76,062	,000 ^b
	Residual	151,838	96	1,582		
	Total	392,444	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.13 Uji ANOVA atau Uji f didapat nilai f hitung sebesar 76,062 nilai ini lebih besar dari f tabel yaitu 3.09 atau $f_{hitung} 76,062 > f_{tabel} 3,09$ dengan probabilitas 0.000. Karena nilai probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05 maka model

regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan berwirausaha atau dapat dikatakan bahwa variabel komunikasi interpersonal dan sikap secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha Masyarakat kota Makassar.

2. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t berpengaruh signifikan apabila hasil perhitungan t hitung lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 10% ($P > 0,1$). Selanjutnya akan dicari nilai koefisien determinasi parsial (R^2) untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.12 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	,936	,952		,983	,328
	X1	,208	,036	,502	5,724	,000
	X2	,375	,095	,348	3,969	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer yang diolah 2018

Dari hasil uji Analisis uji-t pada tabel 4.13 untuk variabel komunikasi interpersonal, nilai t- hitung nya sebesar 5,724 dan nilai t-tabel distribusi 5% sebesar

1,660. Sehingga dapat disimpulkan bahwa t hitung $>t$ -tabel. Adapun nilai signifikansinya yaitu $0,000 < 0,05$ artinya komunikasi interpersonal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Sedangkan untuk variabel kelompok sikap menunjukkan nilai t -hitung sebesar 3,969 dan nilai pada t -tabel 5% sebesar 1,660 maka nilai t -hitung $>t$ -tabel. Adapun nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha.

Berdasarkan fakta diatas maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh komunikasi interpersonal dan sikap terhadap keputusan berwirausaha Masyarakat Kota Makassar.

e. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel komunikasi interpersonal dan kelompok sikap terhadap keputusan berwirausaha Masyarakat Kota Makassar. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan melihat nilai *R square* sebagaimana dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,605	1,25763

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data primer 2018 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4.15 nilai koefisien determinasi (*R square*) yaitu 0,613 Hal ini berarti bahwa 66% variabel keputusan berwirausaha dapat dijelaskan oleh faktor komunikasi interpersonal dan sikap sedangkan sisanya yaitu 34% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Komunikasi interpersonal terhadap Keputusan berwirausaha

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan antara individu yang satu dengan yang lain baik yang terjadi dalam suatu masyarakat maupun dalam organisasi dengan menggunakan media komunikasi tertentu dan bahasa yang mudah dipahami untuk mencapai tujuan tertentu (Djoko Purwanto. 2006: 21).

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh nilai signifikansi variabel komunikasi interpersonal terdapat pengaruh signifikan antara variabel komunikasi interpersonal dengan variabel keputusan berwirausaha sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa variabel komunikasi interpersonal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Kemudian, penelitian ini juga, memperoleh hasil koefisien regresi variabel komunikasi interpersonal koefisien regresi variabel komunikasi interpersonal bertanda positif sehingga menunjukkan variabel komunikasi interpersonal ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini berarti bahwa semakin baik hubungan komunikasi interpersonal maka keputusan berwirausaha seseorang akan semakin meningkat.

Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Muhammad dengan judul pengaruh komunikasi interpersonal dan lingkungan kerja terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta terdapat pengaruh yang signifikan komunikasi interpersonal terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta. Hal ini berdasarkan hasil dari penelitian pengaruh komunikasi interpersonal memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha Masyarakat di Masyarakat Kota Makassar.

2. Pengaruh Sikap terhadap Keputusan berwirausaha

Suprpti (2010:135) mendefinisikan sikap sebagai suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Sikap memiliki sifat sebagai berikut: (1) sikap adalah sesuatu yang bisa dipelajari; (2) sikap memiliki konsistensi; dan (3) sikap bisa berbeda karena situasi yang berbeda.

Berdasarkan hasil perhitungan uji hipotesis secara parsial (uji t), terdapat pengaruh signifikan antara variabel sikap dengan variabel keputusan berwirausaha sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima, karena didukung oleh data penelitian yang menunjukkan bahwa variabel sikap mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Kemudian, penelitian ini juga, memperoleh hasil koefisien regresi variabel komunikasi interpersonal koefisien regresi variabel sikap bertanda positif sehingga menunjukkan variabel sikap ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dikarenakan sikap yang bagus memberikan ekspektasi bahwa seseorang mempunyai keyakinan dan tingkat kepercayaan untuk melakukan berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Pebi Ardiyani yang berjudul pengaruh sikap, pendidikan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap yang dimiliki masyarakat dan mahasiswa maka akan meningkatkan minat masyarakat dan mahasiswa untuk berwirausaha. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti menduga bahwa.

Dalam hal ini, bagaimana masyarakat mampu memberikan sikap yang sesuai untuk melakukan berwirausaha di Kota Makassar .

3. Pengaruh Komunikasi interpersonal dan Sikap secara simultan terhadap keputusan berwirausaha.

Menurut Deddy Mulyana dalam Suranto (2011) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal komunikasi interpersonal tidak hanya dengan apa yang dikatakan.

Berdasarkan fakta maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh komunikasi interpersonal dan sikap terhadap keputusan berwirausaha Masyarakat Kota Makassar. Hal itu diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Arif Ikhsanuddin dengan judul pengaruh komunikasi interpersonal dan lingkungan kerja terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta Terdapat

pengaruh yang signifikan komunikasi interpersonal terhadap intensi berwirausaha siswa SMK Muhammadiyah 3 Yogyakarta.

Suprpti mendefinisikan sikap sebagai suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaan atau ketidaksukaannya terhadap suatu objek. Sikap memiliki sifat sebagai berikut: (1) sikap adalah sesuatu yang bisa dipelajari; (2) sikap memiliki konsistensi; dan (3) sikap bisa berbeda karena situasi yang berbeda (Ardiyani dan Kusuma, 2016).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Pebi Ardiyani yang berjudul pengaruh sikap, pendidikan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap yang dimiliki mahasiswa maka akan meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam hal ini komunikasi interpersonal dan sikap dapat mempengaruhi keputusan berwirausaha Masyarakat Kota Makassar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi interpersonal dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha di Masyarakat Kota Makassar.
2. Komunikasi interpersonal berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha di Masyarakat Kota Makassar
3. Sikap berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha di Masyarakat Kota Makassar

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka saran peneliti terhadap:

1. Bagi Masyarakat Kota Makassar

Pihak masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk menjalankan wirausaha harus mempunyai komunikasi interpersonal sesama calon wirausaha yang ada di Kota Makassar.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen keputusan berwirausaha

agar melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan berwirausaha.



DAFTAR PUSTAKA

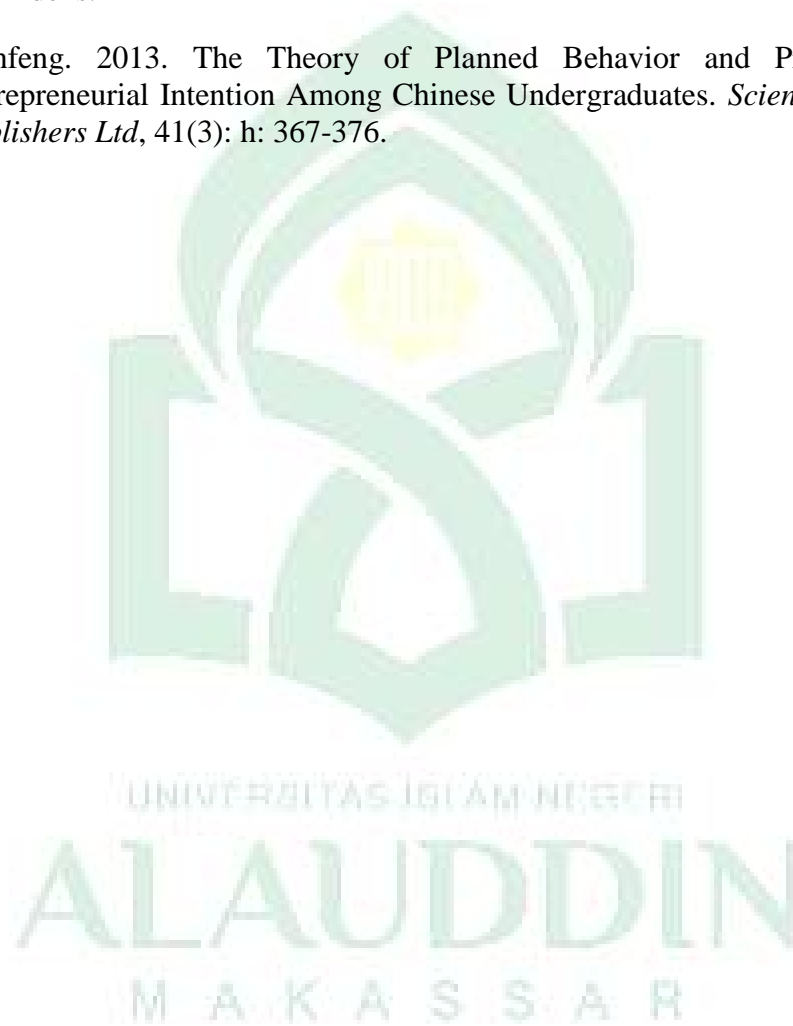
- Ajzen.1991. The Theory of Planned Behavior. *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, 179 –211.
- .2008. *The Theory Of Planned Behaviour*. Organizational behavior and human discussion processes, 50, 179-211. Diunduh dari <http://people.umass.edu/> pada Mei 2012.
- Andika, Manda dan Madjid, Iskandarsyah. “Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala)”. *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment" 2012 Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang* (2012) (Diakses 12 September 2017).
- Ardiyani, Ni Putu Pebi dan Kusuma , A. A.G Agung Arta. “Pengaruh Sikap, Pendidikan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha”. *E Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5, No.8 (2016) (diakses 12 September 2017).
- Assael, H., 2001, 6 thed, *Consumer Behavior and Marketing Action*, New York University: South Western College Publishing.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2011. Pengganguran Berdasarkan Tingkat Pendidikan 2006-2010.www.bps.go.id, diakses 20 November 2015.
- Daryanto. 2011. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Djari, C. S. “Pengaruh bakat, Motivasi dan Mental Kewirausahaan terhadap minat Mahasiswa Akuntansi untuk Berwirausaha” (2013).
- Drake, John D, 2001, *Downshifing: Bagaimana Bekerja lebih sedikit dan Menikmati Hidup Lebih Banyak*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Gaddam, Soumya., 2008. Identifying the Relayionship Between Behavioral Motives and Entrepreneurial Intentions: An Empirical Study Based Participations of Business Management Students. *The Icfaian Journal of Management Research*. Vol.7, pp. 35-5.
- Gamal, Merza, 2004. *Aktivitas Ekonomi Syariah*. Unri Press.
- Geoffrey G. Meredith.2002. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Victory Jaya Abadi.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Cetakan IV*. Semarang: Universitas Diponegoro.

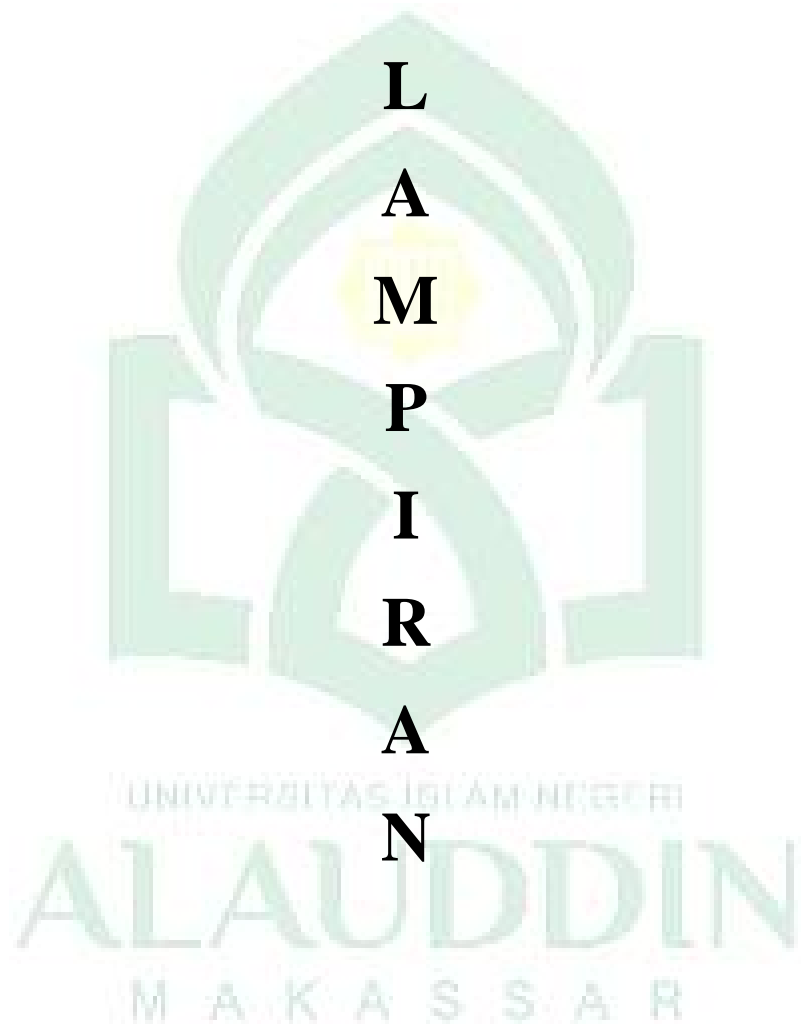
- Hartley, Peter. 2001. *Interpersonal Communication*. Library of Congress Cataloging in Publication Data London. Diunduh dari <http://libary.nu> pada 4 januari 2012.
- Ikhsanudin, Muhammad Arif. "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Smk Muhammadiyah 3 Yogyakarta". (2012) (Diakses 12 September 2017).
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kiyosaki, Robert T, 2001, *Rich Daad Poor Daad*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Martono, Nanang. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grapindo Persada.
- Mowen, John C & Minor, 2002, *Consumer Behavior*, Canada: Mc Millan.
- Parmitasari, Rika D.W, dkk. 2017. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai pada PT. PLN (Persero) Wilayah Sulselbar, *MINDS Jurnal Manajemen Ide dan Inspirasi*. Samata: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Rasli, Amran. M et al., 2013. Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among Graduate Students of Univesity Teknologi Malaysia. *Internasioanl Journal of Business and Social Science*, 4(2), h: 182-188.
- Rivai. 2009. *Islamic Leadership: Membangun Super leadership Melalui Kecerdasan Spiritual*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Rosmiati, Rosmiati., Teguh Santosa, Junias., Munawar, Munawar. 2015. Sikap, Motivasi dan Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1): h: 21–30.
- Sondari, Mery Citra. 2009. Hubungan antara Pelaksanaan Mata Kuliah Kewirausahaan dengan Pilihan Karir Berwirausaha pada Mahasiswa dengan Mempertimbangkan Gender dan Latar belakang Pekerjaan Orang tua. *Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran*, Bandung.
- Suprapti, N. W. S. 2010. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Implikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Denpasar: Udayana University Press.
- Suryamin, 2016. *Kepala Badan Pusat Statistik*, (Online), (Diakses dari <http://nasional.tempo.co>, Pada 4 Mei 2016).
- Sutrisno, Edy. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi ke-1. Jakarta: Prenada media Group.

Tiyas, Asri Jiwaning. “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Kemampuan Bernegosiasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri”. *Jurusan Pendidikan Ekonomi Program Studi Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Unesa*. (Diakses 12 september 2017).

Winarno, 2011. *Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan Intrapreneurship*. Jakarta: PT. Indeks.

Yang, Jianfeng. 2013. The Theory of Planned Behavior and Prediction of Entrepreneurial Intention Among Chinese Undergraduates. *Scientific Journal Publishers Ltd*, 41(3): h: 367-376.





**L
A
M
P
I
R
A
N**

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Sikap Terhadap Keputusan Berwirausaha di Kota Makassar

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Jenis kelamin :
Usia : /tahun
Pendidikan terakhir :
Jumlah pendapatan : /bulan

PETUNJUK PENGISIAN

Bacalah semua pertanyaan ini dengan cermat. Pilih dan berilah tanda silang (X) pada koom pertanyaan yang paling sesuai dengan kondisi anda, dengan ketentuan:

1. SS : Sangat Setuju (5)
2. S : Setuhju (4)
3. N : Netral (3)
4. TS : Tidak Setuju (2)
5. STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Variabel Komunikasi Interpersonal

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya senang dan terbuka berkomunikasi dengan orang lain yang berhubungan dengan bisnis					
2	Saya tetap mendengarkan apa yang disampaikan oleh orang lain walaupun yang didengar tidak menarik					
3	Saya selalu aktif dalam melakukan komunikasi					
4	Dalam berkomunikasi saya selalu memberikan umpan balik kepada lawan bicara					
5	Saya berkomunikasi dengan prinsip terbuka terhadap lawan bicara saya					
6	Saya akan menghargai pendapat teman ketika melakukan diskusi tentang bisnis					
7	Saya berkomunikasi karena Adanya perhatian dari lawan bicara saya					
8	Saya berkomunikasi dengan merespon jawaban yang jujur					

Variabel Sikap

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya memiliki ketertarikan dengan peluang usaha					
2	Saya berfikir kreatif dan inovatif					
3	Saya memandang kegagalan sebagai hal yang positif					

Variabel Keputusan Berwirausaha

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya lebih memilih berwirausaha daripada bekerja pada orang lain					
2	Bagi saya menjadi <i>entrepreneur</i> dapat merubah status sosial dan harga diri					
3	Bagi saya menjadi <i>entrepreneur</i> memberikan potensi pendapatan yang lebih baik					

LAMPIRAN TABULASI DATA

Komunikasi interpersonal X1								
X1R1	X1R2	X1R3	X1R4	X1R5	X1R6	X1R7	X1R8	Jumlah
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	3	4	4	4	4	3	4	30
3	4	4	3	4	3	4	4	29
4	5	4	4	4	4	5	4	34
5	4	5	5	5	5	4	5	38
4	3	4	4	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	4	3	4	30
5	4	4	4	5	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	5	4	4	5	36
5	4	4	5	5	5	4	4	36
4	4	5	5	5	4	4	5	36
3	4	4	4	5	3	4	4	31
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	4	5	5	4	4	4	5	35
4	2	4	3	3	4	2	4	26
4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	5	5	4	4	4	5	35
3	3	5	3	4	3	3	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	5	3	3	3	3	5	3	28
4	3	3	5	4	4	3	3	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	4	4	3	4	30
5	4	4	5	5	5	4	4	36

4	4	5	4	3	4	4	5	33
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	5	5	4	4	4	5	5	36
5	4	4	5	4	5	4	4	35
4	4	5	5	5	4	4	5	36
4	4	5	4	4	4	4	5	34
3	4	4	4	4	3	4	4	30
4	4	5	5	5	4	4	5	36
3	4	2	3	4	3	4	2	25
4	4	4	5	5	4	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	3	3	4	3	4	3	27
4	4	3	5	4	4	4	3	31
4	4	5	5	5	4	4	5	36
5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	3	3	3	4	4	28
2	2	2	2	2	2	3	3	18
3	3	2	3	3	3	3	2	22
5	5	5	4	4	5	5	5	38
3	2	5	2	3	3	2	5	25
4	4	3	4	4	4	4	3	30
5	5	5	4	4	5	5	5	38
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	4	5	5	38
4	4	4	5	5	4	4	4	34
4	3	4	5	4	4	3	4	31
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	4	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	5	4	4	5	35

4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	3	3	4	3	3	27
3	3	2	2	3	2	2	2	19
3	3	2	3	3	3	3	3	23
5	5	5	4	4	4	4	4	35
3	2	5	2	3	3	2	4	24
3	3	4	3	3	3	3	4	26
5	5	5	4	4	5	5	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	5	3	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	4	38
4	4	4	5	5	4	3	4	33
4	3	4	5	4	4	4	5	33
5	5	5	4	5	4	4	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	3	5	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	5	4	5	5	4	36

ALAUDDIN
M A K A S S A R

SIKAP x2				Keputusan Berwirausaha y			
X2R1	X2R2	X2R3	Jumlah	yr1	yr2	yr3	Jumlah
5	4	4	13	4	4	3	11
3	3	4	10	4	4	4	12
3	3	4	10	5	5	4	14
4	3	4	11	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	5	14	4	4	4	12
5	4	4	13	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	3	11
4	4	4	12	5	5	5	15
5	5	5	15	4	5	5	14
4	5	5	14	4	4	4	12
5	5	5	15	5	4	5	14
5	4	4	13	5	5	5	15
5	4	4	13	3	5	3	11
5	4	4	13	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	4	14
5	4	5	14	4	4	3	11
4	5	4	13	3	4	4	11
5	5	4	14	5	5	5	15
5	4	4	13	4	5	5	14
4	4	4	12	5	4	5	14
5	4	4	13	4	4	4	12
4	4	4	12	5	4	4	13
5	3	5	13	3	3	3	9
5	4	5	14	5	4	5	14
3	4	4	11	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
5	4	4	13	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	4	12	5	5	5	15
4	4	5	13	5	4	3	12
4	4	4	12	5	4	4	13
4	4	4	12	4	4	3	11
4	3	4	11	5	5	5	15
4	4	4	12	4	5	4	13
4	4	4	12	5	4	4	13

4	5	5	14	3	4	4	11
4	4	4	12	5	5	5	15
5	4	4	13	3	4	3	10
5	3	4	12	4	5	4	13
5	4	5	14	5	5	5	15
5	3	3	11	2	3	3	8
4	4	3	11	4	4	5	13
5	4	5	14	5	4	4	13
3	4	3	10	3	3	4	10
4	3	3	10	3	4	4	11
5	4	5	14	5	5	5	15
2	2	2	6	3	4	4	11
5	4	3	12	2	2	2	6
4	4	5	13	3	3	2	8
4	4	4	12	4	4	4	12
3	3	3	9	3	5	5	13
2	3	3	8	4	4	4	12
4	3	3	10	4	5	5	14
5	3	2	10	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	4	4	3	11
4	5	4	13	4	5	5	14
4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	5	13
5	5	5	15	5	5	5	15
5	4	3	12	5	5	5	15
5	4	5	14	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	3	4	4	11
5	4	4	13	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	2	3	3	8
5	5	5	15	2	3	3	8
4	4	4	12	4	4	3	11

3	3	3	9	5	3	3	11
2	3	3	8	4	4	3	11
4	3	3	10	5	4	4	13
5	3	3	11	4	4	4	12
4	4	3	11	4	4	4	12
5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	2	12
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	5	5	15
4	5	4	13	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	3	11
5	5	5	15	5	5	4	14
5	5	5	15	5	5	5	15
5	4	3	12	5	5	5	15
5	4	5	14	4	4	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	5	5	5	15
5	5	5	15	4	4	3	11
5	4	4	13	5	5	5	15
4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	11	4	4	4	12
5	5	5	15	4	5	4	13
4	4	4	12	4	4	4	12
4	4	4	12	5	4	4	13
4	5	2	11	4	3	4	11

UNIVERSITAS ILMU NEGERI
ALAUDDIN
 MAKASSAR

LAMPIRAN HASIL UJI STATISTIK

Uji Validasi

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X1
X11	Pearson Correlation	1	,638**	,575**	,695**	,673**	,918**	,596**	,552**	,863**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X12	Pearson Correlation	,638**	1	,461**	,570**	,619**	,631**	,915**	,399**	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X13	Pearson Correlation	,575**	,461**	1	,470**	,552**	,581**	,442**	,908**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X14	Pearson Correlation	,695**	,570**	,470**	1	,778**	,716**	,594**	,497**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X15	Pearson Correlation	,673**	,619**	,552**	,778**	1	,660**	,594**	,544**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X16	Pearson Correlation	,918**	,631**	,581**	,716**	,660**	1	,610**	,560**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X17	Pearson Correlation	,596**	,915**	,442**	,594**	,594**	,610**	1	,417**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X18	Pearson Correlation	,552**	,399**	,908**	,497**	,544**	,560**	,417**	1	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1	Pearson Correlation	,863**	,806**	,771**	,818**	,830**	,868**	,797**	,754**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X21	X22	X23	X2
X21	Pearson Correlation	1	,477**	,494**	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99
X22	Pearson Correlation	,477**	1	,616**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99
X23	Pearson Correlation	,494**	,616**	1	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99
X2	Pearson Correlation	,776**	,811**	,866**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,669**	,586**	,866**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99
Y2	Pearson Correlation	,669**	1	,691**	,883**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99
Y3	Pearson Correlation	,586**	,691**	1	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	99	99	99	99
Y	Pearson Correlation	,866**	,883**	,875**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reabilitas X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	99	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	9

Uji Reabilitas X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	99	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	4

Uji Reabilitas Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	99	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,853	4

Uji Asumsi Klasik

UJI NORMALITAS (KOLMOGOROV SMIRNOV DAN HISTOGRAM)

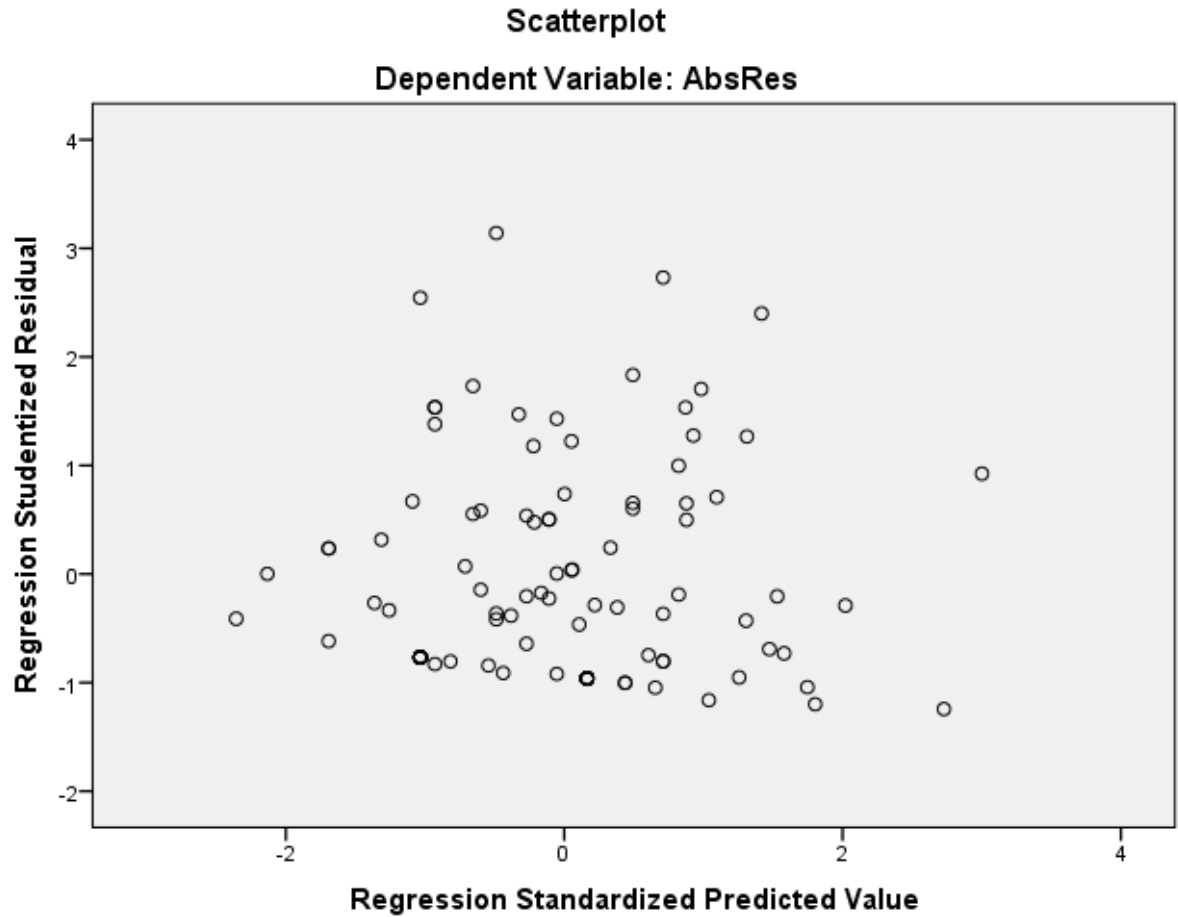
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,2447339
Most Extreme Differences	Absolute	0
	Positive	,122
	Negative	,122
Kolmogorov-Smirnov Z		-,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		1,218
		,103

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI HETEROKEDASTISITAS (GLESJER DAN SCATTERPLOTS)



UJI AUTOKORELASI (DURBIN WATSON)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,783 ^a	,613	,605	1,25763	2,150

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

UJI MULTIKOLONIERITAS

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 X1	,525	1,905
X2	,525	1,905

a. Dependent Variable: Y

Uji Regresi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,605	1,25763

a. Predictors: (Constant), X2, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240,607	2	120,303	76,062	,000 ^b
	Residual	151,838	96	1,582		
	Total	392,444	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,936	,952		,983	,328
	X1	,208	,036	,502	5,724	,000
	X2	,375	,095	,348	3,969	,000

a. Dependent Variable: Y

RIWAYAT HIDUP



Abd Rahmin, yang biasa dipanggil Mimink, lahir di Desa Rappolemba Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa pada tanggal 05 Oktober 1995. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Ayahanda Abdul Haris dan Ibunda Rosi.

Penulis memulai pendidikan di SDN Lembaya pada tahun 2000 hingga tahun 2006, di tahun yang sama lalu melanjutkan pendidikan di MTS Muh. Lembang Bu'ne dan tamat pada tahun 2009. Selanjutnya pada tahun yang sama pula penulis melanjutkan pendidikan di MAN Malakaji yang sekarang berganti nama MAN 1 GOWA dan tamat pada tahun 2013.

Melalui penerimaan mahasiswa jalur tes SPMB-PTAIN pada tahun 2013 penulis berhasil lulus seleksi dan terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Manajemen di bawah naungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar (UINAM). Selain mengikuti proses perkuliahan, penulis juga pernah bergabung dalam berbagai organisasi yaitu Himpunan Pemuda Pemerhati Masyarakat, dan anggota di organisasi supporter The Macz Man Alauddin. Di tahun 2018, penulis fokus mengerjakan tugas akhir (Skripsi) sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen.