

## Peran Orientasi Budaya terhadap Minat Berwirausaha pada Siswa SMK

*Doddy Hendro Wibowo<sup>1</sup>, Dewita Karema Sarajar<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga  
e-mail: \*<sup>1</sup> [doddy.wibowo@uksw.edu](mailto:doddy.wibowo@uksw.edu), <sup>2</sup> [dewita.sarajar@uksw.edu](mailto:dewita.sarajar@uksw.edu)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: Maret 2023  
Revised: Agustus 2023  
Accepted: Oktober 2023

**Abstract.** Entrepreneurship is a potential job that still has the opportunity to be developed. The purpose of this study was to explore the role of cultural orientation on entrepreneurial intention. Researchers used a convenience sampling method, involving 347 Vocational High School (SMK) students consisting of 180 male students (51.87%) and 167 female students (48.12%). The researcher used the High School Student Entrepreneurial Orientation Scale and the Cultural Orientation Scale to measure the variables in this study. The results indicated that there is role of cultural orientation on entrepreneurship in vocational students. The results also showed that there was no difference in entrepreneurial interest between male and female students. The practical implication of the results of this study was that the vertical and horizontal collective cultural orientation factors had a role in building entrepreneurial interest among teenagers. It can be strengthened in term of developing entrepreneurial intentions.

**Keywords:** Culture orientation, Entrepreneurial intention, Gender differences, Vocational high school student

**Abstrak.** Berwirausaha merupakan potensi pekerjaan yang masih memiliki peluang untuk terus dikembangkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK. Teknik pengambilan sampel dengan metode *convenience sampling*, melibatkan 347 siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang terdiri dari 180 siswa (51,87%) dan 167 siswi (48,12%). Peneliti menggunakan skala *High School Student's Entrepreneurial Orientation Scale* dan Skala Orientasi Budaya. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan minat berwirausaha antara siswa laki-laki dan perempuan. Implikasi praktis hasil penelitian ini adalah faktor orientasi budaya kolektif secara vertikal dan horizontal memiliki peran di dalam membangun minat berwirausaha dikalangan remaja. Hal tersebut dapat menjadi pertimbangan untuk dikuatkan dalam konteks mendukung perkembangan minat berwirausaha.

**Kata kunci:** Orientasi Budaya, Minat berwirausaha, Perbedaan jenis kelamin, Siswa SMK

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai sifat, jiwa, atau karakter yang dimiliki seorang wirausahawan, sedangkan wirausaha merujuk kepada seseorang yang melakukan kegiatan wirausaha, dan berwirausaha dapat diartikan sebagai kegiatan wirausaha (Helmi, 2016). Berwirausaha merupakan potensi pekerjaan yang masih memiliki peluang untuk terus dikembangkan. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia menggambarkan bahwa pengusaha yang berusaha sendiri meningkat di empat tahun terakhir, selain itu 77,91 juta orang (59,45%) bekerja di sektor informal. Penduduk berusia muda mulai menjadi pengusaha baik secara mandiri atau dibantu buruh/pekerja (Tusianti & Prihatinningsih, 2020). Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mendukung munculnya pelaku wirausaha melalui kurikulum Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MB-KM) yang pada akhirnya diharapkan dapat menciptakan peluang kerja. Guna mengembangkan pelaku wirausaha, salah satunya adalah dengan memunculkan minat berwirausaha. Minat berwirausaha adalah dorongan yang dimiliki seseorang untuk menjadi seorang wirausahawan. Adanya minat berwirausaha akan mendukung dalam proses mengawali dan mengembangkan usaha serta memiliki dedikasi dan tangguh dalam mengelola wirausahanya (Karabulut, 2016).

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) menjadi lembaga pendidikan yang lulusannya diharapkan dapat siap bekerja. Adanya bekal kompetensi kejuruan, lulusan SMK lebih mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan dalam dunia kerja sampai tahap menciptakan lapangan kerja (Sennang, 2017). Siswa SMK dengan semangat yang dimiliki, berpotensi untuk dapat mengembangkan inovasi, penyelesaian masalah keterbatasan lapangan kerja, ketahanan terhadap stress, dan konsistensi dalam mengembangkan wirausaha (Zahra et al., 2019). Sebaliknya, data BPS menunjukkan bahwa terdapat kenaikan angkatan kerja pada Agustus 2021 (140,15 juta orang) dibandingkan Agustus 2020 dan angka pengangguran dari lulusan SMK di Indonesia tahun 2020 mencapai 13,55%. Angka tersebut menunjukkan bahwa lulusan SMK kurang mendapatkan peluang pekerjaan daripada lulusan jenjang sekolah lainnya ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)).

Peluang berwirausaha sangat terbuka. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan berwirausaha, yakni: kesesuaian dengan kepribadian, idealisme dan pemberdayaan masyarakat, penyaluran hobi, keadaan ekonomi, tren berwirausaha, kebebasan bekerja, pertimbangan finansial jangka panjang, dan budaya berwirausaha di lingkup keluarga (Sutanto & Nurrachman, 2018). Budaya memainkan peran yang berbeda dalam kegiatan

kewirausahaan. Budaya penting dalam setiap dimensi kewirausahaan karena menentukan sikap individu terhadap permulaan kewirausahaan. Budaya yang berbeda memandang kewirausahaan dan peluang kewirausahaan secara berbeda dan ada perbedaan yang signifikan antar budaya dalam motivasi untuk meluncurkan bisnis baru (Radziszewska, 2014). Budaya juga memiliki peranan yang merujuk pada dukungan sosial dari masyarakat sekitarnya. Bagi seseorang yang sedang merintis wirausaha akan lebih dihargai dan diakui usahanya sehingga hal tersebut menjadi sebuah keuntungan. Selain itu, budaya menjadi faktor pendukung di dalam nilai dan pola berpikir masyarakat, sehingga apabila di dalam suatu budaya masyarakat memiliki sikap positif terhadap kewirausahaan, maka hal tersebut akan menjadi faktor pendukung di dalam seseorang merintis wirausaha (Krueger et al., 2013).

Budaya juga membentuk pola berpikir seseorang, salah satunya ialah melalui sikap tentang orientasi budaya. Orientasi budaya menunjukkan kecenderungan budaya individualisme dan kolektivisme (Triandis, 2001). Budaya individualisme umumnya lebih fokus pada kemandirian diri, prestasi, kesetaraan keunikan, kontrol pribadi, dan sikap (Noordin et al., 2002). Ikatan sosial antara orang-orang dalam masyarakat individualisme terkadang longgar. Faktor yang memotivasi di dalam budaya individualisme termasuk kepentingan mereka sendiri, mencapai tujuan pribadi untuk diri sendiri dan perasaan bangga setelah tujuan pribadi tercapai. Sedangkan budaya kolektivisme lebih mementingkan tujuan kelompok, kerjasama dalam kelompok, norma sosial, dan keterhubungan. Menjaga harmoni dalam kelompok, kerukunan dan memenuhi harapan orang lain merupakan hal utama di dalam budaya kolektif (Farrukh et al., 2019). Secara pengelolaan emosi, emosi pada budaya kolektif muncul sebagai fenomena relasional akibat relasi dengan orang lain dan menunjukkan kedekatan di dalam relasi sosial, sedangkan pada budaya individualis menunjukkan minimnya ketergantungan pada relasi sosial. Emosi dalam budaya kolektif lebih mengarah kepada penilaian sosial, mencerminkan kenyataan di dalam hubungan sosial, dan bukan merupakan pandangan subjektif individu (Mesquita, 2001). Orientasi budaya individualisme dan kolektivisme merupakan pilihan dalam bersikap bahwa apakah seseorang cenderung berorientasi individualisme atau kolektivisme menyesuaikan dengan situasi yang dihadapi. Seseorang tidak bisa diasumsikan dalam budaya individualis memiliki semua karakteristik budaya ini, dan orang dalam budaya kolektivisme memiliki semua karakteristik budaya tersebut (Triandis, 2001).

Indonesia merupakan negara yang berorientasi budaya kolektivisme. Hal tersebut ditunjukkan dengan adanya sikap kohesivitas kelompok dan perilaku berempati kepada sesama yang tergolong tinggi, serta mengharapkan kepedulian dari kelompok kepada dirinya. Budaya kolektivisme lebih menekankan pada keharmonisan antar seseorang sehingga menjadi prediktor adanya kebersamaan kelompok (Celeste et al., 2011; Sutampi et al., 2019). Pada budaya kolektivisme, pola pengasuhan anak lebih menekankan pada nilai konformitas, kepatuhan, keamanan, dan keajegan yang berarti bahwa pola pengasuhan akan dilakukan secara turun-temurun (Triandis, 2001).

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang keterkaitan orientasi budaya dan kewirausahaan menunjukkan bahwa individualisme merupakan dimensi budaya yang paling terkait langsung dengan kewirausahaan. Orientasi budaya individualisme menghargai inisiatif dan otonomi perorangan (Karabulut, 2016); lebih stabil dan memiliki lingkungan sosial yang mudah berubah, dan dapat membentuk kepribadian yang lebih jelas dibandingkan dengan budaya kolektif (Triandis, 2001). Sementara itu, budaya kolektivisme cenderung menghalangi inisiatif individu dan mengakibatkan rasa bergantung pada kelompok. Hal tersebut menyebabkan masyarakat kolektif cenderung kurang menghargai upaya kewirausahaan individu dan menyebabkan lebih sedikit orang yang bercita-cita menjadi pengusaha (Radziszewska, 2014). Akan tetapi, Toikko (2017) menyatakan bahwa individualisme dan kolektivisme merupakan faktor penting dalam menentukan minat wirausaha. Nilai individualisme berkaitan dengan otonomi dan daya saing individu sedangkan nilai kolektivisme menciptakan modal sosial-budaya, yang dapat dilihat sebagai modal awal yang bermanfaat untuk merintis wirausaha (Toikko, 2017).

Peneliti juga melihat secara spesifik faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha yakni faktor jenis kelamin. Pada awalnya, laki-laki identik dengan peran dominan dan fokus pada fungsinya di sektor publik yang menopang keuangan keluarga, sementara perempuan dikaitkan dengan peran pekerjaan yang berhubungan dengan mengasuh anak, merawat sehingga tanggung jawab dalam rumah tangga lebih sesuai. Akan tetapi, dalam perkembangannya saat ini, terjadi transisi peran, ternyata perempuan selain masih mengutamakan fungsinya di sektor domestik juga memiliki pekerjaan di sektor publik. Perempuan memiliki peran ganda sebagai pekerja dan mengurus kebutuhan rumah tangga (Christiani, 2015). Hal tersebut menunjukkan bahwa kesetaraan pekerjaan antara laki-laki dan

perempuan di Indonesia terus berkembang. Pendapat tersebut juga diperkuat hasil penelitian yang menyatakan bahwa sikap terhadap pengembangan karier pada karyawan tidak dipengaruhi oleh faktor gender (Lestari, 2015).

Peneliti melihat dalam bidang wirausaha, peran jenis kelamin dalam fungsi pekerjaan di mana laki-laki dianggap lebih dominan. Literatur tentang intensitas wirausaha menunjukkan bahwa laki-laki di Vietnam memiliki minat wirausaha yang lebih tinggi dari wanita, sehingga wanita cenderung memilih pekerjaan tetap (bergaji) daripada memilih pekerjaan sebagai pengusaha (Nguyen, 2018). Perbandingan minat wirausaha antara siswa laki-laki dan siswa perempuan juga menunjukkan bahwa siswa laki-laki lebih memiliki minat wirausaha dibandingkan siswa perempuan (do Paço et al., 2013; Santos et al., 2016). Hasil penelitian lain menunjukkan minat berwirausaha laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan (Goktan & Gupta, 2013). Beberapa faktor yang menyebabkan wanita memiliki minat wirausaha yang lebih rendah misalnya karena perasaan kurang percaya diri dalam keterampilan wirausaha, wanita juga lebih memiliki sifat untuk berorientasi pada hubungan, mengasuh, dan kepedulian kepada anak (Murugesan & Jayavelu, 2017). Sementara hasil penelitian lainnya menunjukkan hasil berbeda bahwa jenis kelamin tidak menentukan minat berwirausaha pada mahasiswa (Indarti & Rostiani, 2008; Chaudhary, 2017).

Mengacu kepada penjelasan tersebut, siswa SMK dipersiapkan untuk menjadi lulusan yang siap bekerja. Selanjutnya peneliti akan melihat bagaimana peran orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui adakah peran orientasi budaya terhadap karier kewirausahaan pada siswa SMK. Manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran lebih lanjut mengenai peran orientasi budaya dan minat berwirausaha pada siswa SMK. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka peneliti mengajukan hipotesis: terdapat pengaruh orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK. Analisis tambahan, akan dilakukan analisis komparatif pada minat berwirausaha Siswa SMK ditinjau dari data demografi yang meliputi jenis kelamin. Hipotesis analisis komparatif penelitian kali ini yaitu: terdapat perbedaan minat berwirausaha pada siswa SMK ditinjau dari jenis kelamin.

## Metode

### ***Identifikasi Variabel***

Penelitian kali ini menguji hubungan variabel bebas dengan variabel tergantung. Variabel tergantung (Y) adalah minat berwirausaha dan variabel bebasnya (X) ialah orientasi budaya.

### ***Instrumen Penelitian***

Orientasi Budaya diambil dari skala yang diadaptasi peneliti berdasarkan skala yang dikembangkan oleh Triandis dan Gelfand (dalam Cozma, 2011). Peneliti mengadaptasi alat ukur tersebut dengan mengacu pada cara model penelitian dari Arifin dan Milla (2020) yakni: a) Item Bahasa Inggris diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh seorang yang memiliki bahasa ibu yakni Bahasa Indonesia dan memiliki kemampuan Bahasa Inggris; b) Setelah diterjemahkan, seorang lain yang ahli bahasa Inggris dan belum pernah membaca item tersebut menerjemahkan kembali item Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris; c) Item yang telah diterjemahkan kembali ke Bahasa Inggris, dibandingkan dan dicek kembali dengan item asli oleh tim peneliti; d) Tim peneliti mengundang sepuluh (10) mahasiswa semester I untuk mengecek keterbacaan item berbahasa Indonesia melalui metode *Focused Group Discussion (FGD)*; e) Tim peneliti memastikan bahwa secara keterbacaan, skala psikologi siap digunakan. Skala ini terdiri dari 16 item pernyataan, beberapa contoh pernyataan misalnya: "*Saya mengandalkan diri saya sendiri hampir di sepanjang waktu*"; "*Saya jarang mengandalkan orang lain*"; "*Saya memiliki sikap bahwa menang adalah segalanya*"; "*Bagi saya, menghabiskan waktu bersama orang lain merupakan sesuatu yang menyenangkan*"; dan "*Sudah menjadi tugas saya untuk menjaga keluarga, meskipun saya harus mengorbankan keinginan saya*".

Peneliti menggunakan skala orientasi wirausaha (*High School Student's Entrepreneurial Orientation Scale*) yang dikembangkan oleh Kurniawan et al., (2021). Pertimbangan peneliti menggunakan skala tersebut karena: a) dikembangkan sesuai dengan konteks siswa di negara Indonesia; b) diperuntukkan untuk siswa di jenjang sekolah menengah atas; dan c) memiliki hasil konfirmatori faktor analisis kategori valid. Peneliti menyimpulkan alat ukur tersebut sesuai untuk digunakan kembali di dalam penelitian ini. Skala ini terdiri dari 24 item pernyataan, contoh pernyataan yakni: "*Hasil karya saya memiliki ciri khas yang berbeda dengan teman-teman yang lain*"; "*Saya dapat membuat karya yang kreatif dalam*

*proyek-proyek atau tugas sekolah*”; “*Saya berinisiatif untuk bertanya ketika ada hal yang kurang jelas*”; “*Saya belajar dari kegagalan sebelumnya untuk mendapatkan hasil yang lebih baik*”.

Tabel 1  
*Koefisien Reliabilitas dan Korelasi Item-Total*

<b>Skala</b>	<b>Number of Item</b>	<b>Nilai Koefisien (Cronbach Alpha)</b>	<b>Corrected Item-Total Correlation</b>
<i>Individual Horizontal</i>	4	0,684	.41-.55
<i>Individual Vertical</i>	4	0,508	.22-.41
<i>Collective Horizontal</i>	4	0,561	.29-.40
<i>Collective Vertical</i>	4	0,517	.21-.43
<i>Minat berwirausaha</i>	24	0,900	.44-.66

### ***Subjek Penelitian***

Penelitian kali ini melibatkan responden dengan kriteria: a) Siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Negeri dan Swasta di Kota Salatiga; b) Berjenis kelamin laki-laki dan perempuan; c) Berusia antara 15-19 tahun. Teknik pengambilan sampel dengan *non-probability sampling - convenience sampling*. Proses pemilihan sampel dilakukan dengan cara peneliti memilih sampel dan menanyakan kesediaan untuk dapat berpartisipasi. Dalam hal ini pernyataan kesediaan teribat penelitian sekaligus menjadi *informed consent* di dalam proses keterlibatan dalam penelitian (Nindyati, 2020). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 347 siswa.

### ***Teknik Analisis Data***

Analisis regresi digunakan untuk menguji pengaruh variabel orientasi budaya terhadap minat berwirausaha. Sedangkan analisis komparatif (Uji T) digunakan untuk menguji perbedaan peran jenis kelamin laki-laki dan perempuan terhadap minat berwirausaha. Komputasi analisis data menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 25.

## Hasil

Data demografi responden pada penelitian ini terjadi pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2.  
*Data Demografi Responden*

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>n</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	180	51,87%
Perempuan	167	48,12%
<b>Jurusan</b>		
Ototronik	20	7%
Pengelasan	34	12%
Teknik dan Bisnis Sepeda Motor	15	5%
Analisis Kesehatan	3	1%
Asisten Keperawatan	35	12%
Tata Busana	28	9%
Teknik Laborat Medik	6	2%
Akuntansi dan Keuangan	34	11%
Bisnis Daring dan Pemasaran	18	6%
Desain Grafis	12	4%
Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran	26	9%
Multimedia	15	5%
Teknik Otomotif dan Kendaraan Ringan	33	11%
Teknik Permesinan	18	6%

Lebih lanjut berdasarkan Tabel 3, diperoleh gambaran hasil data kategorisasi orientasi budaya dan minat berwirausaha dari responden penelitian. Rata-rata responden dalam penelitian kali ini menunjukkan orientasi budaya, dimensi kolektif horizontal dengan persentase 75,8% yang dapat dikategorikan tinggi dan demikian pula kolektif vertikal dengan persentase 76,4% yang juga kategori tinggi. Sementara partisipan dalam penelitian kali ini menunjukkan minat berwirausaha dengan persentase 57,6% yang berada dalam kategori sedang.

Tabel 3.  
*Kategorisasi Orientasi Budaya dan Minat berwirausaha*

<b>Kategori</b>	<b>Individual Horizontal</b>		<b>Individual Vertikal</b>		<b>Kolektif Horizontal</b>		<b>Kolektif Vertikal</b>		<b>Minat berwirausaha</b>	
	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	204	58,8%	184	53%	263	75,8%	265	76,4%	135	38,9%
Sedang	132	38%	155	44,7%	81	23,3%	81	23,3%	200	57,6%
Rendah	11	3,2%	8	2,3%	3	0,9%	1	0,3%	12	3,5%

Hasil dari uji asumsi yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Nilai signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan angka 0,200 ( $p > 0,05$ ). Sedangkan Uji Linearitas yang dilakukan menunjukkan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* 0,677 ( $p > 0,05$ ) yang berarti data dapat dikatakan linear.

Tabel 4.  
*Hasil Uji Regresi*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.332 <sup>a</sup>	.110	.100	13.676

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa variabel orientasi budaya dan minat berwirausaha memiliki korelasi positif yang signifikan, Nilai  $r = 0,332$ ;  $p < 0,01$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi skor orientasi budaya, maka akan semakin tinggi pula skor minat berwirausaha. Selain itu diketahui juga nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) yang didapatkan adalah 0,110 yang menjelaskan bahwa sebesar 11% variabel orientasi budaya berperan terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK, sedangkan sisanya sebesar 89% ditentukan oleh faktor-faktor lain. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima.

Tabel 5.  
*Hasil Uji Regresi Berganda Signifikansi Nilai F (Anova)*

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7913.748	4	1978.437	10.578	.000 <sup>b</sup>
	Residual	63963.220	342	187.027		
	Total	71876.968	346			

Berdasarkan hasil uji nilai signifikansi Nilai F (Anova), menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK.

Tabel 6.  
*Peran Dimensi Orientasi Budaya terhadap Minat Wirausaha*

<b>Dimensi</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>B</b>	<b>Sig.</b>
Individualisme Horizontal	.028	.089	.104
Individualisme Vertikal	.032	.103	.060
Kolektivisme Horizontal	.058	.158	.004
Kolektivisme Vertikal	.059	.161	.004

Prosedur analisis kedua untuk mengetahui peranan tiap dimensi yang ada di dalam orientasi budaya. Dimensi individualisme horizontal dilakukan uji regresi diperoleh nilai  $\beta=0.089$  dengan signifikansi  $p \leq 0.05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat peranan dimensi individualisme horizontal terhadap minat berwirausaha. Dimensi individualisme vertikal dilakukan uji regresi diperoleh nilai  $\beta=0.103$  dengan signifikansi  $p \leq 0.05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat peranan dimensi individualisme vertikal terhadap minat berwirausaha. Dimensi kolektivisme horizontal dilakukan uji regresi diperoleh nilai  $\beta=0.158$  dengan signifikansi  $p \leq 0.05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peranan dimensi kolektivisme horizontal terhadap minat berwirausaha. Nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> (*R square*) sebesar 0.058. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi kolektivisme horizontal memberikan sumbangan peranan sebesar 5,8% terhadap minat berwirausaha. Dimensi kolektivisme vertikal dilakukan uji regresi diperoleh nilai  $\beta=0.161$  dengan signifikansi  $p \leq 0.05$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peranan dimensi kolektivisme vertikal terhadap minat berwirausaha. Nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> (*R square*) sebesar 0.059. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi kolektivisme vertikal memberikan sumbangan peranan sebesar 5,9% terhadap minat berwirausaha.

Tabel 7.  
*Hasil Uji Beda Minat Kewirausahaan Berdasarkan Jenis Kelamin*

	<b>Laki-Laki</b>			<b>Perempuan</b>			<b>F</b>	<b>t</b>	<b>df</b>
	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>N</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>N</b>			
Karier Kewirausahaan	84,30	13,284	180	81,95	15,487	167	1,335	-1,519	345

Prosedur uji hipotesis analisis komparatif dilakukan untuk melihat adakah perbedaan peran jenis kelamin terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK. Berdasarkan tabel 7

menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan peran jenis kelamin terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK ( $F=1,335$ ;  $t=-1,519$ ;  $p=0.130$ ).

### Diskusi

Hasil penelitian kali ini menunjukkan terdapat pengaruh orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa. Wirausaha layak untuk dikembangkan dan dapat menghasilkan keuntungan besar melalui relasi jejaring sosial, kerja sama, dan peluang wirausaha sesuai dengan konteks budaya di Indonesia yang memiliki masyarakat kolektif. Orientasi budaya kolektif yang berkarakteristik adanya rasa saling ketergantungan bermanfaat sebagai modal sosial yang mendukung keberhasilan wirausaha (Baluku et al., 2019). Hal tersebut ditunjukkan dengan peranan orang tua yang menentukan pilihan karier bagi anaknya. Pola asuh orang tua mengarah pada suasana yang nyaman dan relasi positif antar anggota keluarga, sehingga kebiasaan ini terwujud dalam perilaku yang mengarah kepada orang lain, dan pada akhirnya memengaruhi pilihan karier yang ditekuni anak (Hartono, 2005). Di sisi lain, orang tua juga menjadi *role model* wirausaha bagi anak yang secara positif memengaruhi pilihan minat berwirausaha (Rosique-Blasco et al., 2016). Remaja yang berorientasi kolektif vertikal yakni berfokus untuk memenuhi kewajiban dari orang lain dan memiliki rasa sosial tinggi (orientasi kolektif horizontal) yakni dengan tidak mementingkan diri sendiri cenderung akan mengembangkan keselarasan karier dengan orang tua mereka. Remaja dengan orientasi budaya kolektif, memiliki relasi komunikasi dan identitas karier yang baik dengan orang tua, sehingga remaja akan banyak berdiskusi ketika ada perbedaan pendapat terkait karier (Sawitri & Creed, 2017).

Penelitian Sutanto dan Nurrachman (2018) menunjukkan bahwa pada etnis Tionghoa yang tinggal di Indonesia, yang cenderung memiliki orientasi budaya kolektif, menjadi faktor penyebab keturunannya juga berwirausaha karena budaya berwirausaha di dalam keluarga. Pada budaya kolektif, orang tua berperan mengembangkan *mindset* dan minat kewirausahaan anak. Salah satunya ialah dengan mengajarkan pentingnya karakter kejujuran, mengikuti norma, mampu menghasilkan dan bertekun sesuai dengan keahlian dan kemampuan. Penelitian Suharti dan Sirine (2018) secara tersirat mengungkapkan rendahnya pertumbuhan wirausahawan Indonesia disebabkan minimnya contoh dan dorongan dari lingkungan keluarga. Sebagian besar orang tua yang bekerja sebagai pegawai mengharapkan anaknya juga bekerja sebagai pegawai yang dinilai memiliki risiko pekerjaan lebih kecil dibandingkan

menjadi pengusaha. Penelitian kali ini membuktikan bahwa faktor sosio demografi pekerjaan orang tua berpengaruh signifikan terhadap pilihan pekerjaan anak. Sementara, lingkungan sekolah berperan untuk memberikan pemahaman tentang dunia wirausaha (Wijaya et al., 2020) dan dapat menjalin keterhubungan dengan komunitas wirausaha sehingga dapat semakin mengembangkan jejaring yang dimiliki (Aryanti et al., 2021).

Di sisi lain, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan minat berwirausaha antara siswa laki-laki dan perempuan ( $F=1,335$ ;  $t=-1,519$ ;  $p=0.130$ ). Hasil penelitian kali ini juga mendukung penelitian dengan tema serupa dan menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan intensi kewirausahaan antara mahasiswa laki-laki dan mahasiswa perempuan (Indarti & Rostiani, 2008; Chaudhary, 2017; Adha et. al, 2020). Gender tidak memiliki peran efek moderasi pada hubungan antara perasaan takut gagal dan minat kewirausahaan pada siswa dari negara Amerika Serikat, Belgia, dan Cina (Shinnar et al., 2012). Gender menunjukkan pengaruh positif terhadap minat berwirausaha dan dimensi orientasi kewirausahaan (Kumar et al., 2021). Secara khusus, peneliti juga melakukan analisa tambahan untuk melihat adakah peran perbedaan jenis kelamin dan minat berwirausaha. Hasil pengujian dengan *chi square* menunjukkan nilai *Asymptotic Significance Pearson Chi Square: 0.237* ( $>0.05$ ), artinya bahwa tidak ada hubungan antara jenis kelamin dan minat berwirausaha pada siswa SMK. Hal tersebut sependapat dengan penelitian sebelumnya yakni jenis kelamin bukan sebagai prediktor minat berwirausaha mahasiswa (Bidori & Puspitowati, 2021). Adanya kesempatan pendidikan, pelatihan, pembinaan dan fasilitas terkait dengan pembekalan kewirausahaan bagi siswa laki-laki atau perempuan menjadi faktor pendukung berkembangnya keterampilan kewirausahaan yang setara (Adha et al., 2020).

Hasil pengolahan data deskriptif, menunjukkan bahwa kategori orientasi budaya dimensi individual horizontal berada pada kategori tinggi (58,8%), demikian pula dimensi individual vertikal yang tergolong tinggi (53%). Akan tetapi, apabila dibandingkan dengan kategorisasi orientasi budaya kolektif, menunjukkan bahwa responden memiliki orientasi budaya kolektif horizontal yang tergolong tinggi (75,8%) dan orientasi budaya kolektif vertikal (76,4%). Hal tersebut menunjukkan bahwa memang responden penelitian memiliki orientasi budaya kolektif yang tinggi (lebih dominan) dibanding orientasi budaya individu. Hal tersebut menandakan bahwa aspek dan indikator orientasi budaya kolektif lebih sesuai dengan konteks budaya di Indonesia, walaupun memang tetap ada orientasi budaya individual

namun tidak menunjukkan dominasi. Perkembangan ekonomi dan perubahan sosial dapat menjadi salah satu faktor penyebab pergeseran budaya kolektif ke arah individual, namun tetap tidak meninggalkan kelompoknya dan menjadi lebih kompetitif untuk berhasil dalam kondisi ekonomi baru (Noordin et al., 2002). Sementara itu, hasil penghitungan variabel minat berwirausaha menunjukkan kategori sedang (57,6%). Hasil tersebut berarti bahwa responden cenderung belum mengarahkan sikap untuk menjadi seorang wirausaha. Hal tersebut dapat disebabkan oleh responden yang masih berada di kelas X dan XI serta penjurusan yang diambil adalah bukan bidang jurusan yang belum mengarahkan untuk menjadi seorang wirausaha, misalnya jurusan pengelasan (*welding*), asisten keperawatan, akuntansi dan tata kelola perkantoran, dan teknik kendaraan ringan.

Implikasi praktis hasil penelitian kali ini adalah peranan orientasi budaya kolektif secara vertikal dan horizontal adalah untuk membangun minat wirausaha di kalangan remaja. Budaya kolektif melalui relasi sosial, terutama orang tua dan saudara memberikan dukungan penuh kepada anaknya, memberikan arahan dan kesempatan untuk mencoba merupakan modal awal untuk berwirausaha. Di sisi lain, juga adanya budaya kolektif mendukung keberagaman budaya masyarakat Indonesia, misalnya perayaan hari besar agama dan kebiasaan berkumpul untuk merayakan momen tertentu menjadi dorongan kuat untuk berbelanja kebutuhan. Berbelanja tidak sekedar untuk diri sendiri namun juga ditujukan untuk saudara. Selain itu, berbelanja juga sebagai wujud bersosialisasi dengan suasana keakraban di antara teman dan keluarga (Jatmika, 2017), sehingga kebiasaan ini menjadi pasar utama ketika seorang remaja merintis wirausaha.

Peneliti menyadari adanya keterbatasan di dalam penelitian kali ini, yakni kemungkinan adanya bias manipulasi pengumpulan data melalui skala psikologi yang diberikan kepada siswa, data yang dikumpulkan kurang mendalam, dan penggunaan partisipan yang lebih bervariasi dari latar belakang budaya. Pemberian skala psikologi kepada siswa dilakukan secara klasikal, menyebabkan adanya kemungkinan siswa mengisi secara bias dan acak walaupun sudah dilakukan supervisi dalam proses pengisian. Sedangkan penggunaan skala psikologi pada umumnya memang dapat mencakup responden dalam jumlah banyak, namun memiliki keterbatasan dalam mengungkap kedalaman jawaban. Selain itu, minimnya variasi partisipan yang hanya berasal dari salah satu kota, menyebabkan kurangnya orientasi budaya atau hanya merujuk pada orientasi budaya tertentu. Kemudian,

jurusan siswa yang sangat beragam menyebabkan variasi jawaban dan cenderung kurang mengarah ke minat kewirausahaan.

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian kali ini menunjukkan terdapat pengaruh antara orientasi budaya terhadap minat berwirausaha pada siswa SMK. Hasil analisis komparatif juga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan minat berwirausaha antara siswa SMK berdasarkan jenis kelamin, yakni laki-laki dan perempuan. Sementara hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa partisipan memiliki orientasi budaya dimensi kolektif horizontal yang dapat dikategorikan tinggi, demikian pula orientasi budaya kolektif vertikal juga berada pada kategori tinggi dan minat berwirausaha yang dimiliki partisipan berada kategori sedang.

### **Saran**

Saran untuk peneliti selanjutnya yakni agar lebih bisa mendalami dimensi variabel orientasi budaya yakni budaya kolektivisme horizontal dan kolektivisme vertikal di dalam peranan terhadap minat berwirausaha. Di dalam pembahasan variabel minat berwirausaha juga dapat mempertimbangkan untuk lebih memfokuskan kepada siswa SMK di jurusan wirausaha.

### **Daftar Pustaka**

- Adha, M. A., Arifin, I., Maisyaroh, S., & Sunarni. (2020). Perbedaan minat berwirausaha berdasarkan jenis kelamin mahasiswa. *JAMP: Jurnal Administrasi dan Manajemen Pendidikan*, 3(September), 208–215.
- Arifin, H. H., & Milla, M. N. (2020). Adaptasi dan properti psikometrik skala kontrol diri ringkas versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(2), 179–195. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.18>
- Aryanti, Z., Iskandar, T. Z., Agustiani, H., & Cahyadi, S. (2021). Mengapa remaja berwirausaha? *Jurnal Psikologi*, 14(1), 74–87. <https://doi.org/10.35760/psi.2021.v14i1.3429>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Bantu, E., Onderi, P., & Otto, K. (2019). Impact of personal cultural orientations and cultural intelligence on subjective success in self-employment in multi-ethnic societies. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1–22. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0144-0>
- Bidori, F., & Puspitowati, I. (2021). Pengaruh kebutuhan kognisi, preferensi risiko dan jenis

- kelamin terhadap niat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, *III*(3), 699–710.
- Celeste, M., León, D. De, & Finkelstein, M. A. (2011). *Individualism/collectivism and organizational citizenship behavior*, *23*(1995), 401–406.
- Christiani, L. C. (2015). Pembagian kerja secara seksual dan peran gender dalam buku pelajaran SD. *INTERAKSI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *4*(1), 11-21.
- Cozma, I. (2011). How are individualism and collectivism measured? *Romanian Journal of Applied Psychology*, *13*(1), 11–17.
- Do Paço, A., Ferreira, J. M., Raposo, M., Rodrigues, R. G., & Dinis, A. (2013). Entrepreneurial intentions: Is education enough? *International Entrepreneurship and Management Journal*, *11*(1), 57–75. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0280-5>
- Farrukh, M., Lee, J. W. C., Sajid, M., & Waheed, A. (2019). Entrepreneurial intentions: The role of individualism and collectivism in perspective of theory of planned behaviour. *Education and Training*, *61*(7–8), 984–1000. <https://doi.org/10.1108/ET-09-2018-0194>
- Helmi, A. F. (2016). Kewirausahaan di perguruan tinggi dalam perspektif psikologi. *Kewirausahaan di Perguruan Tinggi dalam Perspektif Psikologi*, *17*(2), 57–65. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11484>
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi kewirausahaan mahasiswa: Studi perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, *23*(4), 369–384. <https://doi.org/10.22146/jieb.6316>
- Jatmika, D. (2017). Hubungan budaya individualis-kolektif dan motivasi berbelanja hedonik pada masyarakat Kota Jakarta. *Psibernetika*, *10*(1), 9–19. <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v10i1.1037>
- Karabulut, A. T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *229*, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Krueger, N., Liñán, F., & Nabi, G. (2013). Cultural values and entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, *25*(9–10), 703–707. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.862961>
- Kumar, S., Paray, Z. A., & Dwivedi, A. K. (2021). Student's entrepreneurial orientation and intentions: A study across gender, academic background, and regions. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, *11*(1), 78–91. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-01-2019-0009>
- Kurniawan, J. E., Sanjaya, E. L., & Virlia, S. (2021). Confirmatory factor analysis and norming of the high school student's entrepreneurial orientation scale. *Psychology and Education Journal*, *58*(2), 17–26. <https://doi.org/10.17762/pae.v58i2.1052>

- Lestari, Y. I. (2015). Sikap terhadap pengembangan karir ditinjau dari gender. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(Desember), 120–126.
- Murugesan, R., & Jayavelu, R. (2017). The influence of Big Five Personality Traits and Self-efficacy on entrepreneurial intention: The role of gender. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 3(1), 41–61. <https://doi.org/10.1177/2393957516684569>
- Nguyen, C. (2018). Demographic factors, family background and prior self-employment on entrepreneurial intention - Vietnamese business students are different: Why? *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 2–17. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0097-3>
- Nindyati, A. D. (2020). Kecerdasan emosi dan stres akademik mahasiswa: Peran jenis kelamin sebagai moderator dalam sebuah studi empirik di universitas paramadina. *Journal of Psychological Science and Profession*, 4(2), 127. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v4i2.25505>
- Noordin, F., Williams, T., & Zimmer, C. (2002). Career commitment in collectivist and individualist cultures: A comparative study. *International Journal of Human Resource Management*, 13(1), 35–54. <https://doi.org/10.1080/09585190110092785>
- Radziszewska, A. (2014). Intercultural dimensions of entrepreneurship. *Journal of Intercultural Management*, 6(2), 35–47. <https://doi.org/10.2478/joim-2014-0010>
- Santos, F. J., Roomi, M. A., & Liñán, F. (2016). About gender differences and the social environment in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 49–66. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12129>
- Sawitri, D. R., & Creed, P. A. (2017). Collectivism and perceived congruence with parents as antecedents to career aspirations: A social cognitive Pprerspective. *Journal of Career Development*, 44(6), 530–543. <https://doi.org/10.1177/0894845316668576>
- Sennang, I. (2017). Pengaruh dukungan sosial dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(3), 275–282.
- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intentions: The role of gender and culture. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(3), 465–493. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- Sutampati, A., Priyatama, A. N., & Astriana, S. (2019). Hubungan job embeddedness dan budaya kolektivisme pada karyawan Generasi X Dan Y di PLTD Siantan, Kalimantan Barat. *Psibernetika*, 11(2). <https://doi.org/10.30813/psibernetika.v11i2.1440>
- Toikko, T. T. R. T. (2017). The relationship between individualism and entrepreneurial intention – a Finnish perspective. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 11(2).

- Triandis, H. C. (2001). Individualism-collectivism and personality. *Journal of Personality*, 69(6), 907–924. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.696169>
- Tusianti, E., & Prihatinningsih, D. R. (2020). *Analisis Isu Terkini 2020* (W. Winardi (ed.)). Badan Pusat Statistik RI.
- Wijaya, Y., Priyatama, A. N., & Khasan, M. (2020). Dukungan sosial keluarga dengan minat berwirausaha siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). *Jurnal Psikologi Perseptual*, 5(2), 88. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v5i2.5050>