

HUBUNGAN ANTARA DUKUNGAN SOSIAL DENGAN *ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY* PADA SISWA SMA X

Ang Natasia Stephanie Setiyadi
Fakultas Psikologi Universitas Ciputra

ABSTRACT

This study is aimed to determine the relationship between social support and ESE on high school "X" students. Subjects (N=60) are students of class XI and XII high school "X" who has gained entrepreneurial learning at school. Data were collected through questionnaires. The results showed a positive relationship between social support and entrepreneurial self-efficacy (ESE) at high school "X" students ($\rho = 0.26$; $p < 0.05$). It indicates a relatively low degree of correlation between the two aspects. The effective contribution of social support to the ESE subjects amounted to 6.76%. Researchers also looked at other factors that play a role in this study such as vicarious experience, mastery experience, soft skills, gender role orientation, and stress levels that have not been described in depth in this study. These issues can be developed through further research.

Keywords: *Social Support, Entrepreneurial self-efficacy, Adolescence*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dukungan sosial dengan *ESE* pada siswa SMA X. Subyek penelitian adalah (N = 60) siswa kelas XI dan XII SMA X yang telah mengikuti pembelajaran *entrepreneurship* di sekolah tersebut. Pengumpulan data melalui metode angket. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan positif antara dukungan sosial dengan *entrepreneurial self-efficacy (ESE)* pada siswa SMA X ($\rho = 0,26$; $p < 0,05$). Tingkat korelasi keduanya tergolong rendah dan sumbangan efektif dukungan sosial terhadap *ESE* subyek adalah sebesar 6,76%. Peneliti melihat adanya faktor lain yang berperan dalam penelitian ini seperti *vicarious experience, mastery experience, soft skills*, orientasi peran gender, dan stres yang belum dijabarkan secara mendalam dalam penelitian ini dan dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Dukungan sosial, *Entrepreneurial self-efficacy*, Remaja

Generasi muda di Indonesia menjadi harapan pemerintah dalam memajukan perekonomian dan masa depan bangsa Indonesia di tengah krisis ekonomi masa kini. Namun menurut Fikrianto (2011), para pemuda masih cenderung ingin menjadi pencari kerja dibanding membuka usaha sendiri. Mengingat lapangan kerja terbatas, paradigma ini memicu tingginya angka pengangguran. BPS (2011) mencatat angka pengangguran terdidik mencapai 7,7 juta orang. Sebanyak 3,8 juta di antaranya merupakan lulusan sekolah menengah, diploma, dan universitas.

Mengamati fakta tersebut, pemerintah makin giat untuk mempopulerkan tren berwirausaha di kalangan muda. Berdasarkan data dari BPS (dalam Salampessy, 2012), terjadi peningkatan jumlah wirausaha dari

0,24% menjadi 1,56% atau 3,744 juta wirausaha baru pada Februari 2012. Walau telah mengalami peningkatan, namun Indonesia masih membutuhkan lebih banyak lagi wirausaha muda untuk mencapai angka ideal 2% seperti disebutkan McClelland (dalam Ciputra, 2008) sebagai cerminan kemakmuran bangsa.

Sebagian besar pemuda Indonesia memang sudah mencoba terjun berwirausaha, namun terdapat pemahaman yang masih kurang mengenai kewirausahaan. Fikrianto (2011) berpendapat bahwa salah satu penyebab ketidakinginan pemuda berwirausaha adalah merasa dirinya tidak berbakat. Ketidakyakinan generasi muda dalam ber-*entrepreneur* tersebut merupakan hambatan dan indikasi rendahnya *entrepreneurial self-efficacy* mereka.

Entrepreneurial self-efficacy didefinisikan sebagai keyakinan seseorang dalam menilai seberapa mampu dirinya dalam menjalankan peran dan tugasnya sebagai *entrepreneur*. (Chen *et al.*, dalam Pihie & Bagheri, 2011).

Beberapa tahun terakhir, pendidikan *entrepreneurship* semakin marak diberlakukan di berbagai institusi pendidikan mulai dari tingkat sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Menurut Fillion (dalam Pihie & Bagheri, 2011), siswa sekolah menengah berada pada tahapan usia yang ideal untuk mengembangkan sikap terhadap *entrepreneurship* dan meningkatkan pengetahuan serta kemampuan ber-*entrepreneur*. SMA X merupakan salah satu SMA swasta di Surabaya yang memiliki kurikulum nasional plus. SMA X memiliki keunikan dibanding SMA lainnya yaitu menerapkan program pendidikan *entrepreneurship* terpadu yang melatih siswa berpikir kreatif dan inovatif dengan proses belajar bertahap. Proses yang diterapkan berawal dari *exploring, planning, doing, communicating, dan reflecting*. Proses *entrepreneurship learning cycle* ini diintegrasikan dengan tiap mata pelajaran di SMA tersebut. Proyek *entrepreneurship* yang dilakukan di SMA X dapat bersifat bisnis maupun sosial.

Sebagai salah satu SMA yang menerapkan kurikulum berintegrasi *entrepreneurship*, peneliti ingin mengetahui gambaran *entrepreneurial self-efficacy* di SMA X tersebut yang dapat berguna untuk pengembangan pendidikan *entrepreneurship* ke depannya.

Bandura (1995) menjelaskan bahwa *self-efficacy* dikembangkan melalui 4 sumber pengaruh, yaitu melalui *mastery experiences, vicarious experiences, social persuasion, dan physiological & emotional states*. Persuasi sosial (*social persuasion*) merupakan cara ketiga untuk memperkuat keyakinan seseorang bahwa mereka memiliki kemampuan yang diperlukan untuk menjadi berhasil dalam sebuah tugas tertentu. Menurut Bandura (1995), individu yang dapat diyakinkan secara verbal melalui persuasi sosial lebih mungkin untuk mengeluarkan usaha yang lebih besar

dibandingkan jika dirinya memiliki keraguan akan kemampuan yang dimilikinya. Menurut peneliti, persuasi sosial merupakan bagian dari dukungan sosial yang mana salah satu fungsi dukungan sosial bersifat meyakinkan seseorang akan kemampuannya. Peneliti menduga bahwa dukungan sosial yang diberikan bagi siswa sekolah menengah dapat meningkatkan keyakinan mereka akan kemampuan ber-*entrepreneur*.

Hubungan antara dukungan sosial dengan *self-efficacy* pernah dikemukakan dalam penelitian terdahulu oleh Tanjungsari (2007) dalam konteks mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi di salah satu universitas swasta di Surabaya. Hasil statistik penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara dukungan sosial terhadap *self-efficacy* mahasiswa dalam mengerjakan skripsi. Sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel dukungan sosial terhadap *self-efficacy* mahasiswa dalam mengerjakan skripsi sebesar 19,6%.

Penelitian lain terkait dukungan sosial dan *self-efficacy* juga pernah diteliti oleh Rizka (2011) dalam konteks mahasiswa yang bekerja *part-time* di salah satu universitas swasta di Surabaya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan antara dukungan sosial dengan *self-efficacy* pada mahasiswa yang bekerja *part-time*.

Banyak penelitian dengan topik *self-efficacy* yang telah dilakukan di Indonesia. Mayoritas topik *self-efficacy* tersebut diteliti dalam konteks akademik (Tanjungsari, 2007; Karijanto, 2010) serta karir (Zoraya, 2011). Sementara itu masih jarang ditemukan penelitian *self-efficacy* dalam konteks *entrepreneurial* di Indonesia. Sebaliknya, topik penelitian *entrepreneurial self-efficacy* sudah banyak menjadi sorotan peneliti di luar negeri (De Noble *et al.*, 1999; Wilson *et al.*, 2007; McGee *et al.*, 2009; Pihie & Bagheri, 2011). Namun keterbatasan penelitian di luar negeri, mayoritas masih menggunakan sampel para *entrepreneurs* dan mahasiswa bisnis, dan hanya sedikit yang menggunakan sampel siswa sekolah menengah.

Penelitian ini juga mendapat inspirasi dari proposal penelitian Setiawan (2012), dan

menginduk pada program penelitian yang berjudul “Keterkaitan *Entrepreneurial Social Support*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Entrepreneurial Attitude Orientation*, dan *Entrepreneurial Intention* pada siswa-siswi SMA berbasis *Entrepreneurship*” yang dilakukan oleh yang bersangkutan.

Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti apakah terdapat hubungan antara dukungan sosial dengan *entrepreneurial-self-efficacy* pada siswa SMA X.

Entrepreneurial Self-efficacy

Self-efficacy sendiri menurut Bandura (1995) adalah keyakinan seseorang akan kemampuan dirinya dalam mengatur dan menjalankan tindakan-tindakan yang dibutuhkan untuk mengelola peluang munculnya situasi tertentu. Pervin (dalam Smet, 1994) mengatakan bahwa *self-efficacy* merupakan kemampuan yang dirasakan untuk membentuk perilaku yang relevan pada tugas atau situasi khusus. Dengan demikian dapat disimpulkan *self-efficacy* adalah keyakinan individu akan kemampuannya untuk menjalankan suatu tindakan tertentu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas yang spesifik.

Secara umum, Bandura (1995) menjelaskan empat sumber yang mempengaruhi *self-efficacy* seseorang, yaitu *mastery experience*, *vicarious experience*, *social persuasion*, *physiological and emotional*.

Sedangkan *Entrepreneurial self-efficacy* sendiri merupakan sebuah konsep yang mengukur keyakinan seseorang akan kemampuan mereka sendiri untuk melaksanakan persyaratan akan keterampilan tertentu yang dibutuhkan untuk menemukan peluang usaha baru (De Noble et al., 1999). Secara ringkas *entrepreneurial self-efficacy* merupakan kekuatan seseorang dalam menilai seberapa mampu dirinya menjalankan peran dan tugasnya sebagai seorang *entrepreneur* (Chen et al., dalam Pihie & Bagheri, 2011).

De Noble et al., (1999) menuliskan 6 aspek *entrepreneurial self-efficacy* sebagai berikut:

- a. *Developing new product or market opportunities*. Hal ini melibatkan keyakinan akan keterampilan yang berhubungan dengan mengenali peluang (*opportunity recognition*).
- b. *Building an innovative environment*. Dimensi ini mencoba mengevaluasi sejauh mana keyakinan yang dirasakan individu terhadap kemampuannya mendorong orang lain untuk mencoba ide baru, tindakan baru, dan bertanggung jawab pada hasil yang diperoleh.
- c. *Initiating investor relationships*. Sejauh mana keyakinan individu akan kemampuan menjalin relasi dengan penanam modal.
- d. *Defining core purpose*. Dimensi ini mengevaluasi sejauh mana keyakinan individu untuk dapat fokus, memperjelas, dan menetapkan tujuan atau visi perusahaan yang dapat menarik minat karyawan dan investor.
- e. *Coping with unexpected challenges*. Aspek ini mencoba melihat sejauh mana keyakinan individu dalam mengatasi tantangan dan hambatan yang muncul dalam proses membangun usaha yang baru.
- f. *Developing critical human resources*. Hal ini mencakup sejauh mana keyakinan individu akan kemampuannya menarik dan mempertahankan sumber daya manusia yang dibutuhkan dalam proses membuka usaha baru.

Dukungan Sosial

Sarafino (1994) mendefinisikan dukungan sosial sebagai berikut, “*Social support refers to the perceived comfort, caring, esteem, or help a person receives from other people or groups*” (h.102). Peneliti mendapati bahwa dukungan sosial merupakan bentuk bantuan yang melibatkan setidaknya dua orang yaitu pihak pemberi bantuan dan pihak penerima bantuan. Dukungan sosial memberikan perasaan nyaman, perasaan diperhatikan dan dihargai bagi pihak penerima bantuan. Peneliti menyimpulkan bahwa dukungan sosial adalah hubungan interpersonal yang melibatkan pemberian

dorongan baik berupa verbal, non verbal, bantuan atau tindakan nyata dari seseorang kepada orang lain karena adanya kepedulian sosial dan mempengaruhi segi emosional serta perilaku penerima.

Ada empat tipe dukungan sosial menurut House (dalam Weiten, 1992), sebagai berikut:

1. Dukungan emosional (*emotional support*). Dukungan ini melibatkan ekspresi afeksi, minat, dan kepedulian seseorang kepada orang lain.
2. Dukungan penilaian (*appraisal support*). Dukungan penilaian melibatkan penilaian terhadap individu dengan cara memberikan evaluasi (baik dan buruk kinerja seseorang) dan membantu seseorang memperjelas akar permasalahan yang dihadapi). Sarafino (1994) memperjelas bahwa dukungan semacam ini berfungsi membangun perasaan penghargaan akan diri sendiri, kompetensi, dan penilaian individu terhadap dirinya sendiri.
3. Dukungan instrumental (*instrumental support*), melibatkan pemberian bantuan berupa barang atau jasa.
4. Dukungan informasi (*informational support*), melibatkan pemberian nasehat mengenai cara mengatasi suatu problem. Sarafino (1994) menambahkan dukungan informasi turut melibatkan pemberian nasehat, arahan, saran, atau umpan balik mengenai bagaimana tindakan seseorang.

Remaja

Dariyo (2004) mendefinisikan remaja (*adolescence*) adalah masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan aspek fisik, psikis, dan psikososial. Menurut Thornburg (dalam Dariyo, 2004), masa remaja dibagi menjadi 3 tahap, yaitu remaja awal (usia 13-14 tahun), remaja tengah (usia 15-17 tahun), remaja akhir (18-21 tahun). Oleh sebab itu siswa SMA tergolong dalam remaja madya.

Dalam kaitannya dengan tugas perkembangan remaja, salah satu tugas perkembangan remaja menurut Havighurst (dalam Sarwono, 2004) adalah mempersiapkan

karir ekonomi. Pada akhir masa remaja, minat pada karier semakin meningkat. Berkaitan dengan hal tersebut, remaja berada pada tahapan usia yang ideal dalam pengembangan sikap terhadap *entrepreneurship* dan meningkatkan pengetahuan serta kemampuan mereka dalam ber-*entrepreneur* sebagai bekal bagi remaja dalam mempersiapkan karir ekonominya kelak.

Pada masa transisi ini, remaja membutuhkan sosok teladan dan dukungan sosial dari orang di sekitarnya untuk membantu remaja mengatasi fase-fase krisis, misalnya dalam pertimbangan pemilihan jurusan dan karir kelak.

Hubungan antara dukungan sosial dengan Entrepreneurial Self-efficacy pada siswa SMA X

Dalam penelitian ini, subyek penelitian merupakan siswa SMA X yang telah memperoleh program *entrepreneurship* dalam kurikulum pembelajarannya. Dalam usaha untuk ber-*entrepreneur*, terdapat tantangan-tantangan yang dihadapi oleh siswa tersebut tersebut yang seringkali membuat siswa merasa tidak yakin akan kemampuannya sendiri.

Salah satu faktor yang diduga memiliki kaitan dengan *ESE* adalah dukungan sosial. Menurut peneliti, persuasi sosial (yang merupakan salah satu dari empat sumber yang mempengaruhi *self-efficacy* seseorang), merupakan bagian dari dukungan sosial yang mana salah satu fungsi dari dukungan sosial bersifat meyakinkan seseorang akan kemampuannya.

Menurut Bandura (1995), individu yang dapat diyakinkan secara verbal memiliki kemampuan yang dibutuhkan untuk berhasil dalam suatu aktivitas, lebih mungkin untuk mengeluarkan usaha yang lebih besar dibandingkan jika dirinya memiliki keraguan akan kemampuan yang dimilikinya. Selain itu, Sarafino (1994) mengatakan bahwa dukungan sosial berfungsi menurunkan stress yang dialami individu serta melindungi individu dari emosi negatif akibat stress. Suasana hati yang positif dapat meningkatkan *self-efficacy*,

sementara suasana hati yang sedih menurunkannya (Kavanagh & Bower, dalam Bandura, 1995).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif bersifat korelasional yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dukungan sosial dengan *Entrepreneurial self-efficacy* pada siswa di SMA X.

Subyek penelitian ini adalah siswa kelas XI dan XII SMA X yang telah mengikuti program pendidikan *entrepreneurship* di SMA tersebut. Subyek penelitian berjumlah 60 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan pendekatan *total population study*.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari dua macam skala, yaitu skala dukungan sosial dan skala *Entrepreneurial self-efficacy*. Skala dukungan sosial berisi 57 aitem pernyataan yang disusun berdasarkan empat tipe dukungan sosial yang dikemukakan House (dalam Weiten, 1992). Skala ini terdiri atas pernyataan dengan rentang pilihan jawaban dari sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS). Nilai dari pilihan jawaban berada dalam rentang 1 hingga 6. Hasil uji reliabilitas *alpha cronbach* skala dukungan sosial ini adalah 0,9508. Sedangkan skala *Entrepreneurial self-efficacy* berjumlah 23 aitem diadaptasi dari skala De Noble, *et al.* (1999). Skala ini terdiri atas pernyataan dengan pilihan jawaban dari sangat tidak sesuai (STS) hingga sangat sesuai (SS). Nilai dari pilihan jawaban berada dalam rentang 1 hingga 6. Hasil uji reliabilitas *alpha cronbach* skala *ESE* ini adalah 0,914.

Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *spearman's rank order*. Hal ini dikarenakan data dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal.

HASIL PENELITIAN

Hasil analisis penyebaran skor pada skala *ESE* dan skala dukungan sosial menunjukkan bahwa lebih dari 90% subyek penelitian berada pada tingkat *ESE* sedang dan tinggi, dan 90% subyek penelitian memperoleh dukungan sosial dalam kategori sedang dan tinggi.

Hasil uji korelasi menggunakan *spearman's rank order* menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara dukungan sosial dengan *ESE* pada siswa SMA X ($\rho = 0,26$; $p < 0,05$). Tingkat korelasi antara dukungan sosial dengan *ESE* tergolong rendah. Sumbangan efektif yang dukungan sosial terhadap *ESE* adalah sebesar 6,76%. Secara lebih rinci, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Analisis Korelasi Dukungan Sosial dan *ESE*

No	Variabel	ρ	p
1	Dukungan Sosial- <i>ESE</i>	0,26	< 0,05
2	Aspek Dukungan Emosional- <i>ESE</i>	0,26	< 0,05
3	Aspek Dukungan Penilaian- <i>ESE</i>	0,33	< 0,05
4	Aspek Dukungan Informasi- <i>ESE</i>	0,25	> 0,05
5	Aspek Dukungan Instrumental- <i>ESE</i>	0,17	> 0,1

Tabel 2. Perbandingan Analisis Korelasi Aspek Dukungan Sosial dan *ESE* Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Variabel	ρ	p
1	Aspek Dukungan Emosional Subyek P – <i>ESE</i> Subyek P	0,5	< 0,05
2	Aspek Dukungan Penilaian Subyek P – <i>ESE</i> Subyek P	0,6	< 0,001
3	Aspek Dukungan Emosional Subyek L – <i>ESE</i> Subyek L	-0,07	> 0,05
4	Aspek Dukungan Emosional Subyek L – <i>ESE</i> Subyek L	-0,03	> 0,05

PEMBAHASAN

Dari hasil pada Tabel 1 dan 2, dapat dilihat bahwa dari empat aspek dukungan sosial, hanya dua aspek yang memiliki hubungan signifikan dengan *ESE*, yaitu aspek dukungan emosional (*emotional support*), dan aspek dukungan penilaian (*appraisal support*). Sedangkan aspek dukungan informasi dan dukungan instrumental secara umum tidak memiliki hubungan yang signifikan dengan *ESE*. Bila dibedakan berdasarkan jenis kelamin subyek, hanya tingkat *ESE* subyek perempuan saja yang memiliki hubungan signifikan dengan aspek dukungan sosial (*emotional support* dan *appraisal support*). Tingkat *ESE* subyek laki-laki tidak memiliki hubungan signifikan dengan keempat aspek dukungan sosial dalam penelitian ini.

Berikut ini beberapa faktor yang diduga mempengaruhi tidak adanya hubungan antara aspek dukungan instrumental dan informasi dengan *ESE*:

1. **Faktor persuasi verbal.** Persuasi sosial merupakan persuasi dalam bentuk verbal. Menurut Bandura (dalam Alwisol, 2004), cara meningkatkan *self-efficacy* dalam bentuk persuasi verbal tersebut disampaikan dalam bentuk *sugestion* (mempengaruhi dengan kata-kata berdasar kepercayaan), *exhortation* (melalui nasehat, peringatan yang mendesak atau memaksa), *self-instruction* (memerintah diri sendiri), dan *interpretive treatment* (memperbaiki interpretasi lama yang salah). Penyampaian dalam bentuk persuasi sosial tersebut dalam tipe dukungan sosial lebih terkandung dalam aspek dukungan emosional dan penilaian dibandingkan aspek dukungan informasi dan instrumental.
2. **Faktor locus of control** yang mempengaruhi keyakinan siswa dalam ber-*entrepreneur*. Menurut Rotter (dalam Djuwandono, 2002), *locus of control* menjadi sangat penting dalam menjelaskan mengenai prestasi siswa. Seseorang dengan *internal locus of control*, mempercayai bahwa kesuksesan

atau kegagalan adalah haknya atau karena usahanya sendiri atau kemampuannya sendiri. Mengingat *ESE* siswa yang tergolong tinggi, peneliti menduga bahwa siswa memiliki *internal locus of control*, sehingga siswa melihat kesuksesan atau kegagalan dalam proyek *entrepreneurship*-nya sebagai wujud kemampuannya sendiri. Siswa dengan *internal locus of control* merupakan ciri siswa yang percaya diri. Orang yang memiliki kepercayaan diri terhadap kemampuannya cenderung memiliki inisiatif sendiri, tidak menggantungkan bantuan dari orang lain dan memiliki tanggung jawab diri yang tinggi (Lauster, dalam Khusnia & Rahayu, 2010). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bantuan berupa instrumental dan informasi dari orang lain diduga tidak dipersepsikan sebagai bantuan yang signifikan dalam pengembangan *ESE* siswa tersebut. Siswa cenderung lebih suka diberikan dukungan berupa penghargaan atau *reward*.

3. **Faktor jenis kelamin.** Dalam penelitian ini, diperoleh bahwa mayoritas subyek penelitian yang memiliki *ESE* yang tinggi berasal dari subyek berjenis kelamin perempuan. Menurut Sarafino dan Smith (2011), laki-laki cenderung memiliki pergaulan sosial yang lebih besar dari perempuan, tetapi perempuan lebih mampu memanfaatkan relasi sosial sebagai bentuk dukungan sosial secara lebih efektif. Tanen (dalam Santrock, 2007) mengatakan bahwa perempuan lebih menikmati *rapport talk* dan percakapan yang lebih berorientasi pada relasi dibandingkan laki laki. Dalam hal ini, dukungan dalam bentuk emosional dan penilaian cenderung menyentuh area afeksi sehingga bentuk persuasi verbal tersebut lebih mempengaruhi *ESE* subyek perempuan dibandingkan subyek laki-laki.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan korelasi yang rendah antara aspek dukungan sosial dengan *ESE*, oleh karenanya peneliti

mencoba untuk mengkaji faktor lain yang diduga memiliki kaitan dengan *ESE* subyek, sebagai berikut :

1. *Vicarious Experience* :

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini, mayoritas subyek penelitian mengamati *live modelling* yang dalam hal ini pekerjaan orangtua sebagai wirausaha, secara khusus melalui figur ayah, sehingga dapat meningkatkan keyakinan akan kemampuan untuk ber-*entrepreneur*. Subyek penelitian juga cenderung mengamati *symbolic modelling* yaitu mengidolakan figur yang berasal dari tokoh *entrepreneur*, motivator, dan selebriti sebagai tokoh teladan yang diyakini subyek banyak mempengaruhi *ESE* mereka.

2. *Mastery experience* dan *soft skills* :

Dari penelitian ini ditemukan kecenderungan hubungan antara pengalaman ber-*entrepreneur* di luar sekolah dan pengalaman berorganisasi dengan tingkat *ESE* subyek penelitian. Siswa yang memiliki pengalaman lebih banyak, yaitu melakukan proyek *entrepreneurship* di dalam dan di luar sekolah serta aktif dalam kegiatan berorganisasi cenderung memiliki tingkat *ESE* lebih tinggi dari subyek lainnya. Hal ini dapat dijelaskan dengan pandangan Bandura (1995) bahwa *mastery experience* merupakan salah satu sumber dari *self-efficacy* yang berupa pencapaian prestasi atau pengalaman keberhasilan di masa lalu. Semakin sulit tugasnya, keberhasilan akan membuat *self-efficacy* makin tinggi (Bandura, dalam Alwisol, 2004). Sementara itu siswa yang aktif dalam berorganisasi memiliki kesempatan lebih luas untuk melibatkan diri dalam berbagai kegiatan sosial. Semakin banyak partisipasi sosial, semakin besar kompetensi sosial yang terasah dan hal ini menambahkan kepercayaan dirinya dalam situasi sosial (Hurlock, 1990). Dengan kata lain, *soft skills* subyek lebih terasah ketika dirinya aktif dalam kegiatan berorganisasi tersebut.

Soft skills dalam hal ini meliputi *leadership, creative thinking, time management, communication skills, teamwork*, dan *public speaking*.

3. *Gender*. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa subyek perempuan memiliki *ESE* yang cenderung lebih tinggi dibanding subyek laki-laki. Peneliti menemukan beberapa dugaan yang mendukung hal ini, yaitu:

- *Faktor jurusan*. Mayoritas perempuan dengan *ESE* tinggi berasal dari jurusan IPS. Disini peneliti mengkaji bahwa pemilihan jurusan IPS memberikan pengaruh pada pola pikir perempuan terkait pemilihan karir ber-*entrepreneur* serta mindset yang mengarah pada profesi bisnis. Sementara jurusan IPA masih memiliki *mindset* karir ke arah sains dan profesi keilmuan tertentu.

- *Bergesernya konsep peran gender yang tradisional*. Zoraya (2011) mengatakan bahwa wanita dengan keyakinan peran gender dapat meningkatkan *self-efficacy* karir melalui pencapaian prestasi yang baik dan positif dalam bidang yang diminati dan sesuai kemampuannya yang tidak kalah dengan pria.

- *Adanya role model*. Hal ini diperkuat dengan data penelitian yang menunjukkan bahwa jumlah subyek perempuan dengan *ESE* yang tinggi dan sangat tinggi memiliki kedua orangtua yang bekerja sebagai wirausaha lebih banyak dibandingkan subyek laki-laki. Zoraya (2011) mengatakan bahwa menyaksikan orang lain yang layak ditiru untuk dijadikan model bagi wanita bisa menaikkan *self-efficacy* karir seorang wanita, seperti salah satunya orangtua.

4. *Stress* :

Ketika seseorang mengalami tingkat stres yang tinggi, dukungan sosial yang diterima orang tersebut cenderung lebih efektif dalam meredakan ketegangan dan emosi negatif yang dirasakan seseorang sehingga membangkitkan kembali semangat

individu tersebut untuk kembali beraktivitas. Dalam penelitian ini, tidak tercakup tingkat stres yang dialami oleh subyek penelitian berkaitan dengan kesulitan ber-*entrepreneur* sehingga kurang menggambarkan efektivitas dari dukungan sosial yang diterima subyek dengan perkembangan *ESE* subyek. Hal ini dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya.

ESE dan Entrepreneurial Intention

Pandangan Fishbein & Ajzen (dalam Boyd & Vozikis, 1994) menjelaskan bahwa keyakinan seseorang mempengaruhi sikap, sikap mempengaruhi intensi seseorang, dan intensi mempengaruhi perilaku orang tersebut. Pandangan tersebut didukung oleh penelitian Wilson et al. (2007) dan De Noble et al. (1999) yang menunjukkan bahwa *entrepreneurial self-efficacy (ESE)* yang merupakan bentuk keyakinan seseorang dalam ber-*entrepreneur* terbukti memiliki pengaruh besar terhadap *entrepreneurial intention*.

Dari hasil penelitian ini, didapatkan data yang menunjukkan kecenderungan hubungan antara *ESE* dengan minat ber-*entrepreneur*. Hal ini dapat dilihat melalui data dari 35 subyek yang memiliki *ESE* tinggi hingga sangat tinggi, 32 orang di antaranya memiliki ketertarikan untuk ber-*entrepreneur*. Ketertarikan yang dimiliki subyek penelitian ini menunjukkan adanya sikap yang positif dari subyek terhadap *entrepreneurship*, namun hal ini belum tentu cukup untuk menentukan intensi siswa tersebut untuk ber-*entrepreneur*. Data dari angket terbuka menunjukan bahwa hanya 22% siswa yang memiliki rencana untuk membuka usaha sendiri setelah lulus kuliah, sementara 40% siswa lebih tertarik untuk bekerja di satu tempat setelah lulus kuliah. Hal ini berarti walaupun minat subyek dalam ber-*entrepreneur* tinggi, mayoritas subyek lebih tertarik bekerja di satu tempat dibanding membuka usaha sendiri. Mengenai data tersebut, peneliti menduga hal ini diakibatkan oleh pemahaman subyek terhadap konsep *entrepreneurship* yang masih tidak merata

pada subyek penelitian sehingga mengakibatkan persepsi yang berbeda-beda.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif antara dukungan sosial dengan *entrepreneurial self-efficacy (ESE)* pada siswa SMA X dengan tingkat korelasi yang rendah.
2. Sumbangan efektif dukungan sosial terhadap *ESE* sebesar 6,76%. Faktor lain yang diduga mempengaruhi *ESE*, adalah: *vicarious experience*, *mastery experience* dan *soft skills*, gender, dan tingkat stres yang belum tercakup secara mendalam di penelitian ini.
3. Dari empat aspek dukungan sosial, hanya aspek dukungan emosional (*emotional support*) dan dukungan penilaian (*appraisal support*) yang memiliki hubungan signifikan dengan *ESE* subyek penelitian, secara khusus pada subyek perempuan. Hasil uji korelasi menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara *ESE* subyek laki-laki dengan keempat aspek dukungan sosial.
4. Aspek dukungan informasi dan instrumental tidak memiliki hubungan signifikan dengan *ESE* subyek penelitian.

Mengingat pentingnya *ESE* bagi perkembangan siswa, peneliti menghimbau agar para siswa SMA X lebih aktif mengasah kemampuan ber-*entrepreneur* melalui partisipasi proyek *entrepreneurship* baik di dalam dan luar sekolah. Siswa SMA X juga disarankan turut berpartisipasi dalam kegiatan berorganisasi baik di dalam dan luar sekolah. Bagi orangtua siswa SMA X, diharapkan lebih aktif dalam memberikan perhatian, kepedulian, penghargaan terhadap kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan *entrepreneurship* anak, serta menjadi *role model* dengan melibatkan anak ikut serta mengamati atau bahkan berpartisipasi dalam pekerjaan orangtua.

Mengingat pentingnya *ESE* terhadap pengembangan *entrepreneurial intention* dari siswa SMA X, maka sekolah perlu lebih mengembangkan kurikulum pembelajaran

entrepreneurship yang mendorong siswa untuk lebih mandiri, seperti tidak sekedar menyediakan dana dan fasilitas, namun melatih siswa dalam *budgeting*, berkomunikasi dengan calon investor, dan merekrut anggota tim yang dibutuhkan secara mandiri. Hal ini sesuai dengan beberapa aspek *ESE* yaitu *initiating investor relationship*, *coping with unexpected challenges*, dan *developing critical human resources*. Guru-guru juga dapat menerapkan metode pembelajaran yang banyak memberikan *reward*, *feedback*, dan bersimpati pada kesulitan yang dialami siswa.

Bagi penelitian selanjutnya masih banyak variabel lain selain dukungan sosial yang dapat diteliti untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *ESE* siswa SMA, seperti aspek *vicarious experience*, *mastery experience*, *soft skills*, orientasi peran gender, dan stress. Penelitian selanjutnya juga dapat meneliti lebih lanjut hubungan *ESE* dengan gender dan pemilihan jurusan di SMA dengan mengontrol variabel jenis kelamin. Penelitian selanjutnya juga diharapkan mampu mencari populasi siswa SMA dari beberapa sekolah memiliki pola pembelajaran *entrepreneurship* yang serupa agar temuan data lebih luas dan mendalam.

Selain itu sebagai pengembangan penelitian selanjutnya, peneliti selanjutnya dapat mencoba meneliti *ESE* di kalangan mahasiswa mengingat tahapan perkembangan dan tingkat kesukaran ber-*entrepreneur* yang berbeda dengan siswa SMA.

DAFTAR PUSTAKA

Alwisol. (2004). *Psikologi kepribadian*. Malang: UMM Press.

Badan Pusat Statistik. (2011). *Pengangguran terbuka menurut pendidikan tertinggi yang ditamatkan*. Dipungut 23 Februari 2012, dari http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?tabel=1&daftar=1&id_subyek=06¬ab=4

Bandura, A. (1995). Self efficacy in changing societies. In Albert Bandura (Ed.), *Exercise of personal and collective efficacy in changing societies* (pp.1-45). United Kingdom : Cambridge University Press.

Boyd, N.G. & Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77

Ciputra. (2008). *Ciputra quantum leap : Entrepreneurship mengubah masa depan bangsa dan masa depan anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Dariyo. (2004). *Psikologi perkembangan remaja*. Bogor: Ghalia Indonesia.

De Noble, A., Jung, D. & Ehrlich, S. (1999). *Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action*. Dipungut 14 Februari 2012, dari http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/paper_s99/II_C/IC.html

Djuwandono, S.E.W. (2002). *Psikologi pendidikan revisi 2*. Jakarta: Grasindo

Fikrianto, M. (2011). *Pengembangan kewirausahaan di bidang industri kreatif dalam meningkatkan kualitas bangsa Indonesia*. Dipungut 23 Februari 2012, dari http://www.dikti.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=1885%3Apenyempurnaan-kewirausahaan-di-bidang-industri-kreatif-dalam-meningkatkan-kualitas-bangsa-indonesia&catid=159%3Aartikel-kontributor&Itemid=231

Hurlock, E. (1990). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang sejarah kehidupan edisi kelima* (Alih bahasa : Dra. Istiwidayanti & Drs. Soedjarwo, M.Sc.). Jakarta : Erlangga.

Karijanto, S. (2010). *Hubungan antara self-efficacy dan adversity quotient pada mahasiswa Psikologi Universitas Surabaya*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.

Khusnia, S. & Rahayu, S.A. (2010). Hubungan antara dukungan sosial dan kepercayaan diri remaja tuna netra. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 1(1), 40-47.

McGee, J.E., Peterson, M., Mueller, S.L., & Sequeira, J.M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: Refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.

- Pihie, Z.A. & Bagheri, A. (2011). Malay secondary school students' entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial self-efficacy : A descriptive study. *Journal of Applied Sciences*, 11(2), 316-322.
- Rizka, F.M. (2011). *Hubungan antara dukungan sosial dengan self-efficacy pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Surabaya yang bekerja part-time*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya
- Salampey, S.H. (2012). *Pemerintah klaim jumlah wirausaha Indonesia terus bertambah*. Dipungut 29 Maret 2012, dari <http://rri.co.id/index.php/detailberita/detail/11582>
- Santrock, J.W. (2007). *Remaja* (Alih Bahasa: Benedictine Widyasinta). Jakarta: Erlangga.
- Sarafino, E.P. (1994). *Health psychology: Biopsychosocial interaction* (2th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sarafino, E.P. & Smith, T.W. (2011). *Health psychology: Biopsychosocial interaction* (7th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Sarwono, S.W. (2004). *Psikologi remaja*. Jakarta: Grafindo.
- Setiawan, J.L. (2012). *Keterkaitan entrepreneurial social support, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial attitude orientation, dan entrepreneurial intention pada siswa-siswi sma berbasis entrepreneurship*. Proposal Penelitian tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Ciputra, Surabaya.
- Smet, B. (1994). *Psikologi kesehatan*. Jakarta : Grasindo.
- Tanjungsari, P.A. (2007). *Hubungan antara dukungan sosial dengan self efficacy mahasiswa dalam pengerjaan skripsi di Fakultas Psikologi Universitas Surabaya*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.
- Weiten, W. (1992). *Psychology: Themes and variations* (2nd ed). California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial career intentions : Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31 (3), 387-401.
- Zoraya, C. (2011). *Hubungan antara keyakinan peran gender dan vicarious experience dengan self efficacy karir pada mahasiswi*. Skripsi tidak diterbitkan, Fakultas Psikologi Universitas Surabaya, Surabaya.