

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Minat Berwirausaha

1. Pengertian minat

Minat telah didefinisikan secara berbeda oleh para ahli, tetapi semuanya mempunyai maksud dan tujuan yang sama, karena dimaklumi bersama bahwa para ahli mencoba merumuskan batasan minat yang didasarkan atas disiplin keilmuan dan pandangan masing-masing. Diantara para ahli yang merumuskan minat adalah Pintrich dan Schunk (1996) mendefinisikan minat menjadi tiga yaitu minat pribadi (*personal interest*), berasal dari sifat pribadi dan karakteristik individu yang relatif stabil biasanya diasumsikan langsung pada beberapa aktivitas yang dilihat dari sikap individu terhadap aktivitas atau objek yaitu perasaan senang menyukai aktivitas, minat situasi (*situasional interest*), adalah minat yang umumnya berhubungan dengan kondisi lingkungan, minat dalam rumusan psikologi (*interest as a psychological state*) adalah perpaduan antara minat pribadi dengan situasi.

Menurut Slameto (dalam Djaali, 2009) minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri sendiri. Semakin besar hubungan semakin besar minatnya.

Djamarah (2008) menyatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas.

Seseorang yang berminat terhadap suatu aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.

Crown dan Crow (dalam Djaali, 2009) mendefinisikan minat yaitu sesuatu yang berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Defenisi minat menurut Shaleh dan Wahab (2005) minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dan minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Berdasarkan pemaparan defenisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa minat adalah suatu kondisi rasa suka, senang, ketertarikan atau kecenderungan untuk mengarahkan atau memberikan perhatian terhadap sesuatu, aktivitas, benda dan orang yang mana hal tersebut sangat berharga atau berarti bagi individu.

2. Aspek aspek minat

Menurut Hurlock (2008) bahwa minat adalah suatu dorongan yang ada dalam diri individu untuk melakukan apa yang diinginkan dan melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan dan mendatangkan kepuasan, maka dibuatlah aspek-aspek dari minat yaitu:

a. Aspek kognitif.

Konsep yang dikembangkan mengenai bidang yang disukai.

Berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang pernah

dipelajari baik dirumah, disekolah dan masyarakat serta berbagai jenis media massa.

b. Aspek afektif

Konsep emosional yang dinyatakan dalam sikap terhadap yang ditemukan.

Menurut Pintrick dan Schunk (1996) mengungkapkan aspek-aspek minat sebagai berikut :

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*), yaitu perasaan suka tidak suka, setuju tidak setuju dengan aktivitas, umumnya terhadap sikap positif atau menyukai aktivitas.
- b. Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas (*specivic for or living the activity*), yaitu memutuskan untuk menyukai suatu aktivitas atau objek.
- c. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*), yaitu individu merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas yang diminatinya.
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personal importence or significance of the activity to the individual*).
- e. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas (*intrinsic interes in the content of the activity*), yaitu emosi yang menyenangkan yang berpusat pada aktivitas itu sendiri.

- f. Berpartisipasi dalam aktivitas (*reported choice of or participant in the activity*) yaitu individu memilah atau berpartisipasi dalam aktivitas.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat dibentuk oleh dua aspek yakni aspek kognitif dan aspek afektif berupa sikap, kemudian kesadaran menyukai aktivitas, lalu merasa senang, merasa berarti atau penting, lalu tertarik, dan kemudian berpartisipasi

3. Pengertian wirausaha

Menurut Usman (dalam Suryana, 2006) menjelaskan konsep wirausaha yaitu seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan dan mengkombinasikan sumberdaya seperti keuangan, material, tenaga kerja, keterampilan untuk menghasilkan produk, proses produksi, bisnis, dan organisasi usaha yang baru. Wirausaha adalah seseorang yang memiliki kombinasi unsur-unsur internal yang meliputi motivasi, visi, komunikasi, optimism, dorongan, semangat, dan kemampuan memanfaatkan peluang usaha.

Ada beberapa pendapat para ahli mengenai kewirausahaan, menurut Suryana (2006) sebagai berikut :

- a. Kewirausahaan adalah nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga pengerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Sanusi dalam Suryana, 1994)

- b. Kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (Drucker dalam Suryana, 1959)
- c. Kewirausahaan adalah proses penciptaan sesuatu yang berbeda untuk menghasilkan nilai dengan mencurahkan waktu dan usaha, diikuti penggunaan uang, fisik, risiko, dan kemudian menghasilkan balas jasa berupa uang serta kepuasan dan kebebasan pribadi (Hisric dalam Suryana, 1995)
- d. Kewirausahaan merupakan proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mencari peluang yang dihadapi setiap orang dalam setiap hari (Zimmere dalam Suryana, 1996).
- e. Kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang sudah ada dan menemukan cara baru dalam rangka memberikan kepuasan pada konsumen (Suryana, 2006)

berdasarkan konsep diatas dapat dikatakan bahwa wirausaha dapat didefenisikan sebagai kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses, dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah

baik barang atau jasa dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara baru dan berbeda serta berani menghadapi resiko.

4. Minat berwirausaha

a. Minat

Hurlock (1978) Minat adalah merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih, bila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan, mereka merasa berminat. Ini kemudian mendatangkan kepuasan, bila kepuasan berkurang maka minatpun berkurang. Menurut Sudjato (dalam Ali, 2009) minat adalah pemusatan perhatian yang tidak sengaja yang terlahir dengan penuh kemauan dan tergantung pada bakat dan lingkungannya.

Minat seseorang dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan seorang lebih tertarik pada suatu obyek lain. Dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas seseorang yang berminat terhadap sesuatu obyek tertentu cenderung menaruh perhatian lebih besar.

b. Wirausaha

Menurut Sukardi (1991), kata wirausaha merupakan gabungan kata wira yang berarti gagah berani atau perkasa dan usaha. Jadi wirausaha berarti orang yang gagah berani atau perkasa dalam usaha. Menurut Drucker (dalam Suryana, 2006) wirausaha adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Intinya adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang.

Menurut Meredith (dalam Alma, 2006) berwirausaha berarti memadukan watak pribadi, keuangan dan sumber daya. Oleh karena itu, berwirausaha merupakan suatu pekerjaan atau karier yang harus bersifat fleksibel dan imajinatif, mampu merencanakan, mengambil resiko, keputusan, dan tindakan untuk mencapai tujuan.

Kesimpulan yang dapat diambil bahwa minat berwirausaha adalah motivasi yang mendorong seseorang yang terlahir dengan penuh kemauan untuk menciptakan Sesuatu yang baru dan berbeda, membuat keputusan yang sesuai dengan peluang yang ada dengan berani mengambil resiko serta gagah atau perkasa dalam menjalankan usaha agar memperoleh keuntungan yang lebih besar dan meraih kesuksesan.

5. Aspek-aspek Minat Berwirausaha

Aspek minat berwirausaha dalam penelitian ini mengacu pada aspek-aspek minat menurut Pintrich dan Schunk (1996) yang telah dijelaskan sebelumnya. Aspek-aspek minat berwirausaha disusun berdasarkan kecenderungan memberikan perhatian yang berhubungan dengan wirausaha, diantaranya :

1. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*), yaitu perasaan suka tidak suka, setuju tidak setuju dengan aktivitas, umumnya terhadap sikap positif atau menyukai

aktivitas. Sikap umum yang ditandai suka atau tidak suka terhadap kegiatan berwirausaha

2. Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas (*specivic for or living the activity*), yaitu memutuskan untuk menyukai suatu aktivitas atau objek yang berkaitan dengan wirausaha
3. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*), yaitu individu merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas wirausaha yang diminatinya.
4. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personal impotence or significance of the activity to the individual*) yaitu aktivitas wirausaha menjadi tolak ukur bagi kehidupan sehingga individu menaruh perhatian terhadap kegiatan wirausaha.
5. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas (*intrinsic interes in the content of the activity*), yaitu emosi yang menyenangkan yang berpusat pada aktivitas itu sendiri. Minat yang ada pada dasar diri individu dapat ditunjukkan pada emosi yang menyenangkan sehingga berpusat pada aktivitas wirausaha.
6. Berpartisipasi dalam aktivitas (*reported choise of or participant in the activity*) yaitu individu memilah atau berpartisipasi dalam aktivitas. Individu berpartisipasi aktif dalam kegiatan wirausaha karena wirausaha dianggap aktivitas penting.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha dibentuk oleh beberapa aspek sikap umum yang ditandai suka atau tidak suka terhadap kegiatan wirausaha, memutuskan untuk menyukai aktivitas atau objek yang berkaitan dengan wirausaha, merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas wirausaha yang diminatinya, wirausaha menjadi suatu tolak ukur bagi kehidupan sehingga individu menaruh perhatian terhadap kegiatan wirausaha, emosi yang menyenangkan sehingga menjadikan aktivitas wirausaha sesuatu yang menarik, dan meneruskan aktivitas wirausaha karena wirausaha dianggap aktivitas penting.

6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Menurut David C. McClelland (dalam Suryana, 2006), mengemukakan bahwa kewirausahaan ditentukan oleh motif berprestasi, optimisme, sikap nilai, dan status kewirausahaan atau keberhasilan. Perilaku kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi hak kepemilikan, kemampuan atau kompetensi dan insentif, sedangkan faktor eksternal meliputi lingkungan. Sedangkan menurut Ibnu Soedjono (dalam Suryana, 2006), karena kemampuan afektif mencakup sikap, nilai, aspirasi, perasaan, dan emosi yang semuanya sangat bergantung pada kondisi lingkungan yang ada maka dimensi kemampuan afektif dan kemampuan kognitif merupakan bagian dari pendekatan kemampuan kewirausahaan. Jadi kemampuan berwirausaha merupakan fungsi dari perilaku kewirausahaan dalam mengkombinasikan kreativitas, inovasi, kerja keras, dan keberanian menghadapi resiko untuk memperoleh peluang. Dapat disimpulkan

dari pengabungan kedua pendapat diatas bahwa bagian atau komponen berwirausaha terdiri dari kognitif, emosi (perasaan), dan konasi atau kehendak. Secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik.

1) Faktor intrinsik

Faktor intrinsik adalah faktor-faktor yang timbul karena pengaruh dari dalam diri individu itu sendiri. Faktor-faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha antara lain karena motif berprestasi, harga diri, dan perasaan senang.

a) Motif berprestasi

Motif berprestasi adalah keinginan untuk dapat menjadi orang yang lebih baik dari orang lain. Motif berprestasi menjadi motivasi seseorang untuk dapat memperoleh kehidupan yang lebih baik.

b) Harga diri

Harga diri merupakan kebutuhan perkembangan (termasuk kebutuhan aktualisasi diri dari (Maslow) dengan berwirausaha diharapkan dapat meningkatkan harga diri karena tidak lagi tergantung pada orang lain. Hal ini dapat mendorong seseorang untuk berwirausaha.

c) Faktor senang

Perasaan senang terhadap sesuatu misalnya senang mencoba mengotak atik sepeda motor maka dengan kesenangan ini akan

menimbulkan minat seseorang untuk berwirausaha misalnya mendirikan bengkel sepeda motor.

2) Faktor Ekstrinsik

Faktor ekstrinsik adalah faktor yang timbul karena rangsangan atau dorongan dari luar diri individu atau lingkungan. Faktor-faktor intrinsic yang mempengaruhi minat berwirausaha antara lain lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat dan peluang.

a) Lingkungan keluarga

Dalam lingkungan keluarga orang tua adalah pihak yang bertanggung jawab penuh dalam proses ini. Anak harus diajarkan untuk memotivasi diri bekerja keras, diberi kesempatan untuk bertanggung jawab atas apa yang dilakukan. Salah satu unsur kepribadian adalah minat. Minat berwirausaha akan terbentuk apabila keluarga memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut, karena sikap dan aktivitas sesama anggota keluarga saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung.

b) Lingkungan masyarakat

Lingkungan masyarakat juga mempunyai peran dalam mempengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Sebagai contohnya seseorang background teknik computer dan bergaul sesama pakar komputer atau pengusaha komputer setidaknya

akan menimbulkan minat untuk berwirausaha seperti mendirikan toko komputer sendiri

c) Peluang

Peluang yang ada dihadapan seseorang untuk menjadi sukses bagi orang yang mempunyai semangat untuk maju sebenarnya banyak, tergantung bagaimana individu tersebut dapat memanfaatkan peluang tersebut untuk meraih sukses. Salah satu peluang untuk menjadi orang yang berhasil adalah dengan cara wirausaha

d) Pendidikan

Pengetahuan yang didapatkan selama dibangku pendidikan, maupun praktek lapangan dapat dijadikan modal dalam memulai berwirausaha.

Jadi ada dua faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yang pertama faktor intrinsik atau faktor dalam diri sendiri, faktor ini merupakan faktor alami yang dimiliki oleh seseorang. Disebut faktor alami karena timbul dari dalam diri tanpa pengaruh dari luar. Faktor intrinsik yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha antara lain karena motif berprestasi, harga diri, dan perasaan senang.

Kedua adalah faktor ekstrinsik atau faktor dari luar, faktor ini muncul antara lain disebabkan oleh lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, peluang dan pendidikan. didalam lingkungan keluarga orangtua adalah pihak yang bertanggung jawab penuh dalam proses ini. Didalam keluarga terjadi

proses pendidikan yang pertama dan utama. Dari faktor keluarga ini anak harus diajarkan untuk memotivasi diri bekerja keras, diberi kesempatan untuk bertanggung jawab untuk mengangakat perekonomian keluarga menjadi lebih baik sehingga timbul suatu minat untuk melakukan sesuatu. Hal ini juga tidak terlepas dari lingkungan masyarakat, peluang dan pendidikan.

B. Dukungan Sosial Keluarga

1. Pengertian Dukungan Sosial Keluarga

Dalam kehidupan kita sebagai manusia, kita tidak bisa berpaling dan terlepas dari orang lain. Manusia tidak akan bisa hidup tanpa adanya interaksi dan hubungan dengan orang lain, karena manusia bukanlah makhluk individual atau makhluk yang bisa bebas hidup sendiri. Karena itu kehadiran orang lain sangat besar perannya dalam kehidupan manusia untuk saling memberi bantuan, dukungan dan dorongan. Adapun bantuan dan dukungan yang diberi orang lain disebut dengan dukungan sosial.

Menurut Gottlieb (dalam Kuntjoro, 2002) mendefenisikan dukungan sosial (*social support*) sebagai informasi Verbal atau non-verbal, saran, bantuan yang nyata atau tingkah laku yang diberikan oleh orang-orang yang akrab dengan subjek didalam lingkungan sosialnya atau yang berupa kehadiran dan hal-hal yang dapat memberikan keuntungan emosional atau berpengaruh pada tingkah laku penerimannya. Dalam hal ini orang yang merasa memperoleh dukungan sosial, secara emosional merasa lega karena diperhatikan, mendapat saran atau kesan yang menyenangkan pada dirinya.

Pendapat senada juga juga dikemukakan oleh Sarason (dalam Kuntjoro, 2002) yang mengatakan bahwa dukungan sosial adalah keberadaan, kesediaan, kepedulian dari orang-orang yang dapat diandalkan, menghargai dan menyayangi kita. Pandangan yang sama juga dikemukakan oleh Cobb yang mendefinisikan dukungan sosial sebagai adanya kenyamanan, perhatian, penghargaan atau menolong orang dengan sikap menerima kondisinya, dukungan sosial tersebut diperoleh dari individu maupun kelompok.

Menurut Sarafino (dalam Smet, 1994) dukungan sosial mengacu pada kesenangan yang dirasakan, penghargaan akan kepedulian, atau membantu orang-orang yang berada disekeliling individu sehingga dukungan yang dirasakan akan sangat penting.

Salah satu bentuk dari dukungan sosial adalah dukungan keluarga, keluarga adalah dua orang atau lebih yang disatukan oleh kebersamaan dan kedekatan emosional serta yang mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari keluarga. Menurut Friedmen (dalam Padila, 2012) mendefinisikan keluarga sebagai suatu system sosial, keluarga merupakan sebagai kelompok kecil yang terdiri dari individu-individu yang memiliki hubungan erat satu sama lain, saling tergantung yang diorganisir dalam suatu unit tunggal dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Menurut Taylor (dalam Yusra, 2011) dukungan keluarga diartikan sebagai bantuan yang diberikan oleh anggota keluarga yang lain sehingga akan memberikan kenyamanan fisik dan psikologis pada orang yang dihadapkan pada situasi stress.

Dukungan sosial yang diberikan keluarga diharapkan dapat membuat keadaan individu menjadi lebih baik. Keluarga merupakan tempat melepas lelah setelah seseorang sibuk dengan aktivitas diluar. Dengan demikian dukungan sosial keluarga sangat berarti bagi individu dalam menghadapi kehidupan diluar dan meringankan stres yang dihadapi individu.

Berdasarkan konsep yang dikemukakan diatas maka dukungan Sosial keluarga dapat disimpulkan sebagai sesuatu yang diterima oleh individu berupa pemberian bantuan, pertolongan dan semangat. Dukungan sosial tersebut diwujudkan dalam bentuk informasi, tingkah laku verbal atau non verbal dari keluarga, saat individu menghadapi kesulitan atau masalah dimana keadaan dirasa tidak nyaman bagi individu tersebut.

2. Sumber-Sumber Dukungan Sosial Keluarga

Menurut Rook dan Dooley (dalam Kuntjoro, 2002) ada dua sumber dukungan sosial yaitu sumber artifisial dan sumber natural. Dukungan sosial yang natural diterima seseorang melalui interaksi sosial dalam kehidupannya secara spontan dengan orang-orang yang berada disekitarnya, misalnya anggota keluarga (anak, istri, suami dan kerabat), teman dekat atau relasi.

Dukungan sosial ini bersifat non formal. sementara itu dimaksud dengan dukungan sosial *artifisial* adalah dukungan sosial yang dirancang kedalam kebutuhan *primer* seseorang, misalnya dukungan sosial akibat bencana alam melalui berbagai sumbangan sosial.

Sumber dukungan sosial yang bersifat *natural* berbeda dengan sumber dukungan sosial yang bersifat *artifisial* dalam sejumlah hal. Perbedaan tersebut terletak dalam hal sebagai berikut :

- a. Keberadaan sumber dukungan sosial natural bersifat adanya tanpa dibuat-buat sehingga lebih mudah diperoleh dan bersifat spontan.
- b. Sumber dukungan sosial yang natural memiliki kesesuaian dengan norma yang berlaku tentang kapan sesuatu harus diberikan.
- c. Sumber dukungan sosial yang natural berakar dari hubungan yang telah berakar lama.
- d. Sumber dukungan sosial yang natural memiliki keragaman dalam penyampaian dukungan sosial, mulai dari pemberian barang-barang nyata hingga sekedar menemui seseorang dengan menyampaikan salam.
- e. Sumber dukungan sosial yang natural terbebas dari beban dari beban dan label psikologis.

3. Komponen-komponen dukungan Sosial keluarga

Cutrona (Kuntjoro, 2002) mengemukakan ada 6 (enam) komponen dukungan sosial yang mana masing-masing komponen dapat berdiri sendiri-sendiri, namun satu sama lain saling berhubungan.

Adapun komponen-komponen tersebut adalah:

1. Kerekatan emosional (*emotional attachment*). Jenis dukungan sosial semacam ini memungkinkan seseorang memperoleh kerekatan (kedekatan) emosional sehingga menimbulkan rasa aman bagi yang menerima. Orang yang menerima dukungan sosial semacam ini merasa tenteram, aman dan damai yang ditunjukkan dengan sikap tenang dan bahagia.
2. Integrasi sosial (*social integration*). Jenis dukungan sosial semacam ini memungkinkannya untuk membagi minat, perhatian serta melakukan kegiatan yang sifatnya rekreatif secara bersama-sama.
3. Adanya pengakuan (*reassurance of worth*). Pada dukungan sosial jenis ini, individu mendapat pengakuan atas kemampuan dan keahliannya serta mendapat penghargaan dari orang lain atau lembaga.
4. Ketergantungan yang dapat diandalkan (*reliable reliance*). Dalam dukungan sosial jenis ini, individu mendapat dukungan sosial berupa jaminan bahwa ada orang yang dapat diandalkan bantuannya ketika individu membutuhkan bantuan tersebut.
5. Bimbingan (*guidance*). Dukungan sosial jenis ini adalah berupa adanya hubungan kerja atau pun hubungan sosial yang memungkinkan individu mendapat informasi, saran, atau nasehat yang diperlukan dalam memenuhi kebutuhan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi.

6. Kesempatan untuk mengasuh (*opportunity for nurturance*). Suatu aspek penting dalam hubungan interpersonal akan perasaan dibutuhkan oleh orang lain. Jenis dukungan sosial ini memungkinkan individu untuk memperoleh perasaan bahwa orang lain tergantung padanya untuk memperoleh kesejahteraan.

Dapat disimpulkan bahwa komponen dukungan sosial yang disebut *the social provision scale* yaitu adanya kerekatan emosional, integrasi sosial, adanya pengakuan yaitu individu mendapat pengakuan atas kemampuan dan keahliannya, ketergantungan yang dapat diandalkan, bimbingan, dan kesempatan untuk mengasuh.

4. Jenis – Jenis Dukungan Sosial Keluarga

Neergaard, Shaw, dan Carter (dalam Rahardjo, Setiasih & Setianigrum, 2008) membagi dukungan sosial sebagai berikut:

- a. *Emotional support*. Dukungan ini berkaitan dengan berbagai pengalaman hidup. Tipe dukungan emosional dapat membuat seseorang merasa dihargai apa adanya dan diterima. Perilaku yang mencerminkan penghargaan, afeksi, kepercayaan, dan perhatian termasuk dalam dukungan emosional. Perempuan lebih banyak menyediakan dukungan emosional dibandingkan laki-laki.
- b. *Companionship support*. Dukungan sosial ini berfungsi untuk mengalihkan perhatian seseorang dari masalah yang sedang

dihadapinya atau untuk membangkitkan suasana hati yang positif.

- c. *Tangible (or material) support*. Dukungan ini meliputi bantuan keuangan, barang, dan semua kebutuhan konkret yang diperlukan.
- d. *Informational support*. Bantuan berupa penyediaan informasi atau pengetahuan yang dapat membantu seseorang untuk meningkatkan efisiensi dalam menyelesaikan suatu masalah. Hal ini dapat menambah kepercayaan diri seseorang mengenai kemampuannya dalam menghadapi tantangan. Perilaku yang dapat ditampilkan berupa memberi saran, balikan, dan pengarahan.

Menurut House (dalam Smet, 1994) membedakan empat jenis atau dimensi dukungan sosial yaitu :

- a. Dukungan emosional : dukungan ini mencakup ungkapan empati, kepedulian dan perhatian terhadap orang yang bersangkutan (misalnya: umpan balik, penegasan).
- b. Dukungan penghargaan : terjadi lewat ungkapan hormat (penghargaan) positif untuk orang itu, dorongan maju atau persetujuan dengan gagasan atau perasaan individu, dan perbandingan positif orang itu dengan orang lain, seperti misalnya orang-orang yang kurang mampu atau lebih buruk keadaannya (menambah penghargaan diri).

- c. Dukungan instrumental : mencakup bantuan langsung, seperti kalau orang-orang memberi pinjaman uang kepada orang itu atau menolong dengan pekerjaan pada waktu mengalami stress,
- d. Dukungan informatif : mencakup memberi nasihat, petunjuk-petunjuk, saran-saran atau umpan balik.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan jenis-jenis dukungan keluarga ada beberapa dimensi antara lain adalah dukungan emosional, dukungan penghargaan, dukungan instrumental, dan dukungan informatif

C. Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis

1. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini menjelaskan hubungan antara variabel dukungan sosial keluarga dengan variabel minat berwirausaha. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dukungan sosial keluarga yang mengacu pada empat aspek-aspek dukungan sosial dari House (dalam Smet, 1994) yaitu dukungan emosional, dukungan penghargaan, dukungan instrumental dan dukungan informatif. Sedangkan teori utama yang digunakan untuk variabel minat adalah teori Pintrich dan Schunk (1996) mendefinisikan minat menjadi tiga yaitu minat pribadi (*personal interest*), berasal dari sifat pribadi dan karakteristik individu yang relatif stabil biasanya diasumsikan langsung pada beberapa aktivitas yang dilihat dari sikap individu terhadap aktivitas atau objek yaitu perasaan senang menyukai aktivitas, minat situasi (*situational interest*), adalah minat yang umumnya berhubungan dengan

kondisi lingkungan, minat dalam rumusan psikologi (*interest as a psychological state*) adalah perpaduan antara minat pribadi dengan situasi.

Minat tentunya tidak hanya diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa individu lebih menyukai sesuatu dari pada yang lainnya, tetapi bisa juga diimplementasikan melalui partisipasi aktif dalam bentuk kegiatan. Individu yang berminat terhadap sesuatu akan ada kecenderungan untuk memberikan perhatian yang lebih besar terhadap sesuatu yang diminati dan sama sekali tidak menghiraukan sesuatu yang lain.

Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang yang pertama faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik disebut sebagai faktor dalam diri sendiri, faktor ini merupakan faktor alami yang dialami oleh individu tanpa ada pengaruh dari luar. Faktor eksternal dalam penelitian ini lebih di fokuskan pada faktor ekstrinsik atau faktor dari luar yang dipengaruhi oleh lingkungan keluarga. Didalam lingkungan keluarga orangtua adalah pihak yang bertanggung jawab penuh dalam proses ini, dimana terjadi proses pendidikan yang pertama dan utama.

Dengan adanya dukungan dari keluarga maka hal ini dapat semakin meningkatkan minat individu untuk berwirausaha. Ada beberapa jenis dukungan sosial keluarga, yaitu dukungan emosional adalah suatu bentuk perhatian dari keluarga agar individu semakin berminat untuk mewujudkan keinginannya dalam wirausaha, dukungan penghargaan yaitu adanya suatu penghargaan dari masyarakat dan keluarga bahwa dengan menjadi seorang wirausaha yang sukses maka akan dihargai oleh orang lain, dukungan

instrumental mencakup bantuan langsung dari keluarga, seperti bantuan keuangan, barang, dan semua kebutuhan kongkret yang dibutuhkan, dukungan informatif yaitu nasehat dari keluarga bahwa untuk menjadi wirausaha harus berani mengambil resiko serta gigih dalam hal apapun.

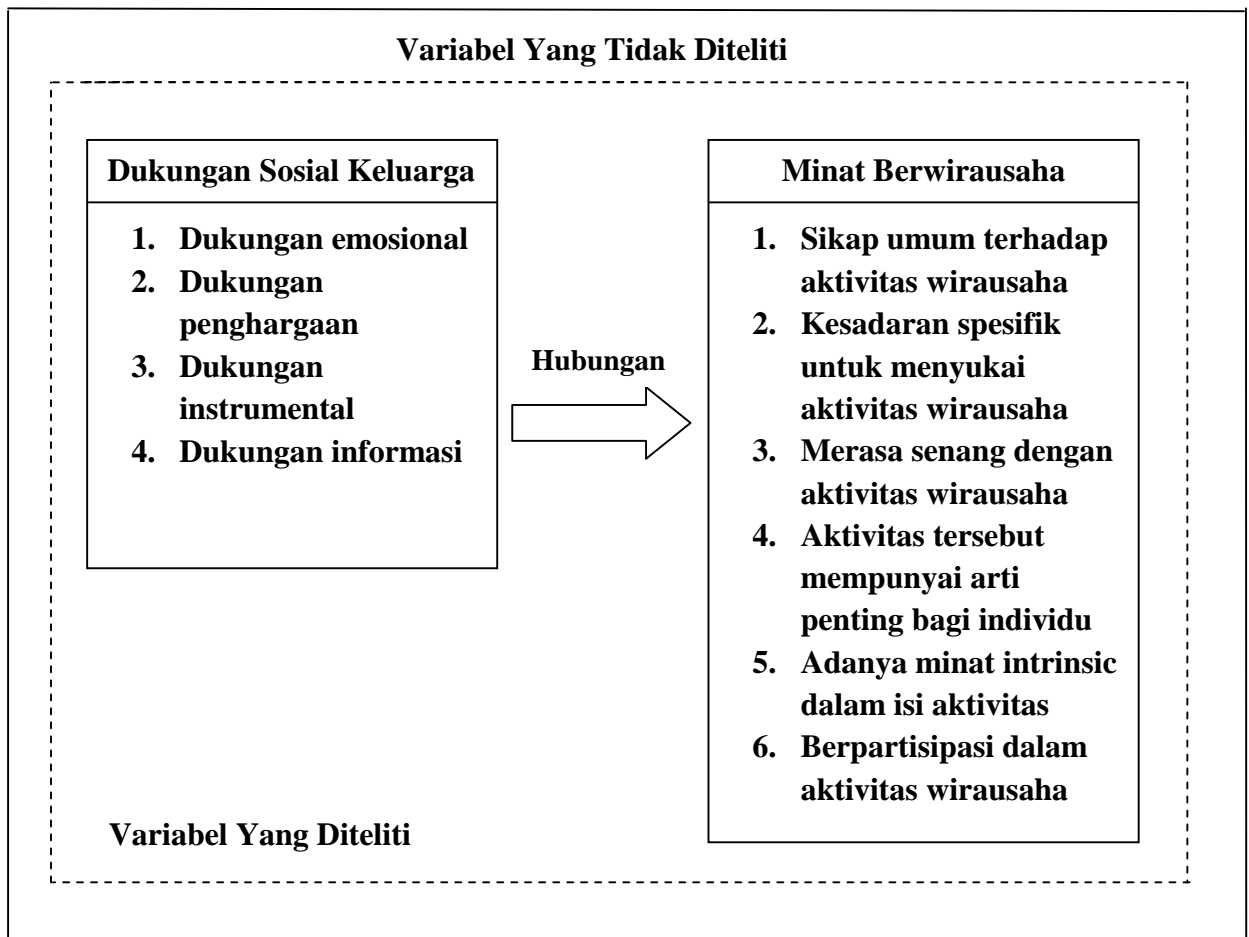
Ketika individu memiliki minat menjadi seorang wirausaha maka individu tersebut memerlukan dukungan dari keluarga karena keluarga diibaratkan tiang rumah, sedangkan individu yang berwirausaha (*entrepreneur*) adalah atap yang menahan dari hujan dan terik panas dari luar, kalau tiang rapuh maka ambruklah rumah tersebut maka tidak ada gunanya atap yang bagus jika tiang dan penyangganya runtuh, begitu juga dengan berwirausaha. Jadi individu yang berminat dengan wirausaha wajib membutuhkan dukungan dari keluarga. Namun fenomena yang terjadi, ada individu yang berminat ingin berwirausaha, namun karena tidak mendapat dukungan dari keluarga maka ia mengurungkan diri untuk tidak lagi berusaha mewujudkan minatnya tersebut. Jadi seseorang yang berminat ingin berwirausaha sangat membutuhkan dukungan sosial, salah satunya dukungan dari keluarga.

Keterkaitan hubungan dukungan sosial keluarga dengan minat sebagaimana telah diuraikan diatas juga didukung oleh hasil penelitian Wulandari (2008) menunjukkan adanya hubungan yang positif yang sangat signifikan antara dukungan sosial keluarga dengan minat. Dukungan sosial keluarga memegang peranan penting dalam mempengaruhi minat, karena dukungan sosial keluarga mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan

seseorang seperti aspek perhatian, ketertarikan, keinginan, keyakinan dan perbuatan.

Hermina dkk (2011) dari hasil penelitiannya diketahui bahwa responden mengakui keterlibatan dari dukungan keluarga untuk membentuk minat mereka menjadi wirausaha. Minat berwirausaha akan terbentuk apabila keluarga memberikan pengaruh positif terhadap minat tersebut, karena sikap dan aktifitas sesama anggota keluarga saling mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung. Orangtua yang berwirausaha dalam bidang tertentu dapat menimbulkan minat anaknya untuk berwirausaha dalam hal yang sama pula.

Berdasarkan pemahaman konseptual yang telah diuraikan diatas, maka peneliti bermaksud untuk memperoleh gambaran sejauh mana hubungan antara dukungan sosial keluarga dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau. Keterkaitan antara variabel diatas dapat digambarkan alur pemikirannya sebagai berikut :

KERANGKA PEMIKIRAN

2. Asumsi

Berdasarkan keterangan-keterangan yang telah dipaparkan pada kerangka pemikiran diatas, maka peneliti mencoba merumuskan beberapa asumsi antara lain sebagai berikut :

- a. Semakin tinggi dukungan sosial keluarga seseorang maka semakin kuat minat berwirausaha yang dimilikinya.
- b. Jika seseorang memiliki dukungan sosial keluarga yang rendah maka akan mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha.
- c. Dukungan sosial yang baik dari keluarga dapat mempertinggi minat individu, sedangkan keluarga yang tidak memberikan dukungan sosial dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berwirausaha

3. Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka berfikir, pada penelitian ini diajukan hipotesis penelitian dengan rumusan bahwa “ada hubungan positif dukungan sosial keluarga dengan minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Suska Riau”.