

## Pengaruh Big Five Personality terhadap Minat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa

Listia Ningrum

Program Studi Ilmu Komputer, FPMIPA, Universitas Pendidikan Indonesia

### Abstract

*Few business fields and not proportional to the working age population causes the high unemployment rate in Indonesia. Therefore, the Indonesian people need to be entrepreneurs or open their own business fields. Some argue that interest in entrepreneurship is influenced by several factors, one of which is personality traits. In this study, the researcher wanted to find out more about the influence of the big five personality on the interest in entrepreneurship, especially among students. The quantitative method was chosen by the researcher to be used in this research. Data collection was carried out by distributing questionnaires containing 26 questions about the big five personality variables and interest in entrepreneurship. The respondent data that has been collected is as many as 40 respondents. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis in the form of analysis of the mean (mean), median (middle value), mode (high frequency value), standard deviation, and range of results for the relationship between variables. From the results of the questionnaire, the researchers concluded that the big five personalities (extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, and openness to experience) have a tendency to influence students' entrepreneurial interest.*

**Keywords:** Big Five Personality, students, interests, unemployment, entrepreneurship.

### Abstrak

Lapangan usaha yang sedikit dan tidak sebanding dengan penduduk usia kerja menyebabkan tingginya tingkat pengangguran di Indonesia. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia perlu berwirausaha atau membuka lapangan usaha sendiri. Ada yang berpendapat bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu faktor tipe kepribadian (personality traits). Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruh big five personality terhadap minat berwirausaha khususnya di kalangan mahasiswa. Metode kuantitatif dipilih oleh peneliti untuk digunakan dalam penelitian kali ini. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi 26 pertanyaan tentang variabel big five personality dan minat berwirausaha. Adapun data responden yang telah terkumpul yaitu sebanyak 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif berupa analisis mean (rata-rata), median (nilai tengah), modus (nilai dengan frekuensi tinggi), standar deviasi, dan rentang hasil untuk hubungan antarvariabel. Dari hasil kuesioner, peneliti menyimpulkan bahwa big five personality (extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, dan openness to experience) memiliki kecenderungan dapat memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa.

**Kata kunci:** Big Five Personality, mahasiswa, minat, pengangguran, wirausaha.

**Corresponding author.** [listianingrum2002@upi.edu](mailto:listianingrum2002@upi.edu)

**History of article. Received:** August 2022, **Revision:** August 2022, **Published:** August 2022

## PENDAHULUAN

Revolusi industri merupakan era dimana persaingan antar bangsa akan semakin ketat. Hal itu disebabkan oleh pesatnya perkembangan teknologi dan industri yang tidak bisa dikendalikan. Pada era ini, beberapa negara khususnya di Indonesia dihadapkan dengan suatu persoalan atau masalah, yaitu masalah ekonomi. Oleh karena itu, memperbaiki dan meningkatkan segala sektor kehidupan merupakan salah satu upaya agar Indonesia dapat terus bersaing di dunia internasional. Ada banyak sekali indikator yang harus dicapai agar Indonesia mampu menyeimbangkan atau bahkan mampu bersaing dengan negara lain, salah satunya yaitu dengan meningkatkan pendapatan per kapita. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2016), jumlah pendapatan nasional dibagi dengan total penduduk di sebuah negara dapat disebut sebagai pendapatan per kapita. Pendapat per kapita juga bisa diartikan sebagai besaran dari tingkat pendapatan rata-rata penduduk sebuah negara. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa negara maju merupakan negara yang pendapatan per kapita nya tinggi.

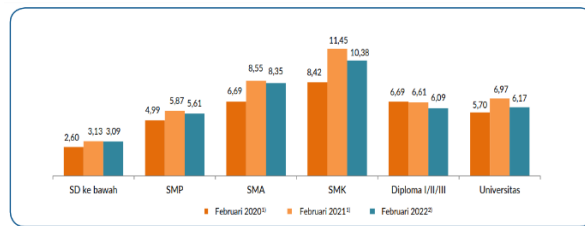
Indonesia merupakan salah satu negara yang pendapatan per kapita nya masih di bawah rata-rata atau tergolong rendah. Rendahnya pendapatan per kapita disebabkan banyaknya pengangguran yang ada di Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) menerbitkan Berita Resmi Statistik (BRS) dengan No.36/05/Th. XXV pada tanggal 09 Mei 2022. Berikut ini adalah beberapa gambar berisi statistik mengenai keadaan ketenagakerjaan Indonesia yang diterbitkan oleh BPS di dalam BRS.

Status Keadaan Ketenagakerjaan	Februari 2020 <sup>1)</sup>	Februari 2021 <sup>1)</sup>	Februari 2022 <sup>2)</sup>	Perubahan Feb 2020–Feb 2021		Perubahan Feb 2021–Feb 2022	
	juta orang	juta orang	juta orang	juta orang	persen	juta orang	persen
Penduduk Usia Kerja (PUK)	202,60	205,36	208,54	2,76	1,36	3,18	1,55
Angkatan Kerja (TKAK)	140,22	139,81	144,01	-0,41	-0,29	4,20	3,00
- Bekerja	133,29	131,06	135,61	-2,23	-1,67	4,55	3,47
- Pengangguran	6,93	8,75	8,40	1,82	26,26	-0,35	-4,00
Bukan Angkatan Kerja	62,38	65,55	64,53	3,17	5,08	-1,02	-1,56
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)	69,21	68,08	69,06	-1,13	0,98		
- Laki-Laki	83,94	82,14	83,65	-1,80	1,51		
- Perempuan	54,48	54,03	54,27	-0,45	0,24		

Keterangan: <sup>1)</sup> Penghitungan dengan menggunakan penimbang proyeksi penduduk hasil SUPAS 2015

<sup>2)</sup> Penghitungan dengan menggunakan penimbang proyeksi penduduk interim

Gambar 1.1 Perbandingan Jumlah Keadaan Ketenagakerjaan (Februari 2020 – Februari 2022)



Keterangan: <sup>1)</sup> Penghitungan dengan menggunakan penimbang proyeksi penduduk hasil SUPAS 2015

<sup>2)</sup> Penghitungan dengan menggunakan penimbang proyeksi penduduk interim

Gambar 1.2 Perbandingan Jumlah Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Berdasarkan Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan (Februari 2020 - Februari 2022)

Berdasarkan gambar 1.1 dan gambar 1.2 di atas, dapat diketahui bahwa:

- 1) Jumlah pengangguran di Indonesia pada Februari 2022 sebanyak 8,40 juta penduduk sedangkan jumlah pengangguran pada Februari tahun sebelumnya (2021) sebanyak 8,75 juta penduduk. Dibandingkan dengan tahun lalu, maka tahun ini jumlah pengangguran di Indonesia menurun sekitar 350 ribu penduduk.
- 2) Persentase TPT pada Februari 2022 untuk lulusan universitas yaitu sebesar 6,17% sedangkan pada Februari 2021 sebesar 6,97%. Walaupun persentase ini mengalami penurunan, melihat ada 8,40 juta penduduk Indonesia yang menganggur termasuk lulusan universitas, maka persentase tersebut perlu dibenahi agar persentase tersebut bisa terus menurun untuk tahun-tahun berikutnya.

Seperti yang telah dijabarkan di atas, tingginya tingkat pengangguran di Indonesia salah satunya disebabkan oleh sedikitnya lapangan usaha yang tersedia sehingga banyak penduduk usia kerja yang tidak terserap dengan baik di lapangan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan lapangan pekerjaan yang seluas-luasnya bagi penduduk Indonesia diperlukan suatu upaya, contohnya dengan membuka lapangan pekerjaan sendiri atau yang bisa disebut dengan berwirausaha.

Berwirausaha merupakan contoh kegiatan yang tidak mudah untuk dilakukan, kegiatan ini membutuhkan semangat, tekad, dan minat berwirausaha yang tinggi pada diri seseorang. Menurut Wiyono (dalam Sarina, 2017), minat diartikan sebagai suatu keinginan, tekad,

ataupun ambisi yang begitu kuat, bergairah, dan kecondongan hati yang sangat tinggi terhadap suatu hal dan biasanya muncul dari dalam diri. Kemampuan atau suatu kekuatan untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang digunakan untuk dirinya sendiri ataupun digunakan untuk orang lain dengan cara membangun, mengembangkan, mengelola, dan adanya kesediaan untuk mengambil berbagai macam resiko yang datang demi menemukan peluang usaha dan terus berupaya untuk menggunakan potensi – potensi yang dimiliki guna mengenali suatu produk, menentukan cara produksi, menyusun strategi operasi untuk pengadaan produk, dan memasarkan serta mengatur setiap bentuk pemodalannya disebut dengan wirausaha (Prabowo & Permadi, 2016). Dari definisi antara minat dan wirausaha yang telah dipaparkan, dapat diambil kesimpulan yaitu minat berwirausaha adalah suatu niat, keinginan, tekad, semangat untuk melakukan kegiatan wirausaha mulai dari mendirikan, membangun, mengelola, memasarkan sampai pada tahap keberhasilan dalam berwirausaha (Novitaloka & Nurtjahjanti, 2015).

Terdapat berbagai macam faktor yang mendukung seseorang untuk menjadi seorang wirausaha, salah satunya diungkapkan oleh Hendro (dalam Novitaloka & Nurtjahjanti, 2015), menurutnya, faktor kepribadian merupakan salah satu faktor pendukung seseorang untuk menjadi wirausahawan. Frank

dkk. (dalam Putri, 2018) menjelaskan alasan mengapa kepribadian berperan penting bagi seorang wirausaha, hal tersebut dikarenakan ketika masa-masa memulai berwirausaha, kepribadian akan menentukan bagaimana individu tersebut akan bereaksi ketika menghadapi situasi yang kompleks dan tidak pasti. Terdapat sebuah riset yang menjelaskan tentang tipe kepribadian, riset tersebut merupakan riset yang dilakukan oleh Suryabrata. Suryabrata menjelaskan bahwa tipe kepribadian diartikan sebagai sebuah organisasi atau wadah yang terdapat pada diri seseorang yang bersifat universal, dimana tipe kepribadian tersebut tertuju pada dimensi-dimensi dasar yang bertujuan untuk menemukan dimensi-dimensi fundamental sebuah kepribadian dan menyusun corak watak yang baik (Eysenck dalam Septiawati, 2017).

Menurut Pervin & John (dalam Erik, 2020), kepribadian model *The Big Five Personality* merupakan satu contoh dari banyaknya karakteristik kepribadian (*personality trait*) yang ada di dunia. Salah satu pengembang tipe kepribadian yaitu Goldberg (dalam Safira & Zahreni, 2021) menyatakan bahwa *Big Five Personality* dibangun atas dasar watak dan perkataan seseorang yang kerap digunakan dalam kehidupan sehari-hari untuk menggambarkan kepribadian suatu individu. Di bawah ini merupakan bentuk klasifikasi dari lima tipe kepribadian menurut McCrae dan Costa (dalam Dani, 2019).

Tabel 1.1 Klasifikasi *Big Five Personality*

Klasifikasi	Keterangan
Extraversion (E)	Suatu kepribadian yang digambarkan sebagai sosok individu yang memiliki kemampuan bersosialisasi dan beradaptasi yang baik dengan orang lain. Ciri lainnya yaitu sosok yang memiliki sikap ramah, energik, asertif, dan mudah bergaul dengan siapapun.
Agreeableness (A)	Suatu kepribadian yang menggambarkan bagaimana kemampuan interpersonal seseorang. Cirinya yaitu mereka adalah sosok yang jujur, suka menolong, simpatik, mudah dipercaya, dan sopan.

Klasifikasi	Keterangan
Conscientiousness (C)	Suatu kepribadian yang menggambarkan bagaimana individu berada dalam lingkungan organisasinya. Cirinya yaitu mereka cenderung efisien, teratur, teliti, disiplin, dan berfikir secara matang dalam melakukan suatu hal.
Neuroticism (N)	Suatu kepribadian yang menggambarkan bagaimana seseorang menyesuaikan emosinya. Jika seseorang memiliki neuroticism yang tinggi biasanya mereka mudah depresi, cemas berlebih, mudah marah, mood sering berubah, dan tidak percaya diri.
Openness to Experience (O)	Suatu kepribadian yang menggambarkan bagaimana individu memiliki rasa penasaran dan pencarian pengalaman baru. Cirinya yaitu pikiran mereka penuh dengan ide, dan suka mencari pengalaman baru.

Keterkaitan antara faktor kepribadian dengan minat berwirausaha telah memberikan banyak perhatian kepada semua orang sehingga banyak peneliti yang melakukan riset mengenai permasalahan ini. Berikut ini adalah beberapa hasil riset dari penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengaruh *Big Five Personality* terhadap minat berwirausaha.

- 1) Penelitian yang dilakukan oleh Franziska Leutneur pada tahun 2014. Hasilnya yaitu tipe kepribadian Extraversion dan Agreeableness sangat signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa Big Five Personality memiliki hubungan positif dengan kesuksesan berwirausaha (dalam Aninda, 2017).
- 2) Penelitian yang dilakukan oleh Nurhadifah pada tahun 2018. Hasilnya yaitu memperoleh hasil bahwa kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,595 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  (dalam Utami dkk., 2022).

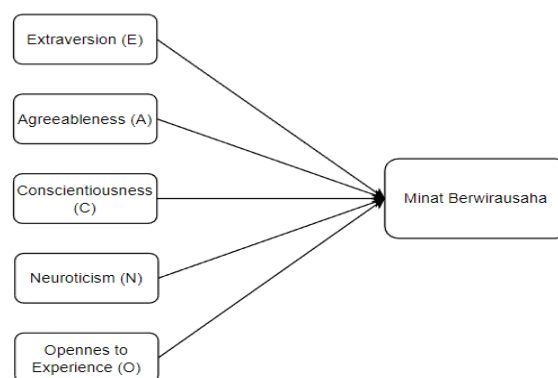
Berdasarkan pemaparan fenomena di atas beserta dukungan penelitian dahulu, peneliti ingin membuktikan seberapa besar pengaruh *big five personality* terhadap minat berwirausaha khususnya di kalangan mahasiswa.

## METODE

Jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan jenis penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini. Sumber data yang diambil berasal dari mahasiswa/i yang sedang menjalani masa studi di seluruh perguruan tinggi Indonesia. Adapun banyaknya jumlah data yang berhasil dikumpulkan yaitu sebanyak 40 responden. Pengumpulan data tersebut dilaksanakan pada 11 Agustus 2022 sampai 14 Agustus 2022 yaitu dengan menyebarkan kuesioner berupa Google Form secara online melalui berbagai sosial media yang ada seperti WhatsApp, Instagram, dan lain-lain guna menjangkau banyak responden. Kuesioner berisi sebanyak 31 butir pertanyaan dengan 5 butir pertanyaan berupa identitas responden, dan 26 butir pertanyaan berupa pernyataan singkat mengenai variabel yang akan diuji. Skala perhitungan yang digunakan yaitu skala likert dimana skala tersebut memiliki 5 tingkatan. Adapun tingkatannya mulai dari yang paling rendah (nilai 1) yang berarti sangat tidak setuju dan yang paling tinggi (nilai 5) yang berarti sangat setuju. Adapun tingkatan lain secara berurutan dari nilai 2, 3, dan 4 yang berarti tidak setuju, ragu-ragu, dan setuju.

Variabel penelitian yang digunakan yaitu Big Five Personality sebagai variabel lepas atau bebas (X) dan minat berwirausaha sebagai variabel tidak lepas atau terikat (Y). Pada

variabel bebas, dibagi menjadi sub variabel yaitu variabel X1 untuk extraversion, variabel X2 untuk agreeableness, variabel X3 untuk conscientiousness, variabel X4 untuk neuroticism, dan variabel X5 untuk openness to experience.



Gambar 2.1 Kerangka Hubungan antara Variabel X dan Variabel Y

Berikut ini akan dipaparkan mengenai variabel-variabel yang menjadi dasar penelitian sekaligus pertanyaan kuesioner yang telah dibagikan.

Tabel 2.1 Variabel dan Pertanyaan Kuesioner (John dkk., 1999)

Variabel	Indikator	Item	Pertanyaan
Extraversion (X1)	Kemampuan Bersosialisasi	EXT1	Saya orang yang ramah dan mudah bergaul dengan orang lain.
		EXT2	Saya aktif berbicara ketika sedang bergaul dengan orang lain.
	Tingkat Energi	EXT3	Saya orang yang ceria dan penuh energi.
		EXT4	Saya orang yang antusias terhadap sesuatu yang baru.
Agreeableness (X2)	Altruisme	AGR1	Saya orang yang perhatian dan suka membantu semua orang.
		AGR2	Saya orang yang lebih mementingkan orang lain daripada diri sendiri.
	Kerja Sama	AGR3	Saya orang yang suka bekerja sama dengan orang lain.
		AGR4	Saya orang yang mudah dipercaya oleh orang lain.
Conscientiousness (X3)	Self-efficacy	CNS1	Saya orang yang mampu menangani masalah secara efektif.
		CNS2	Saya orang yang gigih dan cepat bangkit jika mengalami kegagalan.
	Self-dicipline	CNS3	Saya orang yang selalu bekerja sesuai rencana.
		CNS4	Saya orang yang melakukan pekerjaan dengan cermat dan cenderung rajin.
Neuroticism (X4)	Kecemasan	NEU1	Saya orang yang mudah gugup dan sering khawatir terhadap sesuatu.
		NEU2	Saya orang yang suasana hatinya sering berubah.
	Sensitivitas	NEU3	Saya orang yang sulit menangani stres.

Variabel	Indikator	Item	Pertanyaan
		NEU4	Saya orang yang sensitive dan mudah tersinggung.
Openness to Experience (X5)	Keingintahuan dan Petualangan	OPN1	Saya orang yang ingin tahu banyak hal dan mencoba berbagai pengalaman baru.
		OPN2	Saya orang yang cerdas dan memiliki pemikiran yang mendalam.
	Imajinasi Kreatif	OPN3	Saya orang yang suka berimajinasi dan memunculkan ide-ide baru.
		OPN4	Saya orang yang inventif (menciptakan sesuatu yang belum pernah ada).
Minat Berwirausaha (Y)	Ketertarikan	MNT1	Saya merasa senang dengan hal yang berkaitan dengan kewirausahaan.
		MNT2	Saya sedikit tertarik untuk mulai berwirausaha.
	Keinginan	MNT3	Saya ingin berwirausaha karena sudah banyak orang yang memperoleh kesuksesan.
		MNT4	Saya ingin membuat usaha sendiri setelah lulus kuliah.
	Kesediaan	MNT5	Saya akan berwirausaha setelah lulus karena sulitnya mencari pekerjaan.
		MNT6	Saya akan membuka lapangan pekerjaan bagi para pencari kerja.

Teknik analisis data yang digunakan yaitu melalui metode analisis statistik deskriptif dimana data hasil dari kuesioner yang telah terkumpul akan dianalisis lalu dijelaskan kembali dalam bentuk tulisan mengenai keterkaitan atau hubungan antara variabel satu

dengan variabel yang lainnya. Menurut Septiawati (2017), metode yang bertujuan untuk menggambarkan, menafsirkan, dan menjelaskan keadaan di lapangan berdasarkan fakta yang telah dikumpulkan kemudian disusun secara sistematis disebut metode statistic deskriptif.

Tabel 2.2 Analisis Statistik Deskriptif (Junaidi, 2015)

Keterangan	
	Nilai rata – rata hitung dan sangat dipengaruhi oleh nilai ekstrim.
	$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} = \frac{X_1 + X_2 + \dots + X_n}{n}$
Mean	Dimana: $\bar{X}$ = rata – rata hitung $\sum_{i=1}^n X_i$ = jumlah nilai data n = Banyak data

Keterangan	
Median	Nilai yang berada di tengah dari sekumpulan data dan tidak dipengaruhi nilai ekstrim. $x = \frac{(n+1)}{2}$ $Me_{ganjil} = Data.Ke - x$ $Me_{genap} = \frac{Data.Ke - ((x - 0,5) + (x + 0,5))}{2}$
Mode	Nilai yang frekuensinya paling besar atau datanya sering muncul. Adapun jika modus yang dihasilkan banyak, maka diambil yang paling pertama.
Standard Deviation	Nilai yang menggambarkan sebaran data terhadap rata-ratanya. $S = \sqrt{S^2} = \sqrt{\frac{1}{n-1} \sum (X_i - X)^2}$
Range	Selisih data antara data terbesar dengan data terkecil. $Range = Max - Min$
Sum	Jumlah dari seluruh data.

Adapun menurut Sugiyono (dalam Dalimunthe & Wibisono, 2014), untuk menentukan hubungan tiap variabel dapat ditentukan dengan cara:

1. Tentukan skor kriterium (SK), dimana skor kriterium merupakan skor tertinggi tiap item pertanyaan dari sebuah variabel dikalikan dengan jumlah item pertanyaan dari sebuah variabel dan dikalikan lagi dengan jumlah responden.  

$$\sum SK = \text{Skor tertinggi pertanyaan} \times \text{jumlah pertanyaan} \times \text{jumlah responden}$$
2. Tentukan skor hasil (SH), dimana skor hasil merupakan total skor yang didapat dengan menjumlah semua hasil data kuesioner.  

$$\sum SH = \text{Skor total hasil data kuisisioner}$$
3. Tentukan besaran persentase (P), dimana persentase merupakan hasil dari skor hasil

dibagi dengan skor kriterium lalu dikali dengan 100%.

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

4. Tentukan letak klasifikasi persentase berdasarkan rentang di bawah ini.  
 0% - 20% = Sangat tidak berpengaruh  
 21% - 40% = Tidak berpengaruh  
 41% - 60% = Netral  
 61% - 80% = Berpengaruh  
 81% - 100% = Sangat berpengaruh

## HASIL DAN DISKUSI

### 3.1 Karakteristik Responden

Data responden yang berhasil dikumpulkan melalui Google Form yang telah disebarakan yaitu sebanyak 40 responden. Berikut ini penjabaran dan klasifikasi nya.

Tabel 3.1 Klasifikasi Identitas Responden

	Klasifikasi	%	Responden
Gender	Laki-laki	50	20
	Perempuan	50	20
Umur	17	2,5	1
	18	2,5	1
	19	25	10
	20	55	22
	21	15	6
Instansi	Universitas Pendidikan Indonesia	47,5	19
	Institut Teknologi Sumatera	2,5	1
	Politeknik Negeri Jakarta	5	2
	Universitas Al-Azhar Indonesia	2,5	1
	Universitas Gadjah Mada	2,5	1
	Universitas Gunadarma	2,5	1
	Universitas Indonesia	2,5	1
	Universitas Indraprasta PGRI	7,5	3
	Universitas Islam Negeri Jakarta	5	2
	Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	2,5	1
	Universitas Jenderal Seodirman	2,5	1
	Universitas Mercubuana Yogyakarta	2,5	1
	Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka	2,5	1
	Universitas Negeri Semarang	2,5	1
	Universitas Padjajaran	2,5	1
Universitas Pamulang	2,5	1	
Universitas Sebelas Maret	2,5	1	
Universitas Terbuka Jakarta	2,5	1	
Semester	1 – 2	5	2
	3 – 4	17,5	7
	5 – 6	77,5	31
	7 – 8	0	0
	Lainnya	0	0

Berdasarkan tabel 3.1 di atas, dapat diketahui bahwa jenis kelamin dari 40 responden seimbang yaitu laki-laki sebanyak 20 orang dan perempuan sebanyak 20 orang. Jika dilihat berdasarkan umur maka rentang umur responden berkisar di antara 17 tahun sampai 21 tahun dimana umur 20 tahun adalah yang tertinggi yaitu lebih dari 50% atau lebih tepatnya 55%. Adapun responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian angket tersebar sampai 18 perguruan tinggi yang ada di Indonesia dengan jumlah responden terbanyak berasal dari Universitas Pendidikan Indonesia yaitu sebesar 47,5% atau setara dengan 19 orang. Dari 18 perguruan tinggi tersebut dapat dilihat bahwa

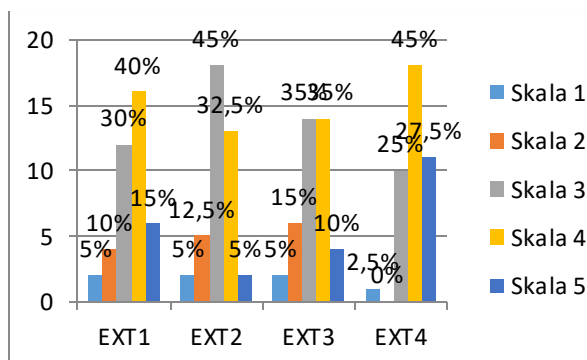
responden masih menjalani masa studi antara semester 1 sampai semester 6.

### 3.2 Variabel Extraversion

Extraversion merupakan variabel yang pertama kali harus diisi oleh responden pada Google Form. Terdapat 4 pertanyaan yang diajukan, masing-masing pertanyaan diberi kode yaitu EXT1, EXT2, EXT3, dan EXT4. Responden harus menjawab dengan memilih antara 5 pilihan tingkatan. Berikut ini adalah persebaran jawaban dari semua bentuk pertanyaan.

Diagram 3.2.1 Persebaran Skala Likert pada Variabel Extraversion





Berdasarkan diagram 3.2.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode EXT1

mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 16 orang (40%). Pertanyaan dengan kode EXT2 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 18 orang (45%). Pertanyaan dengan kode EXT3 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dan skala 4 (setuju) dengan total 14 orang (35%). Pertanyaan dengan kode EXT4 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 18 orang (45%).

Tabel 3.2.1 Statistik Deskriptif pada Variabel Extraversion

	EXT1	EXT2	EXT3	EXT4
Mean	3.5	3.2	3.325	3.95
Median	4	3	3	4
Mode	4	3	4	4
Standard Deviation	1.037749	0.911465	1.022503	0.875595
Range	4	4	4	4
Sum	140	128	133	158

Berdasarkan tabel 3.2.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode EXT1 memiliki rata-rata sebesar 3,5 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 1,037749. Pertanyaan dengan kode EXT2 memiliki rata-rata sebesar 3,2 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 0,911465. Pertanyaan dengan kode EXT3 memiliki rata-rata sebesar 3,325 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 1,022503. Pertanyaan dengan kode EXT4 memiliki rata-rata sebesar 3,95 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 0,875595.

Adapun persentase rentang hasil untuk variabel extraversion yaitu sebagai berikut.

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\% = \frac{\text{Sum EXT1} + \text{Sum EXT2} + \text{Sum EXT3} + \text{Sum EXT4}}{5 \times 4 \times 40} \times 100\%$$

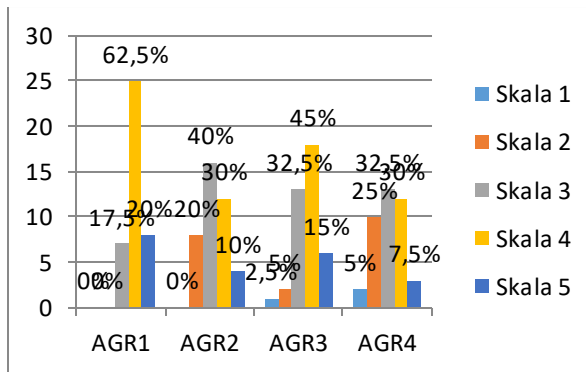
$$= \frac{559}{800} \times 100\% = 69,875\%$$

Dari perhitungan persentase di atas, didapatkan hasil persentasi sebesar 69,875% yang berarti persentase tersebut masuk ke dalam kategori “Berpengaruh”. Oleh karena itu, variabel extraversion berpengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

### 3.3 Variabel Agreeableness

Agreeableness merupakan variabel kedua setelah extraversion yang harus diisi oleh responden pada Google Form. Terdapat 4 pertanyaan yang diajukan, masing-masing pertanyaan diberi kode yaitu AGR1, AGR2, AGR3, dan AGR4. Responden harus menjawab dengan memilih antara 5 pilihan tingkatan. Berikut ini adalah persebaran jawaban dari semua bentuk pertanyaan.

Diagram 3.3.1 Persebaran Skala Likert pada Variabel Agreeableness



Berdasarkan diagram 3.2 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode AGR1

mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 25 orang (62,5%). Pertanyaan dengan kode AGR2 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 16 orang (40%). Pertanyaan dengan kode AGR3 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 18 orang (45%). Pertanyaan dengan kode AGR4 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 13 orang (32,5%).

Tabel 3.3.1 Statistik Deskriptif pada Variabel Agreeableness

	AGR1	AGR2	AGR3	AGR4
Mean	4.025	3.3	3.65	3.1
Median	4	3	4	3
Mode	4	3	4	3
Standard Deviation	0.619657	0.911465	0.892993	1.032796
Range	2	3	4	4
Sum	161	132	146	124

Berdasarkan tabel 3.3.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode AGR1 memiliki rata-rata sebesar 4,025 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 0,619657. Pertanyaan dengan kode AGR2 memiliki rata-rata sebesar 3,3 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 0,911465. Pertanyaan dengan kode AGR3 memiliki rata-rata sebesar 3,65 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 0,892993. Pertanyaan dengan kode AGR4 memiliki rata-rata sebesar 3,1 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 1,032796.

Adapun persentase rentang hasil untuk variabel agreeableness yaitu sebagai berikut.

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\% = \frac{Sum\ AGR1 + Sum\ AGR2 + Sum\ AGR3 + Sum\ AGR4}{5 \times 4 \times 40} \times 100\%$$

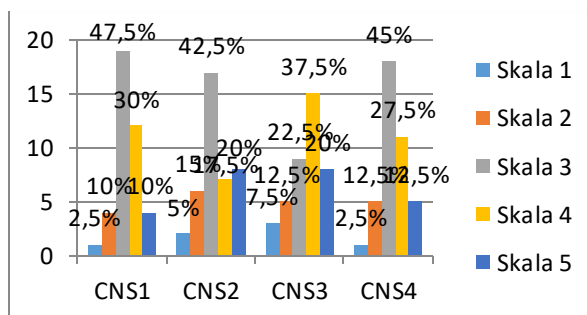
$$= \frac{563}{800} \times 100\% = 70,375\%$$

Dari perhitungan persentase di atas, didapatkan hasil persentase sebesar 70,375% yang berarti persentase tersebut masuk ke dalam kategori "Berpengaruh". Oleh karena itu, variabel agreeableness berpengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

### 3.4 Variabel Conscientiousness

Conscientiousness merupakan variabel ketiga setelah agreeableness yang harus diisi oleh responden pada Google Form. Terdapat 4 pertanyaan yang diajukan, masing-masing pertanyaan diberi kode yaitu CNS1, CNS2, CNS3, dan CNS4. Responden harus menjawab dengan memilih antara 5 pilihan tingkatan. Berikut ini adalah persebaran jawaban dari semua bentuk pertanyaan.

Diagram 3.4.1 Persebaran Skala Likert pada Variabel Conscientiousness



Berdasarkan diagram 3.4.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode CNS1

mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 19 orang (47,5%). Pertanyaan dengan kode CNS2 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 17 orang (42,5%). Pertanyaan dengan kode CNS3 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 15 orang (37,5%). Pertanyaan dengan kode CNS4 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 18 orang (45%).

Tabel 3.4.1 Statistik Deskriptif pada Variabel Conscientiousness

	CNS1	CNS2	CNS3	CNS4
Mean	3.35	3.325	3.5	3.35
Median	3	3	4	3
Mode	3	3	4	3
Standard Deviation	0.892993	1.118321	1.176697	0.948683
Range	4	4	4	4
Sum	134	133	140	134

Berdasarkan tabel 3.4.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode CNS1 memiliki rata-rata sebesar 3,35 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 0,892993. Pertanyaan dengan kode CNS2 memiliki rata-rata sebesar 3,325 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 1,118321. Pertanyaan dengan kode CNS3 memiliki rata-rata sebesar 3,5 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 1,176697. Pertanyaan dengan kode CNS4 memiliki rata-rata sebesar 3,35 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 0,948683.

Adapun persentase rentang hasil untuk variabel conscientiousness yaitu sebagai berikut.

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\% = \frac{\text{Sum CNS1} + \text{Sum CNS2} + \text{Sum CNS3} + \text{Sum CNS4}}{5 \times 4 \times 40} \times 100\%$$

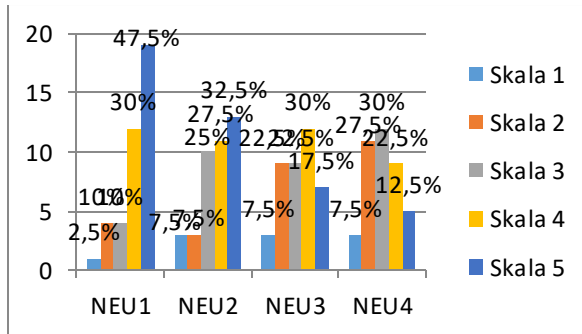
$$= \frac{541}{800} \times 100\% = 67,625\%$$

Dari perhitungan persentase di atas, didapatkan hasil persentase sebesar 67,625% yang berarti persentase tersebut masuk ke dalam kategori “Berpengaruh”. Oleh karena itu, variabel conscientiousness berpengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

### 3.5 Variabel Neuroticism

Neuroticism merupakan variabel keempat setelah conscientiousness yang harus diisi oleh responden pada Google Form. Terdapat 4 pertanyaan yang diajukan, masing-masing pertanyaan diberi kode yaitu NEU1, NEU2, NEU3, dan NEU4. Responden harus menjawab dengan memilih antara 5 pilihan tingkatan. Berikut ini adalah persebaran jawaban dari semua bentuk pertanyaan.

Diagram 3.5.1 Persebaran Skala Likert pada Variabel Neuroticism



mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (sangat setuju) dengan total 19 orang (47,5%). Pertanyaan dengan kode NEU2 mendapat jawaban terbanyak dari skala 5 (sangat setuju) dengan total 13 orang (32,5%). Pertanyaan dengan kode NEU3 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 12 orang (30%). Pertanyaan dengan kode NEU4 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 12 orang (30%).

Berdasarkan diagram 3.5.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode NEU1

Diagram 3.5.1 Statistik Deskriptif pada Variabel Neuroticism

	NEU1	NEU2	NEU3	NEU4
Mean	4.1	3.7	3.275	3.05
Median	4	4	3	3
Mode	5	5	4	3
Standard Deviation	1.104768	1.223698	1.219237	1.153590
Range	4	4	4	4
Sum	164	148	131	122

Berdasarkan tabel 3.5.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode NEU1 memiliki rata-rata sebesar 4,1 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 5, dan standar deviasi sebesar 1,104768. Pertanyaan dengan kode NEU2 memiliki rata-rata sebesar 3,7 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 5, dan standar deviasi sebesar 1,223698. Pertanyaan dengan kode NEU3 memiliki rata-rata sebesar 3,275 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 1,219237. Pertanyaan dengan kode NEU4 memiliki rata-rata sebesar 3,05 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 1,153590.

Adapun persentase rentang hasil untuk variabel neuroticism yaitu sebagai berikut.

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

$$= \frac{Sum\ NEU1 + Sum\ NEU2 + Sum\ NEU3 + Sum\ NEU4}{5 \times 4 \times 40} \times 100\%$$

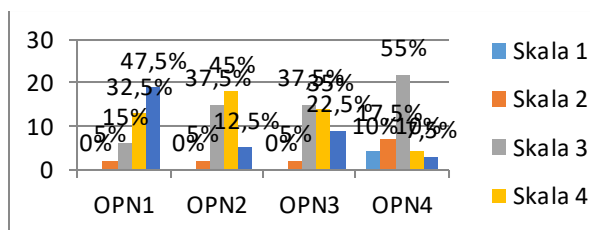
$$= \frac{565}{800} \times 100\% = 70,625\%$$

Dari perhitungan persentase di atas, didapatkan hasil persentase sebesar 70,625% yang berarti persentase tersebut masuk ke dalam kategori “Berpengaruh”. Oleh karena itu, variabel neuroticism berpengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

### 3.6 Variabel Openness to Experience

Openness to Experience merupakan variabel kelima setelah neuroticism yang harus diisi oleh responden pada Google Form. Terdapat 4 pertanyaan yang diajukan, masing-masing pertanyaan diberi kode yaitu OPN1, OPN2, OPN3, dan OPN4. Responden harus menjawab dengan memilih antara 5 pilihan tingkatan. Berikut ini adalah persebaran jawaban dari semua bentuk pertanyaan.

Diagram 3.6.1 Persebaran Skala Likert pada Variabel Openness to Experience



Berdasarkan diagram 3.6.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode OPN1 mendapat jawaban terbanyak dari skala 5 (sangat

setuju) dengan total 19 orang (47,5%). Pertanyaan dengan kode OPN2 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 18 orang (45%). Pertanyaan dengan kode OPN3 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (sangat setuju) dengan total 18 orang (45%). Pertanyaan dengan kode OPN4 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 22 orang (55%).

Tabel 3.6.1 Statistik Deskriptif pada Variabel Openness to Experience

	OPN1	OPN2	OPN3	OPN4
Mean	4.225	3.65	3.75	2.875
Median	4	4	4	3
Mode	5	4	3	3
Standard Deviation	0.891196	0.769615	0.869718	0.991955
Range	3	3	3	4
Sum	169	146	150	115

Berdasarkan tabel 3.6.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode OPN1 memiliki rata-rata sebesar 4,225 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 5, dan standar deviasi sebesar 0,891196. Pertanyaan dengan kode OPN2 memiliki rata-rata sebesar 3,65 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 0,769615. Pertanyaan dengan kode OPN3 memiliki rata-rata sebesar 3,75 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 0,869718. Pertanyaan dengan kode OPN4 memiliki rata-rata sebesar 2,875 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 0,991955.

Adapun persentase rentang hasil untuk variabel openness to experience yaitu sebagai berikut.

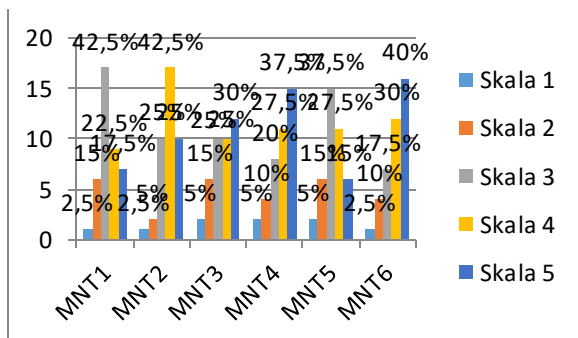
$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\% \\
 &= \frac{\text{Sum OPN1} + \text{Sum OPN2} + \text{Sum OPN3} + \text{Sum OPN4}}{5 \times 4 \times 40} \times 100\% \\
 &= \frac{580}{800} \times 100\% = 72,5\%
 \end{aligned}$$

Dari perhitungan persentase di atas, didapatkan hasil persentase sebesar 72,5% yang berarti persentase tersebut masuk ke dalam kategori “Berpengaruh”. Oleh karena itu, variabel openness to experience berpengaruh terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa.

### 3.7 Variabel Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha merupakan variabel terakhir yang harus diisi oleh responden pada Google Form. Terdapat 6 pertanyaan yang diajukan, masing-masing pertanyaan diberi kode yaitu MNT1, MNT2, MNT3, MNT4, MNT5, dan MNT6. Responden harus menjawab dengan memilih antara 5 pilihan tingkatan. Berikut ini adalah persebaran jawaban dari semua bentuk pertanyaan.

Diagram 3.7.1 Persebaran Skala Likert pada Variabel Minat Berwirausaha



Berdasarkan diagram 3.7.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode MNT1 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 17 orang (42,5%). Pertanyaan

dengan kode MNT2 mendapat jawaban terbanyak dari skala 4 (setuju) dengan total 17 orang (42,5%). Pertanyaan dengan kode MNT3 mendapat jawaban terbanyak dari skala 5 (sangat setuju) dengan total 12 orang (30%). Pertanyaan dengan kode MNT4 mendapat jawaban terbanyak dari skala 5 (sangat setuju) dengan total 15 orang (37,5%). Pertanyaan dengan kode MNT5 mendapat jawaban terbanyak dari skala 3 (ragu-ragu) dengan total 15 orang (37,5%). Pertanyaan dengan kode MNT6 mendapat jawaban terbanyak dari skala 5 (sangat setuju) dengan total 16 orang (40%).

Tabel 3.7.1 Statistik Deskriptif pada Variabel Minat Berwirausaha

	MNT1	MNT2	MNT3	MNT4	MNT5	MNT6
Mean	3.375	3.825	3.6	3.825	3.325	3.95
Median	3	4	4	4	3	4
Mode	3	4	5	5	3	5
Standard Deviation	1.029999	0.957762	1.215287	1.195880	1.071484	1.108244
Range	4	4	4	4	4	4
Sum	135	153	144	153	133	158

Berdasarkan tabel 3.7.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertanyaan dengan kode MNT1 memiliki rata-rata sebesar 3,375 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 1,029999. Pertanyaan dengan kode MNT2 memiliki rata-rata sebesar 3,825 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 4, dan standar deviasi sebesar 0,957762. Pertanyaan dengan kode MNT3 memiliki rata-rata sebesar 3,6 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 5, dan standar deviasi sebesar 1,215287. Pertanyaan dengan kode MNT4 memiliki rata-rata sebesar 3,825 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 5, dan standar deviasi sebesar 1,195880. Pertanyaan dengan kode MNT5 memiliki rata-rata sebesar 3,325 dengan nilai tengah yaitu 3, frekuensi data tertinggi ada pada skala 3, dan standar deviasi sebesar 1,071484.

Pertanyaan dengan kode MNT5 memiliki rata-rata sebesar 3,95 dengan nilai tengah yaitu 4, frekuensi data tertinggi ada pada skala 5, dan standar deviasi sebesar 1,108244.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, dan openness to experience berpengaruh terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. Diantara kelima variabel tersebut, variabel openness to experience menghasilkan persentase terbesar yaitu 72,5% sedangkan variabel conscientiousness menghasilkan persentase terendah yaitu 67,625%.

Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu menambahkan teknik analisis data yang lebih lengkap seperti teknik regresi linear ataupun yang lainnya. Selain itu, lakukan uji normalitas,

validitas, dan lain-lain untuk menghasilkan kesimpulan yang lebih spesifik dan akurat.

## REFERENSI

- Aninda, A. (2017). *Pengaruh Tipe Kepribadian Big Five "Extraversion" Dan Self Efficacy Terhadap Intensi Kewirausahaan (Studi pada Mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Sunan Gunung ....* digilib.uinsgd.ac.id.
- BPS. (2022). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Februari 2022*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/05/09/1915/februari-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-83-persen.html>
- Dalimunthe, N., & Wibisono, H. (2014). ANALISIS PENERIMAAN SISTEM e-learning SMK LABOR PEKANBARU DENGAN MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM). *Jurnal Sains Dan Teknologi Industri*, 11(1), 111–117. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin/article/view/564/536>
- Dani, R. (2019). *Pengaruh hardiness dan kepribadian big five terhadap intensi berwirausaha mahasiswa UIN Jakarta*.
- Erik, E. (2020). Pengaruh Kepribadian Lima Besar Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Negeri Jakarta. *JPPP-Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 9(2), 96–101.
- John, O. P., Srivastava, S., & others. (1999). *The Big-Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives*.
- Junaidi. (2015). *Statistik Deskriptif dengan Microsoft Office Excel*. [https://www.researchgate.net/publication/278029702\\_Statistik\\_Deskriptif\\_dengan\\_Microsoft\\_Office\\_Excel](https://www.researchgate.net/publication/278029702_Statistik_Deskriptif_dengan_Microsoft_Office_Excel)
- KBBI. (2016). *Pendapatan per Kapita*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pendapatan-per-kapita>
- Novitaloka, M., & Nurtjahjanti, H. (2015). Hubungan antara tipe kepribadian ekstraversi dengan intensi berwirausaha pada pegawai Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Empati*, 4(1), 111–115.
- Prabowo, A. A., & Permadi, A. S. (2016). Hubungan antara Tipe Kepribadian Big Five dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. In *core.ac.uk*.
- Putri, I. S. S. (2018). Analisis intensi kewirausahaan sosial mahasiswa program studi administrasi bisnis. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(2), 28–34.
- Safira, F., & Zahreni, S. (2021). Pengaruh Dimensi Kepribadian Big Five terhadap Pola Pikir Kewirausahaan Mahasiswa. *ENLIGHTEN: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 4(2), 98–108.
- Sarina, S. (2017). Minat Berwirausaha Ditinjau dari Kepribadian Extraversion pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan. *Jurnal Diversita*, 3(1), 32–39.
- Septiawati, S. (2017). Pengaruh dukungan sosial dan kepribadian ekstraversi terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. *Ecopsy*, 4(2), 77–84.
- Utami, S. W., Zulaihati, S., & Sumiati, A. (2022). THE INFLUENCE OF PERSONALITY, ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, AND FAMILY ENVIRONMENT ON ENTREPRENEURIAL INTERESTS OF STUDENTS OF CLASS XII SMKN 1 KEBUMEN CENTRAL JAVA: PENGARUH KEPERIBADIAN, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERW. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 2(1), 1–12.