

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial dimana setiap segi kehidupan dari manusia membutuhkan manusia lain, dimana setiap hubungan pasti menimbulkan suatu dampak yang positif maupun negatif. Dalam kehidupan sosial manusia perlu untuk memenuhi beberapa kebutuhan pokok dengan cara bekerja, dalam kamus besar Bahasa Indonesia Online, bekerja sendiri memiliki arti melakukan suatu pekerjaan atau berbuat sesuatu, banyak sekali jenis pekerjaan yang dapat dilakukan untuk mendapatkan uang yang di gunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok yaitu Swasta,Wirusaha, dan Aparatur Sipil Negara atau bisa di sebut sebagai ASN. Beragam pekerjaan yang dapat dilakukan yang salahsatunya adalah sebagai pekerjaan swasta yang meliputi bekerja sebagai Manajer, staff,kepala divisi, dan sebagainya. Pada pekerjaan lainnya yaitu wirusaha yaitu sebagai pengusaha dalam berbagai bidang, atau melakukan suatu pekerjaan kreatif seperti pembuat konten Maupun mengikuti usaha seperti Multi Level Marketing. Selanjutnya adalah pada bidang pekerjaan Aparatur Sipil Negara yang biasa disebut ASN yang sudah di tetapkan posisi dan divisi sesuai keahlian yang dimiliki oleh setiap orang yang terlibat di dalamnya.

Salah satu alternatif yang kemudian mulai berkembang dalam mencukupi kebutuhan hidup adalah kewirausahaan. Menurut (Hisrich & Peters, 2000) peran kewirausahaan dalam perekonomian suatu bangsa amatlah penting yaitu menumbuhkan lapangan pekerjaan dan mengurangi jumlah pengangguran. (Kao, 1987) mengungkapkan kewirausahaan sebagai suatu proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi) dan/atau membuat sesuatu yang berbeda (inovasi), yang tujuannya adalah terpenuhinya kesejahteraan individu dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Lewat jalan kewirausahaan, individu diharapkan dapat menjadi lebih mandiri dan mampu menggerakkan perekonomian masyarakat (Hakim, 2001).

Fenomena menarik yang terjadi saat ini adalah munculnya banyak mahasiswa yang kemudian mencoba untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Hal ini tentu sangat menggembirakan mengingat bahwa yang mereka lakukan, seperti yang dinyatakan oleh (Hisrich & Peter, 2000) sebelumnya, dapat mengurangi jumlah pengangguran dan semakin menambah lapangan pekerjaan. (Yahya Ganda, 2004) mengatakan bahwa, “Mahasiswa diartikan sebagai pelajar yang menimba ilmu pengetahuan di perguruan tinggi, di mana pada tingkat ini mereka dianggap memiliki kematangan fisik dan perkembangan pemikiran yang sangat luas, sehingga dalam nilai tersebut mereka dapat memiliki kesadaran untuk menentukan sikap dirinya serta mampu bertanggung jawab terhadap sikap dan tingkah lakunya”. Pada era digital seperti saat ini banyak sekali kemudahan dalam setiap pekerjaan yang bisa membantu untuk mempermudah atau menunjang pekerjaan yang ada yaitu dapat menggunakan pasar digital sebagai acuan dan sasaran, dimana pada era sebelum saat ini ketika ingin melihat pasar dan promosi suatu barang oleh pengusaha harus melalui riset manual yang dilakukan pada pasar-pasar tertentu agar tepat dalam mengambil keputusan dan membuat acuan serta melihat risiko yang ada dalam pengembangan usaha mereka yang dapat menghabiskan baik waktu dan biaya yang berlebih, tetapi di era sekarang dapat dilakukan secara *online*. Berkembangnya era juga meliputi perkembangan usaha-usaha yang ada dalam berwirausaha, dimana seorang wirausaha dapat melakukan promosi melalui media-media *online*.

Mengacu pada pernyataan (Yahya ganda, 2004) tersebut, dapat dilihat bahwa mahasiswa sebenarnya merupakan suatu sumber daya yang baik untuk mengembangkan kewirausahaan menjadi semakin luas di Indonesia . hal ini senada dengan pernyataan (Hakim, 2001) yang menyatakan bahwa dalam kewirausahaan akan merujuk pada bentuk kepribadian tertentu, yaitu bentuk kepribadian yang mulia, mampu berdiri diatas kemampuannya sendiri, mampu mengambil keputusan atas dirinya, serta mampu menerapkan tujuan yang ingin dicapai atas pertimbangannya sendiri.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia online, mahasiswa adalah seseorang yang belajar pada perguruan tinggi. Dengan sumber daya manusia

berupa mahasiswa yang memiliki pengetahuan dan gagasan dalam berwirausaha. Maka akan sangat tepat sekali jika dikatakan, pada dasarnya pilihan akan suatu karir akan merefleksikan minat pribadi seseorang dalam menjalankan suatu pekerjaan (Agustiningsih, 2005). Termasuk dalam hal ini minat seseorang mahasiswa untuk berwirausaha. Dalam berwirausaha sendiri memiliki banyak jenis yang pada saat ini mulai diminati oleh mahasiswa. Salah satunya adalah Multi Level Marketing (MLM) (Royan, 2002). Faktor timbulnya minat berwirausaha adalah lingkungan keluarga berkaitan dengan lingkungan keluarga terutama orang tua, maka peran orang tua sangat penting dalam menumbuhkan minat mahasiswa. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan kasih sayang yang utama. Maka orang tua lah yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan dilingkungan keluarga terutama orang tua, maka pengaruh dilingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang diminati oleh anak menurut Wibowo (dalam Yonaevy, 2015)

Multi Level Marketing merupakan suatu usaha mandiri yang pengertiannya Menurut Muslich (2015) adalah suatu sistem pemasaran modern melalui jaringan distribusi yang dibangun secara permanen dengan memposisikan pelanggan dan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasaran. Menurut Harefa (2000), Multi Level Marketing adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen, sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim bahkan sampai ke titik nol yang artinya bahwa dalam Usaha Multi Level Marketing ini tidak diperlukan biaya distribusi. Multi Level Marketing juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena distribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang. Multi Level Marketing sendiri diambil dari bahasa Inggris yaitu *Multi* adalah banyak, *level* adalah tingkat dan *marketing* adalah pemasaran. Jadi Multi Level Marketing adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Pemasaran sendiri adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan yang mereka butuhkan dan inginkan dengan

menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Menurut (Setiawan, 2017) terdapat beberapa jenis Multi Level Marketing, yang pertama adalah sistem binary plan dimana sistem ini mengutamakan pengembangan jaringan hanya dengan dua leg saja dan mengutamakan keseimbangan jaringan. Semakin seimbang jaringan dan omset, maka semakin besar pula bonus yang akan di terima. Selanjutnya adalah sistem Matrix dalam sistem ini pengembangan jaringannya menggunakan konsep hanya tiga frontliner saja dan begitu pula kebawah, sistem ini digunakan untuk mengakali sistem binary yang dianggap "*Money Game*". Yang terakhir ada sistem *Break Away* dimana semakin banyak frontliner semakin besar pula bonus yang diterima, kelemahan sistem ini adalah seorang agen harus mengurus semuanya sendiri. Di lansir dari laman (Tempo.co tahun 2018) Pada usaha Multi Level Marketing Sendiri memberikan janji yang menggiurkan berupa dapat menghasilkan banyak uang dengan usaha yang minim, serta rendahnya beberapa usaha Multi Level Marketing memberikan pengetahuan tentang hasil tanpa memastikan apakah anggota tersebut dapat memahaminya secara mendalam atau tidak, di dukung oleh laman (Kompasiana, 2014) yang mengatakan Usaha yang baik adalah memberikan bonus yang besar dari penjualan bukan dari recruitmen member baru, sehingga ketika tidak dapat memenuhi dari tuntutan target dari Multi Level Marketing maka member dinyatakan tidak aktif dalam usaha tersebut.

Pada umumnya orang yang pertama bergabung disebut dengan distributor yang memiliki tugas pokok yaitu melakukan penjualan dan memperlebar jaringan yang berada dibawahnya. Perkembangan Multi Level Marketing Sendiri diprediksi akan meningkat pada tahun pertahun Menurut data APLI (2016). Penjualan langsung meningkat 10% dengan 14juta penduduk indonesia terlibat dalam industri tersebut. Pada tahun 2017 berkembang hanya 8% yang disebabkan oleh pengawasan yang ketat dari satuan tugas investigasi, jadi dari jangka waktu 2016-2018 kenaikannya sebesar 18%. Populasi yang ada di indonesia menurut katadata.co.id adalah sebesar 267 juta jiwa pada tahun 2019 yang terbagi dari 183,36 juta jiwa pada usia 15-64 tahun dan tergolong dalam usia yang produktif,

jika di persentasikan adalah sebesar 68,7% penduduk indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik sendiri jumlah 131 juta angkatan kerja terdiri dari beberapa jenjang pendidikan yang dinilai dari Sekolah Dasar hingga Strata 3 yang masing-masing memiliki nilai Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama di angka 59,6%, Sekolah Menengah Atas 16.78%, Sekolah Menengah Kejuruan 11,34%, Diploma 3% serta di pendidikan D4,S1,S2,dan S3 ada di angka 9%. Dengan jumlah tersebut banyaknya masing-masing pekerjaan yang di minati oleh para penduduk dengan Usia Produktif itu cukup beragam.

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa peminat untuk pekerjaan Aparatur Sipil Negara lebih besar daripada Karyawan swasta dan Wirausaha, sedangkan dalam memilih pekerjaan tidak luput dari adanya keinginan untuk mendapatkan kebutuhan yang tercukupi. Jika kemudian dilihat secara teoritis alasan utama banyaknya mahasiswa yang berminat menjalankan usaha Multi Level Marketing adalah karena beberapa hal yaitu, yang pertama biaya untuk mendaftar sebagai distributor yang murah. Jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan harus memulai membuka usaha sendiri, dan selanjutnya adalah Multi Level Marketing sudah memiliki produk sendiri yang dijual. Ini sangat memudahkan pelaku Wirausaha Multi Level Marketing karena tidak perlu lagi memikirkan bentuk produk yang akan dijual kepada masyarakat, yang ketiga adalah perhitungan komisi dan juga poin penjualan dilakukan secara *fair* dan transparan. Ke empat banyaknya pelatihan dan seminar yang bisa di dapatkan untuk semakin menambah pengetahuan para mahasiswa sebagai pelaku usaha Multi Level Marketing.

Keinginan atau minat sendiri menurut beberapa ahli adalah faktor penting untuk mendorong seseorang untuk melakukan apa yang di inginkan, menurut Hurlock (2004) Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan bila orang tersebut diberi kebebasan untuk memilih. Minat Seseorang dalam melakukan suatu bidang usaha tidak terlepas dari beberapa aspek yang mempengaruhi minat itu sendiri, terkait dengan minat seseorang dalam berusaha ada beberapa aspek-aspek minat menurut Hurlock (2004) antara lain yang pertama adalah aspek kognitif dimana aspek kognitif berdasarkan atas pengalaman pribadi dan apa yang telah dipelajari dengan baik,

kemudian diterapkan dalam kehidupan setelahnya, sehingga dalam menghadapi sesuatu seseorang cenderung melakukan sesuai pengalaman yang diterima sebelumnya. Selanjutnya yang kedua adalah aspek afektif merupakan aspek yang membangun aspek kognitif, minat dinyatakan dalam sikap terhadap kegiatan yang ditimbulkan, aspek ini berhubungan dengan emosional seseorang dan berpengaruh dalam menentukan sikap yang akan dilakukan.

Santoso (2009) minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan serta ketersediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berdikari atau berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan risiko yang akan terjadi, serta senantiasa belajar dari kegagalan yang dialami. Dalam penelitian Subandono (2007) minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang di ciptakannya tersebut. Minat wirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha. Dari pengertian diatas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa wirausaha merupakan orang yang membuka peluang dengan menciptakan usaha baru dengan segenap keyakinan yang dimiliki serta melihat dan mengambil setiap kesempatan yang ada.

Menurut Sobur (2003) keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat mempengaruhi corak perbuatan yang akan dilakukan seseorang. Minat atau keinginan erat hubungannya dengan perhatian yang dimiliki, karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang. Kehendak atau kemauan ini juga erat hubungannya dengan kondisi fisik seseorang, misalnya dalam keadaan sakit, capai, lesu atau mungkin sebaliknya yakni sehat dan segar juga erat hubungannya dengan kondisi psikis seperti senang, tidak senang, tegang, bergairah, dan seterusnya. Menurut staf ahli bidang ekonomi kreatif kementerian pemuda dan olahraga Joni Mardizal, hingga kini minat berwirausaha pemuda Indonesia masih relatif cukup rendah, banyak penyebab rendahnya minat dalam melakukan atau membuat suatu usaha yang di kutip dari republika.co.id

Aspek-aspek Minat menurut Pintrich & Schunk (1996) ada enam, yang pertama sikap umum terhadap aktivitas, yaitu perasaan suka tidak suka, setuju

tidak setuju dengan aktivitas, umumnya terhadap sikap positif atau menyukai aktivitas, yang kedua adalah kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas yaitu memutuskan menyukai suatu aktivitas atau objek, yang ketiga adalah merasa senang dengan aktivitas yaitu individu merasa senang dengan segala yang berhubungan dengan aktivitas yang diminatinya, selanjutnya yang ke empat aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu, yang kelima adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas yaitu emosi yang menyenangkan berpusat pada aktivitas itu sendiri, dan yang terakhir adalah berpartisipasi dalam aktivitas yaitu individu memilih berpartisipasi dalam aktivitas.

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Online adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu. Hurlock (2002) minat merupakan sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan bila orang tersebut diberi kebebasan untuk memilih. Menurut Sobur (2003) keinginan atau minat dan kemauan atau kehendak sangat mempengaruhi corak perbuatan yang akan dilakukan seseorang. Minat atau keinginan erat hubungannya dengan perhatian yang dimiliki, karena perhatian mengarahkan timbulnya kehendak pada seseorang. Kehendak atau kemauan ini juga erat hubungannya dengan kondisi fisik seseorang misalnya dalam keadaan sakit, capai, lesu atau mungkin sebaliknya yakni sehat dan segar, juga erat hubungannya dengan kondisi psikis seperti senang, tidak senang, tegang, bergairah, dan seterusnya.

Sedangkan faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk wirausaha menurut Djaali (2008) yakni yang pertama adalah keamanan, dimana keamanan merupakan suatu kegiatan yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan dalam mencapai suatu tujuan tertentu dengan adanya kemauan untuk mencoba berwirausaha merupakan suatu hal yang baik, selanjutnya ketertarikan merupakan suatu perasaan senang, terpicat, menaruh minat kepada sesuatu. Saat ada ketertarikan dari diri seseorang maka ada daya juang untuk meraih yang ingin dicapai. Dalam hal ini ketertarikan mahasiswa untuk mau berwirausaha, yang ketiga lingkungan keluarga yakni terkait dengan lingkungan yang ada di dalam

keluarga maka peran keluarga sangat penting dalam menumbuhkan minat anak. Orang tua merupakan pendidik pertama dan sebagai tumpuan dalam bimbingan bimbingan kasih sayang yang utama maka orang itulah yang banyak memberikan pengaruh dan warna kepribadian terhadap seorang anak. Dengan demikian mengingat pentingnya pendidikan di lingkungan keluarga, maka pengaruh di lingkungan keluarga terhadap anak dapat mempengaruhi apa yang di minati oleh anak, dan yang ke empat adalah lingkungan sekolah yang sudah menjadi tanggung jawab guru. Jadi pada dasarnya yang berpengaruh terhadap perkembangan mahasiswa yaitu proses pendidikan di sekolah sebagai bekal untuk diterapkan dalam kehidupan lingkungan masyarakat. Seorang guru dalam proses pendidikan juga dapat memberikan motivasi dan dorongan kepada mahasiswa dalam menumbuhkan minatnya.

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, minat yang ada didalam diri mahasiswa menjadi salah satu faktor penentu kesuksesan mahasiswa dalam menjalankan wirausaha Multi Level Marketing ini. Merujuk pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Luthfi (2012). Faktor paling dominan yang mempengaruhi minat berwirausaha adalah faktor instrinsik dibandingkan dengan faktor ekstrinsik. Dari sini kita bisa melihat bahwa faktor-faktor intrinsik yang berasal dari dalam diri individu sangat berpengaruh dalam menjalankan wirausaha. Menurut Suryana (2009), seseorang yang memiliki minat berwirausahakarena adanya suatu motif, yaitu motif berprestasi. Motif berprestasi adalah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai hasil terbaik guna mencapai kepuasan pribadi, faktor dasarnya adalah adanya kebutuhan yang harus dipenuhi. Budaya Wirausaha keluarga memiliki peran penting dalam pengembangan mahasiswa memiliki minat berwirausaha. Budaya Wirausaha keluarga yang lahir dalam suatu keluarga memberikan pengaruh pada ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, hukum, moral, kebiasaan, kemampuan, serta pola tingkah laku pada mahasiswa tersebut. Dengan demikian maka pengaruh unsur budaya Wirausaha keluarga yang berkelanjutan terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa bisa berjangka panjang.

Mahasiswa yang memiliki budaya keluarga yang cenderung dilingkungan non Wirausaha, tidak memiliki kepercayaan, hukum, serta pola tingkah laku yang baik, kemungkinan memiliki minat berwirausaha rendah. Sebaliknya apabila budaya Wirausaha keluarga tersebut berjalan dengan baik maka minat berwirausaha pada mahasiswa tersebut akan muncul guna memenuhi kebutuhan yang harus dipenuhi. Walaupun keluarga mampu berperan penting, tapi semua itu tidak ada gunanya bila tidak ada minat yang mendorong keinginan mahasiswa tersebut dalam berwirausaha. Karena belum tentu budaya Wirausaha keluarga pada mahasiswa satu dengan yang lain memiliki budaya atau aturan yang sama, memiliki kultur yang kuat dalam membentuk budaya wirausaha. Di perguruan tinggi sendiri sangat perlu untuk mengembangkan minat entrepreneurship untuk mendorong wirausaha muda yang baru dengan menerapkan ilmu-ilmu wirausaha yang mereka dapatkan.

Dalam suatu usaha meskipun telah memiliki suatu minat di dalamnya tidak menutup kemungkinan akan adanya risiko yang tinggi dan kegagalan dalam menjalankan suatu bidang usaha, beberapa orang yang gagal dalam menjalankan atau membuka suatu usaha akan memiliki pengalaman yang lebih daripada seseorang yang baru akan memulai usahanya tetapi hal itu bisa diantisipasi oleh orang yang akan membuka usaha, karena pada era digital seperti saat ini informasi begitu mudahnya didapatkan sehingga sangat memungkinkan untuk mengantisipasi kegagalan dengan mencari informasi baik melalui media *online* maupun berhubungan dengan usahawan lain dengan menggunakan media sosial untuk melakukan berbagi pengalaman yang pernah mereka dapatkan meskipun tidak semua orang memiliki keinginan untuk saling berbagi. Sehingga munculah pandangan akan risiko yang akan terjadi,

Menurut Kamus besar Bahasa Indonesia Online, Risiko sendiri adalah akibat yang kurang menyenangkan atau merugikan dari suatu perbuatan atau tindakan, sedangkan risiko menurut (Rosa, 2014) adalah sebuah situasi atau kondisi dimana sesuatu yang bernilai dengan hasil yang tidak pasti, ketidakpastian merupakan konstruk psikologi yang hanya ada di dalam pikiran jika seseorang memiliki pengetahuan yang lengkap maka tidak mungkin mengalami

ketidak pastian sebagai pengusaha yang sedang berkembang, harus memiliki sikap optimis dalam menghadapi risiko yang ada. Risiko dalam berusaha ada empat hal yaitu, yang pertama persaingan yang ketat dimana persaingan juga merupakan sebuah risiko yang harus di hadapi.

Ada banyak Wirausaha yang bergerak di bidang yang sama, selanjutnya risiko yang kedua adalah bekerja keras dalam membangun usaha, dimana risiko ini pasti di hadapi oleh semua pelaku usaha, selanjutnya adalah risiko kerugian dimana risiko ini merupakan risiko utama dalam kegiatan berwirausaha, kerugian sendiri dibagi menjadi dua yaitu kerugian ringan dan kerugian berat dimana kerugian ringan merupakan kerugian yang tidak menelan banyak kerugian dan tidak memberi dampak negatif, dan kerugian berat adalah jenis rugi yang membuat seluruh perusahaan merugi dan berujung pada kebangkrutan. Risiko juga dapat di persepsikan, sedangkan persepsi sendiri menurut (Kotler, 2000) menjelaskan bahwa persepsi sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti dan Menurut (Bimo Walgito, 2010), Persepsi merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera atau juga disebut proses sensoris. Pada kesempatan lainnya saat menjumpai buah yang sama, maka individu akan menggunakan kesan-kesan dan konsep yang telah kita miliki untuk mengenali bahwa yang kita lihat itu adalah mangga (Taniputera, 2005) Dalam hal ini persepsi mencakup penafsiran obyek, penerimaan stimulus (input), pengorganisasian stimulus, dan penafsiran terhadap stimulus yang telah diorganisasikan dengan cara mempengaruhi perilaku dan pembentukan sikap.

Persepsi sendiri terbentuk oleh sebuah proses yang dijelaskan oleh (Thoha, 1993) bahwa persepsi pada umumnya terjadi karena dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari dalam diri individu, misalnya sikap,kebiasaan,dan kemaau. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor yang berasal dari luar individu yang meliputi stimulus itu sendiri, baik sosial maupun fisik. Lalu persepsi akan suatu risiko Menurut Slovic (dalam Dewi, 2014) adalah bentuk interpretasi atau penilaian terhadap suatu risiko yang disarkan pada pengalaman atau keyakinan yang dimiliki.

Aspek-aspek persepsi menurut Rokeach (dalam Walgito, 2003) memberikan pengertian bahwa dalam bersepsi terkandung komponen kognitif dan juga komponent konatif yaitu sikap yang merupakan predisposing untuk merespons dalam berperilaku. Aspek dari persepsi ada tiga yaitu, komponent konatif, komponent kognitif, dan komponent afektif. Dijelaskan oleh Robbins (2003) bahwa meskipun individu-individu memandang pada satu benda yang sama mereka akan mempersepsikannya berbeda-beda. Ada sejumlah faktor yang bekerja untuk membentuk dan terkadang memutarbalikan persepsi. Faktor-faktor ini yaitu perilaku persepsi (perceiver), yang kedua adalah objek yang di persepsikan dan konteks dari situasi dimana persepsi itu dilakukan. Atkinson (dalam Sagar & Stoeber, 2009) menyatakan bahwa semakin individu merasakan kemungkinan gagal, maka akan semakin lemah usaha yang ia lakukan untuk bisa terhindar dari kegagalan.

Persepsi akan suatu kegagalan tentu bisa berhubungan terhadap minat berwirausaha pada seseorang dalam meneruskan atau tetap melakukan pekerjaannya, atau relevansinya dengan penelitian ini ada minat mahasiswa dalam berwirausaha Multi Level Marketing. Hal ini kemudian diperkuat dengan wawancara singkat yang penulis lakukan terhadap AB, seseorang mahasiswa yang juga wirausahaan Multi Level Marketing. Meski diketahui bahwa sejauh ini ia masih menjalankan wirausaha sebagai Multi Level Marketing, meski banyak komentar negatif yang muncul pada masyarakat. Belakangan ini ia mulai agak sedikit malas dan sering merasa ketakutan jika suatu ketika ia akan mengalami kegagalan seperti persepsi yang telah dibangun pada masyarakat yang mulai ia alami sendiri. Ditambah lagi banyak juga temannya yang mengalami hal serupa dan memutuskan untuk berhenti dari Wirausaha Multi Level Marketing karena merasa malu menghadapi komentar negatif dari orang disekitarnya (Komunikasi personal, 8 november 2019).

Diperkuat oleh Syarat timbulnya persepsi yakni, adanya objek, adanya perhatian sebagai langkah pertama untuk megadakan persepsi, adanya alat indra sebagai reseptor penerima stimulus yakni saraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus ke otak dan dari otak dibawa melalui saraf motoris sebagai

alat untuk mengadakan respons (Sunaryo, 2004). Secara umum, terdapat beberapa sifat persepsi, antara lain bahwa persepsi timbul secara spontan pada manusia, yaitu ketika seseorang berhadapan dengan dunia yang penuh dengan rangsangan. Persepsi merupakan sifat paling asli yang merupakan titik tolak perubahan. Dalam mempersepsikan tidak selalu dipersepsikan secara keseluruhan, mungkin cukup hanya diingat. Persepsi tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi atau bergantung pada konteks dan pengalaman (Baiqhaqi, 2005).

Berdasarkan berbagai macam definisi dan pengertian mengenai persepsi tersebut bahwa, dengan adanya syarat bagi terjadinya suatu persepsi maka memungkinkan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi suatu persepsi. Adapun faktor-faktor tersebut bisa terletak dalam diri pembentuk persepsi, dalam diri objek atau target yang diartikan, atau dalam konteks situasi di mana persepsi tersebut dibuat. Persepsi-persepsi yang dipengaruhi oleh asumsi-asumsi yang didasarkan pada pengalaman masa lalu dan didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Bahri, 2018) yang memiliki hipotesis “ada hubungan yang positif antara persepsi siswa terhadap guru bimbingan konseling dengan minat berkonsultasi”.

Berdasarkan fenomena-fenomena dan penelitian sebelumnya yang telah disebutkan diatas, maka timbul keinginan peneliti untuk meneliti adakah pengaruh persepsi risiko dengan minat berwirausaha Multi Level Marketing yang khususnya pada mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap Minat Berwirausaha Multi Level Marketing Pada Mahasiswa?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi risiko terhadap Minat Berwirausaha Multi Level Marketing Pada Mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari berbagai hal yang telah dikemukakan di atas, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah diharapkan dapat memperkaya sumber kepustakaan penelitian di bidang psikologi, khususnya psikologi industri dan organisasi tentang persepsi risiko dan minat berwirausaha Multi Level Marketing.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Subjek Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan bagi para Mahasiswa yang akan menekuni bidang usaha Multi Level Marketing.

- b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu dan referensi bagi Masyarakat yang akan mengikuti bidang usaha Multi Level Marketing sehingga dapat mendapatkan pandangan, serta dapat memberikan persepsi yang baik akan usaha tersebut.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat berwirausaha Multi Level Marketing pada mahasiswa sehingga dapat menjadi acuan bagi peneliti yang tertarik meneliti mengenai pengaruh persepsi risiko terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa.