

Analisis Faktor Faktor Yang Merefleksikan Mahasiswa Dan Alumni Universitas Ciputra *Non-Guild Family Business* Untuk Melanjutkan Bisnis Keluarga

Junko Alessandro Effendy¹ dan Albert Nathan²

^{1,2}International Business Management, Universitas Ciputra, Surabaya, Indonesia
junko.alessandro@ciputra.ac.id

Abstract – *This research was conducted because the researcher saw the phenomenon that many final year students and also alumni from Ciputra University who did not take the guild family business continued with the family business. Researchers used six variables which are thought to be factors that reflect the interest in continuing the family business among students and alumni of non-guild family business. The variable variables are extended family, parenting style, responsibility, commitment, peers and competence. This research was conducted quantitatively, namely by factor analysis. The data collection method is by distributing questionnaires to 97 respondents who fit the criteria. The results of this study are of the six variables used, Peer variable does not reflect as an appropriate factor in this study. While the remaining variables, namely responsibility, commitment, parenting style, competence and extended family are factors that reflect the interest in continuing the family business among students and alumni of non-guild family business.*

Keywords: family business, commitment, responsibility, parenting style, competence

Abstrak- Penelitian ini dilakukan karena terdapat fenomena bahwa banyak mahasiswa tingkat akhir dan alumni dari Universitas Ciputra yang tidak mengambil guild family business tetap melanjutkan bisnis keluarga. Peneliti menggunakan enam variabel yang diperkirakan merupakan faktor faktor yang merefleksikan minat untuk melanjutkan bisnis keluarga pada mahasiswa dan alumni non guild family business. Variabel variabel tersebut adalah keluarga besar, pola asuh orang tua, tanggung jawab, komitmen, teman sebaya dan kompetensi. Penelitian ini dilaksanakan secara kuantitatif yaitu dengan analisis faktor. Metode pengambilan data yaitu dengan cara membagikan kuesioner kepada 97 responden yang sesuai kriteria. Hasil dari penelitian ini adalah dari keenam variabel yang digunakan, variabel teman sebaya tidak merefleksikan sebagai faktor yang tepat dalam penelitian ini. Sedangkan variabel sisanya yaitu tanggung jawab, komitmen, pola asuh orang tua, kompetensi dan keluarga besar merupakan faktor yang merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga pada mahasiswa dan alumni non guild family business.

Kata Kunci: family business, komitmen, tanggung jawab, pola asuh orang tua, kompetensi

Latar Belakang

Universitas Ciputra merupakan univeristas yang berbasis kurikulum *Entrepreneurship*. Mahasiswa dibekali dengan pola pikir, tindakan dan strategi strategi yang berhubungan dengan kewirausahaan sejak semester satu. Pada kurikulum semester satu, para mahasiswa dididik untuk memiliki dasar dasar kewirausahaan dimana tidak berorientasi pada profit saja, tetapi dapat peduli terhadap sesama dan lingkungan. Pada kurikulum semester dua, mahasiswa didorong untuk membentuk bisnis secara kelompok dan dididik untuk memiliki *business model* yang kokoh dan dapat membantu permasalahan serespondenr. Pada kurikulum semester tiga, mahasiswa didorong untuk mengeksekusi bisnis mereka ditinjau dari segi pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, operasional dan mempertimbangkan teknologi. Pada kurikulum semester empat sampai tujuh, mahasiswa sudah diberikan keputusan untuk memasuki *guild-guild* yang sesuai dengan peminatan mereka yang di mana juga akan ditempuh hingga mereka lulus nanti.

Kurikulum di Universitas Ciputra telah dibuat sedemikian rupa agar para mahasiswa dapat menjalankan bisnis yang dikelola dari semester dua hingga setelah lulus. Tetapi peneliti melihat sebuah permasalahan di mana ada cukup banyak mahasiswa dan juga alumni yang

awalnya tidak mengambil *cluster family business* di semester 4, ternyata ingin melanjutkan bisnis keluarga meskipun di akhir setelah mereka lulus tetap melanjutkan bisnis keluarga. Peneliti mengadakan pra-survei sederhana pada tanggal 16 Januari 2020, dengan menggunakan *Google Form* kepada 60 orang mahasiswa tingkat akhir *non family business* terhadap preferensi mereka setelah lulus. Berikut adalah Tabel 1 menjelaskan hasil pra-survei.

Tabel 1. Data Perbandingan Preferensi Kegiatan Mahasiswa Tingkat Akhir Setelah Lulus Kuliah

| PREFERENSI KEGIATAN SETELAH LULUS KULIAH | JUMLAH | PERSENTASE |
|--|-----------------|-------------|
| Menjalankan <i>start up business</i> | 19 orang | 31,7% |
| Melanjutkan studi | 6 orang | 10% |
| Menjadi <i>intrapreneur</i> | 10 orang | 16,7% |
| Melanjutkan <i>family business</i> | 25 orang | 41,7% |
| TOTAL | 60 orang | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti (2020)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat ternyata banyak mahasiswa *non family business* yang tetap ingin melanjutkan bisnis keluarga setelah lulus. Peneliti ingin mencari faktor faktor yang mendorong mahasiswa *non family business* untuk tetap melanjutkan bisnis keluarga.

Berdasarkan hasil pra survey yang ada, peneliti mencari beberapa penelitian terdahulu untuk mencari faktor faktor yang merefleksikan seseorang untuk melanjutkan bisnis keluarga. Peneliti menggunakan beberapa sumber referensi dari jurnal dan juga buku untuk mencari faktor faktor yang dapat mendorong keputusan seseorang untuk melanjutkan bisnis keluarga. Peneliti menemukan ada beberapa faktor yaitu keluarga besar, orang tua, motivasi intrinsik, lingkungan pendidikan dan rasa aman

Landasan Teori

1. Keluarga Besar

Menurut Setiawati (2008) dalam Bala *et al* (2015) mengatakan bahwa keluarga merupakan sebuah sekumpulan yang terjalin dengan hubungan darah yang sama dan tidak serta menjalin sebuah kehidupan secara terus menerus, dan memiliki kewajiban dan ikatan emosional antar satu dengan yang lain. Menurut Yanti dan Marimin (2017) terdapat beberapa indikator keluarga yakni:

Linkungan Keluarga Besar (X1.1) : kesamaan seseorang dengan mayoritas anggota keluarga dapat membuat seseorang untuk melakukan tindakan yang sama termasuk dalam pemilihan jenis pekerjaan

Ajakan Keluarga Besar (X1.2) : sebuah kegiatan yang dilakukan dari pihak keluarga besar dimana ajakan ini memiliki tujuan penting yang memiliki rentan berkepanjangan

Kerukunan Keluarga (X1.3): Sebuah suasana yang timbul dalam kondisi keluarga dimana setiap keharmonisan selalu terjalin dalam kehidupan sehari hari

Persetujuan Anggota Keluarga (X1.4) : Sebuah kesepakatan yang telah mendapatkan izin dari beberapa keluarga dalam memutuskan suatu hal yang memiliki unsur penting atau memegang suatu keberlangsungan suatu hal

Kolaborasi Keluarga Besar (X1.5) : sebuah kerjasama yang terjalin berdasarkan kesepakatan dari beberapa keluarga dalam mengambil tindakan untyk dilakukan secara bersama sama

2. Pola Asuh Orang Tua

Menurut Tulak dan Saluh (2019) orang tua memiliki kedudukan sebagai pendidik pertama bagi seorang anak di mana pola asuh yang benar dan tepat menjadi media pembelajaran dan juga menjadi panutan dalam tindakan anak. Menurut McCarty *et al* (2017) ada beberapa indikator dari pola asuh orang tua yakni:

Kebersamaan yang diberikan orang tua (X2.1) : sebuah peristiwa yang diberikan oleh orang tua dengan meluangkan beberapa waktu dengan tujuan untuk menjalin kebersamaan dengan anak-anak.

Keterbukaan antar orang tua dan anak (X2.2) : sebuah sikap yang menyatakan segala hal tanpa ada yang perlu ditutupi tentang perkara yang sedang terjadi atau yang sudah terjadi lebih dulu.

Kontrol yang diberikan orang tua (X2.3) : sebuah tindakan yang diberikan oleh orang tua dalam memberikan beberapa larangan akan hal-hal yang dianggap sebagai hal yang kurang baik di mata mereka sebagai anak mereka.

Nilai moral yang diberikan oleh orang tua (X2.4) : sebuah nilai yang dipercaya oleh orang tua karena adanya pengalaman yang telah dialami sehingga adanya pengharapan agar nilai-nilai yang diberikan mampu diterapkan.

3. Rasa Tanggung Jawab

Menurut Wuryano (2007) mengatakan tanggung jawab adalah sebuah tindakan yang mau menerima tugas dan kewajiban yang telah diberikan. Menurut Kohar (2017) menyebutkan ada beberapa indikator yang mengarahkan ke pendorong rasa tanggung jawab adalah sebagai berikut:

Hasil kerja yang bermutu (X3.1) : Sebuah pencapaian yang didapat usaha yang diperjuangkan dari diri sendiri sehingga mampu mencapai hasil yang baik dan maksimal.

Kesediaan menanggung resiko (X3.2) : Sebuah sikap yang rela untuk menerima segala kesalahan yang telah dilakukan atau yang telah ditetapkan.

Pengikatan diri pada tugas (X3.3): Sebuah tindakan yang diambil untuk memfokuskan diri pada tugas-tugas yang diberikan atau yang diambil.

Memiliki prinsip hidup (X3.4) : Sebuah motif yang dimiliki saat menjalani sebuah kehidupan di mana hal ini bertujuan untuk memberikan sebuah semangat dalam menjalani kegiatan.

Kemandirian (X3.5) : Sebuah sikap yang segala sesuatu bisa dilakukan secara sendiri tanpa harus memerlukan bantuan orang lain.

4. Komitmen

Menurut Garcia *et al* (2017) komitmen adalah tindakan yang didasarkan atas kemauan dari individu tersebut. Berdasarkan dari beberapa pengertian, komitmen menurut Umiker (dalam Bishop 2018) dan Fortuna K. Z. (2020) menjelaskan adanya beberapa indikator yaitu:

Kepercayaan (X4.1) : Sebuah sikap yang berpegang teguh akan suatu hal yang memiliki pandangan bahwa hal-hal yang dipilih dan dilakukan itu memiliki dampak yang positif untuk kedepannya.

Kesediaan diri (X4.2) : Sebuah tindakan yang mengusahakan agar dirinya mengalami perubahan demi membuat sebuah pribadi yang lebih baik dari sebelumnya.

Keinginan yang kuat untuk memperbaiki keanggotaan (X4.3) : Sebuah tindakan yang menunjukkan kemauan dari diri sendiri untuk memperbaiki apa yang ada dalam organisasi

tersebut seperti dalam anggota mereka dalam bidang kompetensi sehingga menjadi lebih baik.

Keterlibatan (X4.4) : Sebuah tindakan yang menunjukkan keseriusan seseorang ketika terjun dalam bidang pekerjaan yang telah diberikan atau yang didelegasikan dari atasan atau pendahulu.

5. Teman Sebaya

Menurut Wirawan dalam Yusi *et al* (2008:31) menjelaskan teman sebaya adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan dari segi umur dan kelompok sosial yaitu seperti rekan kerja dan teman sekolah. Menurut Wijaya (2014) terdapat indikator yang mengarahkan pada teman sebaya yaitu:

Pendapat (X5.1) : Sebuah masukan yang diberikan oleh orang lain akan beberapa hal yang menurut dari sisi lain memiliki dampak yang baik kedepannya.

Kesamaan (X5.2) : Sebuah tindakan yang dilakukan orang lain terkadang membuat seseorang melakukan hal yang sama juga.

Masukkan (X5.3) : Sebuah usulan yang memiliki tujuan untuk memberikan sebuah solusi dari sebuah permasalahan yang bersifat membangun.

6. Kompetensi

Pengertian kompetensi menurut Tola (2002) dalam Enoch (2016) adalah sebuah kemampuan individu dalam hal kesiapan akan menghadapi dalam suatu perkara yang ada. Menurut Zwell (2000) terdapat beberapa indikator yang menjelaskan kompetensi yaitu:

Keyakinan (X6.1) : sebuah peristiwa yang diberikan oleh orang tua dengan meluangkan beberapa waktu dengan tujuan untuk menjalin kebersamaan dengan anak-anak

Keterampilan (X6.2) : sebuah sikap yang menyatakan segala hal tanpa ada yang perlu ditutupi tentang perkara yang sedang terjadi atau yang sudah terjadi lebih dulu.

Pengalaman (X6.3) : sebuah tindakan yang diberikan oleh orang tua dalam memberikan beberapa larangan akan hal-hal yang dianggap sebagai hal yang kurang baik di mata mereka sebagai anak mereka.

Karakteristik (X6.4) : sebuah nilai yang dipercaya oleh orang tua karena adanya pengalaman yang telah dialami sehingga adanya pengharapan agar nilai-nilai yang diberikan mampu diterapkan.

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian terdahulu dan landasan teori, peneliti dapat mengajukan sebagai berikut:

H1: Diduga keluarga besar menjadi faktor yang merefleksikan mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *Non Guild Family Business* untuk melanjutkan bisnis keluarga.

H2: Diduga pola asuh orang tua menjadi faktor yang merefleksikan mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *Non Guild Family Business* untuk melanjutkan bisnis keluarga.

H3: Diduga rasa tanggung jawab menjadi faktor yang merefleksikan mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *Non Guild Family Business* untuk melanjutkan bisnis keluarga.

H4: Diduga komitmen menjadi faktor yang merefleksikan mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *Non Guild Family Business* untuk melanjutkan bisnis keluarga.

H5: Diduga teman sebaya menjadi faktor yang merefleksikan mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *Non Guild Family Business* untuk melanjutkan bisnis keluarga.

H6: Diduga kompetensi menjadi faktor yang merefleksikan mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *Non Guild Family Business* untuk melanjutkan bisnis keluarga.

Metodologi Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan oleh peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra yang bukan berasal dari *guild family business* tetapi memiliki intensi untuk melanjutkan bisnis keluarga setelah lulus dengan jumlah masih belum diketahui secara pasti. Dalam menentukan sampling peneliti menggunakan *purposive sampling* itu artinya sampel dalam penelitian ini memiliki kriteria yang harus dipenuhi.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai data primer. Sedangkan data sekunder adalah data yang hasilnya sudah diolah oleh pihak lain (Ardan 2012:31). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *likert* untuk mengukur sebuah nilai yang mempresentasikan dari sikap dari individu tersebut (Maryuliana *et al*, 2016).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis faktor. Analisis faktor adalah sebuah teknik yang digunakan dalam penelitian dengan memberikan sebuah deskripsi akan suatu korelasi antar variabel yang digunakan sebagai analisis ke beberapa kelompok (Nugroho, 2011:113). Analisis faktor yang dilakukan dalam penelitian ini adalah analisis faktor konfirmatori dengan *second order confirmatory factor analysis* dengan menggunakan *software SMARTPLS 3.0*.

Pada *first order construct* dilakukan dengan uji model sebagai untuk ukuran berdasarkan kontruk laten ke dimensi indikatornya menurut Abdillah dan Jogiyanto (2015). Terdapat langkah langkah yang harus dilakukan untuk *first order construct* yaitu:

1. Penentuan validitas *loading factor outer model*, dimana nilai yang disarankan untuk analisis faktor konfirmatori adalah di atas 0,70. Pada uji ini juga dilakukan uji perbaikan model. Setelah tahap uji validitas *loading factor* maka akan memiliki model terbaru.
2. Penentuan validitas *average variance extracted* dimana nilai yang disarankan untuk analisis faktor konfirmatori adalah di atas 0,50.
3. Penentuan validitas *cross loading* dimana nilai yang disarankan untuk analisis faktor konfirmatori adalah di atas 0,70 dan indikator pada variabel yang bersangkutan harus memiliki nilai paling tinggi.
4. Penentuan nilai uji reliabilitas *cronbach alpha*, dimana nilai yang disarankan bagi analisis faktor konfirmatori adalah di atas 0,70.
5. Penentuan nilai uji reliabilitas *composite reliability*, dimana nilai yang disarankan bagi analisis faktor konfirmatori adalah di atas 0,70.

Uji hipotesis reflektif variabel laten dimensi terhadap variabel laten utama dengan melihat nilai *T-statistics path coefficient* di mana nilai yang disarankan adalah di atas 1,96 untuk setiap dimensi atau memiliki *p-value* kurang sama dengan 0,05.

Hasil Penelitian

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

| Jenis kelamin | Frekuensi | Persentase |
|---------------|-----------|------------|
| Laki-laki | 62 | 63,91% |
| Perempuan | 35 | 36,08% |

| | | |
|-------|----|------|
| Total | 97 | 100% |
|-------|----|------|

Sumber: Lampiran C

Berdasarkan dari karakteristik jenis kelamin responden dapat dilihat jenis kelamin laki-laki lebih cenderung mendominasi dengan hasil persentase yaitu 63,91% yang terkumpul sebanyak 62 orang dari total responden 97 orang, kemudian jenis kelamin responden perempuan memiliki persentase yaitu 36,08% yang terkumpul sebanyak 35 orang dari total responden 97 orang.

Tabel 3 Usia Responden

| Usia | Jumlah responden yang berumur | Jumlah-Persentase | Usia | Jumlah responden yang berumur | Jumlah - Persentase |
|-----------|-------------------------------|-------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|
| 20 | 8 | 8,24% | 26 | 11 | 11,34% |
| 21 | 18 | 18,55% | 27 | 6 | 6,18% |
| 22 | 19 | 19,58% | 28 | 5 | 5,15% |
| 23 | 4 | 4,12% | 29 | 3 | 3,09% |
| 24 | 11 | 11,34% | 31 | 1 | 1,03% |
| 25 | 11 | 11,34% | Total: 97 responden | | |

Sumber: Lampiran C

Berdasarkan hasil Tabel 3 umur responden yang memiliki nilai persentase terbesar pertama adalah umur 22 dengan nilai persentase 19,58% kemudian dilanjutkan urutan kedua adalah umur 21 dengan nilai persentase 18,55% , kemudian urutan ketiga adalah umur 24, 25 dan 26 karena memiliki jumlah yang sama dengan nilai persentase 11,34%, kemudian urutan keempat adalah umur 20 dengan nilai persentase 8,24%, kemudian urutan kelima umur 27 dengan nilai persentase 6,18%, kemudian urutan keenam umur 28 dengan nilai persentase 5,15%, kemudian urutan ketujuh umur 23 dengan nilai persentase 4,12%, kemudian urutan kedelapan umur 29 dengan nilai persentase 3,09%, dan urutan terakhir yang kesembilan adalah umur 31 dengan nilai persentase 1,03%.

Tabel 4. Klasemen Usaha

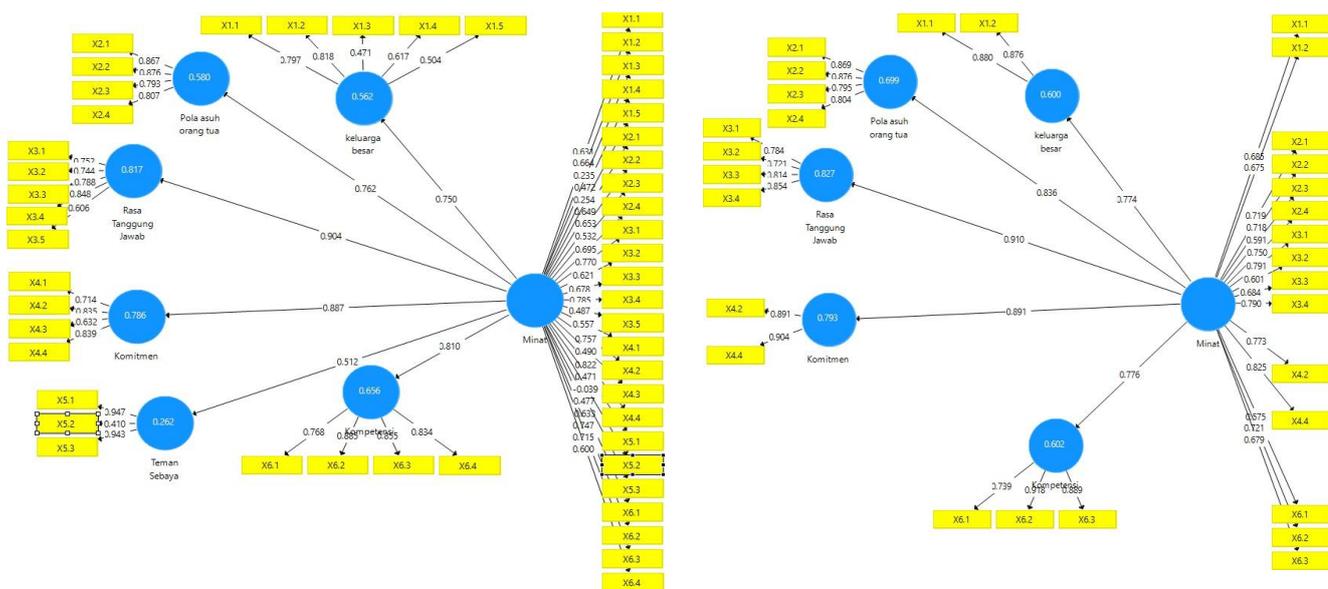
| Klasemen Usaha | Jumlah klasemen usaha | Jumlah Persentase | Klasemen Usaha | Jumlah klasemen usaha | Jumlah Persentase |
|----------------|-----------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| Makanan | 18 | 18,55% | Jasa | 14 | 14,43% |
| Elektronik | 1 | 1,03 | Komoditas | 8 | 8,24% |
| Fashion | 5 | 5,15% | Manufaktur | 2 | 2,06% |
| Furniture | 9 | 9,27% | Obat | 2 | 2,06% |
| IT | 2 | 2,06% | Otomotif | 8 | 8,24% |
| Perikanan | 1 | 1,03% | Peternakan | 3 | 3,09% |
| Retail | 18 | 18,55% | Trading | 1 | 1,03% |
| Wirausaha | 5 | 5,15% | Total: 97 responden | | |

Sumber: Lampiran C

Dapat dilihat dari Tabel 4 yaitu klasemen usaha, hasil menunjukkan persentase terbesar pertama adalah klasemen usaha makanan dan retail yang memiliki nilai persentase sebesar 18,55%, kemudian klasemen usaha terbesar kedua adalah jasa dengan nilai persentase 14,43%, kemudian klasemen usaha terbesar ketiga adalah furniture dengan nilai persentase 9,27%, kemudian klasemen usaha terbesar keempat adalah komoditas dan otomotif dengan nilai persentase 8,24%, kemudian klasemen usaha terbesar kelima adalah fashion dan wirausaha dengan nilai persentase 5,15%, kemudian klasemen usaha terbesar keenam adalah peternakan dengan nilai persentase sebesar 3,09%, kemudian klasemen usaha

terbesar ketujuh adalah IT, manufaktur dan obat dengan nilai persentase sebesar 2,06%, kemudian klasemen usaha yang terkecil adalah elektornik, perikanan dan trading dengan nilai persentase sebesar 1,03%.

Mean terbesar yang dimiliki oleh masing masing variabel dalam penelitian ini adalah 4,474 untuk X1.4 , 4,278 untuk X2.4 , 4,124 untuk X3.2 , 4,430 untuk X4.1 , 4,021 untuk X5.2 dan 4,289 untuk X6.1 dimana menjelaskan bahwa responden setuju atas pernyataan yang diberikan kemudian pada standar deviasi terendah yang dimiliki oleh masing masing indikator dalam penelitian ini adalah 0,747 untuk X1.4 , 0,882 untuk X2.4 , 0,865 untuk X3.5 , 0,772 untuk X4.1 , 1,118 untuk X5.1 dan 0,759 untuk X6.1 dimana hal ini menjelaskan bahwa respon yang diberikan oleh para responden adalah homogen.



Gambar 1 Model Awal dan Akhir
Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Pada gambar diatas adalah gambar dari model awal yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dan gambar kedua adalah model akhir dari model awal dikarenakan adanya proses eliminasi yang dilakukan oleh peneliti, dimana variable teman sebaya tereliminasi.

Tabel 5. Cronbach's Alpha , Composite Reliability , Average Varianced Extracted (AVE)

| Variabel | Cronbach's Alpha | Composite Reliability | Average Varianced Extracted (AVE) |
|---------------------|------------------|-----------------------|-----------------------------------|
| Komitmen | 0,759 | 0,892 | 0,806 |
| Kompetensi | 0,807 | 0,888 | 0,726 |
| Minat | 0,928 | 0,937 | 0,502 |
| Pola asuh orang tua | 0,857 | 0,903 | 0,700 |
| Rasa tanggung jawab | 0,805 | 0,872 | 0,632 |
| Keluarga besar | 0,702 | 0,870 | 0,771 |

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan hasil Tabel 5 dapat dilihat bahwa setelah dilakukan proses reduksi melalui uji *loading factor* dapat dilihat bahwa variabel yang tersisa lolos uji lainnya berdsarskan hasil yang terdapat dalam Tabel 5. Tabel 5 menunjukkan tidak ada variabel yang

memiliki nilai dibawah 0,7 untuk uji reliabilitas *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. Untuk uji *Average Variance Extracted (AVE)* memiliki nilai diatas 0,5.

Tabel 6. R Square

| Variabel | R Square |
|---------------------|----------|
| Rasa Tanggung Jawab | 0,827 |
| Komitmen | 0,793 |
| Pola Asuh Orangtua | 0,699 |
| Kompetensi | 0,602 |
| Keluarga besar | 0,600 |

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan Tabel 6 kelima variabel merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga. Untuk rasa tanggung jawab sebesar 82,7%, komitmen sebesar 79,3%, pola asuh orangtua sebesar 69,9%, kompetensi sebesar 60% dan keluarga besar sebesar 60%.

Tabel 7. T Statistics, P Values

| | T Statistics | P Values |
|------------------------------|--------------|----------|
| Minat -> Rasa Tanggung Jawab | 43,222 | 0,000 |
| Minat -> Komitmen | 37,044 | 0,000 |
| Minat -> Pola Asuh Orangtua | 20,357 | 0,000 |
| Minat -> Kompetensi | 13,818 | 0,000 |
| Minat -> Keluarga Besar | 13,582 | 0,000 |

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan pada Tabel 7 semua hipotesis yang terlampir memiliki nilai untuk T Statistics diatas 1,96 sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis tersebut diterima kemudian hal itu juga berlaku pada P-Value yang dimiliki oleh masing masing hipotesis yang ada pada Tabel 7 dimana nilai yang dimiliki oleh setiap hipotesis di bawah 0,05 sehingga semua hipotesis yang terdapat pada Tabel 7 diterima.

Pembahasan

Teman Sebaya

Variabel dari teman sebaya setelah dilakukan proses analisis pada SMARTPLS nilai *loading factor* yang dihasilkan adalah dibawah 0,70 dan juga sudah tidak memiliki indikator yang tersisa. Menurut Sales & Irwin (2013), dalam Intannia *et al* (2020) menjelaskan bahwa teman sebaya sendiri memberikan dorongan dan pengaruh kepada seseorang dalam beberapa tindakan pengambilan keputusan, dimana adanya sebuah tuntutan yang diharuskan seseorang untuk mengikuti sehingga bisa diterima di lingkungan teman sebaya tersebut.

Rasa Tanggung Jawab

Variabel dari rasa tanggung jawab signifikan merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga. Hal tersebut dapat dilihat melalui T-Statistik pada uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1,96 yaitu 43,222. Kemudian mean pada variabel pola asuh orangtua sebesar 4,033 dengan nilai *standart deviation* yaitu 0,955, serta *R Square* yang

dihasilkan menduduki urutan tertinggi pertama sebesar 82,7 sehingga hal ini dapat dikatakan variabel rasa tanggung jawab merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga sebesar 82,7% . Menurut Widagdo (2007) dalam Apriliana (2018) rasa tanggung jawab adalah sebuah kesadaran yang dimiliki oleh seseorang atas apa yang sudah diputuskan atau didasari perintah dari orang lain. Rasa tanggung jawab ini mengarah pada kewajiban yang diperoleh dari orang yang lebih berwenang

Komitmen

Variabel dari komitmen secara besar signifikan sesuai dengan minat melanjutkan bisnis keluarga. Hal tersebut dapat dilihat melalui T-Statistik pada uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1,96 yaitu 37,044. Kemudian mean pada variabel komitmen sebesar 4,228 dengan nilai *standart deviation* yaitu 0,923, serta nilai *R Square* yang dihasilkan menduduki peringkat tertinggi kedua sebesar 79,3% sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel komitmen merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga sebesar 79,3%. Menurut Wahyu & Salam (2020) komitmen merupakan tingkah laku yang sudah ada dalam diri seseorang baik itu dalam hati dan pikiran dimana hal itu mempengaruhi perilaku seseorang kedepannya yang sesuai dengan kesepakatan pertama, jadi hal ini seperti janji apa yang dipegang ketika melakukan sesuatu atau masuk dalam sebuah lingkungan organisasi

Pola Asuh Orang Tua

Variabel dari pola asuh orangtua secara besar signifikan sesuai dengan minat melanjutkan bisnis keluarga. Hal tersebut dapat dilihat melalui T-Statistik pada uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1,96 yaitu 20,357. Kemudian mean pada variabel pola asuh orangtua sebesar 4,134 dengan nilai *standart deviation* yaitu 4,023, serta nilai *R Square* yang dihasilkan menduduki peringkat ketiga sebesar 69,9% sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel dari pola asuh orangtua merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga sebesar 69,9%. Menurut Suryandari (2020) pola asuh orangtua merupakan suatu cara yang dilakukan oleh orangtua dalam mendidik anak mereka dengan harapan hasil asuhan yang telah diberikan ke anak tersebut mencerminkan atas apa yang sudah diberikan oleh orangtua.

Kompetensi

Variabel dari kompetensi secara besar signifikan sesuai dengan minat melanjutkan bisnis keluarga. Hal tersebut dapat dilihat melalui T-Statistik pada uji hipotesis yang dilakukan peneliti dengan menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1,96 yaitu 13,818. Kemudian mean pada variabel pola asuh orangtua sebesar 4,100 dengan nilai *standart deviation* yaitu 0,886, serta nilai *R Square* yang dihasilkan menduduki peringkat keempat sebesar 60,2% sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel kompetensi merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga sebesar 60,2%. Menurut Mulyasari (2019) kompetensi merupakan sejumlah ilmu, pengalaman dan perilaku yang saling mempengaruhi sebagian besar peran yang dilakukan serta hal itu dapat diukur dan mampu ditingkatkan dengan beberapa pelatihan yang diberikan.

Keluarga Besar

Variabel keluarga besar secara signifikan sesuai dengan minat melanjutkan bisnis keluarga. Hal tersebut dapat dilihat melalui T-Statistik pada uji hipotesis yang dilakukan oleh peneliti dengan menghasilkan nilai yang lebih besar dari 1,96 yaitu 13,582. Kemudian pada mean

variabel ini sebesar 4,11 dengan nilai *standart deviation* yaitu 1,00 , serta dalam nilai yang dimiliki *R Square* menghasilkan urutan terakhir yaitu kelima sebesar 60% sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel ini merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga sebesar 60%. Menurut Ruli (2020) keluarga besar sendiri adalah bagian besar dari sebuah keluarga yang tidak terbatas hanya pada ayah dan ibu saja . Dalam hal ini peran dari keluarga besar adalah mendorong calon penerus untuk memiliki minat terhadap bisnis yang dijalankan.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan pada sebelumnya, maka dapat dinyatakan kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. Dalam penelitian ini, keluarga besar merupakan faktor yang merefleksikan minat dari mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *non guild family business* dalam melanjutkan bisnis keluarga, sehingga H1 diterima.
2. Dalam penelitian ini, pola asuh orang tua merupakan faktor yang merefleksikan minat dari mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *non guild family business* dalam melanjutkan bisnis keluarga, sehingga H2 diterima.
3. Dalam penelitian ini, kompetensi merupakan faktor yang merefleksikan minat dari mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *non guild family business* dalam melanjutkan bisnis keluarga, sehingga H3 diterima.
4. Dalam penelitian ini, rasa tanggung jawab merupakan faktor yang merefleksikan minat dari mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *non guild family business* dalam melanjutkan bisnis keluarga, sehingga H4 diterima.
5. Dalam penelitian ini, komitmen merupakan faktor yang merefleksikan minat dari mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *non guild family business* dalam melanjutkan bisnis keluarga, sehingga H5 diterima.
6. Dalam penelitian ini, teman sebaya bukan merupakan faktor yang merefleksikan minat dari mahasiswa dan alumni Universitas Ciputra *non guild family business* dalam melanjutkan bisnis keluarga, sehingga H6 ditolak.

Saran

Saran untuk peneliti selanjutnya dan untuk kurikulum Universitas Ciputra

1. Saran untuk peneliti selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dalam melakukan penelitian sebaiknya dapat fokus pada satu sudut pandang saja yaitu mahasiswa tingkat akhir saja atau alumni saja sehingga dapat dilihat perbedaan perspektif sudut pandang yang berbeda antara mahasiswa tingkat akhir dan alumni. Selain itu, pada penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan penggunaan variabel lain yang kiranya dapat merefleksikan minat melanjutkan bisnis keluarga.

2. Saran untuk kurikulum Universitas Ciputra

Saran untuk kurikulum Universitas Ciputra adalah lebih banyak melakukan kerja sama dengan keluarga mahasiswa demi menciptakan sebuah metode pembelajaran yang kolaboratif sehingga hal itu menjadi daya dorong mahasiswa untuk memberikan banyak perhatian pada mata kuliah kewirausahaan karena pada dasarnya mata kuliah kewirausahaan sendiri mampu memberikan dampak yang besar kepada mahasiswa pada akhirnya sehingga hal ini yang perlu mendapatkan perhatian yang lebih dan hal-hal baru dalam mendorong keberhasilan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliana, Q. R. (2018). Pengaruh Metode Bermain Peran Melalui Boneka Jari Terhadap Rasa Tanggung Jawab Anak Pada Kelompok B Di Tk Aisyah Busthanul Athfal Kauman Tulungagung.
- Bala, M. E., Senduk, J., & Boham, A. (2015). Peran Komunikasi Keluarga Dalam Mencegah Perilaku Merokok Bagi Remaja Di Kelurahan Winangun Kecamatan Malalayang Kota Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(3).
- Effendy, J. A. (2017). The Roles of Mentor to Maintain the Ciputra University Students Business Sustainability. *Review of Management and Entrepreneurship*, 1(2), 11-18
- Fortuna, K. Z. (2020). *Pengaruh Pendelegasian Wewenang Dan Komitmen Organisasi Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Bojonagara* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Garcia, P. R. J. M., Sharma, P., De Massis, A., Wright, M., & Scholes, L. (2019). Perceived parental behaviors and next-generation engagement in family firms: A social cognitive perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(2), 224-243
- Intannia, R., Dahlan, T. H., & Damaianti, L. F. (2020). Lingkungan Keluarga, Tekanan Teman Sebaya Dan Perilaku Berisiko Remaja di Kota Bandung. *Journal of Psychological Science and Profession*, 4(2), 97-105.
- Kohar, F. Y. (2017). *Hubungan Rasa Tanggung Jawab Dengan Prokrastinasi Pada Mahasiswa Yang Sedang Menyelesaikan Skripsi* (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- McCarthy, J. R., Edwards, R., & Gillies, V. (2017). *Making families: Moral tales of parenting and step-parenting*. Routledge-Cavendish.
- Maryuliana, M., Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem informasi angket pengukuran skala kebutuhan materi pembelajaran tambahan sebagai pendukung pengambilan keputusan di sekolah menengah atas menggunakan skala likert. *TRANSISTOR Elektro dan Informatika*, 1(1), 1-12.
- Mulyasari, I. (2019). Pengaruh kecerdasan emosional dan kompetensi terhadap kinerja pegawai. *Journal of Management Review*, 2(2), 190-197.
- Ruli, E. (2020). Tugas Dan Peran Orang Tua Dalam Mendidik Anak. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(2), 143-146
- Suryandari, S. (2020). Pengaruh Pola Asuh Orang Tua terhadap Kenakalan Remaja. *JIPD (Jurnal Inovasi aPendidikan Dasar)*, 4(1), 23-29.
-

Tulak, H., & Salo, E. S. (2019). Pengaruh Perhatian Orangtua dan Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar IPS Siswa Di SDN 3 Toraja Utara Kabupaten Toraja Utara. *Elementary Journal*, 1(2), 1-11.

Wijaya, C. T. (2014). Faktor-Faktor Motivasional yang Mengklasifikasi Keterlibatan Mahasiswa dalam Mengambil Peran pada Bisnis Keluarganya. *Agora*, 2(2), 743-748.

Wahyu, W., & Salam, R. (2020). KOMITMEN ORGANISASI (Kajian: Manajemen Sumber Daya Manusia).

Yanti, Y., & Marimin, M. (2017). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, Dan Teman Sebaya Terhadap Kedisiplinan Siswa. *Economic Education Analysis Journal*, 6(2), 329-338.
