

PENGARUH FAKTOR *TECHNOPRENEURSHIP* TERHADAP KUALITAS PRODUK HASIL PRAKTIK MAHASISWA TATA BUSANA

Alicia Christy Zvereva Gadi

Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

Email: aliciazvereva@uny.ac.id

Abstrak

Technopreneurship memiliki peran penting terhadap kualitas sebuah produk baik barang maupun jasa, dimana terdapat proses pembentukan dan kolaborasi antara bidang usaha dan penerapan teknologi sebagai instrumen pendukung dan sebagai dasar dari usaha itu sendiri, baik dalam proses, sistem, maupun produk yang dihasilkan. Dengan menerapkan kemampuan *techopreneurship* secara maksimal, seseorang dapat berkontribusi meningkatkan taraf hidup masyarakat serta membangun perekonomian kreatif sekaligus teknologi Indonesia dengan menghasilkan lapangan pekerjaan mandiri. Kemampuan *technopreneurship* seharusnya sudah ditanamkan pada Pendidikan vokasi di Indonesia, guna meningkatkan daya saing SDM suatu bangsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap kondisi *technopreneurship* mahasiswa prodi Tata Busana, dan mengetahui pengaruh faktor-faktor *technopreneurship* terhadap kualitas produk pada mata kuliah Ornamen Fesyen mahasiswa prodi Tata Busana. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian adalah mahasiswa prodi Sarjana Terapan Tata Busana FT UNY angkatan 2019 dan 2020. Sampel diambil secara *proportional sampling* sebanyak 68 mahasiswa. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dan ganda. Adapun hasil penelitian menunjukkan kondisi *technopreneurship* mahasiswa untuk variabel kreativitas dalam kategori sangat tinggi sebesar 67,83%, variabel inovasi dalam kategori sangat tinggi sebesar 55,94%, dan variabel kemampuan manajerial dalam kategori sangat tinggi sebesar 74,83%, dan kualitas produk dalam kategori tinggi sebesar 50,70%. Selain itu juga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan faktor kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana dibuktikan dengan $\text{sig} < 0,05$.

Kata Kunci: *technopreneurship*; kreativitas; inovasi; kemampuan manajerial

Abstract

Technopreneurs have an important role in product quality, where there is a process and collaboration between business fields and the application of technology as a supporting instrument and as the basis for the business itself, both the system, the product produced. By applying techopreneurship abilities to the fullest, one can improve people's living standards and build the Indonesian economy as well as technology by generating independent jobs. The ability of technopreneurs should have been instilled in vocational education in Indonesia, in order to increase the competitiveness of a nation's human resources. This study aims to reveal the

condition of technopreneurship of students of the Fashion Design study program, and to determine the influence of technopreneurship factors on product quality in the Fashion Ornament course of the students of the Fashion Design study program. The method used is a survey method with a descriptive approach. The study population was students of the Applied Undergraduate Fashion Design Study Program, FT UNY class of 2019 and 2020. The sample was taken proportionally by sampling as many as 84 students. Data analysis used simple and multiple linear regression. The results showed that the condition of student technopreneurship for the creativity variable in the very high category was 67.83%, the innovation variable in the very high category was 55.94%, and the managerial ability variable in the very high category was 74.83%, and product quality in the very high category. high category by 50.70%. In addition, there is also a positive and significant influence of creativity, innovation, and managerial abilities on the quality of the product of the Fashion Design student practice as evidenced by sig < 0.05.

Keywords: *technopreneurship; creativity; innovation; managerial ability*

Pendahuluan

Peranan generasi muda sebagai “gudangnya” kreativitas sangat penting untuk perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia saat ini. Generasi muda merupakan bagian dari sumber daya manusia produktif yang dengan ide-ide keratifnya dapat menciptakan sebuah usaha (wirausaha) yang juga membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran. Semakin banyak anak muda yang berkecimpung di dunia wirausaha, semakin banyak pula produktifitas yang dihasilkan sehingga berdampak pula pada meningkatnya perkembangan ekonomi nasional. Saat ini, pendidikan pada tingkat perguruan tinggi diharapkan mampu meluluskan generasi muda yang dapat membuka lapangan pekerjaan sendiri dibandingkan dengan mencari pekerjaan pada perusahaan sesuai bidangnya.

Perguruan tinggi sebagai salah satu jenjang pendidikan berkewajiban mencetak generasi yang memiliki kemandirian yang tinggi, terlebih kemandirian secara ekonomi. Pendidikan tinggi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampai teori saja namun juga praktek dan keterampilan (Nirbita, 2020). Salah satu upaya dalam dunia Pendidikan vokasi dalam mewujudkan hal ini adalah dengan menerapkan nilai-nilai kewirausahaan pada setiap mata kuliah praktek, sehingga hasil (*output*) yang didapatkan berupa produk yang bernilai jual tinggi, dan dapat mudah diterima di masyarakat terlebih dengan menggunakan teknologi sebagai sarana untuk berwirausaha. Hal inilah yang memicu pentingnya *technopreneur* dalam dunia pendidikan tinggi.

Technopreneurship merupakan kolaborasi antara teknologi dengan jiwa usaha mandiri dengan semangat membangun usaha sehingga menghasilkan lapangan pekerjaan dan membangun perekonomian sekaligus teknologi Indonesia (Sakti & Prasetyo, 2018). *Technopreneur* salah satu bagian dari perkembangan berwirausaha (*entrepreneur*) memberikan gambaran berwirausaha dengan menggunakan inovasi basis teknologi. Konsep *technopreneur* didasarkan pada basis tekhnologi yang dijadikan

sebagai alat berwirausaha, misalnya munculnya bisnis aplikasi *online*, bisnis *security system*, dsb (Marti'ah, 2017). Selain itu, pendapat lainnya menyebutkan *technopreneurship* merupakan proses dalam sebuah organisasi/kelompok yang mengutamakan inovasi dan secara terus menerus menemukan problem utama organisasi, memecahkan permasalahannya, serta mengimplementasikan cara-cara pemecahan masalah dalam rangka meningkatkan daya saing di pasar global (Okorie, Kwa, Olusunle, Akinyanmi, & Momoh, 2014). Dari beberapa pandangan-pandangan diatas maka pada intinya *technopreneurship* akan menggabungkan antara teknologi dan konsep kewirausahaan. Penekanan hasil *technopreneurship* terletak pada proses komersialisasi produk-produk teknologi yang kurang berharga menjadi berbagai produk yang bernilai tinggi sehingga menarik minat konsumen untuk membeli atau memilikinya (Mopangga, 2015).

Seorang *technopreneur* dapat mengangkat perekonomian dengan cara memperkenalkan produk-produk baru dan jasa melalui organisasi dan pengolahan sumber daya atau bahan baku. "*Entrepreneur as the person who destroys the exiting economic order by introducing new products and services, by creating new forms of organization, or by exploiting new materials*", Schumpeter (Sartono, Sutrismi, & Wahyuandari, 2014). *Technopreneur* yang baik akan melihat peluang sebuah usaha untuk perbaikan hidup, dan adanya tantangan-tantangan global, maka seseorang kemudian melakukan usaha-usaha kreatif dan menciptakan produk yang inovatif dengan jalan mengembangkan ide dan mengelola sumber daya secara maksimal, dimulai dari sebuah organisasi baru dengan tujuan untuk menciptakan kesejahteraan bagi individu, menambah nilai bagi masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi negara. Sama seperti pendapat yang dikemukakan oleh Hisrich (Tran & Von Korfflesch, 2016), "*An entrepreneur is characterized as someone who demonstrates initiative and creative thinking, is able to organize social and economic mechanisms to turn resources and situations to practical account, and accepts risk and failure*". Artinya seorang *technopreneur* harus berinisiatif melakukan usaha dan berfikir kreatif, dan mencoba mengelola sumber daya, berani mengambil risiko untuk menemukan peluang dan perbaikan hidupnya. *Technopreneurship* yang berhasil akan cermat melihat sebuah peluang dan kesempatan yang ada disekitarnya. Penggunaan teknologi sebagai basis dalam berwirausaha adalah merupakan aplikasi langsung dari ilmu pengetahuan yang dimiliki seseorang sesuai bidang keahliannya, serta pemanfaatan alat-alat modern yang mendukung dalam proses sebuah usaha yang akan dilakukan. Sehingga tujuan dari *technopreneurship* seseorang dapat berhasil secara maksimal. Kemampuan *technopreneurship* mahasiswa di tingkat perguruan tinggi yaitu menghasilkan produk berbasis teknologi serta memiliki produktifitas, kreatifitas, inovatif, dan berkualitas tinggi sehingga dapat bersaing secara global. Untuk itu, disetiap proses penciptakan produk yang berkualitas tinggi, seseorang harus memiliki faktor keberhasilan seorang *technopreneur* untuk menumbuhkan semangat berwirausaha dengan pemanfaatan teknologi. Kemampuan seorang *technopreneur* berkaitan dengan perilaku manusia

seperti kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial yang baik (Erlina Rufaidah & Kodri, 2020)

Seorang ahli pendidikan (Piirto, 2011) mengemukakan pendapatnya tentang kreativitas sebagai bentuk pemikiran seseorang. “*The concept of two sides of the brain, the right side for creativity and the leftside for plodding intellect, is part of overly simplistic contemporary understanding of creativity. (Indeed, we need the whole brain for creative production)*”. Pola berfikir dengan kreatif adalah bagian dari konsep dua bagian otak manusia, yaitu sisi kiri dan kanan. Sisi kanan kreativitas dan sisi kiri untuk intelegensi. Orang yang pandai memiliki kemampuan untuk belajar dan berpikir, sedangkan orang yang kreatif akan melakukan sesuatu yang belum dilakukannya sebelumnya. Ini merupakan perbedaan kreativitas dengan intelegensi. Namun demikian, kedua jenis kemampuan pandai dan kreatif harus saling mendukung dan dikembangkan. Kemampuan berpikir kreatif erat kaitannya dengan proses berpikir secara kreatif menemukan ide-ide baru berkaitan dengan proses mencipta. Mencipta artinya meletakkan elemen-elemen secara bersama-sama untuk membentuk suatu keseluruhan yang berkaitan dan fungsional atau mengatur kembali elemen-elemen ke dalam suatu struktur atau pola-pola baru (Nurhayati & Rahardi, 2021). Dalam proses pembuatan produk kreatif, Guilford (Alma & Buhari, 2010) mengemukakan beberapa elemen dari keempat dimensi yang menjadi sifat dari proses maupun produk kreatif, yaitu dimensi proses: kelancaran berfikir (*fluency of thinking*), keluwesan (*flexibility*), elaborasi (*elaboration*), imajinatif (*imagination*), dan keingintahuan (*Curiosity*), dimensi produk: 4) originalitas (*original*) dan kompleksitas (*complexity*).

Selain kreatifitas berfikir, inovasi juga bagian dari kreativitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat diimplementasikan dan memberi nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Dari sudut pandang *technopreneurship*, seorang inovator akan mempunyai naluri untuk mencari kreasi-kreari baru. Seorang pakar Theodore (Alma & Buhari, 2010) mengungkapkan “*Creativity is thinking new things, and innovation is doing new things*”. Artinya inovasi merupakan implementasi daya piker kreatif menjadi sebuah karya yang baru. inovasi lebih banyak melibatkan kerja fisik dari pada pemikiran. Pada penciptaan sebuah produk baru, inovasi berkaitan erat dengan peluncuran produk. Salah satu bentuk dari inovasi produk adalah adanya produk baru. Produk baru meliputi produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan (Pattipeilohy, 2018). Inovasi merupakan syarat dalam kemampuan *technopreneurship* seseorang menciptakan sebuah produk baru berbasis teknologi. Menurut Kotler & Armstrong (Vitantri, 2020), inovasi menjadi salah satu faktor penting dalam menghadapi persaingan pasar dan pengelolaan yang berkelanjutan. Pengaruh inovasi dalam kompetensi *technopreneurship* terhadap kualitas produk didasarkan pada: 1) dimensi gaya dan desain produk: (a) keunggulan relatif, (b) kompatibilitas, 2) dimensi varian produk: (a) differensiasi produk dan (b) kerumitan, dan 3) dimensi fungsi produk: (a) kemampuan diujicobakan, dan (b) kemampuan untuk diamati.

Proses *technopreneurship* dalam penciptaan produk yang berkualitas tidak terlepas dari kemampuan manajerial yang baik. Manajemen merupakan sebuah proses yang terdiri atas tindakan yang dimulai dari perencanaan, perorganisasian, pergerakan/tindakan, serta pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai sasaran yang telah ditentukan. Berdasarkan beberapa pendapat pakar manajemen, maka dirumuskan empat aspek saat mendefinisikan istilah manajemen, yaitu: (1) kinerja ekonomi (sangat efisien dalam biaya operasional), (2) mengarahkan orang (membuat orang mau bekerja) (3) pengambilan keputusan (mengambil dan menerapkan keputusan pada berbagai aspek) , dan (4) fungsi (berbagai fungsi seperti perencanaan/*planning*, pengorganisasian/*organising*, penempatan staf/*staffing*, pengarahan/*directing*, dan pengendalian/*controlling* yang harus dilakukan oleh seorang manajer (Cipta P., 2021). Untuk mencapai efisiensi serta efektivitas dalam manajemen, maka segala tindakan dan kegiatan baru sebaiknya dilaksanakan dengan pertimbangan dan perhitungan yang rasional. Untuk itu diperlukan langkah-langkah kegiatan dengan perumusannya secara jelas dan tegas, agar tujuan program yang dimaksudkan dapat berjalan dengan sebaik mungkin. Berdasarkan pemahaman, maka pengaruh kemampuan manajerial dalam kompetensi *technopreneurship* terhadap kualitas produk didasarkan pada: (1) dimensi perencanaan (*planning skills*), (2) dimensi kemampuan mengorganisasikan (*organizing skills*), (3) dimensi kemampuan memimpin (*leading skills*, dan (4) dimensi kemampuan mengontrol (*controlling skills*).

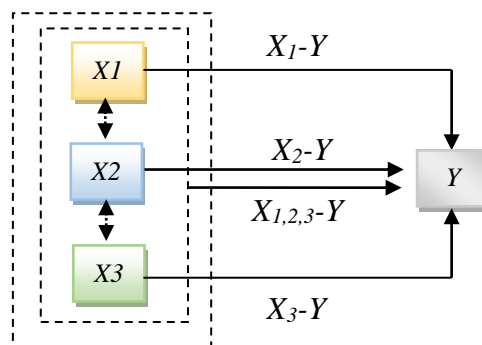
Sebuah produk yang dihasilkan harus memiliki nilai jual dan dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Kotler & Keller (Murty & Khasanah, 2015) mengklasifikasikan produk menurut ke dalam tiga kelompok, yaitu barang dan jasa. Klasifikasi jenis barang terbagi menjadi dua, yaitu barang-barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) dan barang-barang yang tahan lama (*durable goods*). Dimensi kualitas produk *technopreneurship* (Murty & Khasanah, 2015) terdiri dari: (1) dimensi kualitas barang: (a) kinerja (*performance*), (b) ciri-ciri keistimewaan tambahan (*feature*), (c) keandalan (*reliability*), (d) kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), (e) daya tahan (*durability*), dan (f) estetika, (2) dimensi kualitas produksi: (a) manajemen produksi.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan dengan mahasiswa Prodi Tata Busana Yogyakarta, ditemukan bahwa pelaksanaan mata kuliah praktik ada yang sudah menerapkan konsep *technopreneurship* dalam proses pembelajarannya. Salah satunya pada mata kuliah Ornamen Fesyen. Meskipun demikian, hasil produk yang diharapkan masih ada yang kurang maksimal, karena beberapa mahasiswa kurang maksimal dalam menerapkan konsep *technopreneurship*. Hasil produk praktik tentunya harus memiliki kualitas yang baik dan layak jual, sehingga menjadi salah satu indikator tercapai atau tidaknya tujuan instruksional yang direncanakan. dengan menerapkan konsep *technopreneurship* pada setiap mata kuliah praktik, diharapkan terdapat pengaruh yang positif terhadap produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey*. Tempat penelitian dilakukan di Prodi Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta, pada semester genap. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada tabel *Isaac dan Michael*, dengan mengambil tingkat kesalahan α sebesar 5%, yaitu sebanyak 68 mahasiswa. Subjek pada penelitian ini adalah mahasiswa Tata Busana angkatan 2019 dan 2020, yang nantinya akan diambil data untuk mengetahui kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial terhadap kualitas produk hasil praktik mata kuliah Ornamen Fesyen.

Pengumpulan data menggunakan lembar observasi berupa kuesioner. Instrumen sebelum digunakan telah diuji validasi dan reliabilitas terlebih dahulu. Alternatif jawaban yang tersedia pada lembar kuesioner menggunakan skala *Likert*. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan teknik regresi sederhana dan ganda. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah kualitas produk hasil praktik mata kuliah Ornamen Fesyen dan yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah kreativitas (X_1), inovasi (X_2), dan kemampuan manajerial (X_3). Adapun model pengaruh antar variabel ditunjukkan dalam gambar paradigma variabel penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Kreativitas

Data pada variabel kreativitas mahasiswa dalam konsep *technopreneurship* penelitian ini diperoleh melalui angket yang bersifat tertutup dengan jumlah butir soal sebanyak 16 butir pertanyaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden pada penelitian ini, skor terendah adalah 36 dan skor tertinggi adalah 59. Dengan menggunakan program bantu SPSS v.16 diperoleh mean sebesar 49,40; median sebesar 49,00; modus sebesar 49,00; dan standar deviasi sebesar 4,10; dengan jumlah skor total sebesar 14.131. Untuk mengetahui gambaran variabel kreativitas, terlebih dahulu menghitung harga Mean ideal (Mi) dan Standar Deviasi ideal (SDi). Hasil data yang diperoleh pada variabel kreativitas diukur dengan menggunakan 16 butir pertanyaan

dengan skala 1 sampai dengan 4. Kecenderungan variabel kreativitas mahasiswa yang didasarkan atas skor ideal dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 1
Distribusi Frekuensi Kategori Kreativitas

| No | Skor | Frek. | Persent. (%) | Kategori |
|----|-----------|-------|--------------|----------------------|
| 1 | ≥ 48 | 46 | 67,83 | Sangat Tinggi |
| 2 | 40 – 47 | 20 | 30,77 | |
| 3 | 32 – 39 | 2 | 1,40 | |
| 4 | < 32 | 0 | 0 | |

Inovasi

Data pada variabel inovasi mahasiswa dalam konsep *technopreneurship* penelitian ini diperoleh melalui angket yang bersifat tertutup dengan jumlah butir soal sebanyak 13 butir pertanyaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden pada penelitian ini, skor terendah adalah 31 dan skor tertinggi adalah 48. Dengan menggunakan program bantu SPSS v.16 diperoleh mean sebesar 40,01; median sebesar 40,00; modus sebesar 41,00; dan standar deviasi sebesar 3,11; dengan jumlah skor total sebesar 11.445. Kecenderungan variabel inovasi mahasiswa yang didasarkan atas skor ideal dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 2
Distribusi Frekuensi Kategori Inovasi

| No | Skor | Frek. | Persent. (%) | Kategori |
|----|-----------|-------|--------------|----------------------|
| 1 | ≥ 40 | 38 | 55,94 | Sangat Tinggi |
| 2 | 33 – 39 | 29 | 43,36 | |
| 3 | 26 – 32 | 1 | 0,70 | |
| 4 | < 26 | 0 | 0 | |

Kemampuan Manajerial

Data pada variabel kemampuan manajerial mahasiswa dalam konsep *technopreneurship* penelitian ini diperoleh melalui angket yang bersifat tertutup dengan jumlah butir soal sebanyak 14 butir pertanyaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden pada penelitian ini, skor terendah adalah 37 dan skor tertinggi adalah 52. Dengan menggunakan program bantu SPSS v.16 diperoleh mean sebesar 43,77; median sebesar 44,00; modus sebesar 42,00; dan standar deviasi sebesar 3,21; dengan jumlah skor total sebesar 12.519. Kecenderungan variabel kemampuan manajerial mahasiswa yang didasarkan atas skor ideal dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3
Distibusi Frekuensi Kategori Kemampuan Manajerial

| No | Skor | Frek. | Persent. (%) | Kategori |
|----|---------|-------|--------------|---------------|
| 1 | ≥ 42 | 52 | 76,22 | Sangat Tinggi |
| 2 | 35 – 41 | 68 | 23,78 | |
| 3 | 28 – 34 | 0 | 0 | |
| 4 | < 26 | 0 | 0 | |

Kualitas Produk

Data pada variabel kualitas produk mahasiswa dalam konsep *technopreneurship* penelitian ini diperoleh melalui angket yang bersifat tertutup dengan jumlah butir soal sebanyak 13 butir pertanyaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari responden pada penelitian ini, skor terendah adalah 30 dan skor tertinggi adalah 47. Dengan menggunakan program bantu SPSS v.16 diperoleh mean sebesar 39,48; median sebesar 40,00; modus sebesar 40,00; dan standar deviasi sebesar 3,12; dengan jumlah skor total sebesar 11.292. Kecenderungan variabel kualitas produk mahasiswa yang didasarkan atas skor ideal dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 5
Distibusi Frekuensi Kategori Kualitas Produk

| No | Skor | Frek | Persent (%) | Kategori |
|----|---------|------|-------------|---------------|
| 1 | ≥ 40 | 34 | 50,70 | Sangat Tinggi |
| 2 | 33 – 39 | 32 | 47,55 | |
| 3 | 26 – 32 | 2 | 1,75 | |
| 4 | < 26 | 0 | 0 | |

Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan analisis regresi linier sederhana, variabel kreativitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana. Hal dibuktikan dari hasil signifikansi antara kreativitas terhadap kualitas produk. Besarnya perhitungan signifikansi menunjukkan bahwa koefisien korelasi R_{x1-y} sebesar 0,168; R^2_{x1-y} sebesar 0,028, t_{hitung} sebesar 2,867 dan nilai signifikansi < probabilitas ($0,004 < 0,05$). Harga t_{hitung} kemudian dikonsultasikan dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan $N=68$ sebesar 0,113. Jadi t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} 2,867 > t_{tabel} 1,968$). Model persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 33,166 + 0,128X_1$. Dari hasil perhitungan, koefisien variabel kreativitas terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa sebesar 2,8% dan sisanya sebesar 97,2% berhubungan dengan variabel lain.

Tabel 6
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Faktor Kreativitas dalam konsep
***Technopreneurship* Terhadap Kualitas Produk Hasil Praktik Mahasiswa Tata**
Busana

| Jumlah Sampel | R_{x1-y} | R^2_{x1-y} | t_{hitung} | Sig | Koef. Variabel | Konst. | Keputusan |
|---------------|------------|--------------|--------------|-------|----------------|--------|-------------------------------|
| 68 | 0,168 | 0,028 | 2,867 | 0,004 | 0,128 | 33,166 | H_0 ditolak, H_a diterima |

Variabel inovasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansi antara inovasi terhadap kualitas produk. Besarnya perhitungan signifikansi menunjukkan bahwa koefisien korelasi R_{x2-y} sebesar 0,157; R^2_{x2-y} sebesar 0,025, t_{hitung} sebesar 2,672 dan nilai signifikansi < probabilitas (0,008 < 0,05). Harga t_{hitung} kemudian dikonsultasikan dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan $N=68$ sebesar 1,968. Jadi t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (t_{hitung} 2,672 > t_{tabel} 1,968). Model persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 33,196 + 0,157X_2$. Dari hasil perhitungan, koefisien variabel inovasi terhadap kualitas produk mahasiswa sebesar 2,5% dan sisanya sebesar 97,5% berhubungan dengan variabel lain.

Tabel 7
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Faktor Inovasi dalam konsep
***Technopreneurship* Terhadap Kualitas Produk Hasil Praktik Mahasiswa Tata**
Busana

| Jumlah Sampel | R_{x2-y} | R^2_{x2-y} | t_{hitung} | Sig | Koef. Variabel | Konst. | Keputusan |
|---------------|------------|--------------|--------------|-------|----------------|--------|-------------------------------|
| 68 | 0,157 | 0,025 | 2,672 | 0,008 | 0,157 | 33,196 | H_0 ditolak, H_a diterima |

Variabel kemampuan manajerial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansi antara kemampuan manajerial terhadap kualitas produk mahasiswa. Besarnya perhitungan signifikansi menunjukkan bahwa koefisien korelasi R_{x4-y} sebesar 0,154; R^2_{x4-y} sebesar 0,024, t_{hitung} sebesar 2,624 dan nilai signifikansi < probabilitas (0,009 < 0,05). Harga t_{hitung} kemudian dikonsultasikan dengan t_{tabel} pada taraf signifikansi 5% dengan $N=68$ sebesar 1,968. Jadi t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (t_{hitung} 2,624 > t_{tabel} 1,968). Model persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 32,918 + 0,150X_4$. Dari hasil perhitungan, koefisien variabel inovasi terhadap kualitas produk siswa sebesar 2,4% dan sisanya sebesar 97,6% berhubungan dengan variabel lain.

Tabel 8
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Faktor Kemampuan Manajerial dalam
konsep *Technopreneurship* Terhadap Kualitas Produk Hasil Praktik
Mahasiswa Tata Busana

| Jumlah Sampel | R_{x4-y} | R^2_{x4-y} | t_{hitung} | Sig | Koef. Variabel | Konst. | Keputusan |
|---------------|------------|--------------|--------------|-------|----------------|--------|-------------------------------|
| 68 | 0,154 | 0,024 | 2,624 | 0,009 | 0,150 | 32,918 | H_0 ditolak, H_a diterima |

Untuk variabel kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansi antara variabel kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa. Dari hasil analisis korelasi diperoleh besaran $R_{(x1x2,x3,x4)-y} = 0,244$; $R^2_{(x1,x2,x3,x4)-y} = 0,060$; F_{hitung} sebesar 4,453 dengan besaran nilai $F_{tabel} = 3,027$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$); dan nilai signifikansi $<$ probabilitas ($0,002 < 0,05$). Model persamaan regresi yang terbentuk adalah $Y = 24,241 + 0,097 X_1 + 0,125X_2 + 0,005X_3 + 0,116X_4$. Dari hasil perhitungan, koefisien determinasi variabel kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa sebesar 6% dan sisanya sebesar 94% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat memberikan gambaran kondisi penerapan konsep *technopreneurship* mahasiswa Tata Busana, yaitu variabel kreativitas berada dalam kategori sangat tinggi (67,83%), variabel inovasi berada dalam kategori sangat tinggi (55,94%), variabel kemampuan manajerial berada dalam kategori sangat tinggi (76,22%), dan variabel kualitas produk berada dalam kategori tinggi (50,70%). Selanjutnya penelitian ini menjawab hipotesis penelitian yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan faktor kreativitas, inovasi, dan kemampuan manajerial terhadap kualitas produk hasil praktik mahasiswa Tata Busana dibuktikan dengan $sig < 0,05$.

BIBLIOGRAFI

- Alma, Buchari, & Buhari, Dr. (2010). *Kewirausahaan* (edisi revisi). Bandung: CV Alfabeta. [Google scholar](#)
- Cipta P., dkk. (2021). *Dasar Ilmu Manajemen*. Media sains indonesia. [Google scholar](#)
- Erlina Rufaidah, E. R., & Kodri, Kodri. (2020). *Strategi Inovasi dan Kreativitas Berwirausaha di Era Revolusi 4.0 (Kajian Empiris dan Kajian Literatur)*. ALFABETA, cv. [Google scholar](#)
- Marti'ah, Siti. (2017). Kewirausahaan berbasis teknologi (technopreneurship) dalam perspektif ilmu pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic: Pendidikan Dan Informatika*, 3(2), 75–82. [Google scholar](#)
- Mopangga, Herwin. (2015). Studi Kasus Pengembangan Wirausaha Berbasis Teknologi (Technopreneurship) di Provinsi Gorontalo. *Trikonomika*, 14(1), 13–24. [Google scholar](#)
- Murty, Dea, & Khasanah, Imroatul. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ml di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 409–419. [Google scholar](#)
- Nirbita, Betanika Nila. (2020). Pentingnya Technopreneurship Dalam Dunia Pendidikan Tinggi. *JURNAL PROSPEK*, 1(1). [Google scholar](#)
- Nurhayati, Novi, & Rahardi, Rustanto. (2021). Kemampuan Berpikir Kreatif Mahasiswa dalam Mengembangkan Media Pembelajaran Matematika Saat Pandemi Covid-19. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 4(2), 331–342. [Google scholar](#)
- Okorie, N. N., Kwa, D. Y., Olusunle, S. O. O., Akinyanmi, A. O., & Momoh, I. M. (2014). Technopreneurship: An urgent need in the material world for sustainability in Nigeria. *European Scientific Journal*, 10(30). [Google scholar](#)
- Pattipeilohy, Victor Ringhard. (2018). Inovasi produk dan keunggulan bersaing: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada usaha nasi Kuning di Kelurahan batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 7(1), 66–73. [Google scholar](#)
- Piirto, Jane. (2011). Creativity for 21st century skills. In *Creativity for 21st Century Skills* (pp. 1–12). Springer. [Google scholar](#)
- Sakti, Arif Barata, & Prasetyo, Andjar. (2018). Potensi peningkatan produktivitas kewirausahaan berbasis model penguatan teknopreuner pada hasil inovasi di Kota Magelang. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3(1), 60–73. [Google scholar](#)

Sartono, Sawal, Sutrismi, Sri, & Wahyuandari, Weni. (2014). Analisis Pertumbuhan Kewirausahaan Dan Efektifitas Kelembagaan di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal BONOROWO*, 2(1), 93–101. [Google scholar](#)

Tran, Anh T. P., & Von Korfflesch, Harald. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. [Google scholar](#)

Vitantri, Febria Rida. (2020). The effect of Innovation Products, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decision of Datsun Type Cars. *JOBS (Jurnal Of Business Studies)*, 6(2), 135–146. [Google scholar](#)

Copyright holder:

Alicia Christy Zvereva Gadi (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

