

PERSEPSI PENGARUH KOTA PINTAR TERHADAP PENENTU MENJADI SEORANG WIRAUSAHA.

R Ferry Bakti A

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

ISB Atma Luhur

Pangkalpinang, Indonesia

baktiatmaja@atmaluhur.ac.id

Abstract— Entrepreneurs play an important role in efforts to drive economic growth and innovation in society, but the prospect of starting your own business can be a daunting and risky thought for some. The purpose of this study was to determine the role of the Smart City concept on the entrepreneurial spirit through the perceptions of the younger generation. The research respondents were students from various semesters located in the city of Pangkalpinang. The results of the study concluded that the dimensions of Personal characteristics, Social and cultural factors, Economic conditions, Personal values and goals, Smart Governance, Smart Society, Smart Living, Smart Economy, Smart Branding have no influence on the determination of entrepreneurship. while the smart environment and educational opportunity dimensions have an influence on the determination of entrepreneurship.

Keywords— Perception; Entrepreneurship; Economy.

Abstrak— Pewirausaha memainkan peran penting dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi di masyarakat, namun prospek memulai bisnis sendiri bisa merupakan pemikiran yang menakutkan dan berisiko bagi sebagian orang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran konsep Kota Pintar terhadap semangat kewirausahaan melalui persepsi generasi muda. Responden penelitian adalah mahasiswa dari berbagai semester yang berlokasi di kota Pangkalpinang. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dimensi Personal characteristics, Social and cultural factors, Economic conditions, Personal values and goals, Smart Governance, Smart Society, Smart Living, Smart Economy, Smart Branding tidak mempunyai pengaruh terhadap penentuan berwirausaha. sedangkan dimensi smart environment dan educational opportunity mempunyai pengaruh terhadap penentuan berwirausaha.

Kata Kunci : Persepsi; Kewirausahaan; Ekonomi.

I. PENDAHULUAN

Dunia saat ini ditandai dengan perkembangan teknologi yang pesat dan telah mengubah setiap aspek kehidupan manusia. Perkembangan teknologi seperti *Artificial Intelligence*, *Internet Of Things* hingga teknologi *Virtual Reality* dan *Augmented reality* semakin tidak asing dijumpai

dalam aktifitas sehari-hari. Teknologi baru muncul dengan kecepatan yang mengejutkan, menawarkan baik peluang dan juga tantangan. Teknologi ini mengubah cara manusia berkomunikasi, bekerja, belajar, dan berinteraksi dengan dunia dan lingkungan di sekitarnya. Teknologi turut menimbulkan dampak besar pada bidang industri, bidang ekonomi, dan menciptakan kesempatan baru untuk inovasi dan pertumbuhan. Adalah penting bagi kita untuk tetap berfikir terbuka terhadap kemungkinan yang ditawarkan teknologi dan berusaha untuk memahami serta mengatasi tantangan yang ditimbulkannya.

Konsep *smart city* semakin populer didapatkan dalam beberapa tahun terakhir seiring semakin dikenalnya potensi teknologi dan data untuk mengatasi tantangan perkotaan yang kompleks, seperti kemacetan lalu lintas, polusi udara, dan penyediaan layanan publik. Konsep *smart city* dipercaya dapat membantu kota menjadi lebih efisien, lebih layak huni, lebih tangguh, serta dapat mendukung pembangunan dan inovasi ekonomi.

Konsep *smart city* semakin populer didapatkan dalam beberapa tahun terakhir seiring semakin dikenalnya potensi teknologi dan data untuk mengatasi tantangan perkotaan yang kompleks, seperti kemacetan lalu lintas, polusi udara, dan penyediaan layanan publik. Konsep *smart city* dipercaya dapat membantu kota menjadi lebih efisien, lebih layak huni, lebih tangguh, serta dapat mendukung pembangunan dan inovasi ekonomi. konsep *smart city* dapat menyediakan lingkungan yang kondusif bagi perkembangan dan pertumbuhan bisnis baru. Kota pintar seringkali memiliki fokus yang kuat pada inovasi dan pembangunan ekonomi, dan dapat menyediakan sumber daya dan dukungan bagi pengusaha, seperti inkubator bisnis, akselerator, dan ruang kerja bersama. Kota pintar juga dapat memiliki berbagai kebijakan dan inisiatif untuk mendukung kewirausahaan, seperti insentif pajak, hibah, dan program bimbingan. Selain itu, kota pintar sering kali memiliki jaringan pemimpin bisnis, investor, dan pemangku kepentingan utama lainnya yang kuat yang dapat memberikan dukungan dan bimbingan kepada pengusaha. Dengan menciptakan lingkungan yang mendukung kewirausahaan, kota pintar dapat mendorong pertumbuhan bisnis baru dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi.

Sulit untuk mengatakan apakah lebih baik menjadi entrepreneur ataukah pekerja untuk mencapai keamanan finansial, karena akan berkaitan pada berbagai faktor seperti kondisi, keterampilan, dan tujuan pribadi seseorang. Baik kewirausahaan maupun karyawan menawarkan peluang untuk keamanan finansial, namun dengan risiko dan tantangannya masing-masing. Kewirausahaan dapat menawarkan potensi tingkat pendapatan yang tinggi dan kemampuan untuk mengendalikan kemandirian finansial diri sendiri di masa depan. Meskipun demikian, kewirausahaan akan membutuhkan investasi waktu, energi, dan sumber daya yang tidak sedikit, serta resiko karena tidak ada jaminan keberhasilan. Tidak sedikit wirausahawan harus menghadapi ketidakpastian dan risiko keuangan pada tahap awal memulai dan mengembangkan bisnis. Sehingga akan memerlukan waktu dan semangat untuk mencapai perusahaan yang stabil dan sukses. Di sisi lain, seorang berstatus karyawan dapat menawarkan keamanan dan stabilitas pendapatan, karena pekerja biasanya dibayar dengan gaji tetap dan mungkin memiliki akses ke tunjangan seperti asuransi kesehatan dan rencana pensiun. Meskipun demikian, seorang pekerja mungkin memiliki kendali terbatas atas pendapatan dan kemajuan karier mereka. Pekerja juga memiliki risiko, seperti kemungkinan kehilangan pekerjaan atau pemotongan gaji. Keputusan apakah akan mengejar kewirausahaan atau seorang karyawan akan bergantung pada banyak faktor dan pertimbangan dari diri pribadi maupun lingkungan luar.

Prospek memulai bisnis sendiri bisa merupakan pemikiran yang menakutkan dan berisiko bagi sebagian orang, terutama jika mereka merasa nyaman dan puas dengan pekerjaan mereka saat ini sebagai pekerja. Mereka tidak memiliki motivasi untuk melakukan lompatan untuk menjadi pengusaha karena mereka menghargai stabilitas dan keamanan finansial yang ditawarkan pekerjaannya saat ini. Kurangnya rasa percaya diri terhadap kemampuan mereka sendiri ataupun sumber daya untuk memulai mengembangkan bisnis menjadi salah satu faktor kurangnya minat berwirausaha. Sebagai akibatnya, mereka puas untuk tetap pada peran mereka saat ini dan tidak melihat daya tarik kewirausahaan. Hal ini dapat menjadi sebuah tantangan bagi lingkungan masyarakat dan sistem perekonomian yang mengandalkan pengembangan bisnis baru dan inovasi untuk mendorong pertumbuhan dan kesejahteraan.

Pewirausaha memainkan peran penting dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi di masyarakat. Pewirausaha menciptakan bisnis baru dan membawa produk, layanan, dan teknologi baru ke pasar, yang kemudian dapat menciptakan lapangan kerja, mendorong aktivitas ekonomi, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Merupakan karakter dari seorang wirausahawan untuk senantiasa mengambil risiko serta mengejar ide-ide dan inovasi baru dalam situasi yang tidak pasti. Karakter dan semangat untuk berani menanggung risiko tersebut dapat menghasilkan kemajuan yang signifikan pada sistem perekonomian. Bentuk lain dari manfaat dan peran wirausahawan bagi lingkungan masyarakat juga dapat dilihat dari kontribusi mereka memberikan kepemimpinan, keteladanan, dan pelatihan kepada orang lain. Pewirausaha menjadi panutan dan menginspirasi orang lain untuk ingin

menjadi seperti mereka, sehingga berani mengejar impian dan tujuan diri sendiri. Wirausahawan juga berusaha pengembangan komunitas mereka dengan mendukung badan-badan amal dan organisasi local yang berkaitan dengan usahanya. Dengan mendorong kewirausahaan dan mendukung pertumbuhan bisnis baru, masyarakat dapat memetik banyak manfaat yang dihasilkan dari kewirausahaan. Maka dari penjelasan dan alasan tersebut penelitian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui peran kebijakan Kota Pintar terhadap semangat kewirausahaan melalui persepsi generasi muda.

II. LANDASAN TEORI

2.1. Smart City

Smart City atau kota pintar adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah komunitas yang memanfaatkan teknologi dan pendekatan berbasis data untuk meningkatkan efisiensi, keberlanjutan, dan kualitas hidup warganya. Kota pintar sering berfokus pada penggunaan teknologi untuk meningkatkan mobilitas perkotaan, mengurangi konsumsi energi dan dampak lingkungan, serta mendorong pembangunan ekonomi.

Konsep yang menggambarkan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan perkotaan guna meningkatkan kualitas hidup penduduk kota telah memiliki sejarah yang panjang. Sedangkan istilah *smart city* telah digunakan setidaknya sejak akhir tahun 1990-an. Konsep *smart city* telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu dan turut dibentuk oleh berbagai tren teknologi, ekonomi, dan sosial. Istilah *smart city* telah digunakan oleh berbagai organisasi, termasuk lembaga pemerintah, perusahaan teknologi, organisasi perencanaan kota, dan lembaga akademik, untuk menggambarkan berbagai inisiatif dan proyek yang bertujuan menggunakan teknologi untuk menciptakan lingkungan yang lebih layak huni, efisien serta komunitas yang berkelanjutan. Sedangkan di Amerika Serikat, konsep *smart city* dipelopori oleh perusahaan komputer yaitu IBM yang dikenal telah terlibat dalam pengembangan dan penerapan proyek *smart city* di seluruh dunia. IBM menggaungkan enam indikator yang harus dicapai untuk mencapai konsep *smart city* antara lain yaitu, masyarakat penghuni kota, lingkungan, prasarana, ekonomi, mobilitas, serta konsep *smart living* [1].

Konsep Smart City yang diterapkan di Indonesia mencakup 6 pillar yang terdiri dari *Smart Governance*, *Smart Society*, *Smart Living*, *Smart Economy*, *Smart Environment*, dan *Smart Branding* [2].

1. Smart Governance

Smart government adalah penggunaan teknologi dan metode berbasis data untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan pemerintah dan pengambilan keputusan kebijakan. Contoh dari *Smart government* antara lain dengan melibatkan implementasi layanan online dan platform digital agar memudahkan warga dalam mengakses informasi pemerintah dan layanan pemerintah, memanfaatkan teknologi dan sistem cerdas untuk mengotomatisasi dan merampingkan prosedur pemerintah seperti pemrosesan dokumen maupun administrasi

lainnya. Contoh kongkrit Smart Government dapat berupa pemanfaatan platform digital untuk memungkinkan warga membayar pajak atau memperbarui lisensi secara online. Tujuan dari *Smart government* adalah untuk meningkatkan kualitas dan aksesibilitas layanan pemerintah serta memudahkan warga negara untuk berinteraksi dengan pemerintahnya.

2. *Smart Society*

Smart society mengacu pada suatu komunitas yang menggunakan teknologi untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan warganya. Contoh dari *Smart society* adalah pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan pelayanan medis maupun akses pelayanan kesehatan, memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas belajar dan mengajar di bidang pendidikan. Memanfaatkan alat analisis data untuk mengidentifikasi tantangan sosial dan ekonomi, seperti kemiskinan, ketidaksetaraan, dan pengangguran. Tujuan *Smart society* adalah menciptakan lingkungan yang supportif dan tanggap terhadap kebutuhan dan aspirasi warganya.

3. *Smart Living*

Smart living mengacu pada penggunaan teknologi untuk membuat kehidupan sehari-hari manusia menjadi lebih nyaman, efisien, dan menyenangkan. Contoh dari pemanfaatan teknologi untuk *Smart living* ini antara lain penggunaan perangkat untuk mengontrol pencahayaan, suhu, dan keamanan rumah yang dapat dikerjakan dari jarak jauh, menggunakan peralatan pintar yang dapat dikontrol dan dipantau dari ponsel smartphone. *Smart living* juga dapat mencakup penggunaan layanan dan aplikasi yang membantu merencanakan dan mengoptimalkan rutinitas sehari-hari, seperti menggunakan aplikasi asisten pribadi untuk mengelola jadwal maupun pengingat, perencanaan menu makanan dan pengantaran bahan makan, sampai dengan alat untuk mengelola keuangan pribadi. Tujuan dari *Smart living* adalah untuk menyelesaikan sesuatu dengan mudah sehingga lebih memiliki banyak waktu untuk bersantai dan menikmati hidup.

4. *Smart Economy*

Smart economy adalah sistem ekonomi yang didorong oleh inovasi, teknologi, dan pendekatan berbasis data untuk menciptakan nilai dan mendorong pertumbuhan. *Smart economy* ditandai dengan penerapan secara luas teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, *internet of things*, serta platform digital. Teknologi canggih tersebut digunakan untuk lebih meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing ekonomi. *Smart economy* juga ditandai dengan penggunaan data dan analisis data untuk mengadopsi model bisnis digital kolaboratif yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar global dengan basis pelanggan. Contoh dari *Smart economy* antara lain adalah memanfaatkan aplikasi mobile maupun website untuk menghubungkan bisnis dengan konsumen dan memfasilitasi transaksi jual beli, *smart agriculture* untuk memantau kesehatan tanaman ataupun mengoptimalkan penggunaan air dan pupuk. Menggunakan panel surya untuk mendapatkan energi terbarukan.

Tujuan dari *Smart economy* adalah untuk menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif bagi inovasi dan kewirausahaan, serta menyediakan infrastruktur dan dukungan

yang diperlukan agar bisnis dapat tumbuh dan berkembang.

5. *Smart Environment*

Smart environment adalah ruang ataupun suatu ekosistem bersifat fisik yang dilengkapi dengan berbagai macam sensor, perangkat, dan sistem. Perangkat tersebut digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan menganalisis data untuk meningkatkan efisiensi, keamanan, dan keberlanjutan dari ruang tersebut. Tujuan dari *Smart environment* adalah untuk menciptakan ruang yang responsif, adaptif, mendukung kebutuhan dan aktivitas sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup orang yang menggunakannya. Contoh *Smart environment* adalah memanfaatkan sensor dan teknologi untuk mengatur arus lalu lintas, ruang parkir, serta sistem informasi yang memberi informasi terkini mengenai kondisi kemacetan jalan dan informasi jadwal transportasi umum.

6. *Smart Branding*

Smart branding adalah penggunaan strategi berbasis data dan teknologi untuk mengembangkan dan mempromosikan merek. Strategi tersebut seperti memanfaatkan media sosial untuk menjangkau dan menciptakan *customer engagement*, memanfaatkan virtual atau augmented reality untuk menciptakan pengalaman merek yang berbeda, memanfaatkan analisis data untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen, memanfaatkan kecerdasan buatan untuk otomatisasi dan pemasaran. Tujuan dari *Smart branding* adalah untuk menciptakan merek yang kuat dan berbeda, menarik dan mempertahankan pelanggan, membangun loyalitas merek, dan meningkatkan nilai merek.

2.2. Penentu kewirausahaan.

Menurut [3] terdapat enam faktor penentu kewirausahaan antara lain adalah :

1. *Personal characteristics*

Beberapa orang lebih condong ke arah kewirausahaan karena karakteristik pribadi mereka, seperti kecenderungan mengambil risiko, kepercayaan diri, dan motivasi diri.

2. *Social and cultural factors*

Kewirausahaan dapat dipengaruhi oleh faktor sosial dan budaya, seperti tingkat dukungan kewirausahaan dalam komunitas seseorang, ketersediaan panutan dan mentor, serta norma dan nilai budaya yang mendorong atau menghambat perilaku kewirausahaan.

3. *Economic conditions*

Kondisi ekonomi, seperti keadaan pasar kerja dan tingkat perkembangan ekonomi di suatu wilayah, dapat mempengaruhi keinginan untuk berwirausaha. Misalnya, di pasar kerja yang kuat, orang mungkin kurang mempertimbangkan untuk memulai bisnis mereka sendiri, sementara di pasar kerja yang lebih lemah, kewirausahaan dapat dilihat sebagai pilihan yang lebih menarik.

4. *Educational opportunities*

Tersedianya program pendidikan dan pelatihan yang mendukung kewirausahaan dapat mempengaruhi keinginan untuk berwirausaha. Misalnya, akses ke pendidikan kewirausahaan, inkubator bisnis, dan akselerator dapat membantu orang mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengembangkan bisnis.

5. Personal values and goals

Nilai dan tujuan pribadi juga dapat memengaruhi keinginan untuk berwirausaha. Misalnya, beberapa orang mungkin termotivasi oleh keinginan untuk memiliki kendali lebih besar atas pekerjaan dan karier mereka, atau untuk mengejar hasrat atau misi yang penting bagi mereka.

III. PEMBAHASAN

3.1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah metode statistik untuk menilai konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur. Uji reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik instrumen pengukuran untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, dari waktu ke waktu dan lintas kelompok individu yang berbeda. Reliabilitas umum diukur menggunakan metode Cronbach's alpha. Metode ini mengukur korelasi rata-rata antara semua kemungkinan kombinasi item di dalam skala.

Tabel 1. Uji Reliability

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .105 | 20 |

3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas pada model regresi berganda. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen dalam suatu model sangat berkorelasi satu sama lain. Hal ini dapat menyebabkan estimasi parameter yang tidak stabil dan tidak reliabel, serta kesulitan dalam menginterpretasikan efek individu dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi yang terlalu tinggi antara variabel independen yang dapat menunjukkan bahwa terdapat multikolinearitas dalam model. Metode umum untuk mendeteksi multikolinearitas antara lain *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | | | Collinearity Statistics |
|-------|-----------------------------|---------------------------|--|--|-------------------------|
|-------|-----------------------------|---------------------------|--|--|-------------------------|

| | B | Std. Error | Beta | | Tolerance | VIF |
|------------------------|----------|------------|-------|-------|-----------|------|
| (Constant) | 2451.770 | .885 | | 2.006 | | |
| EconomicCondition | .012 | .029 | .022 | .429 | .667 | .937 |
| PersonalCharacteristic | .006 | .031 | .010 | .188 | .851 | .925 |
| PersonalValue | -.014 | .037 | -.020 | .387 | .699 | .970 |
| EducationalOpportunity | -.067 | .032 | -.111 | 2.084 | .038 | .884 |
| SocialCultural | -.002 | .029 | -.004 | .073 | .942 | .946 |
| SmartEnvironment | .001 | .030 | .345 | .771 | .009 | .962 |
| SmartGov | .016 | .030 | .028 | .543 | .584 | .977 |
| SmartEconomy | -.034 | .023 | -.077 | 1.498 | .135 | .953 |
| SmartSociety | -.025 | .036 | -.035 | .687 | .497 | .965 |
| SmartBranding | .010 | .024 | .021 | .419 | .675 | .972 |
| SmartLiving | -.042 | .036 | -.059 | 1.155 | .249 | .960 |

a. Dependent Variable: EW

Suatu data dikatakan tidak terjadi Multikolinearitas adalah

apabila nilai *Tolerance* menghasilkan lebih besar dari > 0.10 atau jika nilai VIF lebih kecil dari < 10.00 . Dari Tabel 1 terlihat bahwa syarat untuk tidak terjadi Multikolinearitas terpenuhi dan dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

3.3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat varian yang tidak konstan dalam kesalahan model regresi. Uji Heteroskedastisitas membantu untuk menguji apakah varian perbedaan antara nilai prediksi dan nilai aktual sama di semua level variabel independen. Jika varians tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastik yang dapat menyebabkan inferensi yang salah dan estimasi parameter model yang tidak reliabel. Hal ini karena kesalahan standar dan t-statistik didasarkan pada asumsi varian konstan. Jadi, jika ada heteroskedastisitas, kesalahan standar dan t-statistik akan diremehkan dan nilai-p akan dilebih-lebihkan, sehingga menyebabkan pengambilan kesimpulan yang salah tentang signifikansi variabel independen dan keseluruhan model. Dengan demikian, uji ini digunakan untuk memeriksa apakah asumsi homoskedastisitas (varian konstan) berlaku untuk model regresi yang diberikan.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas.

| DIMENSI | Signifikansi | Kesimpulan |
|------------------------------------|--------------|-------------------|
| <i>Personal characteristics</i> | 0.887 | tidak Heterokedas |
| <i>Social and cultural factors</i> | 0.926 | tidak Heterokedas |
| <i>Economic conditions</i> | 0.991 | tidak Heterokedas |
| <i>Educational opportunities</i> | 0.855 | tidak Heterokedas |
| <i>Personal values and goals</i> | 0.970 | tidak Heterokedas |
| <i>Smart Governance</i> | 0.971 | tidak Heterokedas |
| <i>Smart Society</i> | 0.781 | tidak Heterokedas |
| <i>Smart Living</i> | 0.981 | tidak Heterokedas |
| <i>Smart Economy</i> | 0.899 | tidak Heterokedas |
| <i>Smart</i> | 0.862 | tidak |

| <i>Environment</i> | | Heterokedas |
|-----------------------|-------|-------------------|
| <i>Smart Branding</i> | 0.848 | tidak Heterokedas |

Suatu data dikatakan tidak terjadi gejala Heteroskedas apabila nilai Sig. 2-tailed menunjukkan lebih dari > 0.05 . Berdasarkan Tabel 2. dapat terlihat bahwa syarat untuk tidak terjadi Heterokedas terpenuhi sehingga data dapat dilanjutkan pada uji berikutnya.

3.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mendeteksi adanya auto korelasi dalam model regresi data *time series* atau panel. Uji Autokorelasi digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada korelasi antar residual pada periode waktu yang berbeda maupun unit *cross-sectional* yang berbeda. Jika pengujian menunjukkan bahwa ada autokorelasi dalam residu, hal tersebut dapat berarti model tersebut telah menghilangkan variabel penting. Dalam penelitian ini digunakan *run test* untuk menguji auto korelasi.

Tabel 4. Uji Auto Korelasi

Runs Test

| | Unstandardized Residual |
|-------------------------|-------------------------|
| Test Value ^a | .09200 |
| Cases < Test Value | 175 |
| Cases \geq Test Value | 175 |
| Total Cases | 350 |
| Number of Runs | 187 |
| Z | 1.178 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .239 |

a. Median

Suatu data dikatakan tidak memiliki gejala auto korelasi apabila nilai Asymp Sig. (2-tailed) lebih besar > 0.05 . Berdasarkan Tabel 4. dapat dilihat bahwa nilai Asym adalah $0.239 > 0.05$ sehingga tidak terjadi autokorelasi sehingga uji berikutnya dapat dilanjutkan.

3.5. Uji F

Uji-F adalah uji statistik yang digunakan untuk membandingkan varian dari dua atau lebih kelompok atau populasi. Uji F digunakan untuk berbagai macam tujuan. Uji F untuk membandingkan varians dari dua atau lebih kelompok

dalam analisis varians satu arah (ANOVA) untuk menentukan apakah ada perbedaan varians yang signifikan di antara kelompok-kelompok tersebut. Uji F untuk menentukan apakah ada interaksi antara pengaruh kedua faktor terhadap varian dalam kelompok. Uji F untuk membandingkan varian dari dua atau lebih populasi dalam pengujian hipotesis.

Tabel 5. Uji F

| F | Signifikansi | Kesimpulan |
|-------|--------------------|-------------|
| 5.446 | 0.000 ^b | berpengaruh |

Dari Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh secara simultan adalah sebesar $0.000 < 0.05$. Sedangkan F hitung adalah 5.446 sehingga terdapat pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependent secara simultan atau bersama-sama.

Tabel 6. Uji T

| DIMENSI | t | Signifikan si | Kesimpulan |
|------------------------------------|------------|---------------|-------------------|
| <i>Personal characteristics</i> | 0.18 8 | 0,851 | tidak berpengaruh |
| <i>Social and cultural factors</i> | - 0.073 | 0,942 | tidak berpengaruh |
| <i>Economic conditions</i> | 0.42 9 | 0,668 | tidak berpengaruh |
| <i>Educational opportunities</i> | - 2.084 | 0,038 | berpengaruh |
| <i>Personal values and goals</i> | - 0.387 | 0,699 | tidak berpengaruh |
| <i>Smart Governance</i> | 0.54 3 | 0,587 | tidak berpengaruh |
| <i>Smart Society</i> | - 0.687 | 0,492 | tidak berpengaruh |
| <i>Smart Living</i> | - 1.155 | 0,249 | tidak berpengaruh |
| <i>Smart Economy</i> | - 1.498 | 0,135 | tidak berpengaruh |
| <i>Smart Environment</i> | 6.77 1 | 0.000 | berpengaruh |
| <i>Smart</i> | 0.41 | 0,675 | tidak |

| | | | |
|----------|---|--|-------------|
| Branding | 9 | | berpengaruh |
|----------|---|--|-------------|

Dari Tabel 6. dapat diketahui bahwa P value lebih kecil daripada alpha untuk dimensi *educational opportunity* dan *smart environment* sehingga *null Hipotesis* diterima untuk kedua dimensi tersebut dan berpengaruh terhadap penentu menjadi seorang pengusaha.

3.6. Uji Regresi

persamaan regresi yang diperoleh adalah $2.451 + 0.12 X_1 + 0.006 X_2 - 0.14 X_3 - 0.67 X_4 - 0.02 X_5 + 0.201 X_6 + 0.16 X_7 - 0.34 X_8 - 0.25 X_9 + 0.10 X_{10} - 0.42 X_{11}$. Sehingga apabila variabel independent bernilai 0 atau konstan maka variabel dependent bernilai 2.451. Nilai koefisien regresi pada variabel X_4 bernilai -0.67 memiliki hubungan negative sehingga apabila X_4 naik maka Y akan menurun. Sedangkan variabel X_6 bernilai 0.201 dan mempunyai hubungan positif.

IV. KESIMPULAN

Dimensi *Personal characteristics, Social and cultural factors, Economic conditions, Personal values and goals, Smart Governance, Smart Society, Smart Living, Smart Economy, Smart Branding* tidak mempunyai pengaruh terhadap penentuan berwirausaha. sedangkan Dimensi *Smart environment* dan *educational opportunity* mempunyai pengaruh terhadap penentuan berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Devega, "Langkah Menuju "100 Smart City"," 2 November 2017. [Online]. Available https://www.kominfo.go.id/content/detail/11656/langkah-menuju-100-smart-city/0/sorotan_media#:~:text=Yang%20jelas%2C%20konsep%20smart%20city,enam%20indikator%20yang%20harus%20dicapai.. [Accessed 13 Februari 2022].
- [2] L. Rizkinaswara, "Mengenal Lebih Dekat Konsep Smart City dalam Pembangunan Kota," 10 Oktober 2022 [Online]. Available <https://aptika.kominfo.go.id/2021/09/lewat-enam-pilar-utama-kominfo-berupaya-hadirkan-100-smart-city/>. [Accessed 13 Februari 2022].
- [3] OECD, ENTREPRENEURSHIP AT A GLANCE, Paris: OECD Publishing, 2017.