

**PENGUKURAN KEBERHASILAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DI  
PERGURUAN TINGGI INDONESIA**

**(Disertasi)**

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Doktor  
Program Studi Doktor Pendidikan



**Oleh:**

**Tubagus Ali Rachman Puja Kesuma**

**NPM. 2033031005**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU KEPENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
TAHUN 2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PUBLIKASI

Saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Disertasi yang berjudul “Pengukuran Keberhasilan Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi Indonesia” ini adalah karya penelitian saya sendiri dan bebas plagiat, serta tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik serta tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis digunakan sebagai acuan dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber acuan serta daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan (Permendiknas Nomor 17, Tahun 2010).
2. Publikasi sebagian atau keseluruhan isi Disertasi\* pada jurnal atau forum ilmiah lain harus seijin dan menyertakan tim pembimbing sebagai *author* dan FKIP UNILA sebagai Institusinya. Apabila dalam waktu sekurang-kurangnya satu semester (enam bulan sejak pengesahan Disertasi\*) saya tidak melakukan publikasi dari sebagian atau keseluruhan Disertasi\* ini, maka Program Studi Doktor Pendidikan, FKIP UNILA berhak mempublikasikan pada jurnal ilmiah yang diterbitkan oleh Program Studi Doktor Pendidikan, FKIP UNILA. Apabila saya melakukan pelanggaran dari ketentuan publikasi ini, maka saya bersedia mendapatkan sanksi akademik yang berlaku.

Bandar Lampung, Agustus 2023  
Yang membuat pernyataan,



Tubagus Ali Rachman Puja Kesuma  
NPM. 2033031005



**PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PENGUKURAN KEBERHASILAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN  
DI PERGURUAN TINGGI INDONESIA**

**DISERTASI**

Oleh:

**TUBAGUS ALI RACHMAN PUJA KESUMA  
NPM 2033031005**

Komisi  
Pembimbing Nama

Tanda Tangan

Promotor **Prof. Dr. Undang Rosidin, M.Pd.**  
NIP. 19600301 198503 1 003

Kopromotor I **Dr. Dwi Yulianti, M.Pd.**  
NIP. 19670722 199203 2 001

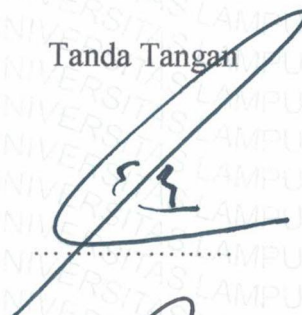
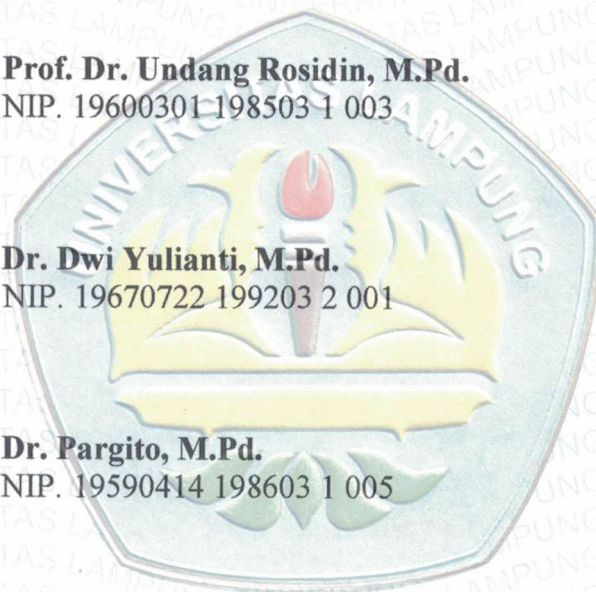
Kopromotor II **Dr. Pargito, M.Pd.**  
NIP. 19590414 198603 1 005

Telah dinyatakan memenuhi syarat  
Pada Tanggal 01 Agustus 2023

Ketua Program Studi Doktor Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Lampung,



**Prof. Dr. Een Yayah Haenilah, M.Pd.**  
NIP 19620330 198603 2 001





**PENGESAHAN PENGUJI**









**PENGUKURAN KEBERHASILAN PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN  
DI PERGURUAN TINGGI INDONESIA**

**DISERTASI**

Oleh:

**TUBAGUS ALI RACHMAN PUJA KESUMA  
NPM 2033031005**

Tim Penguji

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	<b>Dr. Ayi Ahadiat, S.E., MBA.</b> NIP.19740705 200003 1 001	
Sekretaris	<b>Dr. Dina Maulina, M.Si.</b> NIP 19620330 198603 2 001	
Anggota	<b>Prof. Dr. Sunyono, M.Si.</b> NIP 19651230 199111 1 001	
	<b>Prof. Dr. Undang Rosidin, M.Pd.</b> NIP 19600301 198503 1 003	
	<b>Dr. Dwi Yulianti, M.Pd.</b> NIP 19670722 199203 2 001	
	<b>Dr. Pargito, M.Pd.</b> NIP 19590414 198603 1 005	
	<b>Prof. Dr. Een Yayah Haenilah, M.Pd.</b> NIP 19620330 198603 2 001	
	<b>Hasan Hariri, S.Pd., MBA., Ph.D.</b> NIP 19670521 200012 1 001	

Telah dipertahankan di depan penguji pada sidang terbuka  
dinyatakan telah memenuhi syarat pada tanggal 01 Agustus 2023



Dekan KIP Unila,  
**Prof. Dr. Sunyono, M.Si.**  
NIP 19651230 199111 1 001



Dekan Casurjana,  
**Prof. Dr. I. Sunardi, M.Si.**  
NIP 1959021989021001

Tanggal lulus ujian disertasi : 01 Agustus 2023



## **MOTTO**

***“Niat Yang Baik Jika diimplementasikan dengan Cara yang Salah Maka Tetap Akan Salah. Niat yang Baik Harus diimplementasikan dengan Cara yang Baik”***

**(Tubagus Ali Rachman Puja Kesuma)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Disertasi ini saya persembahkan untuk:

- 1) Bapak (Alm), ibu dan mertuaku, yang telah menjadi motivasi dan inspirasi, serta tiada henti memberikan dukungan do'a dan materi.
- 2) Deri Ciciria, M.Hum (Istri) dan Abang Tubagus Tristan Ibnu Rachman (anak bujangku) dan Adek Ratu Zamora Santika Rachman (anak gadisku), yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani di setiap hariku.



## ABSTRAK

Karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha merupakan instrumen yang populer digunakan untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di berbagai perguruan tinggi di dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengadaptasi instrumen pengukuran tersebut dan mengetahui pengaruhnya di kalangan mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia yang mengadopsi pendidikan kewirausahaan dalam kurikulum. Penelitian difokuskan pada 23 dimensi instrumen karakter berwirausaha, 3 dimensi keterampilan berwirausaha, 3 dimensi *self efficacy* berwirausaha, 4 dimensi orientasi berwirausaha, dan 4 dimensi niat berwirausaha. Subyek penelitian ini adalah 357 mahasiswa strata satu yang mengikuti pendidikan kewirausahaan di seluruh Indonesia. Psikometri digunakan dalam metode penelitian, dan analisis faktor berbantuan SPSS dan AMOS digunakan untuk menganalisis hasilnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji EFA menghasilkan 5 dimensi baru (*visioner*, kecerdasan, aktualisasi, adaptasi dan fleksibilitas) yang terbentuk pada instrumen karakter berwirausaha, 2 dimensi baru (*ketahanan diri* dan *pengelolaan diri*) pada instrumen keterampilan berwirausaha, 2 dimensi baru (*problem solver* dan sikap berwirausaha) pada instrumen *self efficacy* berwirausaha, 1 dimensi baru pada instrumen orientasi berwirausaha, dan 3 dimensi baru (*kesungguhan*, *citra diri* dan *ketertarikan berwirausaha*) pada instrumen niat berwirausaha.

Selanjutnya, uji CFA menunjukkan bahwa konstruk instrumen yang dihasilkan layak digunakan karena telah memenuhi kaidah *Goodness of Fit* dengan nilai  $CMIN/DF 2,24 \leq 5,00$  (*Good Fit*),  $RMSEA 0,059 \leq 0,08$  (*Good Fit*),  $TLI 0,778$  (*Marginal/Accepted Fit*),  $NFI 0,666$  (*Marginal/Accepted Fit*),  $PNFI 0,653$  (*Marginal fit/Significant*). Semua hipotesis menunjukkan pengaruh yang positif kecuali *self efficacy* berwirausaha terhadap niat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *self efficacy* tidak dapat secara langsung digunakan untuk mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan pada perguruan tinggi di Indonesia, karena berbagai pihak dalam pembelajaran kewirausahaan belum mampu memberi penguatan terhadap kecemasan mahasiswa terkait ketidakpastian yang disebabkan kondisi sosial ekonomi dan sosial-politik nasional yang tidak pasti.

**Kata kunci:** Karakter, Keterampilan, *Self-Efficacy*, Orientasi, Niat, Kewirausahaan, Psikometri

## ABSTRACT

*Entrepreneurial character, entrepreneurial skills, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial orientation, and entrepreneurial intentions are popular instruments used to measure the success of entrepreneurship learning in various universities in the world. The purpose of this research is to adapt the measurement instrument and find out its effect on students from various universities in Indonesia who adopt entrepreneurship education in the curriculum. The research focused on 23 dimensions of entrepreneurial character, 3 dimensions of entrepreneurial skills, 3 dimensions of entrepreneurial self-efficacy, 4 dimensions of entrepreneurial orientation, and 4 dimensions of entrepreneurial intention. The subjects of this study were 357 undergraduate students who took part in entrepreneurship education throughout Indonesia. Psychometry was used in the research methods, and SPSS and AMOS-assisted faktor analysis was used to analyze the results. The results showed that the EFA test resulted in 5 new dimensions (visionary, intelligence, actualization, adaptation, and flexibility) formed in the entrepreneurial character instrument, 2 new dimensions (self-resilience and self-management) in the entrepreneurial skills instrument, 2 new dimensions (problem solver and entrepreneurial attitude) on the entrepreneurial self-efficacy instrument, 1 new dimension on the entrepreneurial orientation instrument, and 3 new dimensions (seriousness, self-image, and entrepreneurial interest) on the entrepreneurial intention instrument.*

*Furthermore, the CFA test shows that the resulting construct is suitable for use because it meets the Goodness of Fit rules with a CMIN/DF value of 2.24 < 5.00 (Good Fit), RMSEA 0.059 < 0.08 (Good Fit), TLI 0.778 (Marginal/Conformity Accepted), NFI 0.666 (Marginal/Acceptable Suitability), PNFI 0.653 (Marginal/Significant Suitability). All hypotheses show a positive effect except entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intentions. This indicates that self-efficacy instruments cannot be used directly to measure the success of entrepreneurship education at tertiary institutions in Indonesia, because tertiary institutions have not been able to provide reinforcement for student anxiety regarding uncertainty caused by uncertain national socio-economic and socio-political conditions.*

**Keywords:** Character, Skills, Self-Efficacy, Orientation, Intention, Entrepreneurship, Psychometry



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena taufik dan hidayah-Nya dapat menyelesaikan disertasi yang berjudul “Pengukuran Keberhasilan Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi Indonesia” dengan lancar. Penulis menyadari tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.IPM,. Rektor yang telah memfasilitasi dan bertanggung jawab atas proses kegiatan akademik di lingkungan Universitas Lampung.
2. Prof. Dr. Ir. Murhadi, M.Si., Direktur yang telah bertanggung jawab atas proses kegiatan akademik di lingkungan Pascasarjana Universitas Lampung.
3. Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan yang telah memfasilitasi dan bertanggung jawab atas proses kegiatan akademik di lingkungan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
4. Prof. Dr. Een Y. Haenilah, M.Pd., selaku Ketua Program Studi Doktor Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung sekaligus pembahas/ penguji 1 pada Disertasi ini. Terima kasih atas kesabaran dalam memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi, dan perhatian yang luar biasa sehingga disertasi ini terselesaikan dengan baik.
5. Dr. Dina Maulina, S.Pd., M.Si. selaku sekretaris Program Studi Doktor Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung atas motivasi, arahan dan bimbingannya.
6. Prof. Dr. Ratu Ilma Indra Putri, M.Si selaku penguji eksternal dari Universitas Sriwijaya, terima kasih telah memberikan koreksi dan masukan yang sangat berharga atas disertasi ini
7. Prof. Dr. Undang Rosidin, M.Pd, selaku Promotor dalam penyelesaian disertasi ini yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi, dan perhatian yang luar biasa sehingga disertasi ini terselesaikan dengan baik.

8. Dr. Dwi Yulianti, M.Pd, selaku Co-Promotor I dalam penyelesaian disertasi ini yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi, dan perhatian yang luar biasa sehingga disertasi ini terselesaikan dengan baik.
9. Dr. Pargito, M.Pd selaku Co-Promotor II dalam penyelesaian disertasi ini yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi, dan perhatian yang luar biasa sehingga disertasi ini terselesaikan dengan baik.
10. Hasan Hariri, S.Pd.,MBA.,Ph.D selaku pembahas/ penguji 2 pada disertasi ini, terima kasih telah memberikan koreksi dan masukan yang sangat berharga atas disertasi ini.
11. Bapak dan Ibu Dosen, khususnya Program Studi Doktor Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu pengetahuan kepada penulis.
12. Pimpinan periode 2017-2021 dan 2021-2025, serta seluruh keluarga besar civitas akademik IAIN Metro.
13. Teman-teman mahasiswa Program Studi Doktor Pendidikan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung angkatan 2020 yang banyak memberikan motivasi dan masukan dalam penyusunan disertasi ini. Khusus teman-teman *basecamp*, terima kasih atas diskusinya yang luar biasa.
14. Rekan-rekan/sejawat Dosen program studi S-1 Pendidikan/Tadris IPS seluruh Indonesia yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan disertasi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk memperbaiki dan menyempurnakan disertasi ini. Akhirnya penulis berharap semoga disertasi ini bermanfaat bagi dunia pendidikan.

Bandar Lampung, 03 Januari 2023

Penulis



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS DAN PUBLIKASI</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>PENGESAHAN PENGUJI</b> .....	iv
<b>MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Pembatasan Masalah.....	12
D. Pertanyaan Penelitian.....	13
E. Tujuan Penelitian .....	14
F. Manfaat Penelitian.....	15
<b>II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS</b> .....	17
A. Teori Belajar .....	17
B. Teori Modal Manusia.....	25
C. Kewirausahaan.....	27
D. Karakter Berwirausaha .....	43
E. Keterampilan Berwirausaha.....	52
F. <i>Self-efficacy</i> Kewirausahaan .....	58
G. Niat Berwirausaha .....	63
H. Orientasi Berwirausaha.....	67
I. <i>Critical pedagogy</i> Pembelajaran Kewirausahaan .....	69
J. Kerangka Berpikir.....	71
K. Hipotesis .....	74
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	75
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	75
B. Rancangan/ Desain Penelitian .....	75
C. Populasi dan Sampel.....	78
D. Teknik Pengumpulan Data .....	80
E. Teknik Analisis Data .....	80

<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	99
A. Hasil Penelitian.....	99
1. Deskripsi Data Penelitian.....	99
2. Analisis Statistik Menggunakan SPSS.....	100
3. Analisis <i>Exploratory Factor Analysis (EFA) Structural Equation Modeling (SEM)</i> Menggunakan <i>Analysis of Moment Structure (AMOS)</i> .....	138
4. Dimensi Baru.....	151
5. <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	158
B. Pengujian Hipotesis.....	162
C. Pembahasan.....	168
D. Temuan dan Kebaruan Penelitian.....	235
E. Luaran Penelitian.....	236
F. Keterbatasan Penelitian.....	237
<b>V. SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN</b> .....	238
A. Simpulan.....	238
B. Implikasi.....	239
C. Saran.....	240
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	243
<b>LAMPIRAN</b> .....	294



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1. 1. Bobot SKS Mata Kuliah Kewirausahaan di Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia .....	3
Tabel 2. 1. <i>Operational process of the concept entrepreneurial characteristics</i> .....	44
Tabel 2. 2. <i>Operational process of the concept entrepreneurial skills</i> .....	57
Tabel 2. 3. <i>The general self-efficacy scale turkish form</i> .....	60
Tabel 2. 4. <i>Testing The Entrepreneurial Intention Model</i> .....	66
Tabel 2. 5. <i>Entrepreneurship orientation scale</i> .....	68
Tabel 3. 1. Operasional Instrumen Penelitian.....	78
Tabel 3. 2. Populasi dan sampel penelitian .....	79
Tabel 3. 3. Rujukan <i>Model Fit EFA</i> .....	88
Tabel 3. 4. Pertimbangan Analisis data .....	93
Tabel 3. 5. Rujukan <i>Model Fit CFA</i> .....	97
Tabel 4. 1. Data Responden Berdasarkan Kewilayahan .....	99
Tabel 4. 2. Hasil Analisis Kelayakan Variabel Karakter Berwirausaha.....	101
Tabel 4. 3. Pengelompokan Indikator Karakter Berwirausaha Kedalam Dimensi Baru Yang Terbentuk.....	103
Tabel 4. 4. <i>Component Transformation Matrix</i> Variabel Karakter Berwirausaha .....	104
Tabel 4. 5. Validitas Deskriminan Dimensi Visioner Terhadap Kecerdasan .....	105
Tabel 4. 6. Validitas Deskriminan Dimensi Visioner Terhadap Aktualisasi.....	106
Tabel 4. 7. Validitas Deskriminan Dimensi Visioner Terhadap Adaptasi .....	106
Tabel 4. 8. Validitas Deskriminan Dimensi Visioner Terhadap Fleksibilitas .....	106
Tabel 4. 9. Validitas Deskriminan Dimensi Kecerdasan Terhadap Aktualisasi .....	107
Tabel 4. 10. Validitas Deskriminan Dimensi Kecerdasan Terhadap Adaptasi .....	107
Tabel 4. 11. Validitas Deskriminan Dimensi Kecerdasan Terhadap Fleksibilitas .....	107
Tabel 4. 12. Validitas Deskriminan Dimensi Aktualisasi Terhadap Adaptasi .....	108
Tabel 4. 13. Validitas Deskriminan Dimensi Aktualisasi Terhadap Fleksibilitas .....	108
Tabel 4. 14. Validitas Deskriminan Dimensi Adaptasi Terhadap Fleksibilitas.....	108
Tabel 4. 15. Hasil Analisis Kelayakan Variabel Keterampilan Berwirausaha .....	109
Tabel 4. 16. <i>Anti-image Correlation Matrices</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha ....	110
Tabel 4. 17. <i>Total Variance Explained</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha .....	111
Tabel 4. 18. <i>Component Matrix</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha .....	112
Tabel 4. 19. <i>Rotated Component Matrix</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha .....	113
Tabel 4. 20. Pengelompokan Indikator Keterampilan Berwirausaha Kedalam Dimensi Baru yang Terbentuk .....	114
Tabel 4. 21. <i>Component Transformation Matrix</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha	115
Tabel 4. 22. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha ...	115
Tabel 4. 23. <i>Discriminant validity</i> dimensi variabel keterampilan berwirausaha .....	117
Tabel 4. 24. Hasil Analisis Kelayakan Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha.....	117
Tabel 4. 25. <i>Anti-image Correlation Matrices</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	118
Tabel 4. 26. Tabel <i>Communalities</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	119

Tabel 4. 27. <i>Total Variance Explained</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	119
Tabel 4. 28. <i>Component Matrix</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	120
Tabel 4. 29. <i>Rotated Component Matrix</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	121
Tabel 4. 30. Pengelompokan Indikator <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha Kedalam Dimensi Yang Terbentuk .....	122
Tabel 4. 31. <i>Component Transformation Matrix</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha ..	122
Tabel 4. 32. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	123
Tabel 4. 33. HTMT Validitas Deskriminan Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	124
Tabel 4. 34. Hasil Analisis Kelayakan Variabel Orientasi Berwirausaha .....	124
Tabel 4. 35. <i>Anti-image Correlation Matrices</i> Variabel Orientasi Berwirausaha .....	125
Tabel 4. 36. Tabel <i>Communalities</i> Variabel Orientasi Berwirausaha .....	126
Tabel 4. 37. <i>Total Variance Explained</i> Variabel Orientasi Berwirausaha .....	126
Tabel 4. 38. Pengelompokan Indikator pada Dimensi Baru Orientasi Berwirausaha .....	127
Tabel 4. 39. <i>Component Score Coefficient Matrix</i> Variabel Orientasi Berwirausaha .....	127
Tabel 4. 40. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Orientasi Berwirausaha .....	128
Tabel 4. 41. Hasil Analisis Kelayakan Variabel Niat Berwirausaha.....	129
Tabel 4. 42. <i>Anti-image Correlation Matrices</i> Variabel Niat Berwirausaha.....	130
Tabel 4. 43. Tabel <i>Communalities</i> Variabel Niat Berwirausaha.....	131
Tabel 4. 44. <i>Total Variance Explained</i> Variabel Niat Berwirausaha.....	132
Tabel 4. 45. <i>Component Matrix</i> Variabel Niat Berwirausaha.....	133
Tabel 4. 46. <i>Rotated Component Matrix</i> Variabel Niat Berwirausaha .....	133
Tabel 4. 47. Pengelompokan Dimensi Niat Berwirausaha .....	134
Tabel 4. 48. <i>Component Transformation Matrix</i> Variabel Niat Berwirausaha .....	135
Tabel 4. 49. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Niat Berwirausaha.....	135
Tabel 4. 50. HTMT Validitas Deskriminan Dimensi Kesungguhan Niat Berwirausaha Terhadap Citra Diri .....	137
Tabel 4. 51. HTMT Validitas Deskriminan Dimensi Kesungguhan Niat Berwirausaha Terhadap Ketertarikan Berwirausaha .....	137
Tabel 4. 52. HTMT Validitas Deskriminan Dimensi Citra Diri Terhadap Ketertarikan Berwirausaha .....	138
Tabel 4. 53. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> Karakter Berwirausaha.....	139
Tabel 4. 54. <i>Overall Goodness of Fit</i> .....	141
Tabel 4. 55. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	142
Tabel 4. 56. <i>Overall Goodness of Fit</i> Keterampilan Berwirauaha.....	144
Tabel 4. 57. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	145
Tabel 4. 58. <i>Overall Goodness of Fit Self Efficacy</i> Berwirausaha .....	146
Tabel 4. 59. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	147
Tabel 4. 60. <i>Overall Goodness of Fit</i> .....	148
Tabel 4. 61. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	149
Tabel 4. 62. <i>Overall Goodness of Fit</i> .....	150
Tabel 4. 63. Pengelompokan Indikator pada Dimensi Karakter Berwirausaha.....	151
Tabel 4. 64. Penamaan Dimensi Baru Variabel Karakter Berwirausaha .....	151
Tabel 4. 65. indikator yang didrop Pada Variabel Karakter Berwirausaha .....	153
Tabel 4. 66. Pengelompokan Indikator pada Dimensi Keterampilan Berwirausaha .....	154
Tabel 4. 67. Penamaan Dimensi Baru variabel Keterampilan Berwirausaha.....	154
Tabel 4. 68. Indikator yang didrop Pada Variabel Keterampilan Berwirausaha .....	155

Tabel 4. 69. Pengelompokan Indikator pada Dimensi <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	155
Tabel 4. 70. Pembentukan Dimensi Baru <i>Self Efficacy</i> Berwirausaha.....	155
Tabel 4. 71. Indikator yang didrop Pada Variabel <i>Self-efficacy</i> Berwirausaha .....	156
Tabel 4. 72. Pengelompokan Indikator pada Dimensi Orientasi Berwirausaha .....	156
Tabel 4. 73. Reposisi Indikator Dimensi Orientasi Berwirausaha .....	156
Tabel 4. 74. Indikator yang didrop pada Variabel Orientasi Berwirausaha .....	157
Tabel 4. 75. Pengelompokan Indikator pada Dimensi Niat Berwirausaha.....	157
Tabel 4. 76. Pembentukan Dimensi Baru Niat Berwirausaha.....	157
Tabel 4. 77. <i>The following variances are negative</i> .....	159
Tabel 4. 78. <i>Output CMIN</i> .....	159
Tabel 4. 79. <i>Output RMSEA</i> .....	160
Tabel 4. 80. <i>Baseline Comparisons</i> .....	160
Tabel 4. 81. <i>Output Parsimony-Adjusted Measures</i> .....	161
Tabel 4. 82. <i>Rekapitulasi Goodness of Fit Index</i> .....	162
Tabel 4. 83. <i>Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	162
Tabel 4. 84. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> .....	163
Tabel 4. 85. <i>Standardized Direct Effects</i> .....	164
Tabel 4. 86. <i>Standardized Indirect Effects</i> .....	164
Tabel 4. 87. Perbandingan Keberhasilan Pembelajaran Kewirausahaan .....	168
Tabel 4. 88. Luaran Penelitian .....	237



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. <i>Entrepreneurial intention model</i> .....	67
Gambar 2.2. <i>Entrepreneurial learning</i> .....	71
Gambar 2.3. Diagram kerangka pikir penelitian .....	73
Gambar 4.1. Hasil Analisis Data Karakter Berwirausaha Menggunakan SEM AMOS .....	140
Gambar 4.2. Hasil Analisis Data Keterampilan Berwirausaha Menggunakan SEM AMOS .....	143
Gambar 4.3. Hasil Analisis Data <i>Self Efficacy</i> Berwirausaha Menggunakan SEM AMOS .....	145
Gambar 4.4. Hasil Analisis Data Orientasi Berwirausaha Menggunakan SEM AMOS .....	148
Gambar 4.5. Hasil Analisis Data Niat Berwirausaha Menggunakan SEM AMOS .....	150
Gambar 4.6. Grafik AMOS Variabel Penelitian .....	158

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Data Isian Responden per Fakultas pada Variabel Karakter Berwirausaha .....	295
Lampiran 2. Data Isian Responden per Fakultas pada Variabel Keterampilan Berwirausaha.....	310
Lampiran 3. Data Isian Responden per Fakultas pada Variabel <i>Self Efficacy</i> Berwirausaha.....	324
Lampiran 4. Data Isian Responden per Fakultas pada Variabel Orientasi Berwirausaha .....	338
Lampiran 5. Data Isian Responden per Fakultas pada Variabel Niat Berwirausaha .....	346
Lampiran 6. Laporan FGD Alih Bahasa.....	360
Lampiran 7. Data Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi .....	369
Lampiran 8. <i>Anti-image Correlation Matrices</i> Variabel Karakter Berwirausaha .....	371
Lampiran 9. Tabel <i>Communalities</i> Variabel Karakter Berwirausaha .....	373
Lampiran 10. <i>Total Variance Explained</i> variabel Karakter Berwirausaha .....	375
Lampiran 11. <i>Component Matrix</i> Variabel Karakter Berwirausaha .....	377
Lampiran 12. <i>Rotated Component Matrix</i> Variabel Karakter Berwirausaha .....	379
Lampiran 13. <i>Standardized Regression Weights</i> Variabel Karakter Berwirausaha .....	381
Lampiran 14. Tabel <i>Communalities</i> Variabel Keterampilan Berwirausaha .....	383
Lampiran 15. <i>Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</i> Karakter Berwirausaha .....	384
Lampiran 16. Validasi Ahli Bahasa Terhadap Hasil Terjemahan.....	386

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perguruan tinggi di Indonesia telah menghadirkan mata kuliah Pendidikan kewirausahaan. Bahkan, saat ini kewirausahaan ditransformasikan dalam kurikulum dan pembelajaran dan menjadi salah satu bidang dalam Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Kewirausahaan dalam MBKM memunculkan mekanisme pembelajaran baru di universitas yang memberikan hak kepada mahasiswa untuk “merdeka” dalam belajar, sekaligus membuka ruang keterlibatan antara universitas dengan *stakeholders*. Melalui program ini, terbuka kesempatan luas bagi mahasiswa untuk memperkaya dan meningkatkan wawasan serta kompetensi kewirausahaan di masyarakat, dunia kerja/ industri sesuai dengan *passion* dan cita-citanya. Hal ini merealisasikan keterlibatan pihak-pihak yang terlibat dalam pembelajaran kewirausahaan yaitu mahasiswa, pendidik, *stakeholders*/praktisi dan masyarakat (Dimov & Pistrui, 2020; Kesuma et al., 2023). Hal ini dikarenakan keterlibatan keempat pihak tersebut mengisyaratkan bahwa kewirausahaan tidak hanya dibelajarkan secara teoretis namun juga secara praktis dengan pengintegrasian konsep *High Order Thinking* dengan aplikasi nyata di lapangan.

Pendidikan kewirausahaan memfasilitasi pengintegrasian *thoritical learning*, *practical learning* dan *learning from others*, sehingga paradigma berpikir pembelajaran dibangun di atas pondasi *critical thinking* (pemikiran kritis) dan gerakan pemikiran sosial yang berpotensi melahirkan *output* yang egaliter, humanis serta demokratis. Proses inilah yang Freire diistilahkan dengan *conscientization* (penyadaran), yaitu proses berkembangnya kesadaran antara pendidik dan peserta didik dari kesadaran magis dan naif, menuju kesadaran kritis (Freire, 2021).

Mekanisme pembelajaran kewirausahaan sangat penting dalam pengentasan pengangguran terdidik di Indonesia yang mencapai 12,49% (Rahman & Bhakti, 2020). Pencapaian pembelajaran kewirausahaan di Perguruan Tinggi memberikan dampak positif pada orientasi dan niat berwirausaha. Pada sisi lain, kewirausahaan penting membekali mahasiswa dengan keterampilan dan pola pikir reflektif untuk mencapai kesuksesan (Altinay & Wang, 2011). Sejalan dengan hal tersebut, memang tidak semua lulusan suatu program keilmuan di perguruan tinggi akan terakomodir dalam bidang kerja sesuai bidang kajian keilmuannya (Hur *et al.*, 2019; Marginson, 2019). Terlebih saat ini, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah berkontribusi terhadap modernisasi dan globalisasi sehingga membawa perubahan yang sangat pesat diberbagai aspek kehidupan, termasuk pekerjaan. Sudah nampak di sekeliling kita banyak pekerjaan yang hilang, berubah, dan bahkan baru bermunculan. Oleh karena itu, kewirausahaan di perguruan tinggi dibutuhkan keberadaannya, perlu di maksimalkan prosesnya, dan di ukur keberhasilannya dengan tepat (Ibrahim & Mas'ud, 2016; Yani *et al.*, 2020). Pada konteks ini, diperlukan pengukuran yang mampu memprediksi keberhasilan berwirausaha mahasiswa sebagai landasan pengembangan kurikulum yang mampu memberikan alternative mahasiswa untuk bekerja.

Pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan membutuhkan instrumen yang mampu menilai *output* dan *outcome* dari interaksi yang erat antara perguruan tinggi dengan masyarakat, dunia kerja/ industri, dan lain-lain akan membangun sinergi dan kolaborasi pembangunan nasional yang sudah tentu akan mewarnai budaya dan peradaban bangsa secara langsung. Pembelajaran kewirausahaan hakikatnya merupakan praktik pedagogik mengakomodasi eksplorasi yang lebih kritis tentang hubungan antara kewirausahaan dan pendidikan. Pendidikan kewirausahaan bukan hanya proses pembelajaran yang pasif, sehingga pengukuran keberhasilannya harus ditekankan pada aspek pengetahuan, sikap dan keterampilan, di mana pendidikan dilihat sebagai wahana untuk mengasah serta melahirkan kesadaran kritis yang ada dalam diri manusia (Utami & Alfian, 2017). *Critical pedagogy* dalam pendidikan kewirausahaan



harus mampu mentransformasikan pengukuran keberhasilannya dalam bentuk nyata untuk mengembalikan fitrah mahasiswa sebagai manusia yang merdeka, kritis dan kreatif.

Sejalan dengan perkembangan heterogenitas masyarakat Indonesia, pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di Indonesia harus mampu menilai keintiman yang lebih besar antara pendidikan dan keunikan masyarakat Indonesia, untuk memperkuat semangat kewirausahaan dalam konteks budaya nasional (Shaheen & AL-Haddad, 2018). Hal ini merupakan fondasi penting dalam penyelenggaraan *critical pedagogy*, karena pengembangan sumber daya manusia dan kemakmuran ekonomi lebih dari sekedar gagasan pencapaian secara teoretis (Lambert *et al.*, 2007). Hal ini relevan dengan kebutuhan mahasiswa untuk sukses dalam kehidupan di masyarakat yang faktor karakter sangat dominan dalam menunjang kesuksesan seseorang di masyarakat dan dunia kerja (Stanley & Williamson, 2017).

Peneliti mengidentifikasi bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi telah dijalankan dengan cukup baik yang nampak dari alokasi kegiatan praktikum. Berikut peneliti sajikan data terkait beban sks mata kuliah kewirausahaan di berbagai perguruan tinggi di Indonesia sebagaimana di deskripsikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1. Bobot SKS Mata Kuliah Kewirausahaan di Berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia

No	Perguruan Tinggi	Beban SKS	Deskripsi
1.	Universitas Lampung	3 sks	2-1
2.	Institut Teknologi Sumatera	3 sks	2-1
3.	IAIN Metro	3 sks	2-1
4.	UIN Raden Intan Lampung	3 sks	2-1
5.	Universitas Bengkulu	3 sks	2-1
6.	Universitas Negeri Padang	3 sks	2-1
7.	Universitas Negeri Jakarta	3 sks	2-1
8.	Universitas Pendidikan Indonesia	3 sks	2-1
9.	Universitas Negeri Makasar	3 sks	2-1
10.	Universitas Cenderawasih	3 sks	2-1
11.	Universitas Mataram	3 sks	2-1

Sumber: Analisis Data Sistem Informasi Akademik, 2023.

Pengalokasian waktu perkuliahan kewirausahaan sebagaimana ditunjukkan oleh Tabel 1.1 dilaksanakan untuk mewadahi keterlibatan 4 pihak yaitu mahasiswa/subjek (*first person*) sebagai pribadi yang melaksanakan pengalaman belajar, pendidik/ *inter-subjective* (*second person*) sebagai pencipta ruang, mediator, dan fasilitator untuk penalaran praktis yang menjembatani kebutuhan pengalaman mahasiswa, pengusaha/ *objective* (*third person*) sebagai penyintesa konsep, model dan domain yang dibutuhkan untuk menjadikan wirausahawan yang berhasil, dan masyarakat/ *inter-objek* (*fourth person*) sebagai *market share* yaitu objek pemasaran dari kegiatan kewirausahaan (Kesuma *et al.*, 2023). Namun pada konsep *critical pedagogy*, keterlibatan 4 pihak dalam pendidikan kewirausahaan perlu dievaluasi keberhasilannya berdasarkan penilaian proses (faktor kepribadian dan sosial) bukan hanya penilaian hasil (kognisi), karena keberhasilan pembelajaran kewirausahaan adalah orientasi dan niat mahasiswa untuk mempraktikkan tindakan berwirausaha (Neck & Greene, 2011; Rauch & Hulsink, 2015).

Pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan selama ini hanya berpijak pada kajian *behavioristic* dengan penilaian formatif sebagai respon atas ketercapaian serangkaian program pembelajaran dikelas dan praktikum sebagai stimulusnya, sehingga keberhasilannya belum terprediksi dengan baik. Sejalan dengan mekanisme pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia, pengukuran menjadi penting karena pengukuran merupakan jalan untuk mampu menilai kemampuan mahasiswa berkembang di masyarakat. Selama ini penilaian/ pengukuran terhadap keberhasilan pembelajaran kewirausahaan dilakukan sebatas pada pengetahuan, serta belum sampai pada ranah sikap dan keterampilan atau bahkan sampai mengukur niat berwirausaha mahasiswa. Aspek internal dan eksternal penting sebagai faktor pengukuran dalam menentukan keberhasilan pembelajaran kewirausahaan. Faktor internal terdiri dari karakter berwirausaha (Gürol & Atsan, 2006), keterampilan berwirausaha (Gibb, 1993; Kuratko, 2016a), sikap berwirausaha (McNally *et al.*, 2016), *self-efficacy* berwirausaha (Aydogmus, 2021), orientasi berwirausaha (Satar & Natasha, 2019), niat berwirausaha (Liñán, 2004), keputusan berwirausaha (Shepherd *et al.*, 2015), dan perilaku berwirausaha

(Bird & Schjoedt, 2017). Sedangkan faktor eksternal terdiri dari dukungan keluarga (Edelman *et al.*, 2016), kondisi politik (Ozaralli & Rivenburgh, 2016b), budaya (Adekiya & Ibrahim, 2016), agama (Henley, 2017), kompetensi pendidik (Tittel & Terzidis, 2020), sumber daya (Müller & Korsgaard, 2018), dan lingkungan (Moraes *et al.*, 2018). Namun, karena faktor-faktor eksternal tersebut diluar otoritas dan jangkauan peneliti maka penelitian ini memfokuskan pada faktor internal. Keputusan ini didasarkan pada teori modal manusia menganggap faktor internal sebagai modal penting dalam mengambil resiko, kemampuan untuk menyusun tim usaha, kreatifitas, dan visi untuk mengenali peluang dalam berwirausaha (Frederick *et al.*, 2016; Schultz, 1961; Spring, 2015).

Untuk mengukur keberhasilan berwirausaha yang sampai menjangkau dan memprediksi mahasiswa untuk berniat berwirausaha, maka dibutuhkan sebuah instrumen yang handal. Berdasarkan kajian literatur terdapat 5 (lima) faktor internal penentu keberhasilan kewirausahaan yaitu karakter, keterampilan, *self efficacy*, orientasi dan niat berwirausaha tetapi belum di adaptasikan sesuai keunikan dan heterogenitas masyarakat Indonesia. Instrumen karakter berwirausaha dikembangkan oleh Gurol dan Atsan di Turki untuk mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan sekaligus untuk mengevaluasi orientasi berwirausaha mahasiswa yang mengikuti pendidikan kewirausahaan melalui pencapaian karakternya (Gürol & Atsan, 2006). Penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di dua universitas di Turki tersebut menemukan bahwa enam karakteristik kewirausahaan yang cenderung dibutuhkan oleh mahasiswa ketika belajar kewirausahaan, yaitu kecenderungan mengambil risiko, toleransi terhadap ambiguitas, *locus of control*, kebutuhan untuk berprestasi, inovasi, dan kepercayaan diri. Namun uji *t-test* yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa percaya diri dan toleransi terhadap ambiguitas tidak memiliki perbedaan yang signifikan antara kelompok kontrol dan eksperimen. Selain itu, meskipun jumlah mahasiswa yang mengikuti pembelajaran cukup banyak, jumlah mahasiswa yang ingin berwirausaha terbatas. Beberapa hal tersebut antara lain di sebabkan ketidakstabilan ekonomi, sosial dan politik di Turki dapat menyebabkan orang lebih memilih pekerjaan bergaji di sektor publik atau swasta

daripada menjalankan bisnis mereka sendiri. Selain itu, kurangnya insentif yang memadai terhadap kewirausahaan dan kurangnya pendidikan kewirausahaan yang baik menghambat pengembangan visi kewirausahaan individu. Pada penelitian ini, pengukuran keberhasilan terhadap pembelajaran kewirausahaan yang dilaksanakan secara teori dan praktik. Dalam kajian *critical pedagogy*, instrumen pengukuran keberhasilan pendidikan kewirausahaan ini belum menilai kesadaran kritis mahasiswa untuk melakukan tindakan kewirausahaan yang melibatkan orang lain (*learning from others*).

Instrumen keterampilan berwirausaha menawarkan pendekatan berbeda dalam mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan. Instrumen ini dikembangkan Gibb (1993) dan Kuratko (2016a), serta pernah diadopsi oleh Fitriati and Hermiati (2011) untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Indonesia. Instrumen keterampilan memfokuskan pada tiga dimensi yaitu: *Pertama*, keterampilan teknis yang memprioritaskan tiga indikator utama (keterampilan mengikuti perkembangan lingkungan, keterampilan mendengarkan, dan keterampilan mengorganisir kerja) (Baird & Parayitam, 2019). *Kedua*, dimensi keterampilan manajemen usaha yang terbagi atas indikator keterampilan merencanakan kerja (*planning*), keterampilan mengambil keputusan, dan keterampilan merencanakan dan melaksanakan program pemasaran (manajemen pemasaran) menjadi pilihan respons prioritas tertinggi. *Ketiga*, dimensi *personal entrepreneurship skills*, yang terdiri atas tiga indikator tertinggi sebagai prioritas pada dimensi *personal skills*, yaitu *inner-control skills*, *self-discipline skills*, dan *risk taking skills*. Sama halnya dengan kajian sebelumnya, pengukuran keberhasilan pendidikan kewirausahaan ini dilakukan pada pembelajaran teori dan praktik yang belum memicu kesadaran kritis mahasiswa sebagai dampak pelibatan orang lain (*learning from others*).

Instrumen *self-efficacy* berwirausaha juga dikembangkan peneliti dari Turki untuk mengukur kewirausahaan sosial (Aydogmus, 2021). Berbagai studi tersebut mengungkapkan bahwa upaya dan ketekunan yang merupakan dimensi *self-efficacy* umum memprediksi kreativitas pribadi dan fitur pengambilan risiko



dari kewirausahaan sosial. Menurut temuan penelitian, dimensi inisiatif, usaha dan ketekunan memprediksi kepercayaan diri yang merupakan karakteristik kewirausahaan sosial. Akhirnya dapat disarankan bahwa praktik yang berorientasi untuk mengembangkan *self-efficacy* dan karakteristik kewirausahaan sosial harus mengambil bagian dalam program pelatihan karena praktik ini dapat membantu pendidik tentang cara mengajar mahasiswa berbagai keterampilan (Yildirim & İlhan, 2010). Namun, dalam berbagai penelitian tersebut, Instrumen *Self-efficacy* berwirausaha digunakan untuk mengukur keberhasilan pelatihan kewirausahaan, dan bukan melalui pembelajaran kurikuler.

Instrumen orientasi berwirausaha dikembangkan Satar and Natasha (2019) di India. Melalui analisis faktor eksplorasi, pemeriksaan akhir butir instrumen dilakukan melalui survei terhadap 71 wirausahawan sosial di seluruh India. Proses tersebut akhirnya menghasilkan ukuran yang andal dan valid untuk empat dimensi instrumen orientasi berwirausaha. Proses pengembangan skala akhirnya menghasilkan skala 13 butir, mengukur empat dimensi instrumen orientasi berwirausaha (gairah sosial, inovasi, pengambilan risiko, dan proaktif). Namun berdasarkan analisis peneliti, ada kebutuhan untuk lebih memvalidasi instrumen ini di antara pemangku kepentingan lain (mahasiswa) serta dalam sampel dengan karakteristik demografis yang berbeda di berbagai wilayah Negara dan dunia termasuk Indonesia. Untuk mengevaluasi lebih lanjut sifat reliabilitas dan validitas dan untuk mengkonfirmasi subskala yang baru dibentuk dan hubungannya dengan konstruksi instrumen orientasi berwirausaha, ada kebutuhan untuk melakukan analisis faktor konfirmatori menggunakan ukuran sampel yang lebih besar.

Instrumen niat berwirausaha dikembangkan Liñán and Chen (2006) di Barcelona, Spanyol. Menurut penelitiannya, perspektif pengukuran keberhasilan berwirausaha dapat dipahami sebagai berikut: *Pertama*, sifat dan variabel demografis sangat mempengaruhi perbedaan keputusan dan tindakan wirausahawan. *Kedua*, prediksi atas keputusan dan tindakan berwirausaha sangat terbatas, banyak keterbatasan metodologis dan konseptual untuk menjelaskannya. *Ketiga*, karena keputusan untuk menjadi seorang wirausahawan dapat dianggap

masuk akal sebagai sukarela dan sadar (Krueger Jr *et al.*, 2000), maka logis untuk menganalisis bagaimana keputusan itu diambil. Dalam pengertian ini, niat berwirausaha akan menjadi langkah pertama dalam proses penciptaan usaha yang berkembang dan terkadang berjangka panjang (Lee & Wong, 2004). Niat terhadap suatu perilaku akan menjadi prediktor tunggal terbaik dari perilaku tersebut (Ajzen, 2011). Cakupan wilayah dalam penelitian ini masih terlalu sempit, sehingga instrumen perlu direplikasi lebih luas dengan melibatkan subjek yang berbeda-beda latar belakang (sosial ekonomi, sosial budaya, sosial politik). Kekhususan budaya dan sosial akan tercermin pada pengaruh variabel eksternal pada anteseden niat (norma sosial, daya tarik pribadi dan *self-efficacy*), terlebih subjek penelitian cenderung homogen.

Kelima instrumen pengukuran keberhasilan pendidikan kewirausahaan tersebut masih terdapat beberapa kelemahan pada pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi. *Pertama*, pembelajaran yang dilakukan dalam berbagai model tersebut masih berfokus terhadap *formal teoritical learning* dan *active practical learning*, serta belum mengakomodir *social learning from others* sebagaimana dikemukakan Muir (2005) dan Rae (2000). Hal ini membatasi pelibatan pihak-pihak terkait, terutama masyarakat. *Kedua*, terdapat instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengukur kebergasilan pendidikan kewirausahaan melalui pelatihan dan bukan melalui kegiatan kurikuler. *Ketiga*, terdapat instrumen yang fokus repondennya adalah wirausahawan, padahal mahasiswa yang menjadi fokus utama subjek penelitian. *Keempat*, cakupan wilayah dalam berbagai penelitian masih terlalu sempit, sehingga instrumen perlu direplikasi lebih luas dengan melibatkan subjek yang berbeda-beda latar belakang (sosial ekonomi, sosial budaya, sosial politik). *Kelima*, berbagai Negara telah mengembangkan pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan, namun faktor demografi dan sosial-budaya memberikan kekhasan tersendiri (Sy-Changco *et al.*, 2013). Instrumen pengukuran keberhasilan berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia ada selama ini belum mampu mengukur/ memprediksi keunikan demografi dan kondisi sosial budaya di Indonesia, karena hanya mengukur pemahaman teori

yang secara umum dibelajarkan dikelas. Hal ini yang membuka peluang peneliti untuk meninjau ulang instrumen pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan agar relevan untuk mengukur niat berwirausaha mahasiswa, sesuai dengan faktor demografi dan sosial-budaya di Indonesia agar mampu memprediksi niat berwirausaha mahasiswa. *Keenam*, masih terdapat tumpang tindih (*over lapping*) dimensi dan indikator dari instrumen-instrumen yang sudah ada, sementara masing-masing instrumen memberikan klaim atas keandalannya dalam memprediksi keberhasilan berwirausaha. Oleh karena itu, untuk menghasilkan instrument pengukuran keberhasilan pembelajaran yang mampu mengukur niat berwirausaha dan sesuai dengan karakteristik demografi dan social-budaya mahasiswa di Indonesia maka perlu dilakukan adaptasi instrument melalui analisis psikometri.

Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut, berbagai klaim dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut: niat berwirausaha mahasiswa tidak dapat berdiri sendiri untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan karena variabel ini dapat di pengaruhi, mempengaruhi dan memediasi variabel lain untuk menilai keberhasilan pembelajaran kewirausahaan (Chukwujiokwe et al., 2013; Ibrahim & Mas'ud, 2016; Linan, 2008b; Mahfud et al., 2020; Neck & Greene, 2011; Rauch & Hulsink, 2015). Selain itu, wirausahawan memiliki karakter unik tertentu seperti niat berwirausaha yang memberikan dorongan bagi mereka dan membedakan mereka dari orang lain (Gürol & Atsan, 2006). Hal ini lah yang menjadi kekhasan dan pembeda atas potensi, keterampilan, niat dan orientasi kewirausahaan masing-masing orang, masyarakat atau wilayah.

Keberhasilan berwirausaha didorong oleh orientasi kewirausahaan yang biasanya merupakan hasil dari cara berbisnis dan kerjasama (Covin & Slevin, 1991). Beberapa penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan usaha salah satunya dipengaruhi oleh keterampilan wirausaha (Chukwujiokwe et al., 2013; Hunjra et al., 2011). Keterampilan wirausaha memainkan peran sentral dalam penemuan, evaluasi, dan eksploitasi peluang yang mendorong munculnya dan pertumbuhan bisnis usaha.

Selanjutnya, variabel *self-efficacy* signifikan meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa. Hal ini didukung beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa *self-efficacy* mahasiswa dalam kemampuan dan keterampilan mereka untuk melakukan tugas sebagai wirausahawan mempengaruhi niat kewirausahaan mereka melalui peningkatan rasa kontrol mereka atas proses kewirausahaan (Carr & Sequeira, 2007; Linan, 2008b) dan meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan dalam prosesnya (Zhao *et al.*, 2005).

Berbagai klaim tersebut juga didukung hasil penelitian yang menyatakan bahwa niat wirausaha adalah prediktor kuat tindakan kewirausahaan (Kautonen *et al.*, 2015). Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa beberapa keterampilan berwirausaha bisa dibelajarkan secara kurikuler (Cho & Lee, 2018; Katz, 2014). Hakikatnya memang terdapat hubungan antara pendidik yang diharapkan menjadi wirausahawan sosial, proses menyadari masalah sosial, mengambil peluang dan menciptakan nilai-nilai baru dengan *Self-efficacy* (Lyons & Bandura, 2019). Dengan demikian, perilaku wirausaha pendidik dengan *self-efficacy* yang tinggi mengarahkan peserta untuk meneliti dan berkomentar sehingga tingkat keberhasilan mahasiswa akan meningkat (Shaheen & AL-Haddad, 2018).

Sebagaimana peneliti uraikan, banyak upaya yang dilakukan untuk mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan. Selama ini belum ada instrumen yang komprehensif mengukur/ memprediksi mahasiswa untuk berniat berwirausaha di Indonesia. Sebagai upaya mengembangkan *outcome* pembelajaran dan profil lulusan yang ditetapkan, maka adaptasi instrumen pengukuran semacam ini sangat penting.

Instrumen yang sudah ada selama ini belum mampu mengukur/ memprediksi tindakan mahasiswa berwirausaha sebagai bentuk keberhasilan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi. Faktor-faktor seperti: karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi dan niat kewirausahaan adalah prasyarat untuk menciptakan lulusan yang siap berwirausaha sebagai bentuk keberhasilan pendidikan kewirausahaan (Çolakoğlu & Gözükkara, 2016). Karakter berwirausaha memiliki keunikan tertentu yang memberikan dorongan dan membedakan mereka

dari orang lain (Gürol & Atsan, 2006). Untuk itu, kehadiran instrumen yang tepat untuk mengukur/ memprediksi keberhasilan pendidikan kewirausahaan sangat mendesak keberadaannya dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia. Hal inilah yang menjadi kekhasan dan pembeda atas instrumen yang sudah ada sebelumnya.

Penelitian yang mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan dengan keunikan karakteristik yang mampu memprediksi tindakan berwirausaha mahasiswa di Indonesia belum ada. Oleh karena itu, diperlukan psikometri dimana psikometri memiliki metode pengukuran tersendiri. Hasil dari psikometri adalah instrumen yang sesuai dengan karakteristik keIndonesiaan yang memiliki validitas, reliabilitas dan deskriminant validitas yang baik untuk mengukur pengaruh karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self efficacy* berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha. Dengan demikian, uji pengaruh/ kausalitas dalam penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mengetahui keberhasilan pembelajaran kewirausahaan yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi di Indonesia.

## **B. Identifikasi Masalah**

Relatif banyak yang sudah melakukan penelitian tentang pengukuran keberhasilan pendidikan kewirausahaan di berbagai perguruan tinggi di dunia. Namun, peneliti menjumpai masih jarang penelitian pengujian instrumen yang sudah ada selama ini untuk disesuaikan dengan karakteristik demografi, sosial, ekonomi, budaya, politik dan agama di Indonesia. Oleh karena itu, peneliti mendapatkan celah penelitian untuk mengadaptasi instrumen variabel karakter, keterampilan, *self efficacy*, orientasi dan niat berwirausaha. Dengan demikian luaran dari penelitian ini juga berbentuk instrumen hasil pengujian ulang (psikometrik) yang memiliki kekhasan Indonesia.

Meskipun masalah keberhasilan pembelajaran kewirausahaan telah diukur dengan baik di perguruan tinggi di Indonesia, namun keberhasilan pembelajaran kewirausahaan selama ini hanya berpijak pada kajian behavioristik. Sehingga dampak nyata mahasiswa mengimplementasikannya masih belum



terprediksi dengan baik. Oleh karena itu penelitian ini juga memberikan gambaran kondisi riil keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia dilihat dari aspek niat berwirausaha mahasiswa, bukan hanya dari aspek pengetahuan.

Sebagaimana penelitian kuantitatif yang berangkat dari keraguan, dibutuhkan data empiris yang menunjukkan bahwa sulit menemukan pengujian yang dilakukan di berbagai daerah terlebih di Indonesia. Data empiris ini memberikan ruang (*gap*) untuk mendapatkan peluang pengujian instrumen yang ada saat ini. Dengan demikian, penelitian ini menghasilkan instrumen baru yang memiliki ciri kekhasan bangsa Indonesia yang heterogen.

Berdasarkan pemaparan tentang identifikasi masalah, peneliti berpendapat bahwa jika perguruan tinggi di Indonesia memiliki data empiris tentang karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha, perguruan tinggi di Indonesia memiliki landasan untuk membuat kebijakan seperti penyusunan kurikulum, model, media, strategi untuk mengembangkan pendidikan kewirausahaannya.

### **C. Pembatasan Masalah**

Peneliti membatasi masalah dalam penelitian ini pada beberapa hal, yaitu:

1. Karakter berwirausaha merujuk kepada penelitian Gurol dan Atsan untuk pembelajaran kurikuler dengan melibatkan 3 pihak (pendidik, peserta didik dan wirausahawan).
2. Keterampilan berwirausaha mengacu kepada keterampilan berwirausaha yang dikembangkan oleh Gibb (1993), Kuratko and Hodgetts (1997) di AS untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan yang dilaksanakan dengan pembentukan ekosistem kewirausahaan.
3. *Self-efficacy* berwirausaha merujuk pada *self-efficacy* berwirausaha yang dikembangkan Aydognmus (2021) untuk mengukur keberhasilan kewirausahaan melalui Pelatihan.

4. Orientasi berwirausaha mengacu pada orientasi berwirausaha yang dikembangkan Satar and Natasha (2019) melalui mekanisme praktik pengalaman lapangan.
5. Niat berwirausaha mengacu pada niat berwirausaha yang dikembangkan Liñán and Chen (2006), untuk mengeneralisir keberhasilan kewirausahaan yang dilaksanakan secara kurikuler.

#### **D. Pertanyaan Penelitian**

Layaknya sebuah pembelajaran, implementasi *critical pedagogy* dalam pendidikan kewirausahaan perlu diukur keberhasilannya dengan menekankan pada karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi dan niat berwirausaha. Namun demikian, belum ada ahli/peneliti yang mengembangkan instrumen pengukuran keberhasilan pendidikan kewirausahaan yang memiliki keunikan demografi mahasiswa di Indonesia.

Sebagaimana kita ketahui, apabila kondisi ini tidak dicarikan solusi maka permasalahan ini tetap ada dan perguruan tinggi tidak memiliki data empiris untuk bagaimana menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan yang mampu menghasilkan lulusan yang berniat berwirausaha. Oleh karena itu, instrumen pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan penting diadaptasi agar mampu memprediksi niat berwirausaha mahasiswa yang sesuai dengan karakteristik keunikan masyarakat Indonesia. Perlunya adaptasi variabel yang membangun konstelasi padu untuk mengukur niat berwirausaha mahasiswa (karakter, keterampilan, *self efficacy* dan orientasi berwirausaha) dalam perspektif ke-Indonesia-an, maka peneliti merumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian tentang bagaimana:

1. pengaruh karakter berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
2. pengaruh karakter berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
3. pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?

4. pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
5. pengaruh *self-efficacy* berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
6. pengaruh *self-efficacy* berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
7. pengaruh orientasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
8. pengaruh karakter berwirausaha terhadap niat berwirausaha melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
9. pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap niat berwirausaha melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
10. pengaruh *self-efficacy* berwirausaha terhadap niat berwirausaha melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia?
11. Model pengukuran penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan mengadaptasi instrumen dan variabel kunci keberhasilan pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia melalui analisis:

1. pengaruh karakter berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
2. pengaruh karakter berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
3. pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
4. pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
5. pengaruh *self-efficacy* berwirausaha terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.

6. pengaruh *self-efficacy* berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
7. pengaruh orientasi berwirausaha terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
8. pengaruh karakter berwirausaha terhadap niat berwirausaha melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
9. pengaruh keterampilan berwirausaha terhadap niat berwirausaha melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
10. pengaruh *self-efficacy* berwirausaha terhadap niat berwirausaha melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
11. model pengukuran pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini memiliki manfaat teoretis khususnya dalam upaya mengukur hasil pembelajaran kewirausahaan berbasis *critical pedagogy* yang mengejawantahkan konsep mendidik sebagai transformasi informasi tentang masyarakat melalui praksis yang melibatkan artikulasi antara teori dan praktik, berpikir dan melakukan (Freire & Moch, 1990; Giroux, 1992; Giroux *et al.*, 1989). *Critical pedagogy* merupakan dasar pengembangan kebijakan MBKM yang dalam penelitian ini di khususkan pada kegiatan wirausaha. Dalam penelitian ini teori *Critical pedagogy* di aplikasikan untuk pembelajaran kewirausahaan. Oleh karena itu, instrumen yang dihasilkan dalam penelitian ini menjadi penting untuk memprediksi keberhasilan niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perguruan Tinggi**

Penelitian ini memberikan alternatif kebijakan bagi perguruan tinggi untuk mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan yang diselenggarakan sebagai bagian dari upaya memprediksi tindakan berwirausaha mahasiswa di Indonesia dengan kekhasan kurikulum yang digunakan.

**b. Bagi Mahasiswa**

Penelitian ini memberikan *feedbacks* kepada pendidik dan mahasiswa terkait pengukuran pembelajaran kewirausahaan yang diselenggarakan. Kewirausahaan tidak hanya sekedar pengetahuan yang dibelajarkan di kelas dengan beban sks tatap muka, kewirausahaan juga membutuhkan pengelolaan karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi dan niat mahasiswa berwirausaha melalui praktikum terstruktur, kontinyu dan berkesinambungan. Dengan demikian instrumen hasil penelitian ini memberikan pengukuran terhadap prediksi tindakan berwirausaha mahasiswa berdasar atas pembelajaran yang dilaksanakannya.

**c. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini merupakan fundamen utama bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam hal pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan berdasarkan faktor internal yaitu karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi dan niat mahasiswa berwirausaha. Oleh karena itu, peneliti lain memiliki peluang untuk mengkaji faktor eksternal keberhasilan pembelajaran kewirausahaan dan mengembangkan model dan kurikulum yang relevan dengan penelitian ini agar kebermanfaatan penelitian ini menjadi komprehensif.

## **II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**

Pada bagian ini peneliti menyajikan berbagai kajian teori terkait dengan pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia. Berbagai kajian tersebut antara lain tentang teori belajar (konstruktivisme, behaviorisme dan humanisme), *teory planned behavior* kewirausahaan, karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha. Adapun deskripsi kajian tersebut dijabarkan sebagai berikut:

### **A. Teori Belajar**

#### **1. Teori Belajar Konstruktivisme**

Salah satu teori atau pandangan yang kita kenal adalah teori belajar konstruktivisme yang merupakan teori perkembangan mental Piaget. Teori belajar konstruktivisme berkenaan dengan kesiapan anak untuk belajar, yang dikemas dalam tahap perkembangan intelektual dari lahir hingga dewasa. Lebih jauh Piaget mengemukakan bahwa pengetahuan tidak diperoleh secara pasif oleh seseorang, melainkan melalui tindakan. Pembentukan pengetahuan menurut model konstruktivisme memandang subjek aktif menciptakan struktur-struktur kognitif dalam interaksinya dengan lingkungan (Barrouillet, 2015).

Menurut teori konstruktivisme yang terpenting adalah bahwa dalam proses pembelajaran peserta didiklah yang harus mendapatkan penekanan. Merekalah yang harus aktif mengembangkan pengetahuan mereka, bukannya guru atau orang lain. Mereka harus bertanggung jawab terhadap hasil belajarnya. Penekanan belajar secara aktif ini perlu dikembangkan. Kreativitas dan keaktifan peserta didik akan membantu mereka untuk berdiri sendiri dalam kehidupan kognitifnya untuk menyelesaikan masalah (Ensslin *et al.*, 2020). Berkaitan dengan hal itu, Slavin (2003) menyatakan bahwa guru/dosen perlu memberi kemudahan dalam

proses penyelesaian masalah dengan memberi kesempatan kepada peserta didik untuk menemukan atau menerapkan ide-ide mereka sendiri.

Pengetahuan dalam pengertian konstruktivisme tidak dibatasi pada pengetahuan logis dan tinggi. Pengetahuan di sini juga dapat mengacu pada pembentukan gagasan, gambaran, pandangan akan sesuatu atau gejala sederhana. Pengalaman dan lingkungan kadang punya arti lain dengan arti sehari-hari. Pengalaman tidak harus selalu pengalaman fisis seseorang seperti melihat, merasakan dengan inderanya, tetapi dapat pula pengalaman mental yaitu berinteraksi secara pikiran dengan suatu objek (Socall & Holtgraves, 1992). Dalam konstruktivisme kita sendiri yang aktif dalam mengembangkan pengetahuan. Pemerolehan ini dilakukan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan, menggali dan menilai sendiri apa yang kita ketahui (Von Glasersfeld, 1995).

Proses pembelajaran yang terjadi menurut pandangan konstruktivisme menekankan pada kualitas dari keaktifan peserta didik dalam menginterpretasikan dan membangun pengetahuannya. Setiap organisme menyusun pengalamannya dengan jalan menciptakan struktur mental dan menerapkannya dalam pembelajaran. Suatu proses aktif terjadi dimana organisme atau individu berinteraksi dengan lingkungannya dan mentransformasinya ke dalam pikirannya dengan bantuan struktur kognitif yang telah ada dalam pikirannya (Chomsky, 1980). Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan pembelajaran konstruktivisme, yaitu: (1) mengutamakan pembelajaran yang bersifat nyata dalam konteks yang relevan, (2) mengutamakan proses, (3) menanamkan pembelajaran dalam konteks pengalaman sosial, (4) pembelajaran dilakukan dalam upaya mengkonstruksi pengalaman.

Konstruktivisme Vygotski memandang bahwa pengetahuan dikonstruksi secara kolaboratif antar individu dan keadaan tersebut dapat disesuaikan oleh setiap individu. Proses dalam kognisi diarahkan melalui adaptasi intelektual dalam konteks sosial budaya. Proses penyesuaian itu equivalen dengan pengkonstruksian pengetahuan secara intra individu yakni melalui proses regulasi diri internal. Berkaitan dengan hal ini, para konstruktivis Vygotski lebih



menekankan pada penerapan teknik saling tukar gagasan antar individu (Liu & Matthews, 2005). Dua prinsip penting yang diturunkan dari teori Vygotsky adalah: (1) mengenai fungsi dan pentingnya bahasa dalam komunikasi sosial yang dimulai proses pencanderaan terhadap tanda (*sign*) sampai kepada tukar menukar informasi dan pengetahuan, (2) *zone of proximal development*. Guru sebagai mediator memiliki peran mendorong dan menjembatani peserta didik dalam upayanya membangun pengetahuan, pengertian, dan kompetensi.

Sumbangan penting teori Vygotsky adalah penekanan pada hakikat pembelajaran sosiokultural. Inti teori Vygotsky adalah menekankan interaksi antara aspek internal dan eksternal dari pembelajaran dan penekanannya pada lingkungan sosial pembelajaran. Menurut teori Vygotsky, fungsi kognitif manusia berasal dari interaksi sosial masing-masing individu dalam konteks budaya (Slavin, 2003). Vygotsky juga yakin bahwa pembelajaran terjadi saat peserta didik bekerja menangani tugas-tugas yang belum dipelajari namun tugas-tugas tersebut masih dalam jangkauan kemampuannya atau tugas-tugas itu berada dalam *zone of proximal development* mereka. *Zone of proximal development* adalah daerah antar tingkat perkembangan sesungguhnya yang didefinisikan sebagai suatu kemampuan memecahkan masalah secara mandiri dan tingkat perkembangan potensial yang didefinisikan sebagai kemampuan pemecahan masalah dibawah bimbingan orang dewasa atau teman sebaya yang lebih mampu. Dalam hal ini, Vygostky menyatakan bahwa pengetahuan dibangun peserta didik dalam konteks budaya dan atas dasar interaksinya dengan teman sebaya atau faktor eksternal yang lain, dengan demikian, konsep tidak bisa dibangun tanpa melakukan interaksi sosial (Howe, 1996).

Impilkasi dari teori konstruktivis dalam proses pembelajaran adalah peserta didik melakukan proses aktif dalam mengkonstruksi gagasan-gagasannya menuju konsep yang bersifat ilmiah. Peserta didik menyeleksi dan mentransformasi informasi, mengkontsruksi dugaan-dugaan (hipotesis) dan membuat suatu keputusan dalam struktur kognitifnya. Struktur kognitif (skema, model mental) yang dimiliki digunakan sebagai wahana untuk memahami berbagai macam pengertian dan pengalamannya. Ada beberapa aspek utama

dalam upaya mengimplementasikan teori konstruktivis ini dalam pembelajaran, yaitu: (a) peserta didik sebagai pusat pembelajaran, (b) pengetahuan yang akan disajikan disusun secara sistematis dan terstruktur sehingga mudah dipahami oleh peserta didik. (Yuberti *et al.*, 2019).

Pembelajaran penemuan (*discovery learning*) dari Bruner merupakan model pembelajaran yang didasarkan pada pandangan kognitif tentang prinsip-prinsip konstruktivis. Peserta didik didorong untuk terlibat aktif dalam pembelajaran dengan konsep-konsep dan prinsip-prinsip, sehingga memperoleh pengalaman yang lebih mendalam melalui suatu kegiatan yang memungkinkan mereka menemukan konsep-konsep dan prinsip-prinsip untuk diri mereka sendiri (Slavin, 2003).

Prinsip belajar konstruktivisme memandang orientasi dan niat berwirausaha mahasiswa adalah sebuah pengetahuan yang diperoleh melalui tindakan. Mahasiswa merupakan subjek aktif yang menciptakan struktur-struktur kognitif dalam interaksinya dengan lingkungan (dosen, mahasiswa, praktisi wirausaha dan masyarakat). Teori *planned behaviour* sebagai bagian dari prinsip belajar konstruktivisme memandang bahwa niat berwirausaha merupakan faktor tunggal penentu keputusan/ perilaku berwirausaha. Namun, niat berwirausaha tidak bisa secara parsial untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di Indonesia karena dipengaruhi oleh sikap individu terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Temuan ini mengisyaratkan bahwa aplikasi prinsip belajar konstruktivisme dalam pembelajaran kewirausahaan didukung oleh teori behavioristik berupa keterampilan dan humanistik berupa karakter dan *self efficacy*.

## **2. Teori Belajar Behavioristik**

Keterampilan berwirausaha merupakan faktor yang penting dalam menentukan orientasi dan niat berwirausaha. Keterampilan berwirausaha merupakan hasil dari penguatan (*reinforcement*) sikap yang memperkuat timbulnya respon. Menurut prinsip belajar behavioristik, perubahan tingkah laku sebagai akibat dari adanya interaksi antara stimulus dan respon. Dengan kata lain,

belajar merupakan bentuk perubahan yang dialami mahasiswa dalam hal kemampuannya untuk bertingkah laku dengan cara yang baru sebagai hasil interaksi stimulus dan respon. Seseorang dianggap telah belajar sesuatu jika ia dapat menunjukkan perubahan tingkah laku. Menurut prinsip belajar ini yang terpenting adalah masukan atau *input* yang berupa stimulus dan keluaran atau *output* yang berupa respon. Stimulus adalah apa saja yang diberikan pendidik kepada peserta didik. Oleh sebab itu, apa saja yang diberikan pendidik (stimulus) dan apa yang dihasilkan peserta didik (respon), semuanya harus dapat diamati dan diukur. Teori ini mengutamakan pengukuran, sebab pengukuran merupakan suatu hal yang penting untuk melihat terjadi tidaknya perubahan tingkah laku (Cooper *et al.*, 2020). Faktor lain yang dianggap penting oleh aliran behavioristik adalah faktor penguatan (*reinforcement*). Penguatan adalah apa saja yang dapat memperkuat timbulnya respon. Bila penguatan positif (*positive reinforcement*) maka respon akan semakin kuat, begitu juga bila penguatan negatif (*negative reinforcement*) responpun akan tetap dikuatkan.

Teori behaviorisme yang menekankan adanya hubungan antara stimulus (S) dengan respons (R) secara umum dapat dikatakan memiliki arti yang penting bagi peserta didik untuk meraih keberhasilan belajar (Kaplan & Patrick, 2016). Caranya, pendidik banyak memberikan stimulus dalam proses pembelajaran, dan dengan cara ini peserta didik akan merespons secara positif apa lagi jika diikuti dengan adanya reward yang berfungsi sebagai *reinforcement* (penguatan terhadap respons yang telah ditunjukkan). Dalam konteks pembelajaran ada beberapa prinsip umum yang harus diperhatikan yaitu: (a) Teori ini beranggapan bahwa yang dinamakan belajar adalah perubahan tingkah laku. Seseorang dikatakan telah belajar sesuatu jika yang bersangkutan dapat menunjukkan perubahan tingkah laku tertentu. (b) Teori ini beranggapan bahwa yang terpenting dalam belajar adalah adanya stimulus dan respons, sebab inilah yang dapat diamati. Sedangkan apa yang terjadi di antaranya dianggap tidak penting karena tidak dapat diamati. (c) *Reinforcement*, yakni apa saja yang dapat menguatkan timbulnya respons, merupakan faktor penting dalam belajar. Respons akan semakin kuat apabila *reinforcement* (baik positif maupun negatif) ditambah (Moore, 1999).

Jika yang menjadi titik tekan dalam proses terjadinya belajar pada diri peserta didik adalah timbulnya hubungan antara stimulus dengan respons, di mana hal ini berkaitan dengan tingkah laku apa yang ditunjukkan oleh peserta didik, maka penting kiranya untuk memperhatikan hal-hal sebagai berikut: (1) pendidik hendaknya paham tentang jenis stimulus apa yang tepat untuk diberikan kepada peserta didik. (2) pendidik juga mengerti tentang jenis respons apa yang akan muncul pada diri peserta didik. (3) Untuk mengetahui apakah respons yang ditunjukkan peserta didik ini benar-benar sesuai dengan apa yang diharapkan, maka pendidik harus mampu : a) Menetapkan bahwa respons itu dapat diamati (*observable*). b) Respons yang ditunjukkan oleh peserta didik dapat pula diukur (*measurable*). c) Respons yang diperlihatkan peserta didik hendaknya dapat dinyatakan secara eksplisit atau jelas kebermaknaannya (eksplisit). d) Agar respons itu dapat senantiasa terus terjadi atau setia dalam ingatan/tingkah laku peserta didik, maka diperlukan sekali adanya semacam hadiah (*reward*) (Staddon, 2021).

Clark (2018) menyatakan bahwa teori belajar ini mencakup empat hukum, yaitu hukum kesiapan, hukum latihan, hukum efek, dan hukum sikap. Hukum kesiapan berarti bahwa kegiatan pembelajaran akan memberikan hasil yang diinginkan jika ada kesiapan, baik kesiapan oleh pendidik maupun peserta didik. Hukum latihan memiliki arti bahwa semakin banyak latihan, semakin besar peluang untuk berhasil. kegiatan pembelajaran akan berhasil jika peserta didik dibiasakan untuk latihan secara kontinu dan terukur. Hukum efek berarti bahwa efek yang dirasakan oleh peserta didik setelah belajar akan memotivasi dirinya untuk terus belajar. Contohnya, seorang peserta didik mendapatkan hadiah berupa buku paket Matematika karena berhasil mendapatkan nilai sempurna di ujian tulis Matematika. Efek yang dirasakan adalah bangga dan bahagia. Efek itu diharapkan bisa memotivasi peserta didik tersebut untuk terus belajar. Hukum sikap berarti sikap yang terbentuk setelah melakukan pembelajaran. Perubahan sikap dipengaruhi oleh hal-hal yang ia dapatkan selama kegiatan pembelajaran berlangsung.

Keterampilan dalam konteks berwirausaha terbentuk dari rangsangan stimulus dan direspon oleh keunikan pribadi dari setiap orang, dan ini menjadi bagian dari prinsip belajar behavioristik. Walaupun demikian, keterampilan mahasiswa dalam berwirausaha perlu didukung keyakinan diri yang baik dan karakter diri yang kuat sebagai bagian dari prinsip belajar humanistik, karena akan menjadi kekhasan kreatifitas dan inovasi yang akan dilahirkan untuk berhasil

### **3. Teori Belajar Humanistik**

Teori humanistik menyatakan bahwa manusia berhak mengenali dirinya sendiri sebagai langkah untuk belajar, sehingga diharapkan mampu mencapai aktualisasi diri (Dewey, 1904). Tidak heran jika penganut teori humanistik beranggapan bahwa proses belajar dinilai lebih penting daripada hasil belajar itu sendiri. Pada dasarnya, teori belajar humanistik adalah sebuah teori belajar yang memanusiakan manusia. Pembelajaran hendaknya dipusatkan pada pribadi seseorang atau mahasiswa. Teori ini menekankan pada pendidikan yang berfokus pada bagaimana menghasilkan sesuatu yang efektif, bagaimana belajar yang bisa meningkatkan kreativitas dan memanfaatkan potensi yang ada pada seseorang (Maslow, 2013). Teori humanistik ini muncul sebagai bentuk perlawanan terhadap teori belajar behavioristik, yang dianggap terlalu kaku, pasif, bahkan penurut ketika menggambarkan manusia.

Teori Humanistik memandang manusia dari dimensi tempat dia tinggal, karena lingkungan juga akan mempengaruhinya secara manusiawi. Manusia memiliki kebebasan individu untuk mengungkapkan pendapat dan menentukan pilihannya. Oleh karena itu, ada 5 (lima) hal yang perlu diperhatikan dalam mempelajari Teori Humanistik, yaitu: 1) Keberadaan manusia tidak dapat direduksi ke dalam komponen-komponen. 2) Manusia memiliki keunikan tersendiri. 3) Manusia memiliki kesadaran akan dirinya dan mengadakan hubungan dengan orang lain. 4) Manusia memiliki pilihan dan bertanggung jawab atas semua pilihannya. 5) Manusia memiliki kesadaran untuk mencari makna, nilai, dan kreativitas (Schneider *et al.*, 2014).

Tujuan nyata dari manusia adalah pemenuhan yang dapat mereka capai dengan pencapaian/prestasi dalam diri mereka dan dunia. Aktualisasi diri melalui pengalaman-pengalaman yang muncul dari kreativitas masing-masing individu. Peran aktif individu melalui inisiatif-inisiatif mereka sendiri untuk memenuhi tujuan hidupnya (Buhler, 1971). Sejalan dengan Buhler, Maslow berpendapat bahwa semua perilaku manusia dapat dijelaskan sebagai usaha atau motivasi untuk memenuhi segala kebutuhannya. Maslow membagi kebutuhan manusia ke dalam 5 (lima) kategori, yaitu: 1) Kebutuhan fisiologis (*physiological*) 2) Kebutuhan keamanan (*safety*) 3) Kebutuhan cinta dan kepemilikan (*love/belonging*) 4) Kebutuhan penghargaan (*esteem*) 5) Kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualization*) (Maslow, 1968). Oleh karena itu, jika seseorang diberi kebebasan dan dukungan emosional untuk betumbuh, mereka bisa berkembang menjadi manusia yang berfungsi secara penuh (Joseph, 2021). Adanya dukungan dari lingkungan yang menerima dan memahami situasi terapeutik, seseorang akan mampu memecahkan masalahnya sendiri dan berkembang menjadi individu yang mereka inginkan.

Manusia memegang kendali terhadap kehidupan dan perilaku mereka, serta berhak untuk mengembangkan sikap dan kepribadian mereka. Masih dalam pandangan humanism, belajar bertujuan untuk menjadikan manusia selayaknya manusia, keberhasilan belajar ditandai bila peserta didik mengenali dirinya dan lingkungan sekitarnya dengan baik. Peserta didik dihadapkan pada target untuk mencapai tingkat aktualisasi diri semaksimal mungkin. Humanisme meyakini pusat belajar ada pada peserta didik dan pendidik berperan hanya sebagai fasilitator. Sikap serta pengetahuan merupakan syarat untuk mencapai tujuan pengaktualisasian diri dalam lingkungan yang mendukung. Pada dasarnya manusia adalah makhluk yang spesial, mereka mempunyai potensi dan motivasi dalam pengembangan diri maupun perilaku, oleh karenanya setiap individu adalah merdeka dalam upaya pengembangan diri serta pengaktualisasiannya.

Prinsip belajar humanistik memandang karakter dan *self efficacy* berwirausaha merupakan kebebasan dan dukungan emosional untuk menerima dan memahami situasi *terapeutik* yang mampu memecahkan masalahnya sendiri

dan berkembang menjadi wirausahawan yang sesuai minat dan nuraninya. Teori hierarki kebutuhan Maslow sebagai bagian dari prinsip belajar humanistik memandang bahwa karakter dan *self efficacy* merupakan dasar dalam memenuhi setiap tingkatan kebutuhan. Oleh karena itu, karakter dan *self efficacy* berwirausaha juga perlu diberi penguatan dan pengalaman interaksi dengan lingkungan untuk menguatkan tindakan, keputusan dan perilaku berwirausahanya.

## **B. Teori Modal Manusia**

Setiap pekerjaan hakikatnya membutuhkan keterampilan dan kecocokan dengan latar pendidikannya. Teori modal manusia (*Theory Planned Behavior*) menganggap pendidikan sebagai modal manusia yang penting, yang dapat meningkatkan produktivitas individu, sehingga meningkatkan pendapatan individu (Schultz, 1961; Spring, 2015). Modal manusia dikategorikan menjadi modal manusia umum dan khusus, dengan yang pertama diterapkan di banyak pekerjaan dan yang terakhir di pekerjaan tertentu (Becker, 2009). Menurut teori modal manusia, pembelajaran profesional membantu mahasiswa mendapatkan modal manusia tertentu. Oleh karena itu, ketika seorang pembelajar gagal untuk bekerja dalam pekerjaan yang tidak sesuai dengan pembelajarannya, ini mengakibatkan hilangnya modal manusia tertentu, dan mungkin menyebabkan penurunan pendapatannya (Kuzminov *et al.*, 2019; Wiles, 1974). Selanjutnya, ketika pelajar dilatih dalam disiplin profesional seperti ilmu kedokteran dan teknik, mereka memperoleh modal manusia yang lebih spesifik, yang meningkatkan akses mereka ke dunia kerja, dan membuat mereka lebih mungkin untuk memilih, posisi yang dicirikan oleh kecocokan pekerjaan.

Teori penyaringan membahas fungsi ekonomi pendidikan dari perspektif asimetri informasi, menekankan fungsi sinyal dan penyaringan pendidikan. Ini menyatakan bahwa pelajar mencari lebih banyak pendidikan untuk menunjukkan kepemilikan produktivitas tinggi mereka kepada calon pemberi kerja. Oleh karena itu, fungsi pendidikan lebih untuk membedakan dan menyaring orang-orang dengan produktivitas tinggi untuk memanfaatkan keterampilan individu dengan sebaik-baiknya. Dengan demikian, pendidikan memiliki fungsi sinyal yang kuat



(Spence, 1978). Sesuai dengan teori penyaringan, seharusnya tidak ada perbedaan produktivitas (yaitu, tidak ada perbedaan pendapatan) antara pekerja dengan pekerjaan utama yang cocok dan mereka yang tidak cocok dengan pekerjaan utama (Wiles, 1974).

Banyak studi dalam literatur telah meneliti masalah kecocokan pekerjaan, terutama mencakup dua bidang. *Pertama*, melibatkan faktor-faktor yang secara signifikan mempengaruhi kecocokan pekerjaan individu dan yang kedua, hubungan antara kecocokan pekerjaan dan pendapatan. Misalnya, Boudarbat dan Chernoff menemukan bahwa demografi (misalnya, jenis kelamin) dan karakteristik sosial ekonomi (misalnya, latar belakang keluarga) tidak berpengaruh signifikan pada kecocokan pekerjaan individu (Boudarbat & Chernoff, 2009). Di sisi lain, tingkat pencapaian pendidikan, catatan akademik, dan jurusan khusus seseorang di antara pertimbangan lainnya, akan secara signifikan meningkatkan kemungkinan dia akan bekerja pada posisi yang ditandai dengan kecocokan pekerjaan. Pengamatan ini dibagikan oleh penelitian lain yang menemukan pilihan mahasiswa dari disiplin mata pelajaran yang mengandung modal manusia yang lebih spesifik memiliki kemungkinan yang lebih tinggi secara signifikan untuk mengalami kecocokan pekerjaan (Heijke *et al.*, 2003; Lv *et al.*, 2012; Robst, 2007a, 2007b).

Dewasa ini kewirausahaan menjadi isu strategis di berbagai Negara mengingat semakin terbatasnya lapangan pekerjaan formal dan perkembangan teknologi informasi yang berdampak pada hilang, muncul dan berubahnya berbagai jenis pekerjaan. Kewirausahaan menjadi solusi terhadap permasalahan tersebut, karena setiap orang dituntut kreatif dalam mengembangkan berbagai peluang yang ada. Kewirausahaan merupakan konsep terintegrasi melekat ke dalam diri seseorang atau perusahaan untuk menganalisis dan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara yang kreatif sehingga menciptakan inovasi-inovasi baru. Konsep inilah yang telah merevolusi cara bisnis dan usaha sosial dilakukan di setiap tingkatan individu di setiap wilayah sehingga menghasilkan kreatifitas yang bersifat khas dan unik. Kekhasan inilah yang membuat para ahli memberikan definisi yang beragam terhadap aktivitas kewirausahaan.

### **C. Kewirausahaan**

Kewirausahaan merupakan kreasi dan inovasi yang muncul dalam rutinitas bisnis yang hakekatnya merupakan fenomena dibawah aspek kepemimpinan (Trimi & Berbegal-Mirabent, 2012). Kreatifitas hakikatnya merupakan upaya untuk memanfaatkan peluang sehingga memunculkan inovasi kebaruan dari sebuah produk, kreatifitas ini yang menurut Schumpeter lahir dari sebuah manajemen kepemimpinan (Kirzner, 1999). Pendapat ini selaras dengan kewirausahaan sebagai jembatan antara kebutuhan masyarakat dengan potensi ekonomi yang dimiliki, sehingga hal tersebut berorientasi pada keuntungan (Markley *et al.*, 2015). Kesenjangan antara kebutuhan dan potensi inilah yang menghasilkan peluang yang bila dimanfaatkan dengan bijak akan menghasilkan keuntungan. Pendapat lain menyatakan bahwa mengartikan kewirausahaan sebagai perilaku pengambilan inisiatif, pengorganisasian atau penataan kembali mekanisme sosial ekonomi untuk mengubah sumber daya dan situasi menjadi hal yang bisa di praktekkan dengan pertimbangan berbagai risiko kegagalan (Glancey *et al.*, 2000). Hal ini sejalan dengan kewirausahaan merupakan proses dinamis untuk menciptakan keuntungan tambahan dengan berbagai risiko utama dalam hal ekuitas, waktu, dan atau komitmen karier sehingga memberikan nilai untuk beberapa produk atau layanan (Fayolle, 2007). Produk atau layanan itu sendiri mungkin bukan barang baru atau unik tetapi memiliki daya saing dengan produk yang ada.

Kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan, dan kreasi seseorang untuk memperoleh keuntungan dari suatu peluang dengan memanfaatkan segala sumber daya yang ada dan dimiliki. Ini membutuhkan sebuah kreatifitas untuk mengintegrasikan kemauan, kemampuan dan semangat untuk menciptakan dan menerapkan ide-ide baru yang menambah nilai. Modal penting dalam proses ini meliputi kesediaan untuk mengambil resiko, kemampuan untuk menyusun tim usaha, kreatifitas, dan visi untuk mengenali peluang yang dilihat orang lain sebagai kekacauan, kelemahan, kontradiksi dan kebingungan (Frederick *et al.*, 2016). Dalam kajian kontemporer, kewirausahaan melibatkan inter disiplin ilmu, yang berarti mengintegrasikan berbagai bidang kajian dan

melintasi batas pemikiran secara parsial. Dengan demikian, di dalamnya terdapat berbagai pendekatan yang dapat meningkatkan pemahaman seseorang tentang kondisi lapangan (Connelly *et al.*, 2010).

Kewirausahaan merupakan metode ilmiah untuk menjawab bagaimana produk dan layanan baru dapat dibuat dan kepada siapa mereka dapat melayani (Shane & Venkataraman, 2000) dan menggunakan peluang dan sumber daya yang tersedia dalam penciptaan produk dan layanan baru (Eckhardt & Shane, 2003). Ciri-ciri individu yang disebut sebagai wirausaha digunakan untuk mendefinisikan konsep wirausaha. Individu-individu ini dicirikan oleh kemampuan mereka untuk berinovasi (Filion, 2021). Kewirausahaan mengedepankan penciptaan nilai, yang mencakup fitur-fitur seperti jaringan, perilaku proaktif dan tidak mementingkan diri sendiri, kualitas yang terutama diharapkan dimiliki oleh pendidik (Prabhu, 1999).

## **1. Teori-Teori Kewirausahaan**

Beberapa teori yang telah dikemukakan oleh para ilmuwan untuk menjelaskan bidang kewirausahaan. Teori-teori ini berakar pada ekonomi, psikologi, sosiologi, antropologi, manajemen, dan pendidikan (Aji *et al.*, 2018).

### **a. *Economic Entrepreneurship Theories***

Teori kewirausahaan ekonomi memiliki akar yang dalam pada teori ekonomi klasik dan neoklasik, dan proses pasar Austria (*Austria Market Process*). Teori-teori ini mengeksplorasi faktor ekonomi yang meningkatkan perilaku kewirausahaan.

#### **1) Teori Klasik (*Classical Theory*)**

Teori klasik mendukung kebijakan perdagangan bebas, spesialisasi, dan persaingan (Ricardo, 1817). Teori ini adalah hasil revolusi industri Inggris yang berlangsung pada pertengahan 1700 dan berlangsung sampai tahun 1830. Gerakan klasik tersebut menggambarkan peran pengarah pengusaha dalam konteks produksi dan distribusi barang di pasar yang kompetitif (Say, 1803). Ahli teori klasik mengartikulasikan tiga mode produksi yaitu tanah, modal, dan tenaga kerja. Pada konteks ini sumberdaya tanah, modal, dan tenaga kerja merupakan faktor

yang penting yang perlu dipertimbangkan mahasiswa untuk melaksanakan dan mengembangkan wirausahanya. Tanah atau ruang usaha merupakan kebutuhan penting dalam menjalankan kegiatan ekonomi. Keberadaan ruang menentukan eksistensi sebuah usaha yang dijalankan karena menjadi pusat terjadinya usaha yang dijalankan. Modal usaha merupakan aspek materi dan non materi yang diperlukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan atas proses sirkulasi usaha yang dijalankan. Sehingga modal merupakan kebutuhan materi/ non materi yang dipakai sebagai pokok (induk) untuk menjalankan usaha dan dapat dipergunakan untuk menghasilkan sesuatu untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan tenaga kerja merupakan orang/ sekelompok orang yang bekerja aktif yang siap bekerja dan sedang mencari pekerjaan. Bisa dikatakan bahwa tenaga kerja adalah orang yang bekerja atau mengerjakan sesuatu, pekerja, pegawai, dan sebagainya. Ketersediaan tenaga kerja yang melimpah akan menentukan berkembangnya sebuah usaha karena akan sangat menentukan biaya produksi/ operasional melalui upah yang diberikan.

## 2) Teori Neo Klasik (*Neo-classical Theory*)

Model neo-klasik muncul dari kritik model klasik dan menunjukkan bahwa pertumbuhan usaha bersumber pada penambahan dan perkembangan faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran/ agregat. Teori neo klasik pertama kali dikemukakan oleh dua orang ekonom yaitu Robert Solow dan Trevor Swan. Teori pertumbuhan ini juga menekankan bahwa perkembangan faktor-faktor produksi dan kemajuan teknologi merupakan faktor penentu dalam pertumbuhan ekonomi. Wilayah yang maju akumulasi modalnya lebih cepat dibandingkan dengan wilayah lain yang secara cepat atau lambat akan mengalami penurunan dalam pengambilan akumulasi modalnya. Investasi di wilayah yang tertinggal akan menjadi lebih menarik dan produktif untuk migrasi tenaga kerja antar wilayah, pergerakan modal, dan pergeseran teknologi (Murphy et al., 2006).

Teori neoklasik menggunakan tiga pendekatan, yaitu pendekatan pasar bebas, pendekatan ekonomi politik baru dan pendekatan ramah pasar, untuk mengembangkan usaha. Berbeda dengan model ketergantungan internasional,

pendekatan ini berpendapat bahwa keterbelakangan bukanlah hasil dari kegiatan predator dari Negara maju dan lembaga internasional tetapi lebih disebabkan oleh masalah domestik yang timbul dari intervensi Negara yang berat seperti alokasi sumber daya yang buruk, dan pemerintah yang menimbulkan distorsi harga dan korupsi (Mayer & Gereffi, 2010). Model pertumbuhan neoklasik Solow menekankan pentingnya tiga faktor pertumbuhan output: peningkatan kuantitas dan kualitas tenaga kerja (melalui pertumbuhan penduduk dan pendidikan), peningkatan modal (melalui tabungan dan investasi) dan peningkatan teknologi (Dang *et al.*, 2015). Perubahan teknologi dalam model Solow disediakan secara eksogen. Dengan demikian, dengan tingkat kemajuan teknologi yang sama, tingkat pertumbuhan diharapkan akan menyatu di seluruh Negara. Dengan membuka pasar nasional melalui kewirausahaan, Negara berkembang dapat menarik tambahan investasi domestik dan asing, sehingga meningkatkan tingkat akumulasi modal dan pengembalian investasi. Konsekuensinya, Negara-Negara berkembang cenderung mengarah ke tingkat pendapatan per kapita yang lebih tinggi. Ekonom neoklasik berfokus pada pasar untuk mencari jalan keluar bagi Negara-Negara berkembang. Kebijakan liberalisasi, stabilisasi, dan privatisasi karenanya menjadi unsur sentral agenda pembangunan nasional. Dalam konteks ini, kerangka hukum dan peraturan dan kelembagaan, budaya dan sejarah yang berbeda dari Negara-Negara berkembang sangat merangsang pembangunan ekonomi (Mundy & Verger, 2016).

### 3) *Austrian Market Process (AMP)*

*Austrian Market Process (AMP)* merupakan model yang dipengaruhi oleh berkonsentrasi pada tindakan manusia dalam konteks ekonomi pengetahuan. Dan dalam konteks ini, kewirausahaan sebagai pendorong sistem berbasis pasar (Schumpeter & Nichol, 1934; Zaefarian *et al.*, 2015). Dengan kata lain, fungsi penting suatu kewirausahaan adalah menciptakan sesuatu yang baru yang menghasilkan proses yang berperan sebagai dorongan bagi gerak ekonomi pasar yang realitas dan dinamis. Dalam menjelaskan hal ini, wirausahawan menunjukkan fakta bahwa pengetahuan peluang dan kesenjangan

dikomunikasikan ke seluruh sistem pasar sehingga inovasi terjadi, selanjutnya pengusaha memenuhi kebutuhan pasar, dan perubahan tingkat sistem terjadi (Murphy et al., 2006). Jika seorang wirausahawan tahu cara membuat barang atau jasa baru, atau mengetahui cara yang lebih baik untuk melakukannya, manfaat bisa didapat melalui pengetahuan ini. Pengusaha memberdayakan pengetahuan ketika mereka yakin akan memperoleh beberapa keuntungan yang ditentukan secara individu.

AMP menolak anggapan bahwa suatu peluang dan kesenjangan akan berulang, dan selalu mengarah pada hasil yang sama dalam sistem ekonomi. Sebaliknya, pengusaha diberikan insentif untuk menggunakan pengetahuan episodik (yaitu, mungkin tidak pernah terlihat sebelumnya dan tidak pernah terlihat lagi), untuk menghasilkan nilai. AMP didasarkan pada tiga konseptualisasi utama (Kirzner, 1999). Yang pertama adalah pasar arbitrase di mana peluang muncul bagi pelaku pasar tertentu karena orang lain mengabaikan peluang tertentu atau melakukan aktivitas yang kurang optimal. Yang kedua adalah kewaspadaan terhadap peluang menghasilkan keuntungan, yang ditemukan pengusaha. Konseptualisasi ketiga, adalah bahwa kewirausahaan merupakan suatu yang unik karena setiap orang memiliki kompetensi, keterampilan dan peminatan yang beragam. Dengan kata lain, kewirausahaan tidak memerlukan kepemilikan sumber daya, yang dibutuhkan adalah sebuah gagasan yang mampu mengantisipasi ketidakpastian dan risiko (Murphy et al., 2006). Konseptualisasi ini menunjukkan bahwa setiap kesempatan adalah unik, dan oleh karena itu aktivitas sebelumnya tidak dapat digunakan untuk memprediksi hasil secara handal. Walaupun demikian AMP juga mendapat kritikan, pertama adalah bahwa sistem pasar tidak sepenuhnya kompetitif namun dapat melibatkan kerja sama dalam persaingan. *Kedua*, adalah monopoli sumber daya dapat menghambat persaingan dan kewirausahaan. *Ketiga*, adalah bahwa kecurangan / penipuan dan pajak / kontrol juga berkontribusi terhadap aktivitas sistem pasar. *Keempat*, perusahaan swasta dan Negara berbeda tapi keduanya bisa berwirausaha, *Kelima*, kewirausahaan bisa terjadi dalam situasi sosial non-pasar tanpa persaingan. Kritik

terhadap AMP telah memberi dorongan pada penjelasan terakhir dari psikologi, sosiologi, antropologi, dan manajemen.

### **b. *Psychological Entrepreneurship Theories***

Tingkat analisis dalam teori psikologis adalah individu (Landström, 1998). Teori-teori ini menekankan karakteristik pribadi yang mendefinisikan kewirausahaan. Sifat kepribadian dibutuhkan untuk pencapaian *locus of control*, pengambilan risiko, inovasi, dan toleransi terhadap ambiguitas (Dehghanzadeh *et al.*, 2016). Bagi para ahli, karakteristik adalah kualitas keturunan atau potensi individu yang secara alami membuatnya menjadi pengusaha. Model psikologi ini memberikan beberapa wawasan tentang sifat atau kualitas bawaan ini dengan mengidentifikasi karakteristik yang terkait dengan wirausahawan. Ciri-ciri memberi kita petunjuk atau pemahaman tentang sifat atau potensi bawaan ini. Sebenarnya, sifat kepribadian merupakan kesimpulan dari perilaku (Soto & Tackett, 2015). Beberapa karakteristik atau perilaku yang terkait dengan wirausahawan adalah bahwa mereka cenderung lebih didorong oleh kesempatan, menunjukkan tingkat kreativitas dan inovasi yang tinggi, dan menunjukkan tingkat keterampilan manajemen dan pengetahuan bisnis yang tinggi.

#### 1) *Locus of Control*

*Locus of control* adalah aspek penting kepribadian. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Julian Rotter di tahun 1950an. Dalam penelitian ini *Locus of Control* dipersepsikan sebagai penyebab utama peristiwa kewirausahaan dalam hidupnya (Rotter & Smith, 1966). Dengan kata lain, orientasi *locus of control* adalah kepercayaan tentang apakah hasil tindakan kewirausahaan bergantung pada apa yang dilakukan (orientasi pengendalian internal) atau pada kejadian di luar kendali pribadi (orientasi kontrol eksternal). Dalam konteks ini, kesuksesan pengusaha berasal dari kemampuannya sendiri dan juga dukungan dari luar. Yang pertama disebut sebagai lokus kontrol internal dan yang terakhir disebut sebagai lokus kontrol eksternal. Sementara individu dengan lokus kontrol internal percaya bahwa mereka dapat mengendalikan kejadian hidup, individu dengan lokus

kontrol eksternal percaya bahwa kejadian hidup adalah hasil dari faktor eksternal, seperti kebetulan, keberuntungan atau takdir.

## 2) *Need for Achievement theory*

Pengusaha didorong oleh kebutuhan untuk mencapai prestasi. Meskipun tidak ada bukti penelitian tentang kebutuhan berprestasi yang mendukung ciri kepribadian, namun ada bukti hubungan antara motivasi berprestasi dan kewirausahaan (Johnson, 1990; McClelland, 2019). Motivasi berprestasi mungkin merupakan satu-satunya faktor personifikasi yang meyakinkan terkait penciptaan usaha baru selain keberanian mengambil resiko, berinovasi, dan toleransi terhadap ambiguitas. Individu yang memiliki kebutuhan kuat untuk berprestasi adalah di antara mereka yang ingin menyelesaikan masalah sendiri, menetapkan target, dan berjuang untuk target tersebut melalui upaya mereka sendiri (Sabiou *et al.*, 2018). Penelitian ini mengusulkan hubungan penting antara karakteristik kewirausahaan dan kesuksesan. Oleh karena itu, kebutuhan akan pencapaian dapat menjadi pendorong motivasi, ketekunan, dan kesuksesan akhir (Su *et al.*, 2020).

McClelland and Mac Clelland (1961) dalam *'The Achieving Society'* berhipotesis bahwa motivasi berprestasi mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai dispensasi budaya dan masyarakat. Hal ini menjelaskan bahwa karakteristik pengusaha yang termotivasi oleh kebutuhan berprestasi dan pada akhirnya menciptakan pembangunan ekonomi. Motivasi secara luas dikenal sebagai pendorong utama atau stimulator dari permulaan dan kesuksesan wirausaha (Zeffane, 2013). Kebutuhan akan berprestasi mengacu pada keinginan individu untuk pencapaian yang signifikan. Hal ini juga berkaitan dengan kecenderungan untuk memilih dan bertahan dalam komitmen yang memiliki peluang keberhasilan atau peluang maksimum terhadap kepuasan pencapaian individu.

## **c. *Sociological Entrepreneurship Theory***

Teori sosiologis adalah teori kewirausahaan ketiga yang utama. Kegiatan wirausaha sosiologis berfokus pada konteks sosial. Dengan kata lain, dalam teori sosiologis tingkat analisis secara tradisional adalah masyarakat (Landström,



1998). Reynolds telah mengidentifikasi empat konteks sosial yang berkaitan dengan peluang kewirausahaan. Yang pertama adalah jaringan sosial. Di sini, fokusnya adalah membangun hubungan sosial dan ikatan yang mempromosikan kepercayaan dan bukan oportunisme. Dengan kata lain, pengusaha seharusnya tidak mengambil keuntungan yang tidak semestinya dari orang-orang agar sukses. Sebaliknya kesuksesan datang sebagai hasil dari menjaga kepercayaan dengan orang-orang. Yang kedua ia menyebut konteks tahap kehidupan yang melibatkan analisis situasi kehidupan dan karakteristik individu yang telah memutuskan untuk menjadi pengusaha. Pengalaman orang bisa mempengaruhi pemikiran dan tindakan mereka sehingga mereka ingin melakukan sesuatu yang berarti dengan kehidupan mereka. Konteks ketiga adalah identifikasi etnis. Latar belakang sosiologis seseorang adalah salah satu faktor pendorong yang menentukan pengalamannya untuk menjadi pengusaha. Kelompok marjinal mungkin melanggar semua rintangan dan berusaha meraih kesuksesan, didorong oleh latar belakang mereka yang kurang beruntung untuk membuat hidup lebih baik. Konteks sosial keempat disebut ekologi populasi. Idenya adalah faktor lingkungan memainkan peran penting dalam kelangsungan usaha. Sistem politik, peraturan pemerintah, pelanggan, karyawan dan persaingan adalah beberapa faktor lingkungan yang mungkin berdampak pada kelangsungan usaha baru atau keberhasilan pengusaha (Kluttz & Fligstein, 2016; Reynolds, 1992)

#### **d. *Anthropological Entrepreneurship Theory***

Teori utama keempat disebut sebagai teori antropologi. Antropologi adalah studi tentang asal mula, perkembangan, kebiasaan, dan kepercayaan suatu komunitas, atau dengan kata lain budaya masyarakat di masyarakat. Teori antropologi mengatakan bahwa bagi seseorang yang berhasil memulai usaha, konteks sosial dan budaya harus diperiksa atau dipertimbangkan. Disini penekanannya adalah pada model kewirausahaan budaya. Model tersebut mengatakan bahwa usaha baru diciptakan oleh pengaruh budaya seseorang (Pfeilstetter, 2013; Stewart, 1992). Praktik budaya mengarah pada sikap kewirausahaan seperti inovasi yang juga berujung pada perilaku penciptaan usaha.

Kebangsaan individu mempengaruhi sikap dan perilaku dan budaya mencerminkan kompleksitas etnis, sosial, ekonomi, ekologi, dan politik tertentu pada individu. Dengan demikian, lingkungan budaya dapat menghasilkan perbedaan sikap serta perbedaan perilaku kewirausahaan.

#### ***e. Opportunity-Based Entrepreneurship Theory***

Teori berbasis kesempatan ini dilambangkan dengan nama-nama seperti Peter Drucker dan Howard Stevenson. Pendekatan berbasis kesempatan menyediakan kerangka konseptual luas untuk penelitian kewirausahaan. Lebih lanjut dia mengatakan, pengusaha selalu mencari perubahan, meresponsnya, dan memanfaatkannya sebagai sebuah peluang (Drucker, 2012; Stevenson, 1983). Kesempatan membangun usaha memiliki lebih banyak kemungkinan/ peluang yang diciptakan karena perubahan didasarkan pada masalah yang nyata. Hal ini didasarkan pada penelitian untuk mengetahui perbedaan antara manajemen kewirausahaan dan pengelolaan administrasi. Dia menyimpulkan bahwa pusat pengelolaan kewirausahaan adalah mengejar kesempatan tanpa memperhatikan sumber daya yang saat ini dikendalikan.

#### ***f. Resource-Based Entrepreneurship Theories***

Teori kewirausahaan berbasis sumber daya berpendapat bahwa akses terhadap sumber daya merupakan prediktor penting dari kewirausahaan berbasis peluang dan pertumbuhan usaha baru (Alvarez & Barney, 2007). Teori ini menekankan pentingnya sumber daya keuangan, sosial dan manusia (Kim *et al.*, 2006). Modal keuangan, sosial dan manusia mewakili tiga kelas teori berdasarkan teori kewirausahaan berbasis sumber daya.

##### ***1) Financial Capital/Liquidity Theory***

Penelitian empiris telah menunjukkan bahwa pendirian perusahaan baru lebih umum terjadi ketika orang memiliki akses terhadap modal finansial. Dengan implikasi teori ini menunjukkan bahwa orang dengan modal finansial lebih mampu memperoleh sumber daya untuk mengeksploitasi peluang kewirausahaan secara efektif, dan membuat perusahaan untuk melakukannya (Albasri *et al.*,

2016). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa penelitian yang terkait dengan teori batasan likuiditas pada umumnya bertujuan untuk menentukan akses calon pengusaha ditentukan oleh jumlah modal yang digunakan untuk memulai usaha baru. Menurutnya, ini tidak selalu mengesampingkan kemungkinan memulai sebuah usaha tanpa banyak modal. Oleh karena itu, akses pendiri ke modal merupakan prediktor penting pertumbuhan usaha baru namun belum tentu penting untuk pendirian usaha baru (Lusardi, 2008). Teori ini berpendapat bahwa pengusaha memiliki sumber daya spesifik yang memfasilitasi pengakuan peluang baru dan perakitan sumber daya baru untuk perusahaan yang baru muncul (Alvarez & Barney, 2007). Penelitian menunjukkan bahwa beberapa orang lebih mampu mengenali dan memanfaatkan peluang daripada yang lain karena mereka memiliki akses terhadap informasi dan pengetahuan yang lebih baik.

## 2) *Social Capital or Social Network Theory*

Pengusaha tertanam dalam struktur jaringan sosial sehingga memiliki proporsi signifikan untuk menganalisis struktur kesempatan/ peluang mereka (Albasri *et al.*, 2016). Seorang individu mungkin memiliki kemampuan untuk mengenali bahwa ada peluang kewirausahaan, namun mungkin tidak memiliki hubungan sosial untuk mengubah kesempatan menjadi bisnis yang dimulai (Sullivan Mort *et al.*, 2003). Diperkirakan bahwa akses ke jaringan sosial yang lebih besar perannya untuk membantu mengatasi masalah ini. Literatur mengenai teori ini menunjukkan bahwa hubungan sosial yang lebih kuat dengan penyedia sumber daya dalam memfasilitasi perolehan sumber daya dan meningkatkan probabilitas eksploitasi peluang (Zimmer, 1986).

## 3) *Human Capital Entrepreneurship Theory*

Yang mendasari teori kewirausahaan modal manusia adalah dua faktor, pendidikan dan pengalaman. Pengetahuan yang diperoleh dari pendidikan dan pengalaman merupakan sumber yang didistribusikan secara heterogen ke seluruh individu dan pada dasarnya penting untuk memahami perbedaan dalam identifikasi dan eksploitasi peluang. studi empiris menunjukkan bahwa faktor

modal manusia secara positif terkait dengan menjadi wirausahawan yang baru lahir meningkatkan pengenalan peluang dan bahkan kesuksesan kewirausahaan (Becker, 2009).

Teori modal manusia memprediksi bahwa individu atau kelompok yang memiliki tingkat pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi lain yang lebih tinggi akan mencapai hasil kinerja yang lebih besar daripada mereka yang memiliki tingkat yang lebih rendah (Ployhart & Moliterno, 2011). Ukuran umum modal manusia meliputi tingkat pendidikan, pengalaman kerja, didikan oleh orang tua wirausaha, dan pengalaman hidup lainnya. Literatur lebih lanjut telah mengakui pentingnya membedakan antara investasi modal manusia dan apa yang kita sebut sebagai aset modal manusia. Ini mungkin merupakan kemajuan dari pandangan “statis” yang lebih tradisional tentang modal manusia yang diukur sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman yang tetap yang saat ini muncul dalam literatur ilmiah (Davidsson & Honig, 2003; Martin *et al.*, 2013).

## **2. Aliran Teori Kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan, dan kreasi seseorang untuk memperoleh keuntungan dari suatu peluang dengan memanfaatkan segala sumber daya yang ada dan dimiliki. Ini membutuhkan sebuah kreatifitas untuk mengintegrasikan kemauan, kemampuan dan semangat untuk menciptakan dan menerapkan ide-ide baru yang menambah nilai. Modal penting dalam proses ini meliputi kesediaan untuk mengambil resiko, kemampuan untuk menyusun tim usaha, kreatifitas, dan visi untuk mengenali peluang yang dilihat orang lain sebagai kekacauan, kelemahan, kontradiksi dan kebingungan (Frederick *et al.*, 2018). Dalam kajian kontemporer, kewirausahaan melibatkan inter disiplin ilmu, yang berarti mengintegrasikan berbagai bidang kajian dan melintasi batas pemikiran secara parsial. Dengan demikian, di dalamnya terdapat berbagai pendekatan yang dapat meningkatkan pemahaman seseorang tentang kondisi lapangan (Connelly *et al.*, 2010). Berdasarkan hal tersebut mereka memberikan pandangan bahwa kewirausahaan terdiri atas mikro dan makro.

### **a. Kewirausahaan dalam Pandangan Makro**

Pandangan makro tentang kewirausahaan menyajikan beragam faktor eksternal, seperti pendidikan, infrastruktur fisik, budaya dan pembiayaan, yang berhubungan dengan keberhasilan atau kegagalan dalam usaha wirausaha kontemporer. Faktor ini biasanya sulit di prediksi karena di luar kendali individu. Pandangan makro memiliki beberapa aliran teori, yaitu:

- 1) Aliran pemikiran sosial dan budaya: Aliran pemikiran ini berhubungan dengan faktor eksternal dan kondisi sekitar yang mempengaruhi gaya hidup seorang calon pengusaha. Konteks ini dapat berupa kekuatan positif atau negatif dalam pembentukan keinginan kewirausahaan. Fokusnya adalah pada institusi, nilai dan adat istiadat sosial yang dikelompokkan bersama-sama membentuk kerangka lingkungan sosial-politik yang sangat mempengaruhi pengembangan wirausaha (Van de Ven, 1993). Aliran inilah yang menurut Kuratko, Frederick dan O'Connor disebut sebagai intrapreneur di mana lingkungan sosial budaya mendukung pengembangan ide dan metode pimpinan institusi, dan atau mempengaruhi keinginan untuk menjadi seorang pengusaha (Frederick *et al.*, 2016).
- 2) Aliran pemikiran keuangan/ modal: Aliran pemikiran keuangan / modal didasarkan pada proses pencarian dan pertumbuhan modal. Aliran pemikiran ini memandang keseluruhan kewirausahaan adalah sebuah manajemen keuangan. Keputusan yang melibatkan keuangan terjadi di setiap titik utama dalam proses usaha. Modal merupakan sesuatu yang dibutuhkan dalam mendirikan dan mengembangkan kewirausahaan (Jonsson & Lindbergh, 2013). Dalam pandangan ini, seseorang yang akan melakukan kegiatan wirausaha harus memperhitungkan kebutuhan biaya dan segala hal yang berkaitan dengannya termasuk keuntungan dan resiko kerugian.
- 3) Aliran pemikiran pengungsian: Aliran pemikiran pengungsian berfokus pada sisi negatif dari fenomena kelompok, di mana seseorang merasa tidak pada tempatnya. Teori ini berpendapat bahwa terkadang kelompok sosial menghalangi seseorang untuk kritis dan kreatif di perusahaan tempatnya bekerja. Akibatnya, individu yang frustrasi akan diproyeksikan ke dalam

pengejaran kewirausahaan dari dirinya atau motivasi dirinya sendiri untuk sukses. Seperti yang dicatat para peneliti, individu yang melawan kesulitan dan cenderung mengejar usaha ketika mereka dicegah atau dipindahkan dari melakukan kegiatan lain (Ronstadt & Robert, 1984). Tiga tipe utama dari aliran pemikiran ini antara lain:

- a) Pengungsian politik. Ini disebabkan oleh faktor-faktor yang berkaitan dengan rezim politik yang melarang perusahaan untuk bebas melakukan usahanya melalui peraturan dan kebijakan pemerintah yang membatasi atau mengarahkan industri tertentu. Hal ini mengakibatkan beberapa karyawan mengalami pemutusan hubungan kerja, sehingga hal ini memotivasi mereka untuk berniat berwirausaha.
  - b) Pemandahan budaya. Ini berkaitan dengan kelompok sosial tertentu yang dilarang atau melarang dari bidang professional tertentu. Latar belakang suku, agama, ras dan jenis kelamin merupakan contoh faktor yang mempengaruhi pengalaman masyarakat minoritas. Keadaan ini akan mengubah pola pikir berbagai individu untuk beralih dari profesi terikat menuju usaha kewirausahaan yang cenderung lebih merdeka.
  - c) Pemandahan ekonomi. Ini berkaitan dengan variasi ekonomi resesi dan depresi. Kehilangan pekerjaan, penyusutan modal, atau masa-masa sulit dapat menjadi fondasi pengejaran kewirausahaan. Walaupun hakikatnya hal ini memengaruhi pengembangan dan pengurangan usaha, namun keadaan tersebut akan memberikan motivasi individu untuk berniat berwirausaha.
- 4) Aliran pemikiran wirausaha ekologi. Aliran pemikiran baru ini datang dari persepsi yang berkembang tentang hubungan manusia (sebagai wirausahawan) dengan alam. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa ada hubungan timbal balik manusia dengan alam. Aliran ini menjunjung tinggi kehidupan dan mencegah eksploitasi dan konsumsi yang tidak bertanggung jawab. Aliran pemikiran ini didasarkan pada bidang ekonomi hijau dan ekonomi ekologi (Dixon & Clifford, 2007). Alam semesta menjadi hak setiap

generasi, oleh karena itu kewirausahaan harus dikembangkan berdasar pada pengembangan berkelanjutan lingkungan di sekitarnya.

### **b. Kewirausahaan dalam Pandangan Mikro**

Selanjutnya dalam pandangan mikro, kewirausahaan dikaji dari faktor internal yang bersifat khusus dalam menunjang keberhasilan atau kegagalan kewirausahaan. Pendekatan mikro merupakan kebalikan dari makro, yang berkonsentrasi pada hal-hal spesifik dari dalam ke luar. Dalam pandangan ini muncul berbagai macam teori seperti: teori sifat kewirausahaan, teori peluang usaha dan teori perencanaan strategis (Anderson, 1982; Andersson, 2005; Haanstra *et al.*, 2017). Adapun penjelasan terhadap berbagai aliran teori tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Aliran pemikiran sifat kewirausahaan. Pada aliran ini prestasi, kreativitas, keteguhan hati dan pengetahuan teknis adalah empat faktor yang biasanya diperlihatkan oleh pengusaha sukses. Faktor tersebut sangat didukung pengembangan pendidikan (Katz, 2008) dan pengasuhan keluarga.
- 2) Aliran pemikiran peluang usaha. Aliran pemikiran ini berfokus pada aspek peluang pengembangan usaha. Pencarian sumber ide, pengembangan konsep dan penerapan peluang usaha adalah bidang minat yang penting untuk teori ini. Kreativitas dan kesadaran pasar dipandang penting. Selain itu, mengembangkan ide yang tepat pada waktu yang tepat untuk kondisi pasar yang tepat adalah kunci sukses kewirausahaan (Dimov *et al.*, 2012). Kemampuan untuk mengenali peluang saat ini merupakan faktor kunci untuk melakukan tindakan-tindakan kewirausahaan.
- 3) Aliran pemikiran perumusan strategis. Perencanaan strategis tidak dapat dipisahkan terjalin ke dalam seluruh struktur manajemen. Hal tersebut bukanlah sesuatu yang terpisah dan berbeda dari proses manajemen. Teori perumusan strategis kewirausahaan menekankan proses perencanaan dalam pengembangan usaha yang sukses (Brockmann & Lacho, 2008). Salah satu cara untuk melihat formulasi strategis adalah sebagai pemanfaatan elemen-elemen unik (Ronstadt & Robert, 1984). Identifikasi terhadap keunikan pasar,

masyarakat, produk atau sumber daya merupakan upaya yang dilakukan untuk menentukan formasi usaha yang efektif.

- a) Pasar unik. Identifikasi terhadap pasar mengacu pada identifikasi segmen pasar utama serta pasar *interstice* (di antara) yang muncul dari pasar yang lebih besar pasar.
- b) Orang unik. Identifikasi terhadap orang mengacu pada keterampilan atau bakat khusus yang dimiliki seseorang terhadap kekhasan pola konsumsi masyarakat di sekitar tempat usaha dibangun.
- c) Produk unik. Identifikasi terhadap produk mengacu pada inovasi produk baru terhadap produk yang sudah ada.
- d) Sumber daya unik. Identifikasi sumber daya mengacu pada kemampuan untuk mengumpulkan atau memanfaatkan sumber daya khusus (tanah, tenaga kerja, modal, bahan mentah) dalam jangka panjang.

Belajar terhadap perencanaan strategis mencakup luasnya manajemen kapabilitas yang membutuhkan pendekatan interdisipliner (Hitt *et al.*, 2001). Kegiatan ekonomi adalah tujuan dan sarana utama peningkatannya kebebasan manusia. Kegunaan kekayaan sebagai hasil kegiatan ekonomi terletak pada hal-hal yang memungkinkan kita untuk melakukan dan membantu kita untuk mencapai kebebasan substantive. Ekspresi kebebasan tertinggi adalah kemampuan untuk memilih kehidupan seperti apa yang ingin dijalani seseorang, untuk menjadi pemilik tunggal atas takdirnya sendiri (Sen, 2000). Individu harus bebas memilih jalan mereka sendiri tentang kehidupan yang baik. Kebebasan itu ada di dalam jalur tersebut sebagai hak untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi mereka.

Jika pembangunan ekonomi adalah kebebasan, maka begitu juga kewirausahaan. Kewirausahaan adalah mode aktualisasi diri. Hal ini selaras yang dikatakan Obama bahwa kewirausahaan menawarkan alternatif positif bagi seseorang/ kelompok terhadap terjadinya kekerasan dan perpecahan yang semuanya bisa dilakukan jika seseorang/ kelompok terlalu sering/ banyak mengisi kegiatan kosong (menganggur), sehingga tidak melihat masa depan untuk diri mereka sendiri (Dearie & Geduldig, 2013).



Oleh karena itu, wirausaha merupakan program yang sedang digalakkan di berbagai Negara didunia guna mengentaskan kemiskinan dengan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Walaupun demikian, wirausaha merupakan kegiatan yang penuh dengan resiko dan ketidakpastian. (Frederick *et al.*, 2016) menegaskan bahwa suatu hal yang baru dan bernilai saat ini, belum tentu akan bertahan di kemudian hari. Hal ini menjadi masalah bagi pengusaha, sehingga kreatifitas dan inovasi sebagai solusinya menjadi hal yang mutlak dikembangkan. Kewirausahaan adalah sumber dari pertumbuhan ekonomi, pembaruan sosial dan pengembangan pribadi. Seseorang yang bekerja di sector formal cenderung bekerja untuk orang lain dan cenderung memperkaya orang lain, oleh karena itu melakukan sesuatu yang baik untuk dirinya sendiri dan lainnya dengan mengambil tantangan dan memulai bisnis mereka sendiri merupakan solusi jitu untuk merdeka dan menjadi tuan atas usahanya sendiri.

Kuratko, Frederick dan O'Connor membedakan 3 (tiga) istilah utama dalam kewirausahaan. *Pertama*, pengusaha bisnis yang didorong oleh motif keuntungan. Mereka mencari pertumbuhan dan keuntungan ekonomi semata di dalamnya dunia bisnisnya. Mereka adalah inovator konstan dan selalu berusaha menangkap peluang dan kesempatan yang lebih besar dari pasar yang kompetitif. *Kedua*, Pengusaha sosial yang memiliki karakteristik kepribadian yang sama dengan pengusaha bisnis, tetapi mereka didorong oleh misi dan berusaha menemukan cara inovatif untuk sekaligus memecahkan masalah sosial disekitarnya, baik yang ditimbulkan oleh kegiatan wirausahanya atau tidak. *Ketiga*, pengusaha kecil yang memiliki peluang seperti pengusaha namun menyukai kondisi yang stabil, keuntungan dan pertumbuhan yang sederhana dan ingin mempertahankan bisnis pada sebuah skala yang dapat mereka kelola dan kendalikan secara pribadi. Pemilik usaha kecil lebih suka mengeksploitasi keseimbangan peluang dan mengoptimalkan penawaran dan permintaan di pasar yang sudah mapan (Frederick *et al.*, 2016).

#### **D. Karakter Berwirausaha**

Wirausahawan memiliki karakteristik, sikap, dan nilai unik tertentu yang memberikan dorongan bagi mereka dan membedakan mereka dari orang lain (Gürol & Atsan, 2006). Dalam studi yang menggunakan model sifat, telah dianalisis ciri-ciri kepribadian tertentu sebagai karakteristik wirausahawan. Misalnya, dalam studi oleh Entrialgo *et al.* *locus of control*, kebutuhan untuk berprestasi dan toleransi terhadap ambiguitas dianggap sebagai penentu kecenderungan untuk berniat berwirausaha (Entrialgo *et al.*, 2000). Di sisi lain, kebutuhan untuk berprestasi, kecenderungan mengambil risiko, dan inovasi telah digunakan sebagai penentu untuk membedakan pengusaha dari manajer perusahaan dan atau pemilik usaha kecil (Stewart Jr *et al.*, 1999).

Dalam penelitian ini enam karakteristik kepribadian digunakan untuk menentukan profil kewirausahaan mahasiswa. Ini adalah kebutuhan untuk berprestasi, *locus of control*, kecenderungan mengambil risiko, toleransi untuk ambiguitas, inovasi dan kepercayaan diri (Anwar & Saleem, 2019; Dehghanzadeh *et al.*, 2016; Karabulut, 2016; Nasip *et al.*, 2017; Polat, 2017). Karakteristik ini dipilih karena mereka sering dikutip dalam studi yang berbeda dalam literatur kewirausahaan. Selanjutnya, penulis menganggap karakteristik ini mampu mewakili perilaku kewirausahaan individu.

Karakteristik umum (atribut) yang sering melekat pada seorang wirausahawan adalah komitmen, tekad dan ketekunan, kebutuhan untuk berprestasi, orientasi peluang, inisiatif dan tanggung jawab, pemecahan masalah yang gigih, mencari umpan balik, *locus of control* internal, toleransi terhadap ambiguitas, kecenderungan mengambil risiko, integritas dan keandalan, toleransi terhadap kegagalan, tingkat energi tinggi, kreativitas dan inovasi, visi, kepercayaan diri dan optimisme, kemandirian, dan pembangunan tim (Kuratko, 2016b). Senada dengan Kuratko dan Hodgetts, Gürol dan Atsan dalam studi mereka pada mahasiswa di Turki menyajikan enam karakteristik kewirausahaan yang meliputi kebutuhan untuk berprestasi, *locus of control*, pengambilan risiko, toleransi untuk ambiguitas, inovasi, dan kepercayaan diri (Gürol & Atsan, 2006). kajian tersebut tergambar dalam Tabel 2.1.

Tabel 2. 1. *Operational process of the concept entrepreneurial characteristics*

<i>Variable</i>	<i>Dimension</i>
<i>Entrepreneurial Characteristic</i>	<i>Commitment</i>
	<i>Clearness of purpose</i>
	<i>Perseverance</i>
	<i>Need for Achievement</i>
	<i>Opportunity oriented</i>
	<i>Initiative</i>
	<i>Responsibility</i>
	<i>Persistence in Solving the Problem</i>
	<i>Seeking feedback</i>
	<i>Locus of control</i>
	<i>Tolerance for ambiguity</i>
	<i>Risk taking propensity</i>
	<i>Integrity</i>
	<i>Reliability</i>
	<i>Tolerance for failure</i>
	<i>High Energy Level</i>
	<i>Creativity</i>
	<i>Innovativeness</i>
	<i>Vision</i>
	<i>Self Confidence</i>
<i>Optimism</i>	
<i>Independent</i>	
<i>Team building</i>	

Sumber: (Gibb, 1993; Gürol & Atsan, 2006; Kearney et al., 2008; Kuratko, 2016b; Zimmer, 1986)

Faktor-faktor karakter kewirausahaan yang berhubungan dengan individu didasarkan pada anggapan bahwa wirausahawan memiliki beberapa karakteristik luar biasa, memiliki orientasi dan nilai-nilai seperti itu yang menciptakan dorongan bagi mereka sehingga membedakan mereka dari orang lain (Thomas & Mueller, 2000). Beberapa penelitian telah meneliti berbagai ciri kepribadian dan menetapkannya sebagai atributnya. Karakteristik individu mempengaruhi niat untuk memulai bisnis dan keberhasilan bisnis. Ciri-ciri ini termasuk pengambilan risiko, *locus of control*, kebutuhan untuk berprestasi dan otonomi, inovasi, toleransi terhadap ambiguitas, dan stres (Bullough *et al.*, 2015; Rauch & Frese, 2007). Dimensi kepribadian Lima Besar (keterbukaan, kesadaran, introversi/ekstraversi, keramahan, dan neurotisme) juga dapat memberikan kerangka kerja yang baik untuk mempelajari ciri-ciri kepribadian wirausahawan (Miller, 2015). Karakteristik kepribadian (misalnya, kebutuhan untuk berprestasi dan otonomi) dapat memprediksi niat individu untuk memulai berwirausahaan (DeNisi, 2015). Ciri-ciri kepribadian tertentu dapat memengaruhi keputusan untuk

terlibat dalam usaha wirausaha, dan ini dapat bervariasi menurut susunan sosial ekonomi dan budaya dari berbagai wilayah dan Negara (Minniti, 2009).

Bagi wirausahawan, kreatifitas dan inovasi merupakan upaya menangkap peluang yang ada dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk memperoleh penambahan nilai sehingga berujung pada keuntungan. Sejak revolusi industri di akhir abad kedelapan belas dan awal abad kesembilan belas, banyak pengusaha bisnis di seluruh dunia yang menjarah dan mengeksploitasi lingkungan dalam kebodohan, tanpa memikirkan keberlanjutannya. Pengusahalah yang mengenali peluang di mana orang lain melihat kekacauan atau kebingungan (Frederick *et al.*, 2016). Maka pada saat ini pengusaha harus tetap terus menambah nilai guna memperoleh keuntungan namun harus disertai menjaga solusi sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

Kreatifitas dan inovasi merupakan hal mutlak yang dibutuhkan seseorang menjadi wirausahawan yang sukses. Kreativitas adalah pemicu dari inovasi wirausaha. Secara khusus, inovasi melibatkan implementasi penyebutan ide-ide kreatif (Zhou & Shalley, 2011). Secara parsial banyak orang beranggapan bahwa kreatifitas dan inovasi merupakan hal yang independen, padahal keduanya saling berkaitan dan tidak bisa berdiri sendiri. Kreativitas merupakan ide/ gagasan seseorang yang lahir dari kemampuan pikirnya, dan inovasi adalah implementasi dari ide/ gagasan tersebut (Frederick *et al.*, 2016). Pada tahun 2014 Perusahaan-perusahaan besar dunia yang tergabung dalam Fortune terus berkembang dan dikagumi masyarakat dunia dikarenakan mereka mampu berkreasi sehingga menjadi inovator, pengganggu kompetitor, dan mengatasi kesulitan (Fairchild, 2014). Begitupun dengan kewirausahaan (baik yang berbasis teknologi, produk konsumsi, manufaktur tradisional, layanan dan ritel) membutuhkan kreatifitas dan inovasi untuk memanfaatkan peluang, meningkatkan daya saing dan menjaga eksistensi pasarnya melalui produk baru (Perlroth & Harris, 2014), terlebih saat ini kondisi lingkungan cenderung dinamis dan penuh ketidakpastian.

Ide-ide kreatif dalam kewirausahaan dapat berupa *incremental* (modifikasi pada proses yang ada) atau radikal (terobosan signifikan dengan membuat produk baru) (Gilson & Madjar, 2011; Madjar *et al.*, 2011). Ide kreatif

*incremental* menghasilkan konsep perilaku eksploitasi-eksplorasi, sedangkan radikal menghasilkan konsep perilaku eksplorasi. Eksplorasi merujuk pada perilaku mencari informasi, penemuan, pengalaman-mentasi, pengambilan risiko, dan inovasi. Sedangkan eksploitasi dalam perilaku seperti pemurnian, implementasi, efisiensi, produksi, dan seleksi (He & Wong, 2004). Inovasi eksploratif tidak memiliki tingkat kegagalan yang lebih tinggi dari inovasi eksploitatif. Demikian pula, secara kreatif secara bertahap ide-ide lebih mungkin diterapkan secara efektif pada patner yang lebih radikal.

Proses mengembangkan ide kreatif melibatkan sejumlah kognisi dan perilaku. Hal ini sangat menantang bagi wirausahawan karena secara luas mereka harus memindai lingkungan untuk memastikan peluang dan sumber daya yang tersedia, menggabungkan ide-ide yang muncul dari pendapat/ kritik orang dari daerah/ kajian yang berbeda, mentolerir ambiguitas, dan membuat koneksi baru (Gilson *et al.*, 2005; Gilson & Shalley, 2004; Zhang & Bartol, 2010). Kreativitas membutuhkan sikap proaktif (Unsworth, 2001), dan Tierney berpendapat bahwa kreativitas proaktif membutuhkan upaya yang lebih luas untuk memindai lingkungan secara luas, dan solusi atas masalah yang berpotensi merusak. Jenis kreativitas ini mirip dengan apa yang dilakukan wirausahawan dalam mencoba mengidentifikasi peluang kewirausahaan. Juga, pengusaha punya kesempatan untuk terlibat dalam jenis pro- kreativitas yang relevan dengan upaya untuk menemukan peluang dan memanfaatkannya.

Penciptaan, pendanaan, pengembangan, dan pertumbuhan semua usaha baru membutuhkan banyak kreativitas. Sebagai contoh, wirausahawan harus kreatif untuk mengembangkan ide baru, mencari modal *ventura* yang mendanai, dan mempromosikan idenya kepada calon investor. Wirausahawan harus terlibat dalam jenis kasus untuk menemukan peluang dan kemudian memanfaatkannya. Oleh karena itu, untuk menemukan peluang maka mereka harus terjun langsung di pasar atau masyarakat/ lingkungan sebagai calon konsumen. Pengakuan peluang kewirausahaan penting karena memungkinkan pengusaha untuk memenuhi kebutuhan pasar melalui kombinasi kreatif-sumber daya untuk memberikan nilai. Dengan demikian, kreativitas ditanamkan di seluruh proses kewirausahaan dengan

memanfaatkan kapasitas individu untuk menggabungkan ide menjadi bentuk baru, dan hal inilah yang merupakan dasar kreativitas dan inovasi.

Inovasi sendiri lahir dari kreatifitas yang dapat dimulai dari aplikasi pengetahuan baru atau menggunakan kembali dan menggabungkan pengetahuan yang ada (Anderson *et al.*, 2014). Dalam pemikiran wirausahawan sering bermunculan sejumlah ide kreatif, namun mereka harus mempertimbangkan peluang dan sumber daya yang tersedia serta modal untuk mendalami salah satu diantaranya. Setelah itu, Inovasi akan lahir dengan melibatkan pemilihan secara selektif dari generasi ide-ide yang didirikan untuk pengembangan lebih lanjut, perbaikan, dan implementasi. Pendapat ini juga didukung oleh pendapat Ven & Poole yang menjelaskan bahwa proses inovasi bisnis/ wirausaha merupakan suatu system kegiatan yang berkelanjutan hingga membentuk siklus yang melibatkan proses penemuan, pengembangan, dan implementasi (Van de Ven & Poole, 1995). Penemuan akan menghasilkan pengembangan produk yang bernilai untuk diimplementasikan, yang dalam proses ini tentu akan menghasilkan keuntungan. Implementasi dari sebuah produk tentu akan menghasilkan celah kelemahan atau kejenuhan sehingga perlu dievaluasi untuk kemudian menghasilkan penemuan baru, begitu seterusnya.

Pada sudut pandang lain, seorang wirausahawan bukan hanya seorang pebisnis memperkenalkan produk atau layanan baru ke pasar. Seorang wirausahawan juga merupakan pemimpin yang efektif yang bisa meningkatkan kreativitas dan inovasi timnya. Seperti yang di deskripsikan Eckhardt & Shane bahwa wirausahawan awalnya berfokus pada karakter yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha sukses. Seiring berkembangnya usaha yang dimilikinya, mereka harus mampu menyusun tim usahanya (Eckhardt & Shane, 2003). Tim adalah sumber penting keunggulan kompetitif kewirausahaan, beberapa keberhasilan seorang manager itu ditentukan oleh hasil kreatif tim usahanya Pada konsep ini terjadi pergeseran paradigma dari pelaku teknis menjadi manajer. Pada konteks ini terjadi transfer pengetahuan, sikap dan keterampilan kewirausahaan dari seorang manager sebagai pemimpin terhadap orang yang menjadi tim usahanya, dan berpotensi muncul sebagai wirausahawan baru. Ini sejalan dengan

pendapat Zhang dan Bartol yang menegaskan bahwa pemberdayaan karyawan dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan mereka seperti mengambil risiko, menghadapi ketidakpastian, dan meningkatkan inovasi. Hal ini berarti bahwa kepemimpinan memainkan peran penting bagi penciptaan kreativitas dan inovasi (Zhang & Bartol, 2010).

Dalam kajian literatur lain menegaskan bahwa faktor kontekstual seperti penghargaan, hubungan dengan rekan kerja, kerumitan rekan kerja, evaluasi dapat bersinergi dengan faktor pribadi untuk mempengaruhi kreativitas seseorang (Shao *et al.*, 2019). Salah satu bidang yang semakin berkurang adalah peran dari konteks sosial dalam menunjang kreativitas. Kreator/ Inovator/ Pengusaha harus berkolaborasi dengan orang lain saat mereka menghasilkan, menyempurnakan, dan menerapkan ide-ide mereka. Sebuah jaringan sosial wirausahawan penting untuk menyukseskan usaha baru dan mendapatkan keuntungan (Slotte-Kock & Coviello, 2010) melalui kreativitas dan pengenalan peluang (Baer, 2010; Zhou *et al.*, 2009).

Kreatifitas menjadi ujung tombak dalam kajian kewirausahaan, karena akan meningkatkan nilai guna dan nilai material dari sebuah produk yang diciptakan. Penilaian terhadap kreatifitas menjadi kajian penting karena rentan terpengaruh subjektifitas penilainya. Untuk mengukur kreatifitas maka setidaknya terdapat 5 (lima) pendekatan yang sering digunakan, yaitu:

- a. analisis obyektif yang berfokus pada nilai fisik produk. Pendekatan obyektif dimaksudkan untuk menilai secara langsung kreativitas suatu produk berupa benda atau karya-karya kreatif lain yang dapat diobservasi wujud fisiknya. Metode ini tidak cukup memadai untuk digunakan sebagai metode yang obyektif untuk mengukur kreativitas (Amabile *et al.*, 2005), karena sangat sulit mendeskripsikan kualitas produk-produk yang beragam secara matematis, untuk menilai kualitas instrinsiknya. Kelebihan metode ini adalah secara langsung menilai kreativitas yang melekat pada obyeknya, yaitu karya kreatif. Kelemahan metode ini yaitu hanya dapat digunakan terbatas pada produk-produk yang dapat diukur kualitas instrinsiknya secara statistik, dan

tidak mudah melukiskan kriteria suatu produk berdasarkan rincian yang benar-benar bebas dari subyektivitas.

- b. pertimbangan subjektif yang berfokus pada pertimbangan subjek (orang/ produk). Pendekatan ini dalam melakukan pengukurannya diarahkan kepada orang atau produk kreatif. Cara pengukurannya menggunakan pertimbangan-pertimbangan peneliti, seperti yang dikemukakan (Amabile *et al.*, 2018). Prosedur pengukurannya ada yang menggunakan catatan sejarah, biografi, antologi atau cara meminta pertimbangan sekelompok pakar. Dasar epistemologis dari pendekatan ini, yaitu bahwa obyektivitas sesungguhnya adalah intersubyektivitas; artinya meskipun prosedurnya subyektif hasilnya menggambarkan obyektivitas, karena sesungguhnya subyektivitas adalah dasar dari obyektivitas. Prosedur lain yang digunakan dalam pendekatan pertimbangan subyektif yaitu dengan menggunakan kesepakatan umum, hal tersebut apabila jumlah subyeknya terbatas. Pendekatan ini merupakan pendekatan yang praktis penggunaannya, dan dapat diterapkan pada berbagai bidang kegiatan kreatif, juga dapat menjangkau orang-orang, produk-produk yang sesuai dengan kriteria kreativitas yang ditentukan oleh pengukur, dan sesuai dengan prinsip-prinsip pada akhirnya kreativitas sesuatu atau seseorang ditentukan oleh apresiasi pengamat yang ahli. Adapun kelemahannya yaitu setiap penimbang mempunyai persepsi yang berbeda-beda terhadap yang disebut kreatif, dan dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
- c. Inventori kepribadian yang berfokus pada identifikasi kecenderungan-kecenderungan kepribadian kreatif. Pendekatan inventori kepribadian ditujukan untuk mengetahui kecenderungan-kecenderungan kepribadian kreatif seseorang atau korelat-korelat kepribadian yang berhubungan dengan kreativitas. Kepribadian kreatif meliputi sikap, motivasi, minat, gaya berpikir, dan kebiasaan-kebiasaan dalam berperilaku. Alat ukurnya: Skala sikap kreatif (Munandar, 1997), Skala kepribadian kreatif (Supriadi, 1985), *How do you thing ?* (Davis & Subkoviak, 1975), *Group inventory for finding creative talent* (Rimm & Davis, 1976), *Kathena-Torrance creative perception*



*inventory* (Oliveira *et al.*, 2009), *creative personality scale* (Gough, 1979), *creative assessment packet* (Cooper, 1991), *Scales for rating the behavioral characteristics of superior students* (Renzulli, 1976), *creative motivation inventory* (Torrance, 1963), *Imagination inventory* (Thalbourne, 2000), *Creative Attitude survey* (Schaefer, 1971). Alat-alat ukur ini dapat mengidentifikasi perbedaan-perbedaan karakteristik orang-orang yang kreativitasnya tinggi dan orang-orang yang kreativitasnya rendah. Butir-butirnya biasanya menggunakan *forced choice* (ya, tidak) atau skala likert (Sangat setuju, Setuju, ragu-ragu, dan Tidak setuju). Sebuah angka berkarakteristik kepribadian (misalnya, *creative Personality Scale*), Gough telah diidentifikasi sebagai terkait dengan individu yang lebih kreatif dari yang lain. Juga, individu yang dianggap lebih kreatif cenderung mendekati pemecahan masalah dengan cara yang berbeda dari itu digunakan oleh orang yang kurang kreatif (Jabri, 1991; Kirton, 1976). Secara khusus, mereka yang lebih kreatif dan inovatif cenderung mau ambil risiko dan melanggar paradigma dan prosedur yang diketahui untuk mengembangkan ide dan solusi baru. Penelitian kewirausahaan telah lama mempertimbangkan peran kepribadian dalam menentukan kesuksesan sebagai seorang pengusaha dan dalam membedakan pengusahadari non-pengusaha (Crant, 1996)

- d. Inventori biografis yang berfokus pada mengungkap aspek-aspek kehidupan orang-orang yang kreatif. Pendekatan ini digunakan untuk mengungkapkan berbagai aspek kehidupan orang-orang kreatif, meliputi identitas pribadinya, lingkungannya, serta pengalaman-pengalaman kehidupannya.
- e. Tes kreatif yang berfokus pada mengungkap kemampuan berpikir kreatif. Kemampuannya dalam berpikir kreatif. Hasil tesnya dikonversikan ke dalam skala tertentu sehingga menghasilkan CQ (*creative quotient*) yang analog dengan IQ (*intelligence quotient*) untuk inteligensi. Terdapat beberapa tes kreativitas, yaitu: *alternate uses*, *test of divergent thinking*, *creativity test for children* (Douglas & Arenberg, 1978), *Torrance test of creative thinking* (Sternberg, 2006), *creativity assessment packet* (Cooper, 1991), tes kreativitas verbal (Torrance, 1993). Bentuk soal tes ini umumnya berupa gambar dan

verbal. Perbedaan tes inteligensi dengan tes kreativitas, yaitu pada kriteria jawaban. Tes inteligensi menguji kemampuan berpikir memusat (konvergen), karena itu ada jawaban benar dan salah, sedangkan tes kreativitas menguji berpikir menyebar (divergen) dan tidak ada jawaban benar atau salah.

Kreativitas kewirausahaan didefinisikan sebagai generasi dan implementasi baru, ide-ide yang tepat untuk mendirikan usaha baru (Amabile *et al.*, 2018). Pretorius dkk menguraikan bahwa "kreativitas jelas merupakan bagian tak terpisahkan dari keterampilan kewirausahaan yang dibutuhkan untuk berhasil memulai usaha" (Pretorius *et al.*, 2005). Meskipun Amabile menguraikan bahwa kreativitas kewirausahaan dapat dipamerkan baik di organisasi mapan maupun di perusahaan baru, definisi tersebut gagal menjelaskan peran kreativitas setelah penciptaan usaha baru (Fillis & Rentschler, 2010). Penulis lain menekankan bahwa kreativitas adalah dasar untuk daya saing usaha baru (Bridge, 2017; Matthews, 2007), dengan wirausahawan memiliki peran sentral dalam mengembangkan dan memelihara budaya organisasi yang kreatif (Ahlin *et al.*, 2014; Fillis & Rentschler, 2010).

Kreativitas dan kinerja perusahaan hanya mendapat sedikit perhatian dalam literatur (Korsgaard & Anderson, 2011; Yin *et al.*, 2019). Kebanyakan studi fokus pada individu atau kinerja tingkat tim (Khedhaouria *et al.*, 2015). Hasil empiris yang ada menunjukkan hubungan positif antara kreativitas, kinerja perusahaan (Von Nordenflycht, 2007), dan inovasi perusahaan (Baron & Tang, 2011). Studi lain mengasumsikan hubungan positif antara kreativitas, kinerja perusahaan, dan daya saing (Baer & Oldham, 2006; Kafetzopoulos *et al.*, 2015; Zhou & Shalley, 2008) tanpa memberikan bukti empiris. Membangun perspektif bahwa wirausahawan kreatif berperan penting dalam mencapai kinerja di perusahaan kecil (Ahlin *et al.*, 2014; Fillis & Rentschler, 2010).

Guilford menganggap berpikir kreatif melibatkan pemikiran divergen, yang menekankan kelancaran, fleksibilitas, orisinalitas, dan elaborasi. Guilford mencatat bahwa berpikir kreatif tidak sama dengan berpikir divergen, karena kreativitas membutuhkan kepekaan terhadap masalah serta kemampuan redefinisi, yang mencakup transformasi pemikiran, reinterpretasi, dan kebebasan dari

kemantapan fungsional dalam mendorong solusi unik (Guilford, 1982, 1983; Guilford, 1967).

Selama beberapa dekade terakhir, ahli teori bisnis telah mendefinisikan kreativitas sebagai pengembangan ide tentang produk, praktik, layanan, atau prosedur yang baru dan berpotensi berguna bagi organisasi (Oldham & Baer, 2012; Sarri *et al.*, 2010; Zhou & Shalley, 2011). Menurut Maslow, kemampuan kreatif adalah sesuatu yang dimiliki setiap individu dan dengan demikian dapat ditingkatkan atau ditekan (Maslow, 1954). Amabile mengidentifikasi sebagai komponen kreativitas: keahlian, keterampilan berpikir kreatif dan motivasi (Amabile *et al.*, 2005), sementara literatur penelitian membedakan sejumlah kategori kreativitas tergantung pada bagaimana asalnya: normatif, eksplorasi dan kebetulan (Ferreira *et al.*, 2020; Wilson & Martin, 2015). Untuk tujuan penelitian ini, kreativitas harus digunakan sebagai identifikasi masalah dan pembangkitan ide sedangkan inovasi harus menunjukkan pemilihan ide, pengembangan dan komersialisasi. Dengan demikian, kreativitas paling baik dikonseptualisasikan sebagai langkah pertama yang diperlukan untuk inovasi berikutnya (Perry-Smith & Mannucci, 2017).

#### **E. Keterampilan Berwirausaha**

Keterampilan wirausaha sangat penting, karena konsep keterampilan menyiratkan kemungkinan belajar, dan mengajar. Dalam literatur psikologis tentang kewirausahaan, dan juga beberapa teori oleh ekonom, pengusaha sering digambarkan sebagai individu dengan karakteristik dan fitur yang stabil dan bertahan lama. Penekanannya adalah pada ciri kepribadian (Leutner *et al.*, 2014). Keterampilan kewirausahaan mengacu pada aktivitas, atau pengetahuan praktis, yang dibutuhkan untuk membangun dan menjalankan bisnis dengan sukses (Mamun *et al.*, 2018). Banyak orang lain ingin membedakan antara keterampilan manajerial dan kewirausahaan. Sebagai contoh, banyak kursus sekolah bisnis, berfokus pada keterampilan manajemen yang teridentifikasi, namun sering mengabaikan keterampilan kewirausahaan seperti inovasi dan pengambilan risiko (Cho & Lee, 2018). Namun penelitian yang dilakukan Timmons seorang dosen

pendidikan kewirausahaan di AS menyatakan bahwa kewirausahaan adalah cara berpikir, penalaran dan akting yang merupakan kesempatan terobsesi (Abu-Saifan, 2012). Kewirausahaan menjadi hal yang sangat penting dan telah diteliti oleh banyak ahli teori karena kontribusi positifnya terhadap kehidupan ekonomi dan sosial.

Keterampilan kewirausahaan juga didefinisikan sebagai keterampilan dalam mengembangkan atau menciptakan hal baru yang akan menambah nilai bagi masyarakat dan menghasilkan keuntungan moneter bagi pengusaha. Keterampilan ini merupakan hasil dari dedikasi baik yang berwujud maupun tidak berwujud seperti waktu, tenaga, serta kemampuan mengambil risiko dalam mencapai realitas gagasan itu (Hisrich & Peters, 2002).

Keterampilan usaha menjadi suatu perdebatan apakah kewirausahaan bisa dipahami sebagai sesuatu yang bisa diajarkan atau tidak (Peltola, 2014). Katz mengemukakan bahwa kemungkinan besar ada beberapa keterampilan yang bisa diajarkan dan beberapa hal yang tidak bisa diajarkan (Katz, 2014). Cho and Lee membedakan enam jenis peran atau tugas kewirausahaan yaitu pemasaran, inovasi, manajemen, pengambil risiko dan pengendalian keuangan (Cho & Lee, 2018). Keterampilan diartikan sebagai kemampuan seseorang terhadap suatu hal meliputi tentang kecakapan, sikap, nilai, dan pengertian yang semuanya dipertimbangkan sebagai sesuatu yang penting untuk menunjang keberhasilan didalam penyelesaian tugas (Nafuroh, 2013). Dalam konteks ini pencapaian pendidikan seorang wirausahawan memberikan dampak positif pada orientasi berwirausaha. Pencapaian pendidikan membekali pemilik bisnis dengan keterampilan dan pola pikir reflektif untuk memahami pelanggan dan menanggapi kebutuhan mereka (Altinay & Wang, 2011). Pernyataan di didukung oleh Ibrahim dan Mas'ud yang menyatakan bahwa keterampilan kewirausahaan, faktor lingkungan dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Selain itu orientasi kewirausahaan juga memoderasi hubungan antara keterampilan kewirausahaan dan niat kewirausahaan (Ibrahim & Mas'ud, 2016).

Keterampilan usaha hal-hal yang berkaitan untuk menciptakan atau inovasi bisnis, menumbuhkembangkan unit usaha yang sudah berjalan, dan melakukan penyehatan unit usaha yang mengalami krisis (Frinces, 2013). Keterampilan dibagi menjadi 4 kategori, yaitu 1). *Basic Literacy Skill*, keahlian dasar yang sudah pasti harus dimiliki oleh setiap orang seperti membaca, menulis, berhitung serta mendengarkan. 2). *Technical Skill*, keahlian secara teknis yang didapat melalui pembelajaran dalam bidang teknik seperti mengoperasikan komputer dan alat digital lainnya. 3). *Interpersonal Skill*, keahlian setiap orang dalam melakukan komunikasi satu sama lain seperti mendengarkan seseorang, memberi pendapat dan bekerja secara tim. 4). *Problem Solving*, keahlian seseorang dalam memecahkan masalah dengan menggunakan logika atau perasaanya (Robbins & Zhou, 2007).

Keterampilan wirausaha terdiri dari 3 hal yaitu keterampilan teknis, keterampilan manajemen bisnis dan keterampilan kewirausahaan personal (Frinces, 2013). Mendukung pernyataan tersebut, Fitriati & Hermiati berpendapat bahwa keterampilan wirausaha memiliki tiga dimensi yaitu 1). *Technical Skill*, 2). *Business Management Skill*, 3). *Personal Entrepreneurial Skills* (Fitriati & Hermiati, 2011). Keberhasilan usaha didorong oleh orientasi kewirausahaan yang biasanya merupakan hasil dari cara berbisnis dan kerjasama (Covin & Slevin, 1991). Kerjasama antar perusahaan, konsultasi, pengukuran kinerja, dan fleksibilitas dapat memainkan peran penting dalam kesuksesan bisnis. Kerjasama antar perusahaan memberikan kontribusi positif untuk mendapatkan legitimasi organisasi dan untuk mengembangkan reputasi pasar yang diinginkan. Kerjasama juga memungkinkan perusahaan kecil untuk memperbaiki posisi strategisnya, fokus pada bisnis inti, memasuki pasar internasional, mengurangi biaya transaksi, mempelajari keterampilan baru, dan mengatasi perubahan teknologi yang cepat (Chittithaworn *et al.*, 2011). Keberhasilan usaha adalah kemampuan bisnis untuk mencapai tujuannya.

Penelitian yang dilakukan oleh Hunjra, mengatakan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti sumber daya keuangan, strategi pemasaran, sumber daya teknologi, dukungan pemerintah, kemudahan

mengakses informasi, perencanaan bisnis, dan keterampilan wirausaha (Hunjra *et al.*, 2011). Sejalan dengan konsep tersebut Chukwujiokwe mengemukakan bahwa keberhasilan usaha akan berhasil dengan memiliki keterampilan dalam perencanaan dan penganggaran untuk strategi pemasaran yang menyediakan berbagai produk menarik, bertindak cepat mendeteksi perubahan lingkungan, menilai masalah penjualan sebagai cara mempertahankan hubungan dengan pelanggan, fokus pada kualitas produk sehingga dapat meraih pangsa pasar dan menarik serta mempertahankan karyawan yang kompeten (Chukwujiokwe *et al.*, 2013).

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, maka peneliti mengidentifikasi bahwa terdapat dua sudut pandang yang berkembang dalam mendefinisikan kewirausahaan. Pertama disebut sebagai sekolah ekonomi. Pengusaha menciptakan nilai melalui eksplorasi, inovasi, berpikir kreatif dan dengan menemukan produk, layanan, sumber, teknologi dan pasar baru. *Kedua*, memahami kewirausahaan berkaitan dengan individu dan proses perilaku (Geri, 2013). Sekolah ekonomi berhubungan erat dengan pelibatan lembaga pendidikan yang secara formal mengembangkan sumber daya manusia melalui kerangka kurikulum ketat. Dalam konteks ini, sekolah ekonomi membutuhkan keleluasaan dalam pembentukan keterampilan sosial, karena hakikatnya pelibatan pendidik, mahasiswa, pengusaha dan masyarakat bersifat integral dan berkesinambungan. Dalam kaitannya dengan individu dan proses perilaku, kewirausahaan erat kaitannya dengan manajemen dan organisasi usaha bisnis melibatkan sekumpulan orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Agar kerja sama tersebut berjalan baik, semua unsur dalam organisasi, terutama sumber daya manusia harus dapat terlibat secara aktif dan memiliki dorongan untuk bersama-sama mencapai tujuan.

Studi kewirausahaan dimungkinkan untuk membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi keterampilan kewirausahaan. Ini adalah faktor individu, sosial dan lingkungan. Model Faktor Sosial meneliti latar belakang pribadi, latar belakang keluarga, tahap karir (Alstete, 2002; Green *et al.*, 1996; Robinson *et al.*, 1991), pengalaman hidup awal dan lingkungan pertumbuhan (Gibb, 1993),

sedangkan lingkungan Model faktor melihat faktor kontekstual seperti nilai kekayaan, pengurangan pajak dan manfaat tidak langsung, waktu peluang dalam proses karir, dampak kondisi pasar (Alstete, 2002), pergolakan sosial, budaya sosial dan ekonomi yang mendukung (Green *et al.*, 1996). Di sisi lain, faktor individu, yang secara luas dikenal sebagai model sifat, berfokus pada karakteristik kepribadian wirausahawan (Koh, 1996).

Seiring waktu, keterampilan wirausahawan sering menghasilkan inovasi, salah satunya prioritas publik Amerika Serikat (Obama, 2011). Menciptakan wirausahawan baru, kegiatan ekonomi, pasar baru, pekerjaan baru, dan aliran pendapatan baru juga relevan untuk peneliti di banyak bidang studi (misalnya, ekonomi, kebijakan publik, psikologi, dan) pengelolaan). perilaku dibentuk dan dimotivasi oleh kognisi dan afeksi (yang harus disimpulkan), perilaku tidak memerlukan kesimpulan karena itu kinestetik, pendengaran, dan/atau terlihat, danketika orang lain hadir, interpersonal. Dengan kata lain, perilaku merupakan tindakan yang dapat direkam pada audio atau video dan dapat diperoleh dari laporan diri yang kredibel. Sebagai contoh, perencanaan sebagian bersifat kognitif; hanya bagian dari perencanaan yang dapat diamati oleh orang lain merupakan perilaku, seperti menulis atau mengkomunikasikan rencana kepada orang lain.

Untuk berhasil meluncurkan, mengelola, dan mempertahankan usaha, pengusaha perlu memiliki keterampilan yang diperlukan serta sumber daya keuangan dan non-keuangan (Manev *et al.*, 2005; Sriram *et al.*, 2007). Keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengelola usaha bisnis termasuk pemasaran, operasi, manajemen tenaga kerja, manajemen keuangan, dan kemampuan untuk menavigasi sistem hukum dan birokrasi, yang dapat diperoleh melalui pengalaman atau pelatihan formal. Studi menunjukkan hubungan positif antara investasi pada pelatihan dan pengembangan keterampilan wirausaha dan kesuksesan bisnis (Martin *et al.*, 2013). Bullough dkk telah menyediakan kerangka kerja untuk program pendidikan dan pelatihan bagi pengusaha perempuan berdasarkan pengalaman mereka di Negara berkembang (Bullough *et al.*, 2015). Ada bukti bahwa individu dengan berbagai keterampilan (*jacks of all trades*) lebih

mungkin untuk memulai bisnis mereka sendiri dan menjadi lebih sukses karena kemampuan mereka untuk melakukan tugas yang beragam (Chen & Thompson, 2016). pendidikan yang lebih baik dan/atau akumulasi peluang pengalaman yang dimiliki pengusaha membekali mereka dengan keterampilan yang lebih baik untuk memulai dan mengelola bisnis mereka (Srivastava, 2012). Berdasarkan berbagai kajian ahli, peneliti mendeskripsikan keterampilan berwirausaha sebagaimana dalam Tabel 2.2.

Tabel 2. 2. *Operational process of the concept entrepreneurial skills*

<i>Variable</i>	<i>Dimension</i>
<i>Entrepreneurial Skill Level</i>	<i>Technical Skills</i>
	<i>Business Management Skill</i>
	<i>Personal Entrepreneurial Skills</i>

Sumber: (Gibb, 1993; Gürol & Atsan, 2006; Kearney et al., 2008; Kuratko, 2016b; Zimmer, 1986)

Keterampilan wirausaha memainkan peran sentral dalam penemuan, evaluasi, dan eksploitasi peluang yang mendorong munculnya dan pertumbuhan bisnis usaha. Perspektif yang memberikan wawasan baru tentang perilaku wirausahawan dalam organisasi yang muncul dan berkembang akan, oleh karena itu, memberikan kontribusi yang signifikan untuk bidang kewirausahaan yang semakin berkembang (Mueller *et al.*, 2012). Karena itu, beberapa penelitian tentang perilaku wirausahawan telah dilakukan sampai saat ini (Lichtenstein et al., 2006; Ozaralli & Rivenburgh, 2016a; Pidduck et al., 2021). Berbagai penelitian juga telah mengkaji kegiatan start-up yang dilakukan oleh wirausahawan (Hampel *et al.*, 2020; Honig & Hopp, 2016). Aktivitas dan perilaku awal yang umum biasanya mencakup menulis rencana bisnis, mengorganisir tim awal, mempekerjakan karyawan *pertama*, mencari lokasi, dan sebagainya.

Berdasarkan berbagai kajian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa minat akademis dalam keterampilan wirausahawan berfokus pada eksploitasi, peluang dan penciptaan, pengembangan, dan pertumbuhan awal usaha baru. Fokus ada pada tindakan individu yang konkret dan dapat diamati secara teoretis (sebagai wirausahawan tunggal atau sebagai bagian dari tim pengusaha) pada tahap awal atau awal pembentukan organisasi. Perilaku ini adalah hasil proksimal dari sifat, pengetahuan, tepi, keterampilan, kemampuan, kognisi (misalnya,



persepsi, pikiran, model mental, dan skrip), motivasi, dan emosi. Perilaku juga merupakan penyebab utama usaha yang berpusat pada hasil individu (misalnya, keberadaan, penjualan, produk, kelangsungan hidup, dan pertumbuhan). Tujuan utama dari penelitian tentang keterampilan wirausaha adalah untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengontrol (bentuk dan perubahan) perilaku di tingkat individu dan tim. Kami berharap bahwa perilaku akan menjadi domain yang diteliti dengan baik karena menempati peran mediasi dalam proses kewirausahaan. Secara praktis, pengetahuan tentang perilaku wirausaha memiliki nilai bagi pelaku yaitu

- a. memungkinkan mereka untuk membentuk dan mengubah perilaku mereka untuk hasil yang lebih baik; dan
- b. memungkinkan pemangku kepentingan usaha (investor, pemerintah daerah, dan pendidik) untuk melakukan investasi yang lebih baik dalam usaha baru dan untuk menasihati potensi dan pengusaha yang baru lahir. (Bird *et al.*, 2012)

#### **F. *Self-efficacy* Kewirausahaan**

*Self-efficacy* adalah keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk melakukan tugas tertentu (Bandura, 1997). Keyakinan ini dapat dilihat sebagai 'dapat melakukan sikap'. De Noble dkk dalam penelitian mereka menemukan bahwa banyak peserta penelitian mereka mengemukakan bahwa masalah kritis terpenting yang mereka hadapi dalam memulai dan mengembangkan perusahaan baru adalah 'dapat melakukan sikap' (De Noble *et al.*, 1999). Sikap ini dianggap sebagai faktor terpenting atau kritis yang berkontribusi terhadap keberhasilan wirausaha selama tahap awal perusahaan. Mereka mendefinisikan Wirausaha *Self-efficacy* sebagai sebuah konstruksi yang mengukur keyakinan seseorang pada kemampuan mereka sendiri untuk tampil pada berbagai persyaratan keterampilan yang diperlukan untuk mengejar peluang usaha baru.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* dapat mempengaruhi, dipengaruhi, dan sekaligus menjadi mediator variabel lainnya termasuk kewirausahaan. *Self-efficacy* berperan dalam proses pengaturan diri yang dapat mempengaruhi pencapaian mahasiswa dalam pembelajaran, *efficacy*

diri mahasiswa yang baik dalam pembelajaran kewirausahaan tentu akan meningkatkan keberhasilan belajarnya. Pada sisi lain, *self-efficacy* sangat dipengaruhi keterlibatan mahasiswa dalam pembelajaran kewirausahaan, sehingga pembelajaran yang berbasis *critical pedagogy* akan banyak melibatkan peran aktif mahasiswa dan keterlibatan berbagai pihak untuk mencapai kesadaran kritis dari suatu fenomena (Kesuma et al., 2021). Berkaitan dengan hal tersebut, evaluasi terhadap *self-efficacy* mahasiswa untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan membutuhkan instrumen yang khas dan andal karena proses pembelajarannya dilakukan bukan hanya teoretis namun juga praktik yang melibatkan berbagai pihak.

Para peneliti berpendapat bahwa *Self-efficacy* kewirausahaan meningkatkan niat karir kewirausahaan mahasiswa dengan mempengaruhi kapasitas mereka untuk mengelola proses, sikap mereka terhadap kewirausahaan dan norma subjektif. Lebih khusus, beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa keyakinan mahasiswa dalam kemampuan dan keterampilan mereka untuk melakukan tugas sebagai wirausahawan mempengaruhi niat kewirausahaan mereka melalui peningkatan rasa kontrol mereka atas proses kewirausahaan (Carr & Sequeira, 2007; Linan, 2008b) dan meningkatkan kemampuan mereka untuk menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan dalam prosesnya (Zhao et al., 2005). Liñán memberikan bukti empiris untuk dampak signifikan keterampilan kewirausahaan yang dirasakan mahasiswa pada niat kewirausahaan mereka melalui mempengaruhi sikap mereka terhadap memulai bisnis mereka sendiri, kontrol perilaku yang dirasakan dan norma subjektif. Liñán menyimpulkan bahwa meningkatkan *self-efficacy* kewirausahaan mahasiswa dapat sangat meningkatkan niat mereka untuk mengejar karir kewirausahaan karena dampak yang signifikan pada semua faktor yang membentuk niat kewirausahaan (Liñán & Santos, 2007). Penelitian lain yang dilaksanakan di UKM Melayu Shah Alam Malaysia menunjukkan bahwa *self-efficacy* menjadi mediator hubungan nilai-nilai pribadi dengan orientasi kewirausahaan. Semakin tinggi *self-efficacy* berwirausaha maka semakin tinggi orientasi kewirausahaannya (Alam et al., 2015).

Selanjutnya, Ada tiga dimensi dalam konsep *self-efficacy* berwirausaha yang dikembangkan oleh Yidirin dan Ilhan, peneliti mendeskripsikan pada Tabel 2.3.

Tabel 2. 3. *The general self-efficacy scale turkish form*

<i>Variable</i>	<i>Indicators</i>
<i>Self-efficacy</i>	<i>Initiative</i>
	<i>Persistence</i>
	<i>Effort</i>

Sumber: Yildirim and Ilhan (2010)

*Self-efficacy* didefinisikan sebagai kemampuan pribadi yang dirasakan untuk melaksanakan perilaku target (Krueger Jr & Brazeal, 1994) dan untuk mencapai tujuan kinerja yang ditentukan (Bandura, 1993) dengan meningkatkan optimisme, ketekunan dan ketahanan (Ardichvili *et al.*, 2003). Individu dengan *self-efficacy* tinggi memulai dan bertahan dalam perilaku mereka meskipun ketidakpastian dan sumber daya yang langka (Trevelyan, 2009), menafsirkan kegagalan sebagai pengalaman belajar (Krueger Jr & Brazeal, 1994). *Self-efficacy* dapat dinilai melalui dua sifat yaitu sifat umum (Schwarzer *et al.*, 1997) dan sifat kewirausahaan (Chen *et al.*, 2001).

*Self-efficacy* umum dianggap sebagai " rasa kompetensi pribadi yang luas dan stabil untuk menangani secara efektif berbagai situasi stres" (Luszczynska *et al.*, 2005). *Self-efficacy* wirausaha didefinisikan sebagai keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk berhasil meluncurkan usaha wirausaha (McGee *et al.*, 2009). *Self-efficacy* kewirausahaan menciptakan banyak masalah karena aktivitas kewirausahaan mencakup sejumlah besar tugas potensial dan keterampilan yang terkait: "Dari perspektif pragmatis murni, jauh lebih mudah untuk mengukur *Self-efficacy* umum daripada secara eksplisit menangkap nuansa kewirausahaan *self-efficacy*" (McGee *et al.*, 2009). *Self-efficacy* kewirausahaan juga dapat menjadi bias oleh tingkat pengetahuan kewirausahaan (Føleide, 2011). Pengusaha yang baru lahir tidak memiliki pengalaman kewirausahaan langsung, yang membuat evaluasi mereka terhadap *self-efficacy* kewirausahaan sangat dipertanyakan. Selain itu, wirausahawan berpengalaman dapat meningkatkan skor *self-efficacy* wirausaha mereka karena kesuksesan masa lalu dan/atau saat ini. Hal ini dapat menjelaskan hasil yang bertentangan antara *Self-efficacy* kewirausahaan dan

kinerja perusahaan, mulai dari hubungan positif (Hmieleski & Baron, 2008) hingga negatif (Vancouver *et al.*, 2002) atau hubungan yang tidak signifikan (Poon *et al.*, 2006).

Mempertimbangkan kekurangan ini, konstruk *Self-efficacy* umum dianggap untuk menangkap persepsi responden tentang kemampuan mereka untuk mengatasi dan memecahkan masalah yang menantang (Schwarzer *et al.*, 1997). Konsisten dengan penelitian sebelumnya (Poon *et al.*, 2006), kami mengadopsi *Self-efficacy* umum sebagai sifat pribadi yang sesuai untuk mengatasi kinerja perusahaan. Ada bukti bahwa *Self-efficacy* secara umum menginduksi dorongan emosional yang positif, ketekunan, dan ketahanan dalam menghadapi kesulitan, memimpin wirausahawan untuk mencapai tujuan kinerja yang ditentukan (Judge *et al.*, 2007).

*Self-efficacy* didasarkan pada teori kognitif sosial. Teori ini menjelaskan perilaku manusia sebagai produk dari interaksi pengaruh intrapersonal, perilaku yang dilakukan individu, dan kekuatan lingkungan yang menimpa mereka (Bandura, 2012). Interaksi di antara faktor-faktor ini membentuk keyakinan seseorang dalam memiliki kemampuan untuk berhasil melakukan perilaku tertentu dalam situasi tertentu dan harapannya terhadap hasil perilaku (Bandura, 2010). *Self-efficacy* sangat mempengaruhi pemilihan tindakan individu meskipun ada alternatif, jumlah upaya yang mereka keluarkan untuk melaksanakan tindakan, ketekunan mereka dalam menghadapi kesulitan dan tantangan dan keberhasilan mereka dalam melakukan tindakan (Dwyer & Cummings, 2001). *Self-efficacy* adalah baik anteseden dan konsekuensi dari pilihan tindakan dan mempengaruhi cara di mana individu melakukan tugas mereka saat ini dan mengarahkan pencapaian tugas masa depan mereka. Bandura berpendapat bahwa *self-efficacy* merupakan faktor yang paling berpengaruh mempengaruhi perilaku karena mempengaruhi perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pengaruhnya terhadap proses dan faktor lain seperti penetapan tujuan, harapan hasil dan persepsi terhadap fasilitator dan hambatan di lingkungan (Bandura, 2010).

Dampak mendasar dari *self-efficacy* pada perilaku manusia menyebabkan para sarjana menerapkan konsep tersebut di berbagai bidang seperti kewirausahaan. Para ahli berpendapat bahwa pilihan kejuruan adalah proses kompleks yang membutuhkan rasa *self-efficacy* yang tinggi (Schjoedt & Shaver, 2007). Tentang pentingnya *Self-efficacy* untuk pemilihan karir, Bandura menekankan bahwa dalam proses pengambilan keputusan karir, *Self-efficacy* mempengaruhi pilihan yang diberikan pertimbangan serius (Bandura, 2012). Peneliti kewirausahaan menyoroti pengaruh kritis dari *Self-efficacy* pada aspek yang berbeda dari proses penciptaan usaha baru. *Self-efficacy* wirausaha adalah kapasitas yang dirasakan seseorang untuk berhasil melakukan tugas dan peran wirausahawan dan harapannya terhadap konsekuensi menciptakan usaha baru (BarNir *et al.*, 2011; McGee *et al.*, 2009).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *self-efficacy* wirausaha sangat mempengaruhi niat dan kompetensi individu untuk menjadi wirausaha, besarnya usaha yang mereka curahkan untuk menciptakan bisnis baru, ketekunan mereka dalam menghadapi perubahan dan tantangan dari proses penciptaan usaha baru, dan keberhasilan dalam melakukan peran dan tugas kewirausahaan (Trevelyan, 2011). *Self-efficacy* wirausaha juga merupakan kemampuan pribadi kunci yang memotivasi perilaku wirausaha (Tyszka *et al.*, 2011) dan memungkinkan wirausahawan mengatasi kesulitan selama proses kewirausahaan seperti pengenalan peluang, menyusun sumber daya dan meningkatkan kinerja bisnis baru (Tumasjan & Braun, 2012). *Self-efficacy* kewirausahaan, oleh karena itu, tidak hanya mempengaruhi keputusan individu untuk memilih karir kewirausahaan tetapi juga mengarahkan kinerja masa depan mereka dalam proses mengelola dan mengembangkan usaha baru (McGee *et al.*, 2009).

Khusus untuk mahasiswa, *self-efficacy* kewirausahaan mempengaruhi motivasi dan kompetensi mereka untuk memasuki proses yang menantang dalam memulai bisnis mereka sendiri dan menunjukkan sejauh mana persiapan akademik mereka untuk jalur karir masa depan mereka sebagai seorang wirausaha (Bandura, 2012). Chen dkk menekankan bahwa mahasiswa dengan rasa *Self-efficacy* yang kuat dalam berhasil melakukan tugas-tugas kewirausahaan seperti

pemasaran, kontrol keuangan, manajemen dan pengambilan risiko memiliki niat yang lebih tinggi untuk menjadi pengusaha dibandingkan dengan keyakinan rendah dalam kemampuan dan keterampilan kewirausahaan mereka (Chen *et al.*, 2001). Berbagai penelitian menunjukkan dampak positif yang signifikan dari *Self-efficacy* kewirausahaan pada pilihan karir kewirausahaan mahasiswa (BarNir *et al.*, 2011; Kickul *et al.*, 2009).

Berdasarkan kajian tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa *self-efficacy* kewirausahaan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap niat karir kewirausahaan mahasiswa baik secara langsung maupun tidak langsung melalui penguatan hubungan antara faktor-faktor lain yang mempengaruhi niat mereka untuk menjadi wirausaha. *Self-efficacy* kewirausahaan mahasiswa berpengaruh pada niat karir kewirausahaan. Oleh karena itu, mahasiswa penting diberikan berbagai peluang seperti menulis rencana bisnis, menjalankan usaha kecil dan bekerja dengan seorang pengusaha untuk meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri mereka dalam berbagai bidang. tugas dan peran sebagai wirausahawan. Keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan pembelajaran ini membentuk keyakinan mereka dalam kemampuan mereka untuk melakukan tugas-tugas kewirausahaan dan membantu mereka memiliki keterampilan dalam pengembangan kewirausahaan. *Self-efficacy* yang diperoleh mahasiswa dalam melakukan tugas kewirausahaan akan meningkatkan niat mahasiswa untuk menjadi seorang wirausaha. Hal ini di dukung berbagai penelitian yang mengukur hubungan antara *self-efficacy* kewirausahaan mahasiswa, dan niat kewirausahaan. Hasilnya, *self-efficacy* mampu meningkatkan niat wirausaha melalui pendidikan dan pelatihan (McMullen & Shepherd, 2006; Tumasjan & Braun, 2012).

### **G. Niat Berwirausaha**

Niat berwirausaha dapat dijelaskan sebagai serangkaian faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku berwirausaha, yang menunjukkan sejauh mana seseorang bersedia untuk berpartisipasi dalam berwirausaha dan upaya yang telah mereka lakukan untuk merencanakan dan memobilisasi kewirausahaan (Schul, 2017). Niat berwirausaha adalah komitmen seseorang untuk memulai bisnis baru,

dan merupakan isu inti yang perlu dipertimbangkan ketika memahami proses kewirausahaan (Hutagalung *et al.*, 2017). Linan dan Chen mengemukakan bahwa untuk mengukur intensi seorang wirausaha, seseorang dapat menggunakan metode tertentu untuk menyatakan pernyataan seperti keinginan (saya ingin), prediksi diri (seberapa mungkin) dan niat perilaku (saya berniat) (Liñán & Chen, 2006). Niat untuk memulai usaha baru tergantung pada keinginan dan kelayakan seseorang untuk memulai wirausaha (Mahfud *et al.*, 2020).

Niat berwirausaha telah digambarkan sebagai keadaan pikiran sadar yang mengarahkan perhatian (dan karena itu pengalaman dan tindakan) menuju objek (tujuan) atau jalur tertentu untuk mencapainya (sarana) (Bird & Jelinek, 1989). Peneliti biasanya melacak niat kewirausahaan untuk tiga faktor umum (Krueger Jr *et al.*, 2000). *Pertama*, niat dipicu oleh sikap seseorang terhadap perilaku tersebut. Hal ini dilihat sebagai jumlah tertimbang dari konsekuensi yang dirasakan dan kemungkinan hasil yang berbeda dari perilaku, termasuk penghargaan intrinsik. Faktor kedua adalah norma sosial yang dirasakan. Ini berarti bahwa keyakinan dari kelompok dan aktor yang relevan, seperti keluarga, teman, kolega dan pelanggan, akan mempengaruhi niat pengusaha (Davidsson, 1991). Faktor ketiga, *self-efficacy* seseorang akan mempengaruhi niat. *Self-efficacy* telah ditemukan sangat mempengaruhi perilaku kewirausahaan, dan meningkatkan kelayakan yang dirasakan dari tindakan tertentu karena itu dipandang penting untuk mendorong peningkatan niat kewirausahaan (Krueger Jr *et al.*, 2000; Liñán & Chen, 2006).

Niat wirausaha mengacu pada kecenderungan atau tekad seseorang untuk mendirikan usaha bisnis baru atau disposisi seseorang yang menunjukkan petunjuk untuk menjadi wirausahawan dalam waktu dekat (Thompson, 2009). Selama beberapa waktu terakhir, penelitian tentang niat kewirausahaan telah menjadi sangat populer dan bidang penelitian yang menonjol di seluruh dunia akademik (Fayolle & Liñán, 2014)). Dalam situasi seperti itu ketika tindakan perilaku jarang dan sulit diprediksi, menjadi sangat sulit untuk memprediksi perilaku tertentu dan hal yang sama diterapkan dalam hal memprediksi perilaku kewirausahaan melalui niat (Krueger Jr *et al.*, 2000). Dalam studi longitudinal mereka, Kautonen datang dengan temuan bahwa Niat wirausaha adalah prediktor

kuat tindakan kewirausahaan sehingga memicu masalah yang berkaitan dengan pertanyaan tentang faktor-faktor apa yang paling mempengaruhi Niat wirausaha (Kautonen *et al.*, 2015).

Penelitian formal tentang niat wirausaha dapat digariskan pada awalnya dengan artikel oleh (Shapiro & Sokol, 1982), serta oleh peneliti seperti Ajzen (Ajzen, 2011). Dengan pertumbuhan dan perluasan penelitian tentang niat wirausaha, beberapa studi yang sangat disebutkan menonjol, yang membentuk dasar teoretis tentang niat wirausaha (Fitzsimmons & Douglas, 2011; McGee *et al.*, 2009; Souitaris *et al.*, 2007). Artikel-artikel ini, antara lain, berkontribusi untuk memperkuat bidang studi tentang niat berwirausaha. Model yang menjelaskan anteseden struktural niat wirausaha muncul berdasarkan konsep psikologis dan sosiologis (Krueger Jr *et al.*, 2000). Literatur yang berfokus pada studi niat wirausaha menunjukkan serangkaian model yang berusaha menjelaskan hubungan antara karakteristik pribadi individu dan niat kewirausahaan mereka (Bae *et al.*, 2014; Boyd & Vozikis, 1994; Sun *et al.*, 2020). Model-model tersebut berfokus pada dua jalur utama - *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 2011), dan *Model of Entrepreneurial Event* (MEE) (Shapiro & Sokol, 1982). Studi tentang niat wirausaha (Kautonen *et al.*, 2015; Kolvereid, 2016; Liñán & Fayolle, 2015; Schlaegel & Koenig, 2014) menunjukkan bahwa TPB terus mendominasi literatur sebagai teori dasar, tumpang tindih dengan yang lain dan memperkuat pemahaman bahwa studi Ajzen adalah yang paling banyak digunakan untuk mendukung niat berwirausaha. Namun, selain adanya studi dengan penekanan pada pembuktian IE dan modelnya, penelitian menunjukkan kurangnya transparansi teoretis dan metodologis yang melemahkan penerimaan terbesarnya (Lepoutre *et al.*, 2013).

Kewirausahaan adalah proses multistep yang dapat mengarah pada penciptaan bisnis, niat adalah langkah pertama yang harus dipertimbangkan (Krueger Jr *et al.*, 2000). Niat berwirausaha adalah keadaan pikiran individu yang mengarahkan perhatian dan pengalaman pribadinya pada perilaku wirausaha yang direncanakan (Do & Dadvari, 2017). Niat dijelaskan sebagai faktor motivasi yang



mempengaruhi perilaku, menunjukkan upaya yang diusulkan individu untuk memutuskan perilaku yang direncanakan (Liñán & Santos, 2007).

Tahap awal untuk menjadi seorang wirausahawan adalah bahwa orang tersebut menunjukkan tingkat niat wirausaha tertentu (Bird, 1988). Dengan demikian diyakini bahwa niat kewirausahaan mendahului setiap perilaku kewirausahaan dan merupakan prediktor kewirausahaan yang andal (Koe, 2016). Pengukuran niat berwirausaha yang dilakukan oleh Liñán and Chen (2009) menjadi rujukan penting dalam penelitian ini. Instrumen pengumpulan data ini diberi nama *Entrepreneurial Intention Questionnaire* (EIQ), yang kemudian disempurnakan kembali oleh Liñán, Urbano, dan Guerrero (Liñán *et al.*, 2011). Deskripsi terhadap niat berwirausaha siuraikan dalam Tabel 2.4.

Tabel 2. 4. *Testing The Entrepreneurial Intention Model*

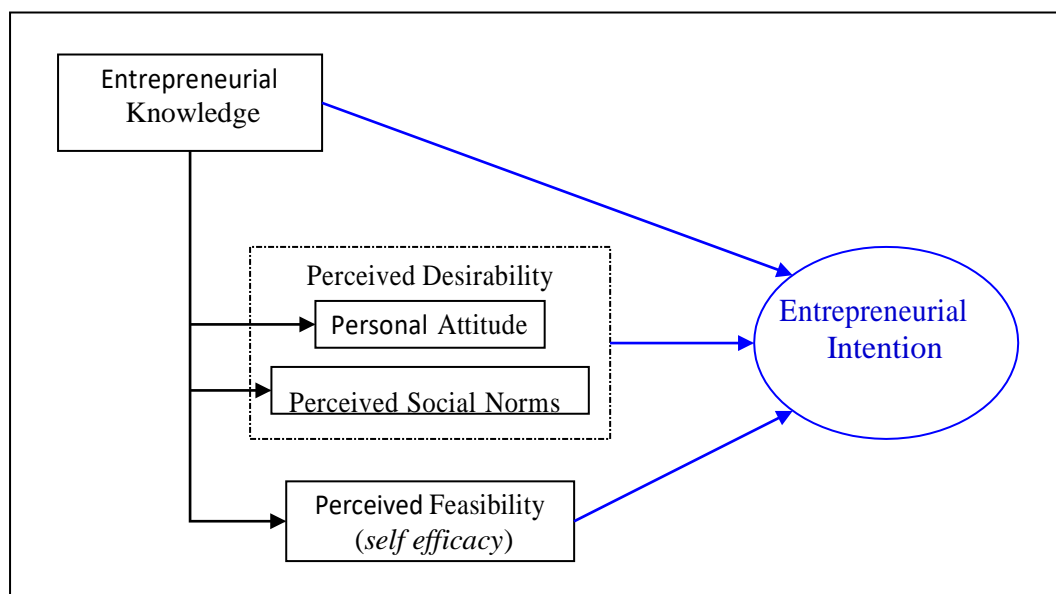
Variabel	Indikator
Entrepreneurial Intention	<i>Professional attraction</i>
	<i>Social valuation</i>
	<i>entrepreneurial capacity</i>
	<i>entrepreneurial intention</i>

Sumber: *Testing The Entrepreneurial Intention Model* (Liñán & Chen, 2006)

Instrumen pengumpulan data ini memprediksi dan menjelaskan kecenderungan individu untuk menjadi wirausaha. Dalam beberapa tahun terakhir, penulis internasional dan nasional telah didasarkan pada instrumen pengumpulan data ini untuk melakukan studi yang diterapkan dalam realitas yang berbeda (Rueda *et al.*, 2015). Secara garis besar, Liñán dan Fayolle menjelaskan bahwa artikel-artikel yang diteliti tentang niat berwirausaha berada dalam kategori variabel pribadi, atau dari perspektif psikologi, anteseden kehidupan, jenis kelamin, subkategori tertentu atau kondisi akses ke proses kewirausahaan, apalagi difokuskan pada pendidikan kewirausahaan (Liñán & Fayolle, 2015). Dengan demikian, tidak hanya tumbuh minat pada tema niat kewirausahaan, tetapi juga adopsi bertahap prinsip-prinsip, model dan instrumen pengumpulan data untuk melakukan penelitian, meskipun kritik akhirnya mengenai model penelitian.

EIQ dianggap sebagai instrumen yang memadai untuk menganalisis niat menjadi wirausaha. Butir pertanyaan/ pernyataan telah dibuat sebagai skala tipe

likert 7 poin. Adapun indikator dari EIQ yang digunakan untuk mengukur variabel niat kewirausahaan: yaitu, pengetahuan kewirausahaan, ketertarikan pribadi, norma sosial, *Self-efficacy* dan niat. Hal ini dideskripsikan dalam Gambar 2.1.



Gambar 2.1. *Entrepreneurial intention model* (Liñán, 2004)

Kuesioner niat wirausaha (*Entrepreneurial Intention Questionnaire/* EIQ) dikembangkan berdasarkan pada literatur teoretis dan empiris yang ada tentang penerapan teori perilaku terencana untuk kewirausahaan. Dengan demikian, instrumen ini telah diperiksa silang dengan cermat dengan instrumen yang digunakan oleh peneliti lain (Chen *et al.*, 1998; Kickul & Zaper, 2000; Kolvereid, 1996; Veciana *et al.*, 2005).

## H. Orientasi Berwirausaha

Orientasi berwirausaha dapat dikatakan sebagai kompetensi kewirausahaan yang dapat dipelajari melalui pendidikan kewirausahaan yang tepat. Penggunaan Orientasi berwirausaha sebagai konstruk yang mempengaruhi niat berwirausaha telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Ibrahim dan Lucky melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan antara orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha di kalangan mahasiswa Nigeria di Malaysia dan mereka berhasil menemukan bahwa orientasi berwirausaha sebagai konstruk tunggal terkait dengan niat kewirausahaan mahasiswa (Ibrahim & Lucky, 2014). Yurtkoru

dkk mendukung pandangan bahwa kewirausahaan adalah proses yang disengaja dan mereka selanjutnya menegaskan bahwa menjadi pecinta risiko dan kemauan untuk mengambil risiko secara positif mempengaruhi niat kewirausahaan individu (Yurtkoru *et al.*, 2014). Bolton dan Lane menemukan korelasi statistik yang signifikan antara masing-masing elemen orientasi berwirausaha dan niat kewirausahaan mahasiswa (Bolton & Lane, 2012).

*Theory of Planned Behavior* menyoroti bahwa niat untuk melakukan perilaku tertentu dibentuk oleh keinginan individu untuk melakukan perilaku mereka dan keyakinan pada kemampuan mereka untuk melakukannya. Struktur anteseden niat berwirausaha umumnya dipengaruhi oleh faktor pribadi dan situasional (Altinay *et al.*, 2012). Sikap berbeda dengan sifat karena sifatnya yang evaluatif terhadap sasaran tertentu. Selanjutnya, sikap mempengaruhi niat individu dan secara bersamaan mempengaruhi perilaku (Ajzen, 2011). Artinya, sikap memiliki peran penting dalam menciptakan niat dan menjadi faktor penentu dalam membentuk perilaku (Nguyen *et al.*, 2019). Orientasi sikap kewirausahaan terdiri dari karakteristik pribadi seperti inovasi, pengambilan risiko, kebutuhan untuk berprestasi, kepercayaan diri, dan locus of control (Robinson *et al.*, 1991). Para sarjana sering mengaitkan niat kewirausahaan dengan sikap kewirausahaan, yang menyatakan bahwa sikap kewirausahaan dapat mempengaruhi keputusan melalui niat berwirausaha (Krueger Jr *et al.*, 2000). Pengukuran terhadap orientasi berwirausaha dilakukan dengan instrumen *entrepreneurship orientation*, sebagaimana dideskripsikan pada Tabel 2.5.

Tabel 2. 5. *Entrepreneurship orientation scale*

Variabel	Indikator
Entrepreneurial Orientation	<i>Social passion</i>
	<i>Innovativeness</i>
	<i>Pro-activeness</i>
	<i>Risk-taking</i>

Sumber: *Entrepreneurship orientation measurement scale* (Satar & Natasha, 2019)

Prediksi keputusan kewirausahaan mengacu pada kemungkinan melakukan bisnis dan gambaran perilaku bisnis yang dapat dilihat individu (Handayati *et al.*, 2020; Hermawan, 2016). *Adversity Quotient* dapat diartikan

sebagai penilaian yang mengukur bagaimana respon seseorang terhadap masalah dapat diberdayakan menjadi peluang (Nelda, 2019). Mengenai niat berwirausaha, daya tahan menentukan kemampuan seseorang untuk bertahan dan menghadapi kesulitan, serta mencapai kesuksesan (Handaru *et al.*, 2015). Sikap wirausaha adalah tren yang secara efektif merespons risiko yang dihadapi perusahaan. Sikap wirausaha diukur dengan indikator usaha, inovasi usaha dan tingkat pengendalian (Rakhmadiningrum *et al.*).

### **I. *Critical pedagogy* Pembelajaran Kewirausahaan**

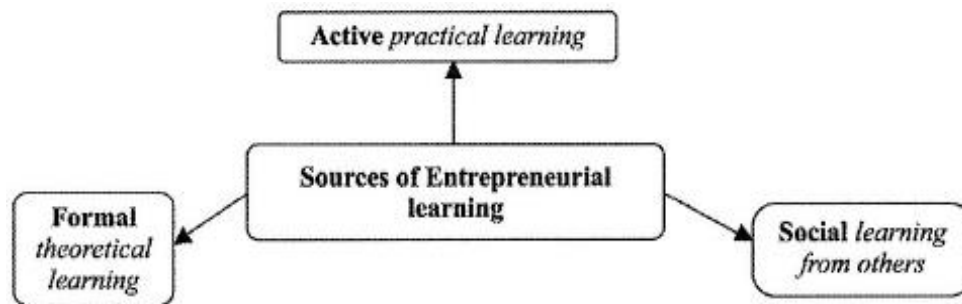
Masa depan universitas didasarkan pada pengakuan bahwa kebebasan berkembang diruang akademik dari ranah publik, dan pemerintah memiliki kewajiban untuk menyelenggarakannya bagi warga Negeranya. Pendidikan dalam konteks ini terkait dengan kehidupan masyarakat melalui nilai-nilai demokrasi seperti kesetaraan, keadilan, dan kebebasan, daripada dipandang sebagai sebuah perusahaan untuk kepentingan komersial (Giroux, 2020). *Critical pedagogy* (pedagogi kritis) merupakan tema kajian bidang pendidikan yang kemudian mengkristal menjadi sebuah paradigma kritis pendidikan. Menurut Freire, pola pendidikan yang hanya berisikan aktivitas *transfer of knowledge*, menjadi indikasi adanya pengaruh kepentingan politik dan ekonomi. Pengaruh ini potensial memberangus peran pendidikan sebagai sarana pendewasaan manusia, karena kedewasaan tidak mungkin diraih oleh murid yang tidak diberikan kesempatan untuk berkreativitas secara maksimal. Secara tegas ia menolak pola pendidikan tersebut, karena baginya: *to teach is not to transfer knowledge, but to create possibilities for the production or construction of knowledge* (Freire, 1998). Pemikirannya ini merupakan upaya mengembalikan misi pendidikan sebagai sarana memanusiaikan manusia yang senantiasa bergerak ke arah kedewasaan diri dengan menjadikan penguasaan dan pengamalan ilmu pengetahuan sebagai indikasi keberhasilan capaian.

Pada bagian lain, *Critical pedagogy* dipahami juga sebagai sebuah bentuk pendekatan dalam proses pembelajaran yang berupaya membantu murid untuk mengkritisi dan bahkan mendobrak keyakinan dan praktik-praktik yang

mendominasi (Monchinski, 2011). Pemahaman ini dibangun atas dasar kehendak untuk menempatkan lembaga pendidikan sebagai poros bagi perkembangan budaya dan peradaban. Dengan demikian, dominasi berbagai bentuk kepentingan yang berada di luar garis misi pendidikan harus dihindari oleh para pengelola pendidikan. Tujuan terpenting dari *critical pedagogy* adalah untuk membebaskan mahasiswa dari dominasi kepentingan dalam mencari dan mengalami proses pendidikan. Tujuan ini dapat dilakukan dengan membongkar praktik-praktik kebijakan pendidikan yang jauh dari pendekatan akademis (Hidayat, 2020).

*Critical pedagogy* (pedagogi kritis) berpijak pada hasrat untuk merelatifkan dan memberangus mitos-mitos akademik tentang otoritas lembaga pendidikan sebagai status qua kepentingan pengelola. *Critical pedagogy* berupaya mengembalikan peran lembaga pendidikan sebagai poros pengembangan budaya kritis. Oleh karenanya, *Critical pedagogy* dapat juga dipahamkan dalam dua pengertian. *Pertama*, *Critical pedagogy* sebagai paradigma berpikir yang dibangun di atas pondasi *critical thinking* (pemikiran kritis); dan kedua sebagai gerakan pemikiran sosial yang berpotensi melahirkan praksis pendidikan egaliter, humanis serta demokratis. Kedua bentuk pengertian ini sejatinya harus ada dalam pendidikan sebagai proses pendewasaan diri mahasiswa melalui penguasaan ilmu pengetahuan.

Proses pendewasaan diri melalui pendidikan berpilar *Critical pedagogy* (pedagogi kritis) mempersyaratkan adanya upaya meminimalisir otoritas peran guru atau dosen dalam ruang dialog kebenaran ilmu pengetahuan. Sejatinya, guru tidak menjadikan ilmu pengetahuan sebagai simbol otoritas dirinya, karena *the teacher is to be a humanizer of knowledge* (Brown, 2013). Dengan demikian penyediaan dan perluasan ruang dialog dalam proses pendidikan menjadi sangat penting guna membangun kesetaraan otoritas keilmuan. Pada pembelajaran kewirausahaan, *Critical pedagogy* di deskripsikan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. *Entrepreneurial learning* (Muir, 2005; Rae, 2000)

Proses dialog akan menghasilkan apa yang oleh Freire diistilahkan dengan *conscientization* (penyadaran), yaitu proses berkembangnya kesadaran antara guru dan murid. *Conscientization* hanya mungkin dihasilkan manakala guru dan murid sama-sama membekali dirinya dengan *critical consciousness* (kesadaran kritis). Kesadaran ini dibutuhkan agar semua pihak mampu membaca dan menafsirkan secara kritis realitas kependidikan di sekitarnya dan pada akhirnya berhasrat untuk melakukan perubahan ke arah perbaikan.

Berbekal *critical consciousness* itu lah guru dan murid dapat memahami, bahwa tujuan pendidikan itu sebenarnya adalah untuk merubah kesadaran mahasiswa, dari kesadaran magis dan naif, menuju kesadaran kritis. Upaya membangun *critical consciousness* dalam pengelolaan pendidikan berpilar *Critical pedagogy* harus dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu: *pertama, naming*, mempertanyakan sesuatu: *what is the problem?*, yang bertujuan untuk membentuk kepekaan mahasiswa terhadap kebijakan dan praktik-praktik pendidikan; *kedua Reflecting*, yaitu tahapan merefleksikan jawaban atas pertanyaan tahap pertama melalui pertanyaan kritis: *Why is it happening*, dengan tujuan untuk membiasakan mahasiswa berpikir kritis-reflektif; dan *ketiga, acting*, yaitu tahapan pencarian solusi atas hasil refleksi melalui pertanyaan: *what can be done to change the situation*, dengan tujuan untuk memampukan mahasiswa memecahkan setiap persoalan yang dihadapi (Freire, 2021).

## J. Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengadaptasi instrumen karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self efficacy* berwirausaha, orientasi

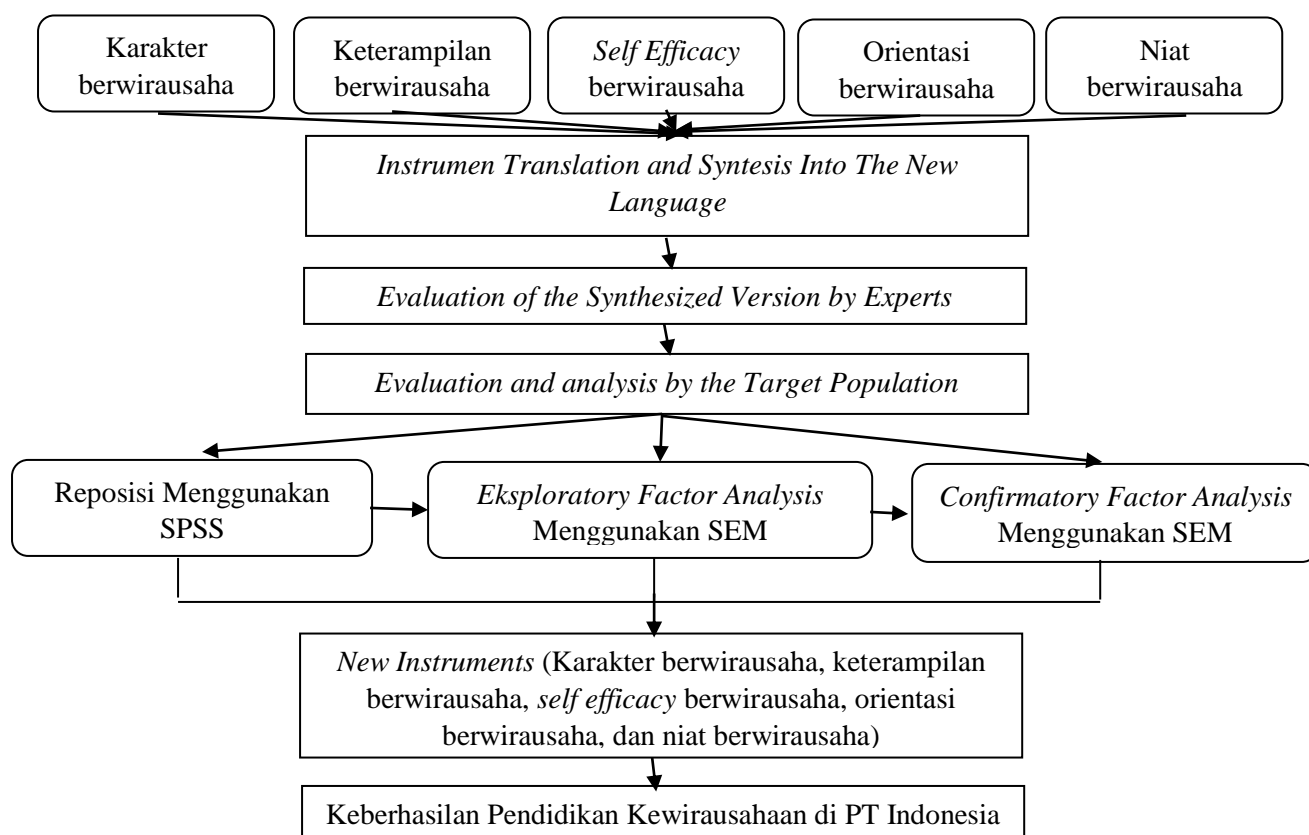
berwirausaha dan niat berwirausaha yang populer digunakan untuk mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan di berbagai negara di dunia untuk di adaptasi di Indonesia. Berbagai pertimbangan peneliti menetapkan variabel-variabel tersebut karena niat wirausaha adalah prediktor kuat tindakan kewirausahaan (Kautonen *et al.*, 2015), karena niat kewirausahaan mendahului setiap perilaku kewirausahaan dan merupakan prediktor kewirausahaan yang andal (Koe, 2016). Sedangkan karakter individu mempengaruhi niat untuk memulai berwirausaha (Bullough *et al.*, 2015; Rauch & Frese, 2007), sehingga karakteristik pribadi individu berhubungan dengan niat kewirausahaan mereka (Bae *et al.*, 2014; Boyd & Vozikis, 1994; Sun *et al.*, 2020) bahkan memprediksi niat individu untuk memulai berwirausahaan (DeNisi, 2015)

Pada sisi lain, pencapaian pendidikan membekali pemilik bisnis dengan keterampilan dan pola pikir reflektif untuk mencapai kesuksesan (Altinay & Wang, 2011). Pernyataan di didukung oleh Ibrahim dan Mas'ud yang menyatakan bahwa keterampilan kewirausahaan, faktor lingkungan dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha. Selain itu, orientasi kewirausahaan juga memoderasi hubungan antara keterampilan kewirausahaan dan niat kewirausahaan (Ibrahim & Mas'ud, 2016). Bolton dan Lane sendiri menemukan korelasi statistik yang signifikan antara masing-masing elemen orientasi berwirausaha dan niat kewirausahaan mahasiswa (Bolton & Lane, 2012). Sejumlah penelitian lain (Fini *et al.*, 2012; Linan, 2008a; Phelan & Sharpley, 2012) telah menetapkan hubungan yang signifikan antara keterampilan kewirausahaan dan niat kewirausahaan. Kelayakan seseorang untuk berniat berwirausaha sangat menentukan niat untuk berniat berwirausaha (Mahfud *et al.*, 2020). Kelayakan tersebut termasuk penguasaan keterampilan yang membuat calon wirausahawan memiliki keyakinan untuk mampu berwirausaha.

Berkaitan dengan *self-efficacy*, hal tersebut signifikan meningkatkan niat kewirausahaan mahasiswa (Carr & Sequeira, 2007; Linan, 2008b). Bahkan beberapa peneliti mengidentifikasi bahwa hal tersebut merupakan faktor penentu niat berwirausaha (Fayolle *et al.*, 2006; Souitaris *et al.*, 2007). Pada proses pengambilan keputusan karir, *Self-efficacy* mempengaruhi pilihan yang diberikan

pertimbangan yang serius (Bandura, 2012). Pertimbangan tersebut akan memberikan penilaian kelayakan terhadap diri sendiri dan pada akhirnya meningkatkan niat berkarir. Liñán menyimpulkan bahwa meningkatkan *self-efficacy* kewirausahaan mahasiswa dapat sangat meningkatkan niat mereka untuk mengejar karir kewirausahaan karena dampak yang signifikan pada semua faktor yang membentuk niat kewirausahaan (Liñán & Santos, 2007).

Berdasarkan kajian teori tersebut, peneliti dapat deskripsikan bahwa kovarian antar variabel memiliki *faktor loading* variable karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi, dan niat berwirausaha saling berinteraksi. Kerangka fikir penelitian yang menunjukkan pengaruh antar pengukuran variable, peneliti deskripsikan seperti pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Diagram kerangka berpikir penelitian



## K. Hipotesis

Berdasarkan rumusan permasalahan, tujuan dan kerangka berpikir penelitian, penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut

1.  $P_{1j} > 0,05$ , artinya karakter berwirausaha berpengaruh terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
2.  $P_{2j} > 0,05$ , artinya karakter berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
3.  $P_{3j} > 0,05$ , artinya keterampilan berwirausaha berpengaruh terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia
4.  $P_{4j} > 0,05$ , artinya keterampilan berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
5.  $P_{5j} > 0,05$ , artinya *self-efficacy* berwirausaha berpengaruh terhadap orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
6.  $P_{6j} > 0,05$ , artinya *self-efficacy* berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
7.  $P_{7j} > 0,05$ , artinya orientasi berwirausaha berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
8.  $P_{4j} = \text{direct effect} < \text{indirect effect}$ , artinya karakter berpengaruh terhadap niat melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
9.  $P_{9j} = \text{direct effect} < \text{indirect effect}$ , artinya keterampilan berpengaruh terhadap niat melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
10.  $P_{10j} = \text{direct effect} < \text{indirect effect}$ , artinya *self-efficacy* berpengaruh terhadap niat melalui orientasi berwirausaha mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia.
11. Implementasi model pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan pada mahasiswa di perguruan tinggi Indonesia yang mampu memprediksi niat berwirausaha mahasiswa.

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada seluruh perguruan tinggi di Indonesia yang menjadikan mata kuliah kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib pada program studi yang dikelolanya. Penelitian ini adalah penelitian survey sehingga penulis menjangkau sebanyak-banyaknya sumber data yang memenuhi kriteria untuk terlibat. Sumber data yang dimaksud adalah para mahasiswa yang telah menempuh/ menyelesaikan/ lulus mata kuliah kewirausahaan.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tahun akademik 2021-2022 hingga selesai.

#### **B. Rancangan/ Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah desain non eksperimen atau kuantitatif survey. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbantuan SPSS dan AMOS untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

##### **1. Definisi konseptual variabel**

Variabel dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang perlu di deskripsikan untuk memudahkan memaknai dan mengoperasionalkan konsep dilapangan. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

###### **a. Karakter berwirausaha**

Karakter berwirausaha merupakan salah satu variabel yang dapat mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan melalui ciri-ciri kepribadian

tertentu yang bersifat unik dan khas pada setiap orang. Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa wirausahawan memiliki beberapa karakteristik luar biasa, memiliki orientasi dan nilai-nilai yang menciptakan dorongan bagi mereka sehingga membedakan mereka dari orang lain (Thomas & Mueller, 2000). Karakteristik kepribadian dapat memprediksi niat individu untuk memulai berwirausahaan (DeNisi, 2015). Terlebih, ciri-ciri kepribadian tertentu dapat memengaruhi keputusan untuk terlibat dalam usaha wirausaha, dan ini dapat bervariasi menurut susunan sosial ekonomi dan budaya dari berbagai wilayah dan Negara (Minniti, 2009).

b. Keterampilan berwirausaha

Keterampilan berwirausaha merupakan salah satu variabel yang dapat mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan melalui aktivitas, atau pengetahuan praktis, yang dibutuhkan untuk membangun dan menjalankan bisnis dengan sukses (Mamun *et al.*, 2018). Pada konteks ini, keterampilan berwirausaha dimaknai sebagai keterampilan dalam mengembangkan atau menciptakan hal baru yang akan menambah nilai bagi masyarakat dan menghasilkan keuntungan moneter bagi pengusaha. Keterampilan ini merupakan hasil dari dedikasi baik yang berwujud maupun tidak berwujud seperti waktu, tenaga, serta kemampuan mengambil risiko dalam mencapai realitas gagasan itu.

c. *Self-efficacy* berwirausaha

*Self-efficacy* berwirausaha merupakan salah satu variabel yang dapat mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan melalui keyakinan seseorang pada kemampuannya untuk melakukan kegiatan berwirausaha. Hal ini didasarkan pada pendapat bahwa *Self-efficacy* kewirausahaan meningkatkan niat karir kewirausahaan mahasiswa dengan mempengaruhi kapasitas mereka untuk mengelola proses, sikap mereka terhadap kewirausahaan dan norma subjektif. *Self-efficacy* berwirausaha meliputi kemampuan dan keterampilan mereka untuk melakukan tugas sebagai wirausahawan mempengaruhi niat kewirausahaan mereka melalui peningkatan rasa kontrol mereka atas proses kewirausahaan (Carr & Sequeira, 2007; Linan, 2008b) dan meningkatkan kemampuan mereka untuk

menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan dalam prosesnya (Zhao *et al.*, 2005).

d. Orientasi berwirausaha

Orientasi berwirausaha merupakan strategi seseorang untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Oleh karena itu orientasi mengacu pada proses, praktik dan pengambilan keputusan seseorang yang mendorong seseorang untuk berniat berwirausaha. Orientasi merupakan salah satu variabel yang dapat mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan melalui kompetensi kewirausahaan yang dapat dipelajari melalui pendidikan. Hal ini menekankan bahwa kewirausahaan adalah proses yang disengaja dan mereka selanjutnya menegaskan bahwa wirausahawan merupakan pecinta risiko dan memiliki kemauan untuk mengambil risiko secara positif yang pada akhirnya mempengaruhi niat kewirausahaan individu (Yurtkoru *et al.*, 2014).

e. Niat berwirausaha

Niat berwirausaha merupakan salah satu variabel yang dapat mengukur keberhasilan pendidikan kewirausahaan melalui serangkaian faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku berwirausaha, yang menunjukkan sejauh mana seseorang bersedia untuk berpartisipasi dalam berwirausaha dan upaya yang telah mereka lakukan untuk merencanakan dan memobilisasi kewirausahaan (Schul, 2017). Hal ini mengindikasikan bahwa untuk mengukur intensi seorang wirausaha, seseorang dapat menggunakan metode tertentu untuk menyatakan pernyataan seperti keinginan (saya ingin), prediksi diri (seberapa mungkin) dan niat perilaku (saya berniat) (Liñán & Chen, 2006). Niat untuk memulai usaha baru tergantung pada keinginan dan kelayakan seseorang untuk memulai wirausaha (Mahfud *et al.*, 2020).

## 2. Definisi operasional variabel

Untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan pengukuran dalam penelitian ini, maka peneliti mengoperasionalkan variabel yang terlibat. Adapun definisi operasional variabel

dalam penelitian ini mengadopsi instrumen yang telah dikembangkan ahli sebagaimana kisi-kisinya tercantum pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1. Operasional Instrumen Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional
1.	Karakter berwirausaha	Karakter berwirausaha merupakan kekhasan kepribadian seseorang yang dapat mempengaruhi mahasiswa untuk berwirausaha. Dimensi-dimensi untuk mengukur karakter berwirausaha diadaptasi dari yang meliputi: komitmen, tujuan, kegigihan, kebutuhan akan prestasi, orientasi peluang, inisiatif, tanggung jawab, memecahkan masalah, umpan balik, pengendalian diri, menoleransi keberagaman, mengambil resiko, integritas, keandalan, menoleransi kegagalan, bekerja keras, kreatif, inovatif, cita-cita, percaya diri, optimis, mandiri, dan kemampuan membangun tim (Gibb, 1993; Gürol & Atsan, 2006; Kearney et al., 2008; Krueger, 1995),
2.	Keterampilan berwirausaha	Keterampilan berwirausaha merupakan suatu kemampuan yang lahir dari interaksi inderawi mahasiswa dengan lingkungan (pengalaman) kewirausahaan. Dimensi-dimensi untuk mengukur keterampilan berwirausaha diadaptasi dari yang meliputi: keterampilan teknis, keterampilan manajemen bisnis, dan keterampilan pribadi (Gibb, 1993; Gürol & Atsan, 2006; Kearney et al., 2008; Krueger, 1995),
3.	<i>Self Efficacy</i> berwirausaha	<i>Self efficacy</i> berwirausaha merupakan keyakinan diri mahasiswa untuk berwirausaha. Dimensi-dimensi untuk mengukur <i>self efficacy</i> berwirausaha diadaptasi dari Yildirim and Ilhan (2010) yang meliputi: prakarsa, kegigihan, dan upaya.
4.	Orientasi berwirausaha	Orientasi berwirausaha merupakan strategi seseorang untuk berwirausaha. Dimensi-dimensi untuk mengukur orientasi berwirausaha diadaptasi dari Satar and Natasha (2019) yang meliputi: gairah social, inovasi, pro-aktif, dan mengambil resiko.
5.	Niat berwirausaha	Niat berwirausaha merupakan motivasi, keinginan dan kelayakan seseorang untuk berwirausaha. Dimensi-dimensi untuk mengukur niat berwirausaha diadaptasi dari Liñán and Chen (2006) yang meliputi daya tarik professional, penilaian sosial, kapasitas wirausaha, dan niat wirausaha

Sumber: *Literature review*, 2022

### C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah menempuh dan lulus mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi di Indonesia. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 7.665.516 mahasiswa yang tersebar wilayah Indonesia bagian barat, tengah, dan timur. Sebaran tersebut dapat dideskripsikan pada Tabel 3.2.

Tabel 3. 2. Populasi penelitian

No.	Perguruan Tinggi	Jumlah Populasi
1	Wilayah Barat	6.472.595
2	Wilayah Tengah	929.818
3	Wilayah Timur	263.103
<b>Jumlah</b>		<b>7.665.516</b>

Sumber: BPS (2021)

Selanjutnya, peneliti menentukan besaran sampel berdasarkan metode estimasi antara lain: (1) Ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk mengurangi bias pada semua jenis estimasi SEM adalah 200 (Loehlin, 2004; Loehlin & Beaujean, 2001); (2) Ukuran sampel untuk estimasi *maximum likelihood* (ML) harus minimal 15x jumlah variabel yang diamati (Stevens, 2013); (3) Ukuran sampel untuk estimasi ML harus setidaknya 5x jumlah parameter bebas dalam model, termasuk eror (Bentler & Chou, 1987); (4) Data yang memiliki nilai kurtosis tinggi, ukuran sampel minimum harus 10 kali jumlah parameter bebas (Hoogland & Boomsma, 1998).

Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif survei dengan tujuan menjaring partisipan yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, maka sampel penelitian yang diambil berkisar 200 sampai dengan 400 untuk model yang memiliki indikator lebih dari 15 (Sarwono, 2010), dengan teknik *random sampling* untuk seluruh populasinya karena untuk mengurangi bias data. Sebab, pemilihan sampel dalam *random sampling* dilakukan secara acak sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih, dengan pertimbangan anggota populasi tidak memiliki strata sehingga relatif homogen. Serta adanya kerangka sampel yaitu merupakan daftar elemen-elemen populasi yang dijadikan dasar untuk pengambilan sampel. Sampel yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 357 mahasiswa. Penentuan sampel ini didasarkan pada: 1) kesediaan populasi untuk mengisi *google form* dengan benar; dan 2) Populasi dianggap setara berdasarkan standar nasional pendidikan tinggi (SNPT) di Indonesia.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan: 1) angket tertutup yang diberikan kepada mahasiswa yang tersebar di wilayah barat, tengah dan timur Indonesia, dan telah menempuh dan lulus mata kuliah kewirausahaan. Instrumen pengumpul data menggunakan instrumen yang sudah terstandar yang sudah sering digunakan oleh peneliti pada bidang kajian variabel yang sejenis dengan penelitian ini. Semua butir berbahasa Inggris. Untuk memenuhi kebutuhan keterbacaan butir, peneliti mendapat bantuan ahli alih bahasa dan hasil alih bahasa dibahas pada *Forum Group Discussion* untuk mendapatkan butir keterbacaan yang baik.

Butir kuesioner disusun pada dan disebarakan secara elektronik dengan *Google Form*. Pemilihan aplikasi elektronik *Google Form* diantaranya adalah bahwa penelitian ini dilaksanakan pada masa pandemi dan populasi dianggap homogen. Kaidah ini lazim juga dilakukan di dunia penelitian yang penyebaran kuesioner melalui jaringan elektronik semisal email dan *google form* (Baker *et al.*, 2016; Batubara, 2016; Choi *et al.*, 2018; Colizzi *et al.*, 2020; Korableva *et al.*, 2019; Lin *et al.*, 2020; Vasantha Raju & Harinarayana, 2016).

#### **E. Teknik Analisis Data**

##### **1. Uji Psikometrik**

Guna memenuhi kebutuhan kuesioner untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan (karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self-efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha, dan niat berwirausaha), dilakukan uji faktor atas adaptasi instrumen ke dalam budaya Indonesia. Istilah adaptasi tes mengacu pada serangkaian penelitian psikometri untuk menyesuaikan suatu tes ke dalam budaya lokal, termasuk penerjemahan bahasa. Tindakan mengadaptasi atau menterjemahkan tes ke dalam bahasa/budaya lain adalah sesuatu yang lazim dilakukan. Hal ini cukup umum diketahui diantara para peneliti pendidikan dan ahli-ahli psikometri (Hambleton & Patsula, 1998). Sedangkan istilah ‘standardisasi tes’ adalah keseragaman cara dalam penyelenggaraan dan penskoran tes (Anastasi & Urbina, 1997). Suatu tes

dikatakan terstandarisasi (*standardized*) bila kata-kata dan tindakan tester, piranti/ *tools* yang digunakan dalam tes, dan aturan-aturan skoring telah ditetapkan secara pasti, sehingga skor yang terkumpul pada waktu dan tempat yang berbeda dapat cukup komparabel (Cronbach). Dengan kata lain, standarisasi menyangkut keseragaman prosedur, dan untuk tes yang diadaptasi ke dalam budaya lokal, pengadaptasian terhadap standarisasi prosedur juga harus dilakukan, termasuk membuat norma-norma menggunakan sampel standarisasi orang lokal (Gudmundsson, 2009).

Langkah-langkah adaptasi instrumen pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan (karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self-efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha, dan niat berwirausaha) tersebut antara lain:

- a. *Instrumen Translation and Syntesis Into The New Language*, proses ini membutuhkan bantuan penerjemah untuk memastikan bahwa versi final tidak hanya cocok untuk konteks baru tetapi juga konsisten dengan versi aslinya. Penerjemahan dilakukan hanya menggunakan metode *forward-translation* atau penerjemahan satu arah saja. Penerjemahan dilakukan oleh melalui diskusi panel antara peneliti dengan penerjemah yang familiar dengan bahasa Inggris dan kewirausahaan. Diskusi panel juga dimaksudkan untuk membandingkan terjemahan yang berbeda dan menilai perbedaan semantik, idiomatik, konseptual, linguistik dan kontekstualnya, dengan tujuan tunggal untuk membuat satu versi.
- b. *Evaluation of the Synthesized Version by Experts*, peneliti masih harus mengandalkan bantuan ahli di bidang bahasa Indonesia untuk menilai aspek penting lainnya, seperti struktur, tata letak, instruksi instrumen, dan ruang lingkup dan kecukupan ekspresi yang terkandung dalam butir. Nilai akhir kesesuaian dalam bentuk presentase. Uji ahli bahasa ini sekaligus merupakan uji terhadap validitas isi (Suryabrata, 2000).
- c. *Evaluation and analysis by the Target Population*, proses ini bertujuan untuk mengetahui dekonstruksi dimensi dan indikator yang baru terbentuk serta keandalannya



(Borsa *et al.*, 2012; Gudmundsson, 2009; Hambleton & Patsula, 1998; Sireci, 1999)

## 2. Analisis Statistik

Teknik analisis data yang terdiri dari dua jenis analisis berbantuan SPSS Versi 23 dan Amos Versi 22.

### a. Uji Analisis Faktor Menggunakan SPSS

#### 1) *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling*

Asumsi Analisis Faktor yang kedua adalah: Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO) adalah indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling sebesar 0,580. Dengan demikian persyaratan KMO memenuhi persyaratan karena memiliki nilai di atas 0,5.

#### 2) *Bartlett Test of Sphericity*

Hasil perhitungan dengan SPSS dihasilkan nilai *Barlett Test of Spehricity* dengan signifikansi sebesar 0,001. Jika demikian *Bartlett Test of Spehricity* memenuhi persyaratan karena signifikansi di bawah 0,05 (5%).

#### 3) *Measures of Sampling Adequacy (MSA)*

Pengujian persyaratan MSA Nilai MSA harus  $> 0,5$ , pengujian diulangi sampai *Determinant*, KMO, *Barlett Test of Spehricity* dan MSA memenuhi persyaratan MSA yaitu di atas 0,5 sehingga dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya. Untuk melihat korelasi antarvariabel independen dapat diperhatikan Tabel Anti-Image Matrices. Nilai yang diperhatikan adalah MSA (Measure of Sampling Adequacy). Nilai MSA berkisar antara 0 hingga 1, dengan ketentuan sebagai berikut:

1. MSA = 1, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variabel yang lain.

2.  $MSA > 0,5$ , variabel masih bisa diprediksi dan bisa dianalisis lebih lanjut.
3.  $MSA < 0,5$ , variabel tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variabel lainnya. (Santoso, 2006)

#### 4) Analisis Faktor

Analisis faktor adalah analisis yang bertujuan mencari faktor-faktor utama yang paling mempengaruhi variabel dependen dari serangkaian uji yang dilakukan atas serangkaian variabel independen sebagai faktornya. Korelasi antarvariabel independen, dalam analisis faktor, harus  $> 0,5$  dengan signifikansi  $< 0,05$ . Untuk melihat seberapa besar faktor yang nantinya terbentuk mampu menjelaskan variabel maka harus melihat Tabel *communalities*, nilai *extraction* akan menjelaskan seberapa besar kemampuan faktor dalam menjelaskan variabel. Selanjutnya, guna menentukan seberapa banyak faktor yang mungkin terbentuk dapat dilihat pada Tabel *Total Variance Explained*, jika nilai *Eigenvalues*  $> 1$  maka *component* layak untuk menjadi faktor baru. Setelah kita mengetahui bahwa faktor maksimal yang bisa terbentuk, selanjutnya dilakukan penentuan masing-masing variabel independen akan masuk ke dalam faktor/ *component* yang terbentuk dengan melihat Tabel *Component Matrix*.

#### 5) Convergent Validity

*Convergent validity* bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Validitas konvergen mempunyai makna bahwa seperangkat indikator mewakili satu variabel laten dan yang mendasari variabel laten tersebut. Perwakilan tersebut dapat didemonstrasikan melalui unidimensionalitas yang dapat diekspresikan dengan menggunakan nilai rata-rata varian yang diekstraksi (*Average Variance Extracted/ AVE*). Nilai AVE setidaknya sebesar 0,5. Nilai ini menggambarkan validitas konvergen yang memadai yang mempunyai arti bahwa satu variabel laten mampu menjelaskan lebih dari setengah varian dari indikator-indikatornya dalam rata-rata (Ghazali, 2016). Dalam melakukan pengujian *convergent validity* dapat dinilai berdasarkan *outer loadings* atau *loading faktor* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. Biasanya dalam penelitian digunakan

batas *loading faktor* sebesar 0,70. Suatu indikator dapat dinyatakan memenuhi *convergent validity* dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai *outer loadings* > 0,70, sedangkan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,50 (Chin & Todd, 1995).

#### **6) *Deskriminant Validity***

*Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing model laten berbeda dengan variabel lainnya. Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat suatu alat ukur melakukan fungsi pengukurannya (Ghazali, 2016). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan matriks multitrait-multimethod untuk menilai validitas diskriminan atau lebih dikenal dengan rasio korelasi heterotrait-monotrait (HTMT). *Deskriminant validity* dianggap memenuhi syarat jika nilai HTMT di bawah 0,90 (Henseler *et al.*, 2015)

#### **b. Uji *Exploratory Faktor Analysis (EFA)***

Analisis data yang digunakan adalah *Exploratory Faktor Analysis* (Hochrainer-Stigler, 2020) dengan uji statistik menggunakan SEM AMOS Versi 22. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh instrumen yang baik untuk mengukur karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi, dan niat berwirausaha mahasiswa untuk memprediksi tindakan berwirausaha mahasiswa. *Exploratory Faktor Analysis (EFA)* adalah salah satu dari keluarga metode statistik multivariat yang mencoba mengidentifikasi jumlah terkecil dari konstruksi hipotetis (juga dikenal sebagai faktor, dimensi, variabel laten, variabel sintetis, atau atribut internal) yang dapat menjelaskan kovariansi yang diamati dengan hemat.

*Exploratory Faktor Analysis (EFA)* umumnya digunakan untuk menemukan struktur faktor dari suatu ukuran dan untuk menguji keandalan internalnya. EFA sering direkomendasikan ketika peneliti tidak memiliki hipotesis tentang sifat struktur faktor yang mendasari ukuran mereka. Pada penelitian ini, analisis faktor di gunakan untuk mengidentifikasi kovariansi faktor pada variabel karakter, keterampilan, *self-efficacy*, orientasi, dan niat berwirausaha mahasiswa.

Variabel yang memiliki hubungan yang tinggi akan menghasilkan sebuah pola yang baru, sehingga dapat dideskripsikan dalam bentuk yang lebih sederhana.

Analisis faktor hakikatnya memiliki beberapa tujuan yang bergantung pada jenisnya. Namun, untuk penjelasan sebelumnya merupakan penjelasan tentang tujuan utama dari analisis faktor. Jenis yang digunakannya pun akan berbeda ketika digunakan pada bidang yang berbeda misalnya pada bidang kedokteran, ilmu sosial, ekonomi, dll. Jenis-jenis analisis faktor terbagi atas dua yaitu Analisis Faktor Eksploratori (*Exploratory Faktor Analysis*) dan Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Faktor Analysis*). *Confirmatory Faktor Analysis* (CFA) mencoba untuk mengkonfirmasi hipotesis dan menggunakan diagram analisis jalur untuk mewakili variabel dan faktor, sedangkan *Exploratory Faktor Analysis* (EFA) mencoba mengungkap pola yang kompleks dengan menjelajahi dataset dan menguji prediksi (Drugli & Hjemdal, 2013).

Penelitian ini menggunakan *Exploratory Faktor Analysis* (EFA) di mana analisis variabel sebelumnya sudah terprediksi, lalu dibuat sebuah pola yang lebih kompleks. Secara umum, EFA merupakan analisa langkah awal pada langkah lanjutan untuk membangun sistem pengukuran yang menghasilkan suatu dasar berupa hasil agar dapat diuraikan.

Untuk itu, analisis faktor eksploratori membuat sebuah kelompok nilai yang memiliki banyak varian baru yang menggantikan sejumlah variable asal. Apabila sudah terbentuk, pastikan kelompok nilai tersebut memiliki sebuah data yang berupa nilai akhir. Variabel atau komponen atau faktor yang terbentuk haruslah ada datanya, yang berupa nilai skor faktor (SF) atau skor komponen. Nilai skor faktor (SF) dari variabel laten atau faktor yang terbentuk tergantung pada butir atau sub-variabel penyusunnya, yang akan digunakan dalam analisis lanjutan.

Seperti penjelasan sebelumnya bahwa analisis faktor eksploratori akan menghasilkan suatu dasar berupa hasil yang dapat diuraikan, untuk dapat menguraikan serta mempermudah menginterpretasi hasil analisis agar memperoleh data yang pasti, maka dilakukan analisis lanjutan. Analisis lanjutan yang dimaksud seperti koefisien regresi, varians dan kovarians akan diestimasi

untuk menghasilkan *estimated population covariance matrix*. Bila model yang dikembangkan baik maka parameter estimasi akan menghasilkan sebuah *estimated covarians matrix* mendekati *sample covariance matrix*, untuk evaluasi pertamanya dengan uji *chi – square* dan *fit index*. *Chi – square* tergantung pada ukuran sampel, maka diperlukan beberapa indeks kesesuaian dan kecukupan model yang tidak sensitif terhadap ukuran sampel. Indeks – indeks tersebut adalah GFI, AGFI, CMIN/DF, TLI, CFI dan RMSEA.

- a. Uji *Chi – square* ( $X^2$ ) bertujuan untuk menguji sebuah model dan mengembangkannya, yang sesuai atau fit dengan data, maka yang dibutuhkan justru sebuah nilai  $X^2$  yang tidak signifikan yang menguji hipotesa nol bahwa *estimated population covariance* tidak sama dengan *sample covariance*. Pengujian *Chi – square* ( $X^2$ ) nilai yang rendah akan menghasilkan sebuah tingkat signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yang akan mengindikasikan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara matriks kovarians populasi dan matriks kovarians yang diestimasi.
- b. *Goodness of Fit Index* (GFI) adalah analog dari  $R^2$  dalam regresi berganda (Tanaka & Huba, 1989). GFI dapat diadjust terhadap degrees of freedom untuk menguji diterima atau tidaknya model. Proporsi tertimbang dari Indeks kesesuaian untuk menghitung varians dalam matriks kovarians sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarians popelasi yang terestimasi (Bentler, 1983; Tanaka & Huba, 1989). Ukuran non – statistik dari GFI mempunyai rentang nilai antara 0 (*poor fit*) sampai 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah “ *better fit* ”. GFI yang diharapkan adalah sebesar 0,90.
- c. *Adjusted Goodness of Fit Index* (AGFI) Tingkat penerimaan yang direkomendasikan apabila AGFI mempunyai nilai sama dengan atau lebih besar dari 0,90. Nilai sebesar 0,95 dapat diinterpretasikan sebagai tingkatan yang baik (*good overall model fit*) sedangkan nilai antara 0,90 – 0,95 menunjukkan tingkatan cukup (*adequate model fit*).
- d. CMIN/DF atau Relative  $X^2$  merupakan salah satu indikator untuk mengukur tingkat fit sebuah model, dihasilkan dari statistik *Chi – Square* (CMIN) dibagi

dengan *Degree of Freedom* (DF). CMIN/DF yang diharapkan adalah sebesar  $\leq 2,0$  yang menunjukkan adanya penerimaan dari model.

- e. *Tucker Lewis Index* (TLI) merupakan pembandingan dari sebuah model yang diuji dengan sebuah baseline model (Baumgartner & Homburg, 1996). Baseline model dalam output AMOS ada dua model baseline bersama dengan model yang diuji yaitu:
  1. *Saturated Model*. *Saturated Model* disebut juga *full* atau *perfect model*, diprogram dengan jumlah parameter yang diestimasi sama dengan jumlah “*distinct sample momentsnya*”, sehingga diperoleh *degrees of freedomnya* sebesar nol (0), karena itu *saturated model* akan menghasilkan *chi – square* = 0,00 dan *df* = 0.
  2. *Independence Model*. *Independence Model* diprogram supaya semua variabelnya dibuat tidak berkorelasi. Model ini jumlah parameter sama dengan jumlah variabel yang diobservasi, karena itu hasil dari model independen ini adalah “*poor fit*” terhadap satu set data yang digunakan. Nilai *chi – square* yang dihasilkan akan menjadi sangat besar. Nilai TLI yang diharapkan sebagai acuan untuk diterimanya sebuah model adalah sebesar  $\geq 0,95$  dan nilai yang mendekati 1,0 menunjukkan *a very good fit*.
- f. *Comparative Fit Index* (CFI) Besaran indeks CFI berada pada rentang 0 – 1, di mana semakin mendekati 1 mengindikasikan tingkat penerimaan model yang paling tinggi. CFI tidak dipengaruhi oleh ukuran sampel karena itu sangat baik untuk mengukur tingkat penerimaan sebuah model (Hulland *et al.*, 1996; Sun, 2005). Indeks CFI identik dengan *Relative Noncentrality Index* (RNI) (McDonald & Marsh, 1990). Nilai CFI yang diharapkan adalah sebesar  $\geq 0,95$ . Indeks TLI dan CFI dalam Pengujian model sangat dianjurkan untuk digunakan karena indeks – indeks ini relatif tidak sensitif terhadap besarnya sampel dan kurang dipengaruhi pula oleh kerumitan model (Minto Waluyo, 2021).
- g. *The Root Mean Square Error Of Approximation* (RMSEA) Nilai RMSEA yang lebih kecil atau sama dengan 0,08 merupakan indeks untuk dapat diterimanya model. Indeks RMSEA dapat digunakan untuk mengkompensasi statistik *chi –*

*square* dalam sampel yang besar. Nilai RMSEA menunjukkan *goodness of fit* yang dapat diharapkan bila model diestimasi dalam populasi (Hair et al., 2011).

Indeks – indeks yang dapat digunakan untuk menguji kelayakan sebuah model dalam penelitian ini adalah seperti yang diringkas dalam Tabel 3.3.

Tabel 3. 3. Rujukan Model Fit EFA

Ukuran GoF	Arti	Tingkat Kecocokan yang Diterima
<i>Absolute Fit Measures</i>		
GFI	<i>Goodness of Fit Index</i>	$0,80 \leq \text{GFI} < 0,90$ = marginal fit. $\geq 0,90$ = good fit
RMSR	<i>Root Mean Squared Residual</i>	$\leq 0,05$ = good fit/ $\leq 0,07$ = good fit
RMSEA	<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>	$\leq 0,08$ = good fit $\text{RMSEA} < 0,05$ = close fit.
<i>Incremental Fit Measures</i>		
TLI	<i>Tucker Lewis Index</i>	$\text{TLI} \geq 0,90$ = good-fit $0,80 \leq \text{TLI} < 0,90$ = marginal fit.
NFI	<i>Normed Fit Index</i>	$\text{NFI} \geq 0,90$ = good-fit, $0,80 \leq \text{NFI} < 0,90$ = marginal fit
AGFI	<i>Adjusted Goodness of Fit Index</i>	$\geq 0,90$ = good fit $0,80 \leq \text{AGFI} < 0,90$ = marginal fit.
RFI	<i>Relative Fit Index</i>	$\text{RFI} \geq 0,90$ = good-fit $0,80 \leq \text{RFI} < 0,90$ = marginal fit.
IFI	<i>Incremental Fit Index</i>	$\text{IFI} \geq 0,90$ = good-fit $0,80 \leq \text{IFI} < 0,90$ = marginal fit.
CFI	<i>Comparative Fit Index</i>	$\geq 0,80$ = good fit $\geq 0,90$ = good fit 1 = perfect fit
<i>Parsimonious Fit Measures</i>		
CMIN/DF	<i>Chi-square divided by Degree of Freedom</i>	$\leq 3$ = good fit/ $\leq 5$ = good fit
<i>Other Gof</i>		
CN	<i>Critical N</i>	$\geq 200$ = accepTabel fit

Sumber: Wijanto (2008)

Hasil akhir pada analisis ini berupa kumpulan variabel baru. Selain itu, untuk mempermudah pengertian dalam analisis faktor perlu pemahaman tentang istilah-istilah seperti: komponen atau faktor, variabel, dan indikator, sub variabel, atau butir (Tenaya, 2009). Berikut penjelasannya:

1. Variabel adalah data pengamatan atau data bentukan yang nilai-nilainya bervariasi secara acak atau random.
2. Faktor atau komponen adalah sebuah variabel bentukan yang dibentuk melalui indikator-indikator atau butir-butir yang teramati (*observable variable*). Karena faktor merupakan variabel bentukan maka faktor disebut variabel laten (*latent variable*) atau unobserabel variable. Faktor merupakan variabel baru yang bersifat *unobservable variable* atau variabel tidak teramati atau variabel laten

atau konstruks atau ada yang menyebut non visible variable, karena sifatnya yang abstrak yaitu variabel tersebut tidak dapat diukur atau diamati secara langsung oleh peneliti. Akan tetapi, pada analisis faktor, di mana faktor merupakan kumpulan atau gabungan yang bersifat linier berbobot dari beberapa pengukuran, atau beberapa indikator, atau beberapa variabel pengamatan (*observed variable*).

3. Sub-variabel juga disebut variabel pengamatan (*observed variable*) atau variabel manifest, atau indikator adalah suatu konsep yang merupakan variabel yang dapat diukur atau diamati secara langsung, sehingga disebut *observable variable* atau variabel manifest atau indikator, atau butir, dan hasil pengukurannya adalah bervariasi dan nyata.

### c. Uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA)

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan konsep *Structural Equation Modeling*. Konsep *Structural Equation Modeling* adalah untuk menjawab penelitian manajemen, teknik industri, psikologi, dan sosial yang bersifat multidimensional dalam rangka menjelaskan berbagai fenomena praktis melalui berbagai dimensi atau indikator, dan penelitian model yang rumit membawa dampak dalam proses pengambilan keputusan yang rumit. Kerumitan tersebut menjadi bertambah karena adanya berbagai pola hubungan kausalitas yang berjenjang yang empirisnya relatif rumit. Hubungan rumit tersebut dapat diartikan sebagai rangkaian hubungan yang dibangun antara satu atau beberapa variabel endogen dengan satu atau beberapa variabel eksogen juga bisa variabel eksogen lebih dari satu, di mana setiap variabel endogen dan eksogen berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator (manifes) yang diobservasi secara langsung. Untuk itu yang dibutuhkan adalah sebuah alat analisis yang mampu memecahkan dan memberikan solusi terbaik untuk model rumit tersebut.

Teknik SEM melalui *tool* AMOS yang merupakan kombinasi dari beberapa teknik multivariat adalah salah satu jawaban untuk analisis model yang rumit. SEM memiliki nama lain seperti *causal modeling*, *causal analysis*, *simultaneous equation modeling* dan analisis struktur kovarians. SEM adalah sekumpulan



teknik-teknik statistik yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan yang relatif rumit secara berjenjang/simultan dan juga berpegang pada prinsip parsimoni. Untuk membangun model penelitian, peneliti harus berpijak pada justifikasi teoretis atau proses nalar yang kuat sehingga analisis faktor yang berlaku di dalam SEM adalah analisis faktor konfirmatori (*Confirmatory Faktor Analysis*) karena bertujuan untuk mengkonfirmasi indikator yang digunakan harus mempunyai pijakan teori sehingga dapat mengkonfirmasi konstruk/variabelnya (Minto Waluyo, 2021).

Urutan langkah SEM pada dasarnya terdiri atas *measurement model* dan *structural model*. *Measurement model* atau model pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator – indikator empirisnya.

Untuk membuat pemodelan yang lengkap, beberapa langkah berikut ini perlu dilakukan, yakni, model dikembangkan berbasis teori, hubungan kausalitas ditunjukkan dengan diagram alur. Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran, matriks input dan teknik estimasi atas model yang dibangun, menilai problem identifikasi, evaluasi model, interpretasi dan modifikasi model. Uraian perlangkahnya sebagai berikut:

#### 1) Langkah Pertama: Model dikembangkan berbasis teori

Pengembangan model berbasis teoretis, untuk membuat model; peneliti harus melakukan serangkaian eksplorasi ilmiah melalui telaah pustaka yang intens guna mendapatkan justifikasi atas model teoretis yang dikembangkannya, tanpa dasar teoretis yang kuat SEM tidak dapat digunakan. Hal ini disebabkan karena SEM tidak digunakan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi digunakan untuk mengkonfirmasi model teoretis tersebut, melalui data empirik. Justifikasi teoretis yang kuat menambah keyakinan peneliti untuk mengajukan sebuah model kausalitas dengan menganggap adanya hubungan sebab akibat antara dua atau lebih variabel, bukan didasarkan pada metode analisis yang digunakan.

Kebenaran adanya kausalitas teoretis melalui uji data empirik karena SEM bukanlah untuk menghasilkan kausalitas. Itulah sebabnya uji hipotesis mengenai

perbedaan dengan menggunakan uji *chi-square*. Aplikasi SEM syarat mutlakanya adalah telaah teori yang mendalam untuk mendapatkan sebuah justifikasi teori dari model yang akan diuji. Teknik ini digunakan untuk menguji sebuah teori yang baru dikembangkan sendiri oleh peneliti atau teori yang sudah dikembangkan sejak lama. Pengembangan model yang dikembangkan peneliti berdasarkan pijakan teoretis yang cukup untuk membangun hubungan–hubungan mengenai sebuah fenomena.

Peneliti mempunyai kebebasan untuk membangun hubungan sepanjang terdapat justifikasi teoretis yang kuat, disinilah mungkin terjadi apa yang disebut kesalahan spesifikasi. Kesalahan paling kritis dalam pengembangan model yang memiliki pijakan teoretis yang cukup adalah kurang atau terabaikannya satu atau beberapa variabel prediktif dalam menjelaskan sebuah model, kesalahan semacam ini disebut kesalahan spesifikasi (*spesification error*). Kesalahan ini harus sedapat mungkin dihindari dengan cara merumuskan dan mencari dukungan atau justifikasi teoretis yang memadai dan kuat. Hal ini penting karena kesalahan spesifikasi membawa implikasi pada biasanya penilaian yang dilakukan.

## 2) Langkah Kedua: Hubungan kausalitas ditunjukkan dengan diagram alur (*Path Diagram*)

*Path Diagram* merupakan model teoretis yang telah dibangun pada langkah pertama akan digambarkan dalam sebuah *path diagram* sehingga mempermudah peneliti melihat hubungan–hubungan kausalitas yang ingin diujinya. Hubungan kausal biasanya dinyatakan dalam bentuk persamaan tetapi dalam SEM hubungan kausalitas itu cukup digambarkan dalam sebuah *path diagram* dan selanjutnya bahasa program akan mengkonversi gambar menjadi persamaan dan persamaan menjadi estimasi.

Pada pemodelan SEM peneliti akan bekerja dengan konstruk atau faktor yaitu konsep-konsep yang memiliki pijakan teoretis yang cukup untuk menjelaskan berbagai hubungan. Konstruk/variabel/faktor yang dibangun, yaitu konstruk eksogen dan konstruk endogen yang diuraikan sebagai berikut:

Konstruk eksogen (*exogenous construct*) dikenal juga sebagai *source variable* yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model, secara diagramatis,

konstruk eksogen bila dilihat pada gambar adalah konstruk yang ditinggalkan oleh garis berupa satu ujung anak panah. Konstruk eksogen adalah *supplier* ditandai oleh sebuah garis lengkung dengan anak panah 2 ujung. Garis lengkung ini tidak menjelaskan sebuah kausalitas melainkan untuk mengindikasikan adanya korelasi, karena konstruk eksogen hanya satu syarat yang harus dipenuhi dalam uji korelasi antara *supplier* dan *manufactur* harus signifikan. Model dalam penelitian ini yang termasuk dalam konstruk eksogen adalah karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, dan *self-efficacy* berwirausaha.

Konstruk endogen (*endogenous construct*) adalah faktor yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk eksogen. Konstruk endogen dapat diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk endogen lainnya sebagai konstruk eksogen proses. Antar konstruk berdasarkan pijakan teoretis, seorang peneliti dapat menentukan mana yang akan diperlakukan sebagai konstruk endogen dan mana sebagai konstruk eksogen. Model dalam penelitian ini yang termasuk dalam konstruk endogen adalah orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha.

### 3) Langkah Ketiga: Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan

Setelah model teoretis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, peneliti dapat mulai mengkonversi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan struktural (*structural equation*). Persamaan ini untuk menyatakan hubungan kausalitas antar berbagai konstruk. Pedoman dalam persamaan struktural contohnya adalah sebagai berikut:

- (1) Konstruk endogen 1 = f (konstruk eksogen) + Error
- (2) Konstruk endogen 1 = konstruk eksogen 1 + Error
- (3) Apabila dalam model terdapat lebih dari satu konstruk endogen, maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut, Konstruk endogen 2 = f (konstruk endogen 1) + Error... dan seterusnya, persamaan model pengukuran (*measurement model*).

Peneliti dalam membuat persamaan model pengukuran hanya melibatkan indikator dari pengukur konstruk. Misalnya, variabel kecemasan, transformasional, dan *self-efficacy*. Dalam model sebelumnya dapat diambil salah

satu contoh persamaan model pengukuran, yaitu, Komitmen Organisasi =  $\lambda_1$  kecemasan + e1, *self-efficacy* =  $\lambda_2$  kecemasan + e2, transformasional =  $\lambda_3$  kecemasan + e3, *self-efficacy* =  $\lambda_4$  kecemasan + e4.

#### 4) Langkah Keempat: Memilih Matriks Input dan Teknik Estimasi

Data pengolahan SEM menggunakan matriks varian/kovarian sebagai input data untuk estimasi yang dilakukannya, inilah menjadi perbedaan SEM dengan teknik-teknik multivariat lainnya. Data individual digunakan dalam program ini, tetapi data itu akan segera dikonversi ke dalam bentuk matriks varian/kovarian sebelum estimasi dilakukan.

Ukuran sampel juga memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil SEM walaupun seperti yang dikemukakan di atas bahwa data individual tidak menjadi input analisis. Hair dkk menemukan bahwa ukuran sampel yang sesuai adalah antara 100–200 sampel untuk teknik *Maximum Likelihood Estimation*, karena teknik yang dipilih *Maximum Likelihood Estimation* (ML) maka sampel minimumnya adalah 100 karena sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Hair dkk. Jadi asumsi ukuran sampel untuk SEM yang harus dipenuhi minimal sebesar 100 sampel (Hair *et al.*, 2014).

Teknik estimasi yang tersedia dalam AMOS adalah sebagai berikut, *Unweighted Least Square Estimation*, *Scale Free Least Square Estimation* (SLS), *Asymptotically Distribution-Free Estimation* (ADF), *Maximum Likelihood Estimation* (ML), *Generalized Least Square Estimation* (GLS).

Pemilihan teknik estimasi berdasarkan pada jumlah sampel yang digunakan, berikut diuraikan dalam Tabel 3.4.

Tabel 3. 4. Pertimbangan Analisis data

Pertimbangan	Teknik	Keterangan
Bila ukuran sampel adalah kecil (100–200) dan asumsi normalitas dipenuhi	ML	ULS & SLS biasanya tidak menghasilkan uji $\chi^2$ , karena itu tidak menarik perhatian peneliti.
Bila asumsi normalitas dipenuhi dan ukuran sampel sampai dengan antara 200–500.	ML atau GLS	Bila ukuran sampel kurang dari 500, hasil GLS cukup baik.

Bila asumsi normalitas kurang dipenuhi dan ukuran sampel lebih dari 2500.	ADF	ADF kurang cocok bila ukuran sampel kurang dari 2500
---	-----	--

Sumber: Hair *et al.* (2014)

#### 5) Langkah Kelima: Menilai Problem Identifikasi

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang baik. Problem identifikasi dapat muncul melalui gejala-gejala berikut ini:

- (a) Muncul angka-angka yang aneh seperti adanya varians *error* yang negatif.
- (b) Program tidak mampu menghasilkan matriks informasi yang seharusnya disajikan.
- (c) *Standard error* untuk satu atau beberapa koefisien adalah sangat besar.
- (d) Munculnya korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi yang didapat (misalnya lebih dari 0,9).
- (e) *Tool* AMOS dapat mengatasi langsung bila terjadi problem yang teridentifikasi, bila estimasi tidak dapat dilakukan, maka program akan memberikan pesan pada monitor komputer mengenai kemungkinan sebab-sebab mengapa program tidak dapat melakukan estimasi. Salah satu solusi untuk problem identifikasi adalah dengan memberikan lebih banyak *constraint* pada model yang dianalisis atau dengan mengurangi konstruk (Minto Waluyo, 2021).

#### 6) Langkah Keenam: Evaluasi Model

Pada langkah ini ketepatan model dievaluasi apakah model sudah memenuhi kriteria *goodness of fit*. Evaluasi terhadap ketepatan model pada dasarnya telah dilakukan pada waktu model diestimasi oleh AMOS. Secara lengkap evaluasi terhadap model dapat dilakukan sebagai berikut:

- (a) Evaluasi ukuran sampel

Hair *et al.* (2014) menyatakan bahwa ukuran sampel (data observasi) yang sesuai adalah antara 100–200, sampel yang dianalisis sebagai *input* adalah 100 sampel.

## (b) Evaluasi asumsi normalitas dan linearitas

Model SEM apabila diestimasi dengan menggunakan *Maximum Likelihood Estimation* mempersyaratkan dipenuhinya asumsi normalitas. Uji normalitas yang paling mudah adalah dengan mengamati *skewness value*. Nilai statistik untuk menguji normalitas itu disebut sebagai Z-value (Z-hitung) yang dihasilkan melalui rumus berikut ini:

$$Z_{hitung} = \frac{Skewness}{\sqrt{\frac{6}{N}}}$$

Bila Z-hitung > Z-Tabel (nilai kritis) maka distribusi data tidak normal. Z-Tabel dapat ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi yang dikehendaki. Misalnya, bila nilai yang dihitung lebih besar dari  $\pm 2,58$  berarti kita dapat menolak asumsi normalitas pada tingkat 0,01 (1%). Nilai kritis lainnya yang umum digunakan adalah nilai kritis sebesar  $\pm 1,96$  yang berarti bahwa asumsi normalitas ditolak pada tingkat signifikansi 0,05 (5%).

Asumsi normalitas *univariate* dan *multivariate* data dapat dilakukan dengan mengamati nilai kritis hasil pengujian *assesment of normality* dari program AMOS. Nilai diluar ring  $-1,96 \leq c.r \leq 1,96$  atau bila dilonggarkan menjadi  $-2,58 \leq c.r \leq 2,58$ , dapat dikategorikan distribusi data tidak normal, oleh karenanya untuk kasus yang tidak memenuhi asumsi tersebut tidak diikutsertakan dalam analisis selanjutnya. Asumsi normalitas multivariate diamati pada baris terakhir *assesment of normality* dengan melihat c.r yang diperoleh dari rumus:

$$c.r = \frac{\text{koefisien kurtosis}}{\text{standard errornya}} = \frac{\text{koefisien kurtosis}}{\sqrt{8p(p+2)/N}}$$

Keterangan:

P = Jumlah Indikator

N = adalah ukuran sampel

Asumsi linearitas data dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS di mana gambar garis linier antara variabel x dan y yang baik adalah di mulai dari kiri bawah menuju ke kanan atas.

(c) Evaluasi atas *outliers*

*Outliers* adalah observasi yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi lainnya dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim untuk sebuah variabel tunggal (*univariate outliers*) atau variabel kombinasi (*multivariate outliers*).

Evaluasi atas *univariate outliers* dapat dilakukan dengan cara mengkonversi data penelitian ke dalam *z-score* yang mempunyai rata-rata nol dengan standar deviasi sebesar satu. Ukuran sampel besar (100) pedoman evaluasi adalah bahwa nilai ambang batas dari *z-score* itu berada pada rentang -3 sampai dengan 3 (Hair *et al.*, 2014), oleh karena itu kasus yang mempunyai  $-3 \geq z\text{-score} \geq 3$  akan dikategorikan sebagai *outliers* dan tetap akan diikutsertakan dalam analisis selanjutnya bila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan kasus tersebut.

(d) Evaluasi atas *multivariate outliers*

Ini perlu dilakukan sebab walaupun data yang dianalisis menunjukkan tidak terdapat *univariate outliers* tetapi bila sudah saling dikombinasikan bisa terjadi *multivariate outliers*. Hal ini dapat diamati pada output dari program AMOS 22 yang akan terlihat pada angka-angka jarak mahalnobis (lihat *output structural* pada *sub mahalnobis*). Jarak mahalnobis untuk tiap observasi dapat dihitung dan akan menunjukkan jarak sebuah observasi dari rata – rata semua variabel dalam ruang multidimensional (Hair *et al.*, 2014).

Uji *multivariate outliers* dilakukan pada tingkat  $p < 0,001$  bila *mahalanobis d-squared* pada komputasi AMOS 22. Ada yang lebih besar dari nilai *chi-square* pada derajat bebas sebesar jumlah variabel dan pada tingkat signifikansi 0,001 maka data tersebut menunjukkan adanya *multivariate outliers* dan tetap akan diikutsertakan dalam analisis selanjutnya bila tidak terdapat alasan khusus untuk mengeluarkan kasus tersebut  $\chi^2$  (jumlah indikator; 0,001).

## (e) Evaluasi asumsi atas multikolinearitas dan singularitas

Asumsi atas multikolinearitas dan singularitas dapat dideteksi dari nilai determinan matriks kovarians. Determinan yang sangat kecil (*extremely small*)

mengindikasikan adanya multikolinearitas dan singularitas (Tabachnick *et al.*, 2007) sehingga data tidak dapat digunakan untuk analisis yang sedang dilakukan. Program AMOS 22 telah menyediakan fasilitas *warning* apabila terdapat indikasi multikolinearitas dan singularitas. Bila benar-benar terjadi multikolinearitas dan singularitas *data treatment* yang dapat diambil adalah keluarkan variabel yang menyebabkan terjadinya multikolinearitas dan singularitas dan kemudian ciptakan sebuah *composite variable* lalu gunakan untuk analisis selanjutnya.

(f) Evaluasi atas kriteria *goodness of fit*

Model SEM akan menghasilkan angka parameter yang akan dibandingkan dengan *cut-off value* dari *goodness of fit*, seperti peneliti sajikan pada Tabel 3.5.

Tabel 3. 5. Rujukan Model Fit CFA

Ukuran GoF	Arti	Tingkat Kecocokan yang Diterima
<b>Absolute Fit Measures</b>		
GFI	<i>Goodness of Fit Index</i>	$0,80 \leq \text{GFI} < 0,90$ = marginal fit; $\geq 0,90$ = good fit
RMSR	<i>Root Mean Squared Residual</i>	$\leq 0,05$ = good fit/ $\leq 0,07$ = good fit
RMSEA	<i>Root Mean Square Error of Approximation</i>	$\leq 0,08$ = good fit RMSEA $< 0,05$ = close fit.
<b>Incremental Fit Measures</b>		
TLI	<i>Tucker Lewis Index</i>	TLI $\geq 0,90$ = good-fit $0,80 \leq \text{TLI} < 0,90$ = marginal fit.
NFI	<i>Normed Fit Index</i>	NFI $\geq 0,90$ = good-fit, $0,80 \leq \text{NFI} < 0,90$ = marginal fit
AGFI	<i>Adjusted Goodness of Fit Index</i>	$\geq 0,90$ = good fit $0,80 \leq \text{AGFI} < 0,90$ = marginal fit.
RFI	<i>Relative Fit Index</i>	RFI $\geq 0,90$ = good-fit $0,80 \leq \text{RFI} < 0,90$ = marginal fit.
IFI	<i>Incremental Fit Index</i>	IFI $\geq 0,90$ = good-fit $0,80 \leq \text{IFI} < 0,90$ = marginal fit.
CFI	<i>Comparative Fit Index</i>	$\geq 0,80$ = good fit $\geq 0,90$ = good fit 1 = perfect fit
<b>Parsimonious Fit Measures</b>		
CMIN/DF	<i>Chi-square divided by Degree of Freedom</i>	$\leq 3$ = good fit/ $\leq 5$ = good fit
<b>Other Gofi</b>		
CN	<i>Critical N</i>	$\geq 200$ = accepTabel fit

Sumber: Wijanto (2008)

(g) Analisis *direct efect*, *indirect efect* dan *total efect*

Peneliti juga dapat menganalisis kekuatan hubungan/pengaruh antar konstruk baik hubungan langsung, tidak langsung maupun hubungan totalnya. Efek langsung (*direct efect*) adalah koefisien dari garis dengan anak panah satu



ujung dan terjadi pada dua konstruk yang dituju oleh garis anak panah satu arah. Efek tidak langsung (*indirect effect*) adalah efek yang muncul melalui sebuah variabel antara dan terjadi pada dua konstruk yang tidak dituju oleh garis anak panah satu arah. Efek total (*total effect*) adalah efek dari berbagai hubungan, efek total merupakan gabungan antara efek langsung dan efek tidak langsung.

#### 7) Langkah Ketujuh: Interpretasi dan Modifikasi Model

Apabila estimasi model dilakukan hasil masih kurang baik, peneliti masih dapat melakukan modifikasi terhadap model yang dikembangkan bila ternyata estimasi yang dihasilkan memiliki residual yang besar, langkah modifikasi hanya dapat dilakukan bila peneliti mempunyai justifikasi teoretis yang cukup kuat, sebab SEM bukan ditujukan untuk menghasilkan teori, tetapi menguji model yang mempunyai pijakan teori yang benar, oleh karena itu untuk memberikan interpretasi apakah model berbasis teori yang diuji dapat diterima langsung atau perlu pemodifikasian, maka peneliti harus mengarahkan perhatiannya pada kekuatan prediksi dari model yaitu dengan mengamati besarnya residual yang dihasilkan. Apabila pada *standardized residual covariances matrix* terdapat nilai diluar ring  $-2,58 \leq \text{standardized residual} \leq 2,58$  dan probabilitas (P) apabila  $< 0,05$  maka model yang diestimasi perlu dilakukan modifikasi.

Salah satu alat untuk membuat sebuah model menjadi baik salah satu cara adalah melalui indeks modifikasi. Indeks ini dapat menjadi pedoman untuk menerapi model caranya perhatikan Indeks Modifikasi (MI) nilai terbesar dan landasan teorinya kuat itulah yang dipilih untuk dikorelasikan/regresikan, indikasi ini yang diestimasi, proses tersebut akan terjadi pengecilan nilai *chi-square* ( $\chi^2$ ) yang signifikan. Dalam program AMOS 22, indeks modifikasi yang dicantumkan dalam *output* sehingga peneliti tinggal memilih koefisien mana yang akan diestimasi. Apabila nilai *chi-square* ( $\chi^2$ ) belum signifikan dicari nilai MI terbesar selanjutnya dan seterusnya.

## V. SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menyimpulkan bahwa:

1. Karakter berwirausaha berpengaruh positif terhadap orientasi dan niat berwirausaha sebesar 0,406 dan 0,360. Hal ini menunjukkan bahwa aspek keunikan budaya: sistem religi, mata pencaharian, teknologi, kesenian, peralatan hidup, bahasa dan pengetahuan menjadi komponen dasar yang penting dalam penyusunan kurikulum mata kuliah kewirausahaan di perguruan tinggi.
2. Keterampilan berwirausaha berpengaruh positif terhadap orientasi dan niat berwirausaha sebesar 0,383 dan 0,343. Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan keterampilan-keterampilan seperti *good service*, *marketing skills*, *branding skills*, dan *transfer ability* adalah unsur pembangun keberhasilan berwirausaha.
3. Karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha dan *self-efficacy* berwirausaha berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap niat berwirausaha sebesar 0,139, 0,131, dan 0,144. Hal ini menunjukkan bahwa niat berwirausaha mahasiswa dipengaruhi faktor-faktor keunikan seperti karakter (sifat dan kepribadian), *self-efficacy* (maskulinitas) dan keterampilan (pengetahuan dan pengalaman) untuk berorientasi menangkap peluang dan *men-judgement* kewirausahaan
4. *Self-efficacy* berwirausaha berpengaruh positif terhadap orientasi berwirausaha sebesar 0,421, namun *Self-efficacy* berpengaruh negatif terhadap niat berwirausaha sebesar -0,011. Hal ini menunjukkan bahwa *self-efficacy* membentuk orientasi dan niat mahasiswa berwirausaha, namun demografi Indonesia melemahkannya.

5. Orientasi berwirausaha berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha sebesar 0,343. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi dalam membaca dan menangkap peluang usaha memperkuat niat mahasiswa untuk melakukan *judgement* kewirausahaan

## **B. Implikasi**

Berdasarkan simpulan penelitian tersebut, maka penelitian ini memiliki implikasi, yaitu:

1. Secara teoretis, hasil penelitian ini menyoroti pentingnya niat berwirausaha mahasiswa sebagai bagian dari capaian pembelajaran lulusan di perguruan tinggi. Hal ini juga mendukung pandangan bahwa perilaku berwirausaha dapat dipelajari dan diukur pada level individu melalui karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self-efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha.
2. Secara praktis, penelitian ini menyoroti mekanisme dan proses penilaian hasil pembelajaran kewirausahaan yang saat ini masih berbasis *booksmart*. Berdasarkan hasil penelitian ini, instrumen karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self-efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha lebih relevan untuk mengukur keberhasilan pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi Indonesia.
3. Hasil penelitian memberikan wawasan kepada manajemen perguruan tinggi tentang pengukuran keberhasilan pembelajaran kewirausahaan yang harus fokus pada peningkatan karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self-efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha mereka.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter berwirausaha, keterampilan berwirausaha, *self-efficacy* berwirausaha, orientasi berwirausaha dan niat berwirausaha mahasiswa merupakan kolaborasi variabel yang efektif dalam memprediksi tindakan/ perilaku berwirausaha mahasiswa. Hasil ini memberikan implikasi bahwa pendidikan kewirausahaan yang telah diberikan oleh universitas/ fakultas/ program studi kepada mahasiswa perlu dievaluasi di

mana pendidikan kewirausahaan yang saat ini sudah dijalankan dianggap efektif dalam membentuk orientasi mahasiswa untuk dapat berwirausaha.

5. Khusus untuk *self-efficacy* berwirausaha, hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang negatif terhadap niat berwirausaha. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka penelitian ini berimplikasi pada penggunaan variabel mediator (orientasi berwirausaha) dalam penentuan pengaruhnya terhadap niat berwirausaha.
6. Keunikan sosial-budaya, sosial-ekonomi, dan sosial-politik membawa dampak pada orientasi dan niat berwirausaha mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini berimplikasi pada pemberdayaan kearifan lokal sumber daya yang ada di lingkungan sekitar untuk pengembangan kewirausahaan.
7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan penting dibelajarkan di perguruan tinggi. Perguruan tinggi yang memiliki tujuan untuk menghasilkan lulusan yang tidak hanya menjadi aparatur sipil negara, akan tetapi juga menjadi pencipta lapangan kerja maka kewirausahaan harus dibelajarkan dalam koridor MBKM dengan berorientasi pada *critical pedagogy*.

### **C. Saran**

Berdasarkan simpulan dan implikasi penelitian, peneliti memberikan saran antara lain:

1. Mahasiswa hendaknya mulai bertransformasi dalam pembelajaran di perguruan tinggi, khususnya mata kuliah kewirausahaan. Orientasi pembelajaran saat ini tidak bisa lagi berbasis *bookstreet*, dan harus bertransformasi pada *critical pedagogy* yang melibatkan pengalaman belajar mahasiswa. Karena bagaimanapun juga pengalaman adalah guru yang terbaik.
2. Mata kuliah kewirausahaan hendaknya lebih fokus pada konsep sosio-psikologis dan kognisi seperti *self-efficacy*. Dengan cara ini, mahasiswa dapat secara bersamaan mendeteksi potensi kewirausahaan mereka dan menilai dampak karakteristik sosial dan budaya. Oleh karena itu, potensi ini dapat

ditingkatkan dengan mengarahkan mahasiswa ini secara tepat dan membantu mereka menghilangkan ketidakmampuan mereka.

3. Perguruan tinggi hendaknya segera berbenah untuk mengembangkan *software* dan *hardware* sebagai instrumen pengembangan kurikulum Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM), karena *output* penelitian ini relevan dalam mendukung implementasi MBKM khususnya dalam bidang proyek kewirausahaan.
4. Perguruan tinggi hendaknya lebih menekankan pada pencapaian orientasi kewirausahaan untuk mewujudkan potensi yang dimiliki oleh mahasiswa sehubungan dengan upaya mengukur dan meningkatkan niat kewirausahaan untuk mewujudkan keputusan dan tindakan berwirausaha mahasiswa. Karena orientasi kewirausahaan berfungsi sebagai moderator yang memiliki efek tertinggi pada niat kewirausahaan.
5. Pemangku kebijakan pemerintah hendaknya memberikan kepastian stabilitas ekonomi dan politik dalam menjalankan kekuasaannya. Lembaga-lembaga pemerintah saat ini mungkin memperlambat atau merusak proses kewirausahaan terbentuk dan berkembang karena sifatnya yang sangat birokratis dan administratif. Individu mungkin percaya bahwa dia mampu melakukan tindakan yang diperlukan untuk meluncurkan usaha baru; tetapi dia memiliki keyakinan bahwa dia tidak mampu mengatasi hambatan proses legalisasi udaranya dihadapan pemerintah.
6. Penelitian selanjutnya dapat memfokuskan pada faktor eksternal keberhasilan pembelajaran kewirausahaan dan pengembangan model dan kurikulum pendidikan kewirausahaan, guna mendukung *output* penelitian yang komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Saifan, S. (2012). Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. *Technology innovation management review*, 2(2), 22-27. [https://www.timreview.ca/sites/default/files/article\\_PDF/Saifan\\_TIMReview\\_February2012\\_2.pdf](https://www.timreview.ca/sites/default/files/article_PDF/Saifan_TIMReview_February2012_2.pdf)
- Acs, Z., Åstebro, T., Audretsch, D., & Robinson, D. T. (2016). Public Policy to Promote Entrepreneurship: a Call to Arms. *Small business economics*, 47, 35-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-016-9712-2>
- Adebayo, F. A. (2015). Time Management and Students Academic Performance in Higher Institutions, Nigeria a Case Study of Ekiti State. *International Research in Education*, 3(2), 1-12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5296/ire.v3i2.7126>
- Adekiya, A. A., & Ibrahim, F. (2016). Entrepreneurship Intention Among Students. The Antecedent Role of Culture and Entrepreneurship Training and Development. *The international journal of management education*, 14(2), 116-132. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2016.03.001>
- Adomako, S., Danso, A., Boso, N., & Narteh, B. (2018). Entrepreneurial Alertness and New Venture Performance: Facilitating Roles of Networking Capability. *International small business journal*, 36(5), 453-472. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0266242617747667>
- Ahlin, B., Drnovšek, M., & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' Creativity and Firm Innovation: The Moderating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Small business economics*, 43(1), 101-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-013-9531-7>
- Aji, S. P., Mulyadi, H., & Widjajanta, B. (2018). Keterampilan Wirausaha untuk Keberhasilan Usaha. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 111-122. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jbme.v3i3.14315>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2011). The Theory of Planned Behaviour: Reactions and Reflections. In (Vol. 26, pp. 1113-1127): *Psychology and Health*.

- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Ajzen, I., Fishbein, M., Lohmann, S., & Albarracín, D. (2018). The Influence of Attitudes on Behavior. *The handbook of attitudes*, 197-255. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315178103>
- Akter, S. (2020). Women Employment Opportunity on SMEs Sector: Bangladesh Perspective. *Int. J. Manag. Account*, 2(5), 105-118. <https://doi.org/https://doi.org/10.34104/ijma.020.01050118>
- Alam, S. S., Mohd, R., Kamaruddin, B. H., & Nor, N. G. M. (2015). Personal Values and Entrepreneurial Orientations in Malay Entrepreneurs in Malaysia: Mediating Role of Self-Efficacy. *International Journal of Commerce and Management*, 25(4), 385-401. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCoMA-01-2013-0001>
- Albasri, M. F., Mishra, A., & Elbeltagi, I. (2016). Entrepreneurial Characteristics and SMEs Growth in Saudi Arabia: The Role of The Financial Support System. *Proceedings of the Eighth Saudi Students Conference in the UK, United Kingdom*.
- Aldrich, H., Zimmer, C., & Jones, T. (1986). Small Business Still Speaks with the Same Voice: A Replication of 'the Voice of Small Business and the Politics of Survival'. *The Sociological Review*, 34(2), 335-356. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1986.tb02705.x>
- Alieksieieva, S., Yershova, L., Kravets, S., Lapshyna, O., & Odnoroh, H. (2021). Self-Education and Self-Management to Develop Entrepreneurship Competence in Future Professionals. *EDP Sciences*, 104. <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/shsconf/202110403002>
- Alshebami, A. S. (2022). Psychological Features and Entrepreneurial Intention among Saudi Small Entrepreneurs During Adverse Times. *Sustainability*, 14(13), 7604. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su14137604>
- Alstete, J. W. (2002). On Becoming an Entrepreneur: an Evolving Typology. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(4), 222-234. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552550210436521>
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The Influence of Family Tradition and Psychological Traits on Entrepreneurial Intention. *International Journal of hospitality management*, 31(2), 489-499. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007>

- Altinay, L., & Wang, C. L. (2011). The Influence of an Entrepreneur's socio-cultural Characteristics on the Entrepreneurial Orientation of Small Firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(4), 673-694. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/14626001111179749>
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and Creation: Alternative Theories of Entrepreneurial Action. *Strategic entrepreneurship journal*, 1(1-2), 11-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M. (2005). Affect and Creativity at Work. *Administrative science quarterly*, 50(3), 367-403. <https://doi.org/https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.367>
- Amabile, T. M., Collins, M. A., Conti, R., Phillips, E., Picariello, M., Ruscio, J., & Whitney, D. (2018). *Creativity in Context: Update to the Social Psychology of Creativity*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780429501234>
- Anastasi, A., & Urbina, S. (1997). *Psychological Testing*. Prentice Hall/Pearson Education. <https://psycnet.apa.org/record/1998-07223-000>
- Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State-of-the-Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework. *Journal of management*, 40(5), 1297-1333. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0149206314527128>
- Anderson, P. F. (1982). Marketing, Strategic Planning and The Theory of The Firm. *Journal of marketing*, 46(2), 15-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224298204600203>
- Andersson, D. E. (2005). The Spatial Nature of Entrepreneurship. *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, 8(2), 21-34. [http://mises-media.s3.amazonaws.com/qjae8\\_2\\_2.pdf](http://mises-media.s3.amazonaws.com/qjae8_2_2.pdf)
- Anggadwita, G., & Dhewanto, W. (2016). The Influence of Personal Attitude and Social Perception on Women Entrepreneurial Intentions in Micro and Small Enterprises in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 27(2-3), 131-148. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.073974>
- Anggraini, F. N. (2022). Performance: Self, Management, and Organizational Social Perspectives. *PRODUKTIF: Jurnal Kepegawaian dan Organisasi*, 1(1), 1-9. <http://jurnalpustek.org/index.php/sdmo/article/view/7>
- Anning-Dorson, T., & Nyamekye, M. B. (2020). Be Flexible: Turning Innovativeness into Competitive Advantage in Hospitality Firms.



*International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 605-624. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1014>

- Anwar, I., & Saleem, I. (2019). Exploring Entrepreneurial Characteristics Among University Students: An Evidence from India. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 282-295. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/APJIE-07-2018-0044>
- Apriana, D., Kristiawan, M., & Wardiah, D. (2019). Headmaster's Competency in Preparing Vocational School Students for Entrepreneurship. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 8(8), 1316-1330. <http://www.ijstr.org/>
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of business venturing*, 18(1), 105-123. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4)
- Arshad, I., & Ibrahim, Y. (2019). Uncertainty Avoidance, Risk Avoidance and Perceived Risk: A Cultural Perspective of Individual Investors. *Hasanuddin economics and business review*, 3(1), 21-33. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(01\)00068-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(01)00068-4)
- Arshad, M., Farooq, O., & Afzal, S. (2018). The Role of Entrepreneurship Education in Developing a Passion for Business. *Global Business and Organizational Excellence*, 38(1), 15-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/joe.21896>
- Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial Intention of Engineering Students: The Role of Social Norms and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Sustainability*, 11(16), 4314. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su11164314>
- Aydogmus, M. (2021). Investigation of the Effect of Social Entrepreneurship on Professional Attitude and Self-Efficacy Perception: A Research on Prospective Teachers. *Studies in Higher Education*, 46(7), 1462-1476. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1673719>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Baer, M. (2010). The Strength-of-Weak-Ties Perspective on Creativity: A Comprehensive Examination and Extension. *Journal of applied psychology*, 95(3), 592-601. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/a0018761>

- Baer, M., & Oldham, G. R. (2006). The Curvilinear Relation Between Experienced Creative Time Pressure and Creativity: Moderating Effects of Openness to Experience and Support for Creativity. *Journal of applied psychology, 91*(4), 963–970. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.4.963>
- Bai, L., Crosby, B., & Teti, D. M. (2022). Socioeconomic Status and Infant Nighttime Sleep Across The Second Year of Life: The Moderating Role of Infant Attachment Security. *Child development, 93*(3), 845-861. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/cdev.13723>
- Baird, A. M., & Parayitam, S. (2019). Employers' Ratings of Importance of Skills and Competencies College Graduates Need to Get Hired: Evidence From The New England Region of USA. *Education+ training, 61*(5), 622-634. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-12-2018-0250>
- Baker, R., Evans, B., & Dee, T. (2016). A Randomized Experiment Testing The Efficacy of a Scheduling Nudge in a Massive Open Online Course (MOOC). *AERA Open, 2*(4), 1-18. <https://doi.org/DOI:10.1177/2332858416674007>
- Bandura, A. (1993). Perceived Self-Efficacy in Cognitive Development and Functioning. *Educational psychologist, 28*(2), 117-148. [https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15326985ep2802\\_3](https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15326985ep2802_3)
- Bandura, A. (1997). The Anatomy of Stages of Change. *American journal of health promotion: AJHP, 12*(1), 8-10. <https://doi.org/10.4278/0890-1171-12.1.8>
- Bandura, A. (2010). Self-Efficacy. *The Corsini encyclopedia of psychology*, 1-3. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/9780470479216.corpsy0836>
- Bandura, A. (2012). *On the Functional Properties of Perceived Self-Efficacy Revisited*. In (Vol. 38 (1), pp. 9-44). Los Angeles, CA: Sage Publications.
- BarNir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. (2011). Mediation and Moderated Mediation in The Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender. *Journal of Applied Social Psychology, 41*(2), 270-297. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00713.x>
- Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The Role of Entrepreneurs in Firm-Level Innovation: Joint Effects Of Positive Affect, Creativity, and Environmental Dynamism. *Journal of business venturing, 26*(1), 49-60. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.06.002>

- Barrouillet, P. (2015). *Theories of Cognitive Development: From Piaget to Today*. In (Vol. 38, pp. 1-12): Elsevier.
- Batubara, H. H. (2016). Penggunaan Google Form Sebagai Alat Penilaian Kinerja Dosen di Prodi PGRI Uniska Muhammad Arsyad Al Banjari. *Al-Bidayah: Jurnal Pendidikan Dasar Islam*, 8(1), 39-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/al-bidayah.v8i1.91>
- Baumgartner, H., & Homburg, C. (1996). Applications of Structural Equation Modeling in Marketing and Consumer Research: A Review. *International journal of Research in Marketing*, 13(2), 139-161. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116\(95\)00038-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116(95)00038-0)
- Becker, G. S. (2009). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, With Special Reference to Education*. University of Chicago press. <https://www.nber.org/books-and-chapters/human-capital-theoretical-and-empirical-analysis-special-reference-education-third-edition>
- Bell-Masterson, J., & Stangler, D. (2015). Measuring an Entrepreneurial Ecosystem. Available at SSRN 2580336, 1-12. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2580336>
- Bentler, P. M. (1983). Some Contributions to Efficient Statistics in Structural Models: Specification and Estimation of Moment Structures. *Psychometrika*, 48(4), 493-517. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/BF02293875>
- Bentler, P. M., & Chou, C.-P. (1987). Practical Issues in Structural Modeling. *Sociological methods & research*, 16(1), 78-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0049124187016001004>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of management review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Bird, B. (2019). *Toward a Theory of Entrepreneurial Competency*. In *Seminal Ideas For The Next Twenty-Five Years of Advances* (Vol. 21, pp. 115-131). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/S1074-754020190000021011>
- Bird, B., & Jelinek, M. (1989). The Operation of Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(2), 21-30. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225878801300205>
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2017). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research. *Revisiting the*

*Entrepreneurial Mind: Inside the Black Box: An Expanded Edition*, 35, 379-409. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0\\_23](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0_23)

- Bird, B., Schjoedt, L., & Baum, J. R. (2012). Editor's Introduction. Entrepreneurs' Behavior: Elucidation and Measurement. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 889-913. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00535.x>
- Boldureanu, G., Ionescu, A. M., Bercu, A.-M., Bedrule-Grigoruță, M. V., & Boldureanu, D. (2020). Entrepreneurship Education Through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability*, 12(3), 1267. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su12031267>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual Entrepreneurial Orientation: Development of a Measurement Instrument. *Education+ training*, 54(2), 219-233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Borsa, J. C., Damásio, B. F., & Bandeira, D. R. (2012). Cross-Cultural Adaptation and Validation of Psychological Instruments: Some Considerations. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, 22, 423-432. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/S0103-863X2012000300014>
- Boudarbat, B., & Chernoff, V. (2009). The Determinants of Education-Job Match Among Canadian University Graduates. 14, 1-30. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1611764>
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The Influence of Self-Efficacy on the Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-77. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879401800404>
- Boyles, T. (2012). 21st Century Knowledge, Skills, and Abilities and Entrepreneurial Competencies: A Model for Undergraduate Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15, 41-55. <https://www.proquest.com/openview/a1ab60e87367ebe615a1727094a44256/1?pq-origsite=gscholar&cbl=28224>
- Bridge, S. (2017). Is “Entrepreneurship” The Problem in Entrepreneurship Education? *Education+ training*, 15(7), 740-750. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-02-2016-0037>
- Brockmann, E. N., & Lacho, K. J. (2008). Strategic Planning: A Practical Primer for the Entrepreneur. *Proceedings of the Allied Academies*, 15(2), 45-50. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=cfcd04852e1e77b96a9ba62bf1af948ffd3ed2bf>

- Brown, K. D. (2013). Trouble on My Mind: Toward a Framework of Humanizing Critical Sociocultural Knowledge for Teaching and Teacher Education. *Race Ethnicity and Education*, 16(3), 316-338. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13613324.2012.725039>
- Buhler, C. (1971). Basic Theoretical Concepts of Humanistic Psychology. *American Psychologist*, 26(4), 378-386. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/h0032049>
- Bullough, A., De Luque, M. S., Abdelzaher, D., & Heim, W. (2015). Developing Women Leaders Through Entrepreneurship Education and Training. *Academy of Management Perspectives*, 29(2), 250-270. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amp.2012.0169>
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring Entrepreneurial Passion: Conceptual Foundations and Scale Validation. *Journal of business venturing*, 28(3), 373-396. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>
- Cardon, M. S., & Kirk, C. P. (2015). Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self-Efficacy to Persistence Relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1027-1050. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12089>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion. *Academy of management review*, 34(3), 511-532. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior Family Business Exposure as Intergenerational Influence and Entrepreneurial Intent: A Theory of Planned Behavior Approach. *Journal of business research*, 60(10), 1090-1098. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.12.016>
- Cassidy, S. (2015). Resilience Building in Students: The Role of Academic Self-Efficacy. *Frontiers in psychology*, 6, 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01781>
- Che Embi, N. A., Jaiyeoba, H. B., & Yussof, S. A. (2019). The Effects of Students' Entrepreneurial Characteristics on Their Propensity to Become Entrepreneurs in Malaysia. *Education+ training*, 61(7), 1020-1037. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-11-2018-0229>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers? *Journal of business venturing*, 13(4), 295-316. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)

- Chen, G., Gully, S. M., & Eden, D. (2001). Validation of a New General Self-Efficacy Scale. *Organizational research methods*, 4(1), 62-83. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/109442810141004>
- Chen, L.-W., & Thompson, P. (2016). Skill Balance and Entrepreneurship Evidence From Online Career Histories. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(2), 289-305. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12220>
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in Mis Research: A Note of Caution. *MIS quarterly*, 19(2), 237-246. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249690>
- Chittithaworn, C., Islam, M. A., Keawchana, T., & Yusuf, D. H. M. (2011). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian social science*, 7(5), 180-190. [https://doi.org/DOI: 10.5539/ass.v7n5p180](https://doi.org/DOI:10.5539/ass.v7n5p180)
- Cho, Y. H., & Lee, J.-H. (2018). Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Education and Performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/APJIE-05-2018-0028>
- Choi, S. P., Lam, S. S., Li, K. C., & Wong, B. T. (2018). Learning Analytics at Low Cost: At-Risk Student Prediction with Clicker Data and Systematic Proactive Interventions. *Journal of Educational Technology & Society*, 21(2), 273-290. <https://doi.org/https://www.jstor.org/stable/26388407>
- Chomsky, N. (1980). Rules and Representations. *Behavioral and brain sciences*, 3(1), 1-15. <https://doi.org/10.1017/S0140525X00001515>
- Chukwujiokwe, K., Orziemgbe, G., & Benapugha, Z. (2013). The Impact of Knowledge Management Capabilities on Organizational Performance: A Survey of the Service Sector. *Journal of Business Management & Social Sciences Research (JBM&SSR) Volume*, 2(9), 61-67. <https://www.researchgate.net/profile/Zechariahs-Owutuamor/publication/341882963>
- Clark, K. R. (2018). *Learning Theories: Behaviorism*. In (Vol. 90, pp. 172-175): Am Soc Radiol Tech.
- Çolakoğlu, N., & Gözükar, İ. (2016). A Comparison Study on Personality Traits Based on The Attitudes of University Students Toward Entrepreneurship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 133-140. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.122>



- Colizzi, M., Sironi, E., Antonini, F., Ciceri, M. L., Bovo, C., & Zoccante, L. (2020). Psychosocial and Behavioral Impact of Covid-19 in Autism Spectrum Disorder: An Online Parent Survey. *Brain sciences*, 10(6), 341. [https://doi.org/ https://doi.org/10.3390/brainsci10060341](https://doi.org/https://doi.org/10.3390/brainsci10060341)
- Colombelli, A., Loccisano, S., Panelli, A., Pennisi, O. A. M., & Serraino, F. (2022). Entrepreneurship Education: The Effects of Challenge-Based Learning on The Entrepreneurial Mindset of University Students. *Administrative Sciences*, 12(1), 10. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/admsci12010010>
- Connelly, B. L., Ireland, R. D., Reutzell, C. R., & Coombs, J. E. (2010). The Power and Effects of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 131-149. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00316.x>
- Cooper, E. (1991). A Critique of Six Measures for Assessing Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 25(3), 194-204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1991.tb01370.x>
- Cooper, J. O., Heron, T. E., & Heward, W. L. (2020). *Applied Behavior Analysis*. Pearson UK. <https://europepmc.org/backend/ptpmcrender.fcgi?accid=PMC1285958&blobtype=pdf>
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7-26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
- Cox, L. W., Mueller, S. L., & Moss, S. E. (2002). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Self-Efficacy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(2), 229-245. [https://www.researchgate.net/publication/285733221\\_The\\_impact\\_of\\_entrepreneurship\\_education\\_on\\_entrepreneurial\\_self-efficacy](https://www.researchgate.net/publication/285733221_The_impact_of_entrepreneurship_education_on_entrepreneurial_self-efficacy)
- Crant, J. M. (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions. *Journal of small business management*, 34(3), 42-49. <http://www.sciepub.com/reference/56136>
- Cronbach, L. Essentials of Psychological Testing. *New York, happer and Row publishers*. <https://psycnet.apa.org/record/1950-00647-000>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The Impact of Entrepreneurship Education on The Entrepreneurial Mindset of College Students in China: The Mediating Role of Inspiration and The Role of Educational Attributes. *The international journal of management education*, 19(1), 1-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>

- Cumberland, D. M., Meek, W. R., & Germain, R. (2015). Entrepreneurial Self-Efficacy and Firm Performance in Challenging Environments: Evidence from the Franchise Context. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 20(1), 1-19. <https://doi.org/https://doi.org/10.1142/S1084946715500041>
- Cunningham, J., & Fraser, S. S. (2022). Images of Entrepreneurship: Divergent National Constructions of What it is To 'Do' entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 34(7), 567-581. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08985626.2022.2071997>
- Dalborg, C., & Wincent, J. (2015). The Idea is not Enough: The Role of Self-Efficacy in Mediating the Relationship Between Pull Entrepreneurship and Founder Passion—A Research Note. *International small business journal*, 33(8), 974-984. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0266242614543336>
- Dana, L. P. (2000). Creating Entrepreneurs in India. *Journal of small business management*, 38(1), 86-91. <https://www.proquest.com/openview/404fa23462baddb3677a9c6eac87dc16/1?pq-origsite=gscholar&cbl=49244>
- Dang, G., Sui Pheng, L., Dang, G., & Sui Pheng, L. (2015). *Theories of Economic Development. Infrastructure Investments in Developing Economies: The Case of Vietnam*, 11-26. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-287-248-7\\_2](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-287-248-7_2)
- Davidsson, P. (1991). Continued Entrepreneurship: Ability, Need, and Opportunity as Determinants of Small Firm Growth. *Journal of business venturing*, 6(6), 405-429. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026\(91\)90028-C](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026(91)90028-C)
- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The Role of Social and Human Capital among Nascent Entrepreneurs. *Journal of business venturing*, 18(3), 301-331. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00097-6](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00097-6)
- Davis, G. A., & Subkoviak, M. J. (1975). Multidimensional Analysis of a Personality-Based Test of Creative Potential. *Journal of Educational Measurement*, 12(1), 37-43. <https://www.jstor.org/stable/1434373>
- Day, G. S., & Schoemaker, P. J. (2016). Adapting to Fast-Changing Markets and Technologies. *California Management Review*, 58(4), 59-77. <https://doi.org/https://doi.org/10.1525/cm.2016.58.4.59>
- De Noble, A. F., Jung, D., & Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial Self-Efficacy: The Development of a Measure and its Relationship to Entrepreneurial Action. *Frontiers of entrepreneurship research*, 1, 73-87. [https://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I\\_C/IC.html](https://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers99/I/I_C/IC.html)



- Dearie, J., & Geduldig, C. (2013). *Where the Jobs are: Entrepreneurship and the Soul of the American Economy*. John Wiley & Sons. <https://www.amazon.com/Where-Jobs-Are-Entrepreneurship-American/dp/1118573242>
- Dehghanzadeh, M. R., Kholasehzadeh, G., Birjandi, M., Antikchi, E., Sobhan, M. R., & Neamatzadeh, H. (2016). Entrepreneurship Psychological Characteristics of Nurses. *Acta Medica Iranica*, 54(9), 595-599. <https://acta.tums.ac.ir/index.php/acta/article/view/5162>
- DeNisi, A. S. (2015). Some Further Thoughts on The Entrepreneurial Personality. In (pp. 997-1003). Los Angeles, CA: SAGE Publications.
- Dewey, J. (1904). Humanism. *Humanism Psychological Bulletin*, 1(10), 335–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/h0073853>
- Díaz-Portugal, C., Delgado-García, J. B., & Blanco-Mazagatos, V. (2023). Do Cultural and Creative Entrepreneurs Make Affectively Driven Decisions? Not When They Evaluate Their Opportunities. *Creativity and Innovation Management*, 32(1), 22-40. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/caim.12537>
- Dimov, D., de Holan, P. M., & Milanov, H. (2012). Learning Patterns in Venture Capital Investing in New Industries. *Industrial and Corporate Change*, 21(6), 1389-1426. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/icc/dts010>
- Dimov, D., & Pistrui, J. (2020). Entrepreneurship Education as a First-Person Transformation. *Journal of Management Inquiry*, 31(1), 49-53. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1056492620964592>
- Dixon, S. E., & Clifford, A. (2007). Ecopreneurship—A New Approach to Managing the Triple Bottom Line. *Journal of Organizational Change Management*, 20(3), 326-345. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09534810710740164>
- Do, B.-R., & Dadvari, A. (2017). The Influence of the Dark Triad on The Relationship Between Entrepreneurial Attitude Orientation and Entrepreneurial Intention: A Study Among Students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review*, 22(4), 185-191. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.apmrv.2017.07.011>
- Do, H., & Blackburn, R. (2017). Entrepreneurial Orientation of UK International Ventures in Turbulent Environments. *RENT XXXI: Relevance in Entrepreneurship Research*. <https://livrepository.liverpool.ac.uk/3084191/>
- Douglas, K., & Arenberg, D. (1978). Age Changes, Cohort Differences, and Cultural Change on The Guilford-Zimmerman Temperament Survey.

- Journal of Gerontology*, 33(5), 737-747.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1093/geronj/33.5.737>
- Drucker, P. (2012). *Managing in The Next Society*. Elsevier.  
<https://www.amazon.com/Managing-Next-Society-Corporate-Management/dp/0312320116>
- Drugli, M. B., & Hjemdal, O. (2013). Factor Structure of The Student–Teacher Relationship Scale For Norwegian School-Age Children Explored With Confirmatory Factor Analysis. *Scandinavian Journal of Educational Research*, 57(5), 457-466.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00313831.2012.656697>
- Dwyer, A. L., & Cummings, A. L. (2001). Stress, Self-Efficacy, Social Support, and Coping Strategies in University Students. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy*, 35(3). <https://cjc-rcc.ucalgary.ca/article/view/58672>
- Eberhard, B., Podio, M., Alonso, A. P., Radovica, E., Avotina, L., Peiseniece, L., . . . Solé-Pla, J. (2017). Smart Work: The Transformation of The Labour Market Due to the Fourth Industrial Revolution (14. 0). *International Journal of Business & Economic Sciences Applied Research*, 10(3).  
<https://ideas.repec.org/a/tei/journal/v10y2017i3p47-66.html>
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and Entrepreneurship. *Journal of management*, 29(3), 333-349.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/014920630302900304>
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The Impact of Family Support on Young Entrepreneurs' Start-Up Activities. *Journal of business venturing*, 31(4), 428-448.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- El Junusi, R. (2021). The Role of Akhlak Intelligence: Mediation Between Self-Efficacy and Entrepreneurial Orientation. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(1), 1-18.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.1.7744>
- Ensslin, L., Carneiro Mussi, C., Rolim Ensslin, S., Dutra, A., & Pereira Bez Fontana, L. (2020). Organizational Knowledge Retention Management Using a Constructivist Multi-Criteria Model. *Journal of knowledge management*, 24(5), 985-1004.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JKM-12-2019-0689>
- Entrialgo, M., Fernández, E., & Vázquez, C. J. (2000). Characteristics of Managers as Determinants of Entrepreneurial Orientation: Some Spanish

- Evidence. *Enterprise and innovation management studies*, 1(2), 187-205. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14632440050119596>
- Fairchild, C. (2014). *Number of Fortune 500 Women Ceos Reaches Historic High*. *Fortune.com*, June, 3. <http://fortune.com/2014/06/03/number-of-fortune-500-women-ceos-reaches-historic-high>.
- Farashah, A. D. (2015). The Effects of Demographic, Cognitive and Institutional Factors on Development of Entrepreneurial Intention: Toward a Socio-Cognitive Model of Entrepreneurial Career. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(4), 452-476. <https://doi.org/10.1007/s10843-015-0144-x>
- Farrell, L., Fry, T. R., & Risse, L. (2016). The Significance of Financial Self-Efficacy in Explaining Women's Personal Finance Behaviour. *Journal of economic psychology*, 54, 85-99. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.07.001>
- Fayolle, A. (2007). *Entrepreneurship and New Value Creation: The Dynamic of The Entrepreneurial Process*. Cambridge university press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9780511488689>
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2015). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Attitudes and Intention: Hysteresis and Persistence. *Journal of small business management*, 53(1), 75-93. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12065>
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the Impact of Entrepreneurship Education Programmes: A New Methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701-720. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of business research*, 67(5), 663-666. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic Capabilities, Creativity and Innovation Capability and Their Impact on Competitive Advantage and Firm Performance: The Moderating Role of Entrepreneurial Orientation. *Technovation*, 92, 1-18. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Field, T. (1996). *Bully in Sight: How to Predict, Resist, Challenge and Combat Workplace Bullying: Overcoming the Silence and Denial by Which Abuse Thrives*. Success Unlimited. <https://www.amazon.com/Bully-Sight-Challenge-Workplace-Bullying/dp/0952912104>

- Filion, L. J. (2021). Defining the Entrepreneur. In *World encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72-83). Edward Elgar Publishing.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781839104145.00015>
- Fillis, I., & Rentschler, R. (2010). The Role of Creativity in Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18(1), 49-81.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1142/S0218495810000501>
- Fini, R., Grimaldi, R., Marzocchi, G. L., & Sobrero, M. (2012). The Determinants of Corporate Entrepreneurial Intention Within Small and Newly Established Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387-414.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00411.x>
- Fitriati, R., & Hermiati, T. (2011). Entrepreneurial Skills and Characteristics Analysis on the Graduates of the Department of Administrative Sciences, FISIP Universitas Indonesia. *BISNIS & BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(3).  
<https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2103923>
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction Between Feasibility and Desirability in the Formation of Entrepreneurial Intentions. *Journal of business venturing*, 26(4), 431-440.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.01.001>
- Føleide, S. (2011). *Mot Ein Meir Reflektert Barnevernsdebatt?: Ei Innholdsanalyse Av Barnevernsframstillingar I Vg Og Dagbladet* (Publication Number 117) Universitetet I Oslo]. Oslo.  
<http://urn.nb.no/URN:NBN:no-29394>
- Frederick, H., Kuratko, D. F., & O'Connor, A. (2016). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Cengage Learning Australia.  
<https://www.worldcat.org/title/Entrepreneurship-:-theory-process-practice/oclc/945782214>
- Frederick, H., O'Connor, A., & Kuratko, D. F. (2018). *Entrepreneurship*. Cengage AU.  
<https://www.worldcat.org/title/entrepreneurship-theoryprocesspractice/oclc/1091867096?referer=di&ht=edition>
- Freire, P. (1998). Cultural Action and Conscientization. *Harvard educational review*, 40(3), 452-477.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.17763/haer.40.3.h76250x720j43175>
- Freire, P. (2021). *Education for Critical Consciousness*. Bloomsbury Publishing.  
<https://www.bloomsbury.com/us/education-for-critical-consciousness-9781350190146/>

- Freire, P., & Moch, M. (1990). A Critical Understanding Of Social Work. *Journal of Progressive Human Services*, 1(1), 3-9. [https://doi.org/https://doi.org/10.1300/J059v01n01\\_02](https://doi.org/https://doi.org/10.1300/J059v01n01_02)
- Frinces, Z. H. (2013). Membangun Ekonomi Daerah di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Universitas Esa Unggul*, 4(2), 177-191. <https://media.neliti.com/media/publications/17896-ID-membangun-ekonomi-daerah-di-indonesia.pdf>
- Garbellano, S., & Da Veiga, M. d. R. (2019). Dynamic Capabilities in Italian Leading SMEs Adopting Industry 4.0. *Measuring Business Excellence*, 23(4), 472-483. <https://www.proquest.com/openview/a1ab60e87367ebe615a1727094a44256/1?cbl=28224&pq-origsite=gscholar>
- Geri, S. (2013). Relationship Between Entrepreneurial Skills and Tendencies: A Research on Physical Education Students. *International Journal of Business and Social Science*, 4(5), 179-185. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=c7e57201632dd07a23baf8e79a422335129d109a>
- Ghazali, N. H. M. (2016). A Reliability and Validity of an Instrument to Evaluate the School-Based Assessment System: A Pilot Study. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 5(2), 148-157. <https://eric.ed.gov/?id=EJ1108537>
- Gibb, A. A. (1993). Enterprise Culture and Education: Understanding Enterprise Education and Its Links with Small Business, Entrepreneurship and Wider Educational Goals. *International small business journal*, 11(3), 11-34. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/026624269301100301>
- Gibbs, B. G., Shafer, K., & Miles, A. (2017). Inferential Statistics and the Use Of Administrative Data in us Educational Research. *International Journal of Research & Method in Education*, 40(2), 214-220. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1743727X.2015.1113249>
- Gilson, L. L., & Madjar, N. (2011). Radical and Incremental Creativity: Antecedents and Processes. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 21-28. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/a0017863>
- Gilson, L. L., Mathieu, J. E., Shalley, C. E., & Ruddy, T. M. (2005). Creativity and Standardization: Complementary or Conflicting Drivers of Team Effectiveness? *Academy of Management journal*, 48(3), 521-531. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amj.2005.17407916>
- Gilson, L. L., & Shalley, C. E. (2004). A Little Creativity Goes A Long Way: An Examination of Teams' Engagement in Creative Processes. *Journal of*

*management*, 30(4), 453-470.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jm.2003.07.001>

Giroux, H. A. (1992). Language, Difference, and Curriculum Theory: Beyond the Politics of Clarity. *Theory into Practice*, 31(3), 219-227.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00405849209543546>

Giroux, H. A. (2020). *Critical Pedagogy*. Springer VS, Wiesbaden.  
[https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-658-31395-1\\_19-1](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-658-31395-1_19-1)

Giroux, H. A., McLaren, P. L., McLaren, P., & Peter, M. (1989). *Critical Pedagogy, the State, and Cultural Struggle*. SUNY Press.  
<https://sunypress.edu/Books/C/Critical-Pedagogy-the-State-and-Cultural-Struggle>

Glancey, K., McQuaid, R., & Campling, J. (2000). *Entrepreneurial Economics*. Springer. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/9780333981245>

Gough, H. G. (1979). A Creative Personality Scale for the Adjective Check List. *Journal of personality and social psychology*, 37(8), 1398-1405.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.37.8.1398>

Green, R., David, J., Dent, M., & Tyshkovsky, A. (1996). The Russian Entrepreneur: A Study of Psychological Characteristics. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2(1), 49-58.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552559610110718>

Gröschl, S., & Gabaldon, P. (2018). Business Schools and the Development of Responsible Leaders: A Proposition of Edgar Morin's Transdisciplinarity. *Journal of Business Ethics*, 153, 185-195.  
<https://www.jstor.org/stable/45022808>

Gudmundsson, E. (2009). Guidelines for Translating and Adapting Psychological Instruments. *Nordic Psychology*, 61(2), 29-45.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1027/1901-2276.61.2.29>

Guilford, J. (1982). Is Some Creative Thinking Irrational? *The Journal of Creative Behavior*, 16(3), 151-154. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1982.tb00330.x>

Guilford, J. (1983). Transformation Abilities of Functions. *The Journal of Creative Behavior*, 17(2), 75-83.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1983.tb00977.x>

Guilford, J. P. (1967). Creativity: Yesterday, Today and Tomorrow. *The Journal of Creative Behavior*, 1(1), 3-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1967.tb00002.x>



- Gupta, V., & Gupta, A. (2015). The Concept of Entrepreneurial Orientation. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 11(2), 55-137. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1561/03000000054>
- Gürol, Y., & Atsan, N. (2006). Entrepreneurial Characteristics Amongst University Students: Some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey. *Education+ training*, 48(1), 25-31. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/00400910610645716>
- Haanstra, W., Toxopeus, M., & Van Gerrevink, M. (2017). *Product Life Cycle Planning for Sustainable Manufacturing: Translating Theory Into Business Opportunities*. *Procedia CIRP*, 61, 46-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.12.005>
- Hair, J. F., Gabriel, M., & Patel, V. (2014). AMOS Covariance-Based Structural Equation Modeling (CB-SEM): Guidelines on its Application as a Marketing Research Tool. *Brazilian Journal of Marketing*, 13(2). <https://ssrn.com/abstract=2676480>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*, 19(2), 139-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair Jr, J. F., Babin, B. J., & Krey, N. (2017). Covariance-Based Structural Equation Modeling in The Journal of Advertising: Review and Recommendations. *Journal of Advertising*, 46(1), 163-177. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1281777>
- Hambleton, R. K., & Patsula, L. (1998). Adapting Tests For Use in Multiple Languages and Cultures. *Social indicators research*, 45(1), 153-171. <https://www.jstor.org/stable/27522340>
- Hampel, C., Perkmann, M., & Phillips, N. (2020). Beyond the Lean Start-Up: Experimentation in Corporate Entrepreneurship and Innovation. *Innovation*, 22(1), 1-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14479338.2019.1632713>
- Handaru, A. W., Parimita, W., & Mufdhalifah, I. W. (2015). Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Adversity Quotient, Self Efficacy, dan Need for Achievement. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(2), 165-176. <https://doi.org/https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.165-176>
- Handayati, P., Wulandari, D., Soetjipto, B. E., Wibowo, A., & Narmaditya, B. S. (2020). Does Entrepreneurship Education Promote Vocational Students' Entrepreneurial Mindset? *Heliyon*, 6(11), 1-7. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e05426>

- Hathaway, I., & Litan, R. E. (2014). Entrepreneurship and Job Creation in the Us Life Sciences Sector. *Brookings Institution*, 1-10. [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/entrepreneurship\\_job\\_creation\\_life\\_sciences\\_sector\\_litan.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/entrepreneurship_job_creation_life_sciences_sector_litan.pdf)
- He, Z.-L., & Wong, P.-K. (2004). Exploration vs Exploitation: An Empirical Test of The Ambidexterity Hypothesis. *Organization science*, 15(4), 481-494. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/orsc.1040.0078>
- Heijke, H., Meng, C., & Ris, C. (2003). Fitting to the Job: The Role of Generic and Vocational Competencies in Adjustment and Performance. *Labour economics*, 10(2), 215-229. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0927-5371\(03\)00013-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0927-5371(03)00013-7)
- Henley, A. (2017). Does Religion Influence Entrepreneurial Behaviour? *International small business journal*, 35(5), 597-617. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0266242616656748>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the academy of marketing science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 105-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/par.v3i2.1383>
- Hidayat, R. A. U. (2020). *An Inquiry Study on Teachers' Beliefs and Knowledge of Critical Literacy Pedagogy in Indonesia Context*. Twelfth Conference on Applied Linguistics (CONAPLIN 2019),
- Hinkelmann, K., Gerber, A., Karagiannis, D., Thoenssen, B., Van der Merwe, A., & Woitsch, R. (2016). A New Paradigm for The Continuous Alignment of Business and It: Combining Enterprise Architecture Modelling and Enterprise Ontology. *Computers in Industry*, 79, 77-86. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compind.2015.07.009>
- Hisrich, D., & Peters, M. (2002). Entrepreneurship 5 th Edition *Mcgraw-Hill Higher Education*. [https://www.scirp.org/\(S\(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45\)\)/reference/referenc espapers.aspx?referenceid=689516](https://www.scirp.org/(S(czeh2tfqyw2orz553k1w0r45))/reference/referenc espapers.aspx?referenceid=689516)
- Hisrich, R. D. (2013). International Entrepreneurship: Where do We Go From Here? *International Review of Entrepreneurship*, 11(1), 1-13. <https://www.econbiz.de/Record/international-entrepreneurship-where-do-we-go-from-here-hisrich-robert/10011345265>



- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic management journal*, 22(6-7), 479-491. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/smj.196>
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). When Does Entrepreneurial Self-Efficacy Enhance Versus Reduce Firm Performance? *Strategic entrepreneurship journal*, 2(1), 57-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sej.42>
- Hochrainer-Stigler, S. (2020). *Extreme and Systemic Risk Analysis: A Loss Distribution Approach*. Springer Nature. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-981-15-2689-3>
- Hofstede, G. (1993). Cultural Constraints in Management Theories. *Academy of Management Perspectives*, 7(1), 81-94. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/ame.1993.9409142061>
- Honig, B., & Hopp, C. (2016). New Venture Planning and Lean Start-Up Activities: A Longitudinal Empirical Study of Entrepreneurial Success, Founder Preferences and Venture Context. In *Models of Start-Up Thinking And Action: Theoretical, Empirical And Pedagogical Approaches* (Vol. 18, pp. 75-108). Emerald Group Publishing Limited. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/S1074-754020160000018003>
- Hoogland, J. J., & Boomsma, A. (1998). Robustness Studies in Covariance Structure Modeling: An Overview and a Meta-Analysis. *Sociological methods & research*, 26(3), 329-367. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0049124198026003003>
- Horn, J. L. (1965). A Rationale and Test for the Number of Factors in Factor Analysis. *Psychometrika*, 30(2), 179-185. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/BF02289447>
- Howe, A. C. (1996). Development of Science Concepts Within a Vygotskian Framework. *Science Education*, 80(1), 35-51. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1098-237X](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/(SICI)1098-237X)
- Hsu, C. H. (2014). *Tourism and Hospitality Education in Asia*. In *The Routledge Handbook of Tourism and Hospitality Education* (pp. 229-241). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203763308>
- Hu, L. t., & Bentler, P. M. (1999). *Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria Versus New Alternatives*. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10705519909540118>

- Hu, R., & Ye, Y. (2017). Do Entrepreneurial Alertness and Self-Efficacy Predict Chinese Sports Major Students' Entrepreneurial Intention? *Social Behavior and Personality: an international journal*, 45(7), 1187-1196. <https://doi.org/https://doi.org/10.2224/sbp.6356>
- Huang, M.-H., Rust, R., & Maksimovic, V. (2019). The Feeling Economy: Managing in The Next Generation of Artificial Intelligence (AI). *California Management Review*, 61(4), 43-65. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0008125619863436>
- Hulland, J., Chow, Y. H., & Lam, S. (1996). Use of Causal Models in Marketing Research: A Review. *International journal of Research in Marketing*, 13(2), 181-197. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116\(96\)00002-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0167-8116(96)00002-X)
- Hunjra, A. I., Ul Haq, N., Akbar, S. W., & Yousaf, M. (2011). Impact of Employee Empowerment on Job Satisfaction: An Empirical Analysis of Pakistani Service Industry. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(11), 680. <https://ssrn.com/abstract=1805942>
- Hur, H., Maurer, J. A., & Hawley, J. (2019). The Role of Education, Occupational Match on Job Satisfaction in The Behavioral and Social Science Workforce. *Human resource development quarterly*, 30(3), 407-435. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/hrdq.21343>
- Huron, D., & Bories-Azeau, I. (2022). *Local Governments and Economic Development: Between Organizational Agility and Involvement in The Entrepreneurial Ecosystem*. 2022 Korean Association for Public Administration (KAPA) International Conference, "Green, Digital, COVID-19: Rethinking Public Administration in an Era of the Great Transformation",
- Hutagalung, B., Dalimunthe, D., Pambudi, R., Hutagalung, A. Q., & Muda, I. (2017). The Effect of Entrepreneurship Education and Family Environment Towards Students' Entrepreneurial Motivation. *International Journal of Economic Research*, 14(20), 331-348. <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/70347>
- Ibrahim, N., & Mas'ud, A. (2016). Moderating role of entrepreneurial orientation on the relationship between entrepreneurial skills, environmental factors and entrepreneurial intention: A PLS approach. *Management Science Letters*, 6(3), 225-236.
- Ibrahim, N. A., & Lucky, E. O.-I. (2014). Relationship between Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Skills, Environmental Factor and Entrepreneurial Intention among Nigerian Students in UUM. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(4), 203-213.

<https://www.researchgate.net/profile/Najafi-Ibrahim/publication/313476459>

- Ismail, V. Y., & Zain, E. (2015). The Portrait of Entrepreneurial Competence on Student Entrepreneurs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 178-188. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.300>
- Jabri, M. M. (1991). The Development of Conceptually Independent Subscales in The Measurement of Modes of Problem Solving. *Educational and Psychological Measurement*, 51(4), 975-983. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/001316449105100417>
- Jackson, D., & Wilton, N. (2017). Perceived Employability Among Undergraduates and the Importance of Career Self-Management, Work Experience and Individual Characteristics. *Higher Education Research & Development*, 36(4), 747-762. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/07294360.2016.1229270>
- Jackson, D. L., Gillaspay Jr, J. A., & Purc-Stephenson, R. (2009). Reporting Practices in Confirmatory Factor Analysis: An Overview and Some Recommendations. *Psychological methods*, 14(1), 6-23. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/a0014694>
- Jensen, M. C. (2017). *Value Maximisation, Stakeholder Theory and the Corporate Objective Function*. In *Unfolding stakeholder thinking* (pp. 65-84). Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/1468-036X.00158>
- Johnson, B. R. (1990). Toward a Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and the Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 14(3), 39-54. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879001400306>
- Johnson, L. L. (2017). The Racial Hauntings of One Black Male Professor and the Disturbance of the Self (Ves): Self-Actualization and Racial Storytelling as Pedagogical Practices. *Journal of Literacy Research*, 49(4), 476-502. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1086296X17733779>
- Jonsson, S., & Lindbergh, J. (2013). The Development of Social Capital And Financing of Entrepreneurial Firms: From Financial Bootstrapping to Bank Funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), 661-686. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00485.x>
- Joseph, S. (2021). How Humanistic Is Positive Psychology? Lessons in Positive Psychology From Carl Rogers' Person-Centered Approach—It's the Social Environment That Must Change. *Frontiers in psychology*, 12, 709789. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.709789>

- Judge, T. A., Jackson, C. L., Shaw, J. C., Scott, B. A., & Rich, B. L. (2007). Self-Efficacy and Work-Related Performance: The Integral Role of Individual Differences. *Journal of applied psychology*, 92(1), 107-127. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.92.1.107>
- Kafetzopoulos, D., Gotzamani, K., & Gkana, V. (2015). Relationship Between Quality Management, Innovation and Competitiveness. Evidence from Greek Companies. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 26(8), 1177-1200. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JMTM-02-2015-0007>
- Kamalin, E. Z., Marzuki, A. H., Wan Hassan, S., Hidayah, N., Baba, J., & Hassan, N. (2014). ENT300 Fundamental of Entrepreneurship. Business Plan: Bitsy Clean Enterprise. *Fundamentals of Entrepreneurship*, 1(1), 1-4. <https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/35910/1/35910.pdf>
- Kaplan, A., & Patrick, H. (2016). *Learning environments and motivation*. In *Handbook of Motivation at School* (pp. 251-274). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315773384-15/learning-environments-motivation-avi-kaplan-helen-patrick>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2016). Higher Education and the Digital Revolution: About MOOCs, SPOCs, social Media, and the Cookie Monster. *Business Horizons*, 59(4), 441-450. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315773384>
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Katz, J. A. (2008). Fully Mature But Not Fully Legitimate: A Different Perspective on the State of Entrepreneurship Education. *Journal of small business management*, 46(4), 550-566. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00256.x>
- Katz, J. A. (2014). *Education and Training in Entrepreneurship*. In *The Psychology of Entrepreneurship* (pp. 241-268). Psychology Press. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315750989-18/education-training-entrepreneurship-jerome-katz>
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Kearney, C., Hisrich, R., & Roche, F. (2008). A Conceptual Model of Public Sector Corporate Entrepreneurship. *International entrepreneurship and*

- management journal*, 4(3), 295-313.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-007-0048-x>
- Kerr, W. R., & Mandorff, M. (2023). Social Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship. *Journal of Human Resources*, 58(1), 183-220.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.3368/jhr.58.3.0719-10306R2>
- Kesuma, T. A. R. P., Rosidin, U., Yulianti, D., Ciciria, D., Purwasih, A., Mustofa, I., . . . Irawan, E. (2023). A Systematic Literature Review: Entrepreneurship Learning in Higher Education. *WSEAS Transactions on Systems*, 22, 56-68. <https://doi.org/10.37394/23202.2023.22.7>
- Kesuma, T. A. R. P., Sudjarwo, S., Pargito, P., Ridwan, R., Tusianah, R., Isnainy, U. C., . . . Irawan, E. (2021). Influence and Influenced Between Self-Efficacy and Principal Leadership: A Systematic Review. *INTERNATIONAL JOURNAL OF EDUCATION AND INFORMATION TECHNOLOGIES*, 15, 157-166.  
<http://repository.lppm.unila.ac.id/id/eprint/33910>
- Khedhaouria, A., Gurău, C., & Torrès, O. (2015). Creativity, Self-Efficacy, and Small-Firm Performance: The Mediating Role of Entrepreneurial Orientation. *Small business economics*, 44(3), 485-504.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-014-9608-y>
- Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). Intuition Versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on Entrepreneurial Self-Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 439-453.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00298.x>
- Kickul, J., & Zaper, J. A. (2000). Untying the Knot: Do Personal and Organizational Determinants Influence Entrepreneurial Intentions? *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 15(3), 57-77.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08276331.2000.10593289>
- Kim, P. H., Aldrich, H. E., & Keister, L. A. (2006). Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States. *Small business economics*, 27(1), 5-22.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-006-0007-x>
- Kirton, M. (1976). Adaptors and Innovators: A Description and Measure. *Journal of applied psychology*, 61(5), 622-629.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.61.5.622>
- Kirzner, I. M. (1999). Creativity and/or Alertness: A Reconsideration of the Schumpeterian Entrepreneur. *The review of Austrian economics*, 11(1), 5-

17. [https://departments.gmu.edu/rae/archives/VOL11\\_1-2\\_1999/kirzner.pdf](https://departments.gmu.edu/rae/archives/VOL11_1-2_1999/kirzner.pdf)
- Kluttz, D. N., & Fligstein, N. (2016). Varieties of Sociological Field Theory. *Handbook of contemporary sociological theory*, 185-204. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-32250-6\\_10](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-32250-6_10)
- Kobasa, S. C., & Puccetti, M. C. (1983). Personality and Social Resources in Stress Resistance. *Journal of personality and social psychology*, 45(4), 839. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.4.839>
- Koe, W.-L. (2016). The Relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and Entrepreneurial Intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-11. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Koe, W.-L., Omar, R., & Sa'ari, J. R. (2015). Factors Influencing Propensity to Sustainable Entrepreneurship of SMEs in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 172, 570-577. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.404>
- Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Hong Kong MBA Students. *Journal of managerial Psychology*, 11(3), 12-25. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/02683949610113566>
- Kollmann, T., Christofor, J., & Kuckertz, A. (2007). Explaining Individual Entrepreneurial Orientation: Conceptualisation of a Cross-Cultural Research Framework. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(3), 325-340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJESB.2007.013255>
- Kolvereid, L. (1996). Prediction of Employment Status Choice Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 47-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879602100104>
- Kolvereid, L. (2016). Preference for Self-Employment: Prediction of New Business Start-Up Intentions and Efforts. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(2), 100-109. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1465750316648576>
- Korableva, O., Durand, T., Kalimullina, O., & Stepanova, I. (2019). *Studying User Satisfaction with the Mooc Platform Interfaces Using The Example of Coursera and Open Education Platforms*. Proceedings of the 2019 International Conference on Big Data and Education,



- Korsgaard, S., & Anderson, A. R. (2011). Enacting Entrepreneurship as Social Value Creation. *International small business journal*, 29(2), 135-151. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0266242610391936>
- Krueger Jr, N. F., & Brazeal, D. V. (1994). Entrepreneurial Potential and Potential Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 91-104. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879401800307>
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Krueger, N. F. (1995). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*. Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0_2)
- Krueger, N. F. (2017). Entrepreneurial Intentions are Dead: Long Live Entrepreneurial Intentions. *Revisiting the Entrepreneurial Mind: Inside the Black Box: An Expanded Edition*, 35, 13-34. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0\\_2](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0_2)
- Kuratko, D. F. (2016a). *Entrepreneurship*. Routledge. [http://slims.unib.ac.id:80/index.php?p=show\\_detail&id=27423](http://slims.unib.ac.id:80/index.php?p=show_detail&id=27423)
- Kuratko, D. F. (2016b). *Entrepreneurship; Theory, Process and Practice*. 471. <http://library.umy.ac.id/katalog.php?opo=lihatDetilKatalog&id=31860>
- Kusumawijaya, I. K. (2019). The Prediction of Need for Achievement to Generate Entrepreneurial Intention: A Locus of Control Mediation. *International review of management and marketing*, 9(4), 54-62. <https://eprints.triatmamulya.ac.id/336/>
- Kuzminov, Y., Sorokin, P., & Froumin, I. (2019). Generic and Specific Skills as Components of Human Capital: New Challenges for Education Theory and Practice. *Фопсаїм*, 13(2 (eng)), 19-41. <https://cyberleninka.ru/article/n/generic-and-specific-skills-as-components-of-human-capital-new-challenges-for-education-theory-and-practice>
- Laine, P., Stenvall, J., & Tuominen, H. (2017). A Strategic Role for HR: is it a Competence Issue. *Nordic Journal of Business*, 66(1), 29-48. <http://njb.fi/wp-content/uploads/2017/06/Laine-Stenvall-Tuominen.pdf>
- Lambert, C., Parker, A., & Neary, M. (2007). Entrepreneurialism and Critical Pedagogy: Reinventing the Higher Education Curriculum. *Teaching in Higher Education*, 12(4), 525-537. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13562510701415672>

- Landström, H. (1998). Informal Investors as Entrepreneurs: Decision-Making Criteria Used by Informal Investors in Their Assessment of New Investment Proposals. *Technovation*, 18(5), 321-333. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(98\)00001-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0166-4972(98)00001-7)
- Lardier Jr, D. T., Herr, K. G., Barrios, V. R., Garcia-Reid, P., & Reid, R. J. (2019). Merit in Meritocracy: Uncovering the Myth of Exceptionality and Self-Reliance Through the Voices of Urban Youth of Color. *Education and Urban Society*, 51(4), 474-500. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0013124517727583>
- Larso, D., & Saphiranti, D. (2016). The Role of Creative Courses in Entrepreneurship Education: A Case Study in Indonesia. *International Journal of Business*, 21(3), 216-225. <https://ijb.cyut.edu.tw/var/file/10/1010/img/862/V213-3.pdf>
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a Living Lab for Promoting the Digital Entrepreneurship Process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17. <https://www.abacademies.org/articles/Towards-a-living-lab-for-promoting-the-digital-entreprenp-process-%2022-1-130.pdf>
- Lee, S. H., & Wong, P. K. (2004). An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective. *Journal of business venturing*, 19(1), 7-28. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(02\)00112-X](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(02)00112-X)
- Lent, R. W., Ireland, G. W., Penn, L. T., Morris, T. R., & Sappington, R. (2017). Sources of Self-Efficacy and Outcome Expectations for Career Exploration and Decision-Making: A Test of The Social Cognitive Model of Career Self-Management. *Journal of Vocational Behavior*, 99, 107-117. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jvb.2017.01.002>
- Lepoutre, J., Justo, R., Terjesen, S., & Bosma, N. (2013). Designing a Global Standardized Methodology for Measuring Social Entrepreneurship Activity: The Global Entrepreneurship Monitor Social Entrepreneurship Study. *Small business economics*, 40(3), 693-714. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-011-9398-4>
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The Relationship between the Entrepreneurial Personality and the Big Five Personality Traits. *Personality and individual differences*, 63, 58-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Levenburg, N. M., & Schwarz, T. V. (2008). Entrepreneurial Orientation among the Youth of India: The Impact of Culture, Education and Environment.



- The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 15-35.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/097135570701700102>
- Levi, U., Einav, M., Ziv, O., Raskind, I., & Margalit, M. (2014). Academic Expectations and Actual Achievements: The Roles of Hope and Effort. *European Journal of Psychology of Education*, 29, 367-386.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10212-013-0203-4>
- Lichtenstein, B., Dooley, K., & Lumpkin, T. (2006). An Emergence Event in New Venture Creation: Measuring The Dynamics of Nascent Entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 21(2), 153-175.  
<https://ssrn.com/abstract=1503260>
- Lin, C.-Y., Broström, A., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). Investigating Mediated Effects of Fear of Covid-19 And Covid-19 Misunderstanding in the Association between Problematic Social Media Use, Psychological Distress, and Insomnia. *Internet Interventions*, 21, 1-6.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.invent.2020.100345>
- Linan, F. (2008a). Skill and value perceptions: how do they affect entrepreneurial intentions? *International entrepreneurship and management journal*, 4, 257-272.
- Linan, F. (2008b). Skill and Value Perceptions: How do They Affect Entrepreneurial Intentions? *International entrepreneurship and management journal*, 4(3), 257-272.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-008-0093-0>
- Liñán, F. (2004). Intention-Based Models of Entrepreneurship Education. *Piccola Impresa/Small Business*, 3(1), 11-35.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/85162156.pdf>
- Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample. <http://hdl.handle.net/11441/60716>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593-617.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International entrepreneurship and management journal*, 11(4), 907-933.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>

- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>
- Liñán, F., Urbano, D., & Guerrero, M. (2011). Regional Variations in Entrepreneurial Cognitions: Start-Up Intentions of University Students in Spain. *Entrepreneurship and regional development*, 23(3-4), 187-215. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08985620903233929>
- Liu, C. H., & Matthews, R. (2005). Vygotsky's Philosophy: Constructivism and Its Criticisms Examined. *International education journal*, 6(3), 386-399. <https://eric.ed.gov/?id=EJ854992>
- Liu, M., Gorgievski, M. J., Qi, J., & Paas, F. (2022). Increasing Teaching Effectiveness in Entrepreneurship Education: Course Characteristics and Student Needs Differences. *Learning and Individual Differences*, 96, 102147. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lindif.2022.102147>
- Loehlin, J. C. (2004). *Latent Variable Models: An Introduction to Factor, Path, and Structural Equation Analysis*. Routledge. <https://www.routledge.com/Latent-Variable-Models-An-Introduction-to-Factor-Path-and-Structural/Loehlin-Beaujean/p/book/9781138916074>
- Loehlin, J. C., & Beaujean, A. A. (2001). Latent Variable Models. *PSYKOLOGIA*, 36(3), 189-189. <https://doi.org/10.4324/9781315643199>
- Lorenzo-Seva, U., & Ferrando, P. J. (2019). Robust Promin: A Method for Diagonally Weighted Factor Rotation. *LIBERABIT. Revista Peruana de Psicología*, 25(1), 99-106. <https://doi.org/https://doi.org/10.24265/liberabit.2019.v25n1.08>
- Lou, Z., Chen, S., Yin, W., Zhang, C., & Yu, X. (2022). Economic Policy Uncertainty and Firm Innovation: Evidence From a Risk-Taking Perspective. *International Review of Economics & Finance*, 77, 78-96. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iref.2021.09.014>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of management review*, 21(1), 135-172. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Lusardi, A. (2008). *Financial Literacy: An Essential Tool for Informed Consumer Choice?* <http://www.nber.org/papers/w14084>
- Luszczynska, A., Gutiérrez-Doña, B., & Schwarzer, R. (2005). General Self-Efficacy in Various Domains of Human Functioning: Evidence from

- Five Countries. *International journal of Psychology*, 40(2), 80-89.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00207590444000041>
- Lv, Y., Lv, J., & Zhong, S.-h. (2012). Analysis on Factors Impacting Matching between Learning and Application of Higher Vocational School Graduates. *Vocat. Tech. Educ*, 33, 34-38.  
<https://doi.org/https://10.1016/j.ijedudev.2018.09.007>
- Lyons, P., & Bandura, R. (2019). Self-Efficacy: Core of Employee Success. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 33(3), 9-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/DLO-04-2018-0045>
- Madjar, N., Greenberg, E., & Chen, Z. (2011). Factors for Radical Creativity, Incremental Creativity, and Routine, Noncreative Performance. *Journal of applied psychology*, 96(4), 730-743.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/a0022416>
- Mahfud, T., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mulyani, Y. (2020). The Influence of Social Capital and Entrepreneurial Attitude Orientation on Entrepreneurial Intentions: The Mediating Role of Psychological Capital. *European Research on Management and Business Economics*, 26(1), 33-39.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iemeen.2019.12.005>
- Malik, R. S. (2018). Educational Challenges in 21st Century and Sustainable Development. *Journal of Sustainable Development Education and Research*, 2(1), 9-20.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jsder.v2i1.12266>
- Mamun, A. A., Kumar, N., Ibrahim, M. D., & Yusoff, H. (2018). Establishing a Valid Instrument to Measure Entrepreneurial Knowledge and Skill. *Business Perspectives and Research*, 6(1), 13-26.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2278533717730449>
- Manev, I. M., Gyoshev, B. S., & Manolova, T. S. (2005). The Role of Human and Social Capital and Entrepreneurial Orientation for Small Business Performance in a Transitional Economy. *International journal of entrepreneurship and innovation management*, 5(3-4), 298-318.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJEIM.2005.006531>
- Manzano-Sanchez, H., Outley, C., Gonzalez, J. E., & Matarrita-Cascante, D. (2018). The Influence of Self-Efficacy Beliefs in the Academic Performance of Latina/o Students in the United States: A Systematic Literature Review. *Hispanic Journal of Behavioral Sciences*, 40(2), 176-209. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0739986318761323>

- Marginson, S. (2019). Limitations of Human Capital Theory. *Studies in Higher Education*, 44(2), 287-301. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1359823>
- Markley, D. M., Lyons, T. S., & Macke, D. W. (2015). Creating Entrepreneurial Communities: Building Community Capacity for Ecosystem Development. *Community development*, 46(5), 580-598. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15575330.2015.1041539>
- Martin, B. C., McNally, J. J., & Kay, M. J. (2013). Examining the Formation of Human Capital in Entrepreneurship: A Meta-Analysis of Entrepreneurship Education Outcomes. *Journal of business venturing*, 28(2), 211-224. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.002>
- Maslow, A. (1968). Some Educational Implications of the Humanistic Psychologies. *Harvard educational review*, 38(4), 685-696. <https://doi.org/https://doi.org/10.17763/haer.38.4.j07288786v86w660>
- Maslow, A. H. (1954). The Instinctoid Nature of Basic Needs. *Journal of personality*, 22, 326-347. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1954.tb01136.x>
- Maslow, A. H. (2013). *Toward a Psychology of Being*. Simon and Schuster. <https://books.google.co.id/books?id=jkKbDAAAQBAJ&lpg=PT15&ots=eUxoAtU7zL&dq=Toward%20a%20Psychology%20of%20Being&lr&hl=id&pg=PT3#v=onepage&q=Toward%20a%20Psychology%20of%20Being&f=false>
- Matharu, S. K., & Juneja, D. (2021). Factors Impacting Resilience of Women Entrepreneurs in India in the Face of COVID-19. *Vision*, 09722629211043299. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/09722629211043299>
- Matthews, J. (2007). *Creativity and Entrepreneurship: Potential Partners or Distant Cousins? Managing Our Intellectual and Social Capital: Proceedings of the 21st ANZAM 2007 Conference*,
- Mayer, F., & Gereffi, G. (2010). Regulation and Economic Globalization: Prospects and Limits of Private Governance. *Business and Politics*, 12(3), 1-25. <https://doi.org/https://doi.org/10.2202/1469-3569.1325>
- Mazzarol, T., Volery, T., Doss, N., & Thein, V. (1999). Factors Influencing Small Business Start-Ups: A Comparison with Previous Research. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 5(2), 48-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552559910274499>

- McAdam, M., Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2019). Stories From the Field: Women's Networking as Gender Capital in Entrepreneurial Ecosystems. *Small business economics*, 53, 459-474. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11187-018-9995-6>
- McClelland, D. C. (2019). *The Achievement Motive in Economic Growth*. In *The Gap Between Rich and Poor* (pp. 53-69). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780429311208-6/achievement-motive-economic-growth-david-mcclelland>
- McClelland, D. C., & Mac Clelland, D. C. (1961). *Achieving Society* (Vol. 92051). Simon and Schuster. <https://books.google.co.id/books?id=RI2wZw9AFE4C&lpg=PA1&ots=NI RgWhrIB3&dq=Achieving%20Society&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=Achieving%20Society&f=false>
- McDonald, R. P., & Marsh, H. W. (1990). Choosing a Multivariate Model: Noncentrality and Goodness of Fit. *Psychological bulletin*, 107(2), 247-255. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.247>
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00304.x>
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. *Academy of management review*, 31(1), 132-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>
- McNally, J. J., Martin, B. C., Honig, B., Bergmann, H., & Piperopoulos, P. (2016). Toward Rigor and Parsimony: A Primary Validation of Kolvereid's (1996) Entrepreneurial Attitudes Scales. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(5-6), 358-379. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1154985>
- Mei, H., Ma, Z., Jiao, S., Chen, X., Lv, X., & Zhan, Z. (2017). The Sustainable Personality in Entrepreneurship: The Relationship Between Big Six Personality, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Intention in the Chinese Context. *Sustainability*, 9(9), 1649. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su9091649>
- Mei, W., & Symaco, L. (2022). University-Wide Entrepreneurship Education in China's Higher Education Institutions: Issues and Challenges. *Studies in Higher Education*, 47(1), 177-193. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1735330>

- Memon, M. A., Cheah, J.-H., Ramayah, T., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2019). Moderation Analysis: Issues and Guidelines. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 3(1), 1-11. [https://www.researchgate.net/profile/Mumtaz-Memon/publication/331175332\\_Moderation\\_Analysis\\_Issues\\_and\\_Guidelines/links/5c6abcea299bf1e3a5b012cd/Moderation-Analysis-Issues-and-Guidelines.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mumtaz-Memon/publication/331175332_Moderation_Analysis_Issues_and_Guidelines/links/5c6abcea299bf1e3a5b012cd/Moderation-Analysis-Issues-and-Guidelines.pdf)
- Mergel, I. (2015). Opening Government: Designing Open Innovation Processes to Collaborate with External Problem Solvers. *social science computer review*, 33(5), 599-612. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0894439314560851>
- Miller, D. (2011). Miller (1983) Revisited: A Reflection on EO Research And Some Suggestions For The Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 873-894. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00457.x>
- Miller, D. (2015). *A Downside to the Entrepreneurial Personality?* In. Los Angeles, CA: SAGE Publications
- Minniti, M. (2009). *Gender Issues in Entrepreneurship*. Now Publishers Inc. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1561/03000000021>
- Minto Waluyo, I. M. Mudah Cepat Tepat Penggunaan Tools Amos Dalam Aplikasi (SEM). <http://eprints.upnjatim.ac.id/7170/1/mudah-cepat.pdf>
- Minto Waluyo, I. M. (2021). *Mudah Cepat Tepat Dalam Aplikasi Structural Equation Modeling (Edisi Revisi)*. CV Literasi Nusantara Abadi. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1331790>
- Mitev, N., De Vaujany, F.-X., Laniray, P., Bohas, A., & Fabbri, J. (2019). Co-Working Spaces, Collaborative Practices and Entrepreneurship. *Collaboration in the digital age: How technology enables individuals, teams and businesses*, 15-43. [https://doi.org/https://10.1007/978-3-319-94487-6\\_2](https://doi.org/https://10.1007/978-3-319-94487-6_2)
- Molaei, R., Zali, M. R., Mobaraki, M. H., & Farsi, J. Y. (2014). The Impact of Entrepreneurial Ideas and Cognitive Style on Students Entrepreneurial Intention. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 6(2), 140-162. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2013-0021>
- Monchinski, T. (2011). *Engaged Pedagogy, Enraged Pedagogy*. In *Engaged Pedagogy, Enraged Pedagogy* (pp. 137-147). Springer. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-94-6091-448-5\\_7](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-94-6091-448-5_7)



- Moore, J. (1999). The Basic Principles of Behaviorism. *The philosophical legacy of behaviorism*, 22, 41-68. [https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-94-015-9247-5\\_2](https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-94-015-9247-5_2)
- Moraes, G. H. S. M. d., Iizuka, E. S., & Pedro, M. (2018). Effects of Entrepreneurial Characteristics and University Environment on Entrepreneurial Intention. *Revista de Administração Contemporânea*, 22, 226-248. <https://doi.org/https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170133>
- Moran, A. (2015). Managing Agile. *Strategy, implementation, Organisation and People*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-16262-1>
- Morris, M. H., Santos, S. C., & Neumeyer, X. (2020). Entrepreneurship as a Solution to Poverty in Developed Economies. *Business Horizons*, 63(3), 377-390. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.01.010>
- Mueller, S., Volery, T., & Von Siemens, B. (2012). What do Entrepreneurs Actually Do? An Observational Study of Entrepreneurs' Everyday Behavior in the Start-Up and Growth Stages. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 995-1017. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00538.x>
- Muir, E. (2005). *Ritual in Early Modern Europe* (Vol. 33). Cambridge University Press. <https://www.amazon.com/Ritual-Modern-Approaches-European-History/dp/0521602408>
- Müller, S., & Korsgaard, S. (2018). Resources and Bridging: The Role of Spatial Context in Rural Entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(1-2), 224-255. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08985626.2017.1402092>
- Munandar, U. (1997). Mengembangkan Inisiatif dan Kreativitas Anak. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 2(2), 31-42. <https://doi.org/file:///C:/Users/hp/Downloads/admin,+Pages+from+Nomor+2+Tahun+1997-3.pdf>
- Mundy, K., & Verger, A. (2016). The World Bank and the Global Governance of Education in a Changing World Order. *The handbook of global education policy*, 335-356. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118468005.ch18>
- Murphy, P. J., Liao, J., & Welsch, H. P. (2006). A Conceptual History of Entrepreneurial Thought. *Journal of management history*, 12(1), 12-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552520610638256>
- Murphy, S. E., & Johnson, S. K. (2016). Leadership and Leader Developmental Self-Efficacy: Their Role in Enhancing Leader Development Efforts. *New*

- Directions for Student Leadership*, 2016(149), 73-84. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/yd.20163>
- Mwatsika, C., & Sankhulani, E. (2016). Effect of Entrepreneurship Education on Students' Orientation Towards Entrepreneurship at the Malawi Polytechnic. *International Journal of Business and Economic Research*, 5(6), 235-245. <https://www.sciencepublishinggroup.com/journal/paperinfo?journalid=178&doi=10.11648/j.ijber.20160506.17>
- Nafuroh, S. (2013). Pelatihan Terhadap Pengembangan Karir Pada PT. Tirta Investama. *Bina Manajemen*, 360-369. <https://wiyatamandala.e-journal.id/JBM/article/download/214/170/>
- Naktiyok, A., Nur Karabey, C., & Caglar Gulluce, A. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The Turkish Case. *International entrepreneurship and management journal*, 6, 419-435. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-009-0123-6>
- Narenji Thani, F., Mazari, E., Asadi, S., & Mashayekhikhi, M. (2022). The Impact of Self-Development on the Tendency Toward Organizational Innovation in Higher Education Institutions with The Mediating Role of Human Resource Agility. *Journal of Applied Research in Higher Education*, 14(2), 852-873. <https://doi.org/https://eric.ed.gov/?id=EJ1335302>
- Nasip, S., Amirul, S. R., Sondoh Jr, S. L., & Tanakinjal, G. H. (2017). Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intention: A Study Among University Students in North Borneo, Malaysia. *Education+ training*, 59(7), 825-840. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-10-2015-0092>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of small business management*, 49(1), 55-70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Nelda, D. T. (2019). *Hubungan Adversity Quotient Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa UIN Suska Riau Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. <http://repository.uin-suska.ac.id/17059/>
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial Passion and Entrepreneurial Intention: The Role of Social Support and Entrepreneurial Self-Efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587-603. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Nguyen, A. T., Do, T. H. H., Vu, T. B. T., Dang, K. A., & Nguyen, H. L. (2019). Factors Affecting Entrepreneurial Intentions among Youths in Vietnam.



*Children and Youth Services Review*, 99, 186-193.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chidyouth.2019.01.039>

Nielsen, S. L., & Stovang, P. (2015). Desuni: University Entrepreneurship Education Through Design Thinking. *Education+Training*, 57(8/9), 977-991. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-09-2014-0121>

Nikitina, T., Licznarska, M., Ozoliņa-Ozola, I., & Lapina, I. (2022). Individual Entrepreneurial Orientation: Comparison of Business And STEM Students. *Education+ training*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-07-2021-0256>

Obama, B. (2011). *Strategy for American Innovation: Driving Towards Sustainable Growth and Quality Jobs*. Diane Publishing.  
<https://eric.ed.gov/?id=ED511653>

Oldham, G. R., & Baer, M. (2012). *Creativity and the Work Context*. In *Handbook of organizational creativity* (pp. 387-420). Elsevier.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-374714-3.00016-1>

Oliveira, E., Almeida, L. S., Ferrándiz, C., Ferrando, M., Sainz, M., & Prieto, M. D. (2009). Torrance Tests of Creative Thinking (TTCT): Elements for Construct Validity in Portuguese Adolescents. 562-567.  
<https://hdl.handle.net/1822/58451>

Ortiz, F. A. (2020). Self-Actualization in the Latino/Hispanic culture. *Journal of Humanistic Psychology*, 60(3), 418-435.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0022167817741785>

Oyugi, J. L. (2015). The Mediating Effect of Self-Efficacy on the Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions of University Students. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 11(2), 31-56. <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=309048>

Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016a). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-32.

Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016b). Entrepreneurial Intention: Antecedents to Entrepreneurial Behavior in the USA and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(3), 1-32.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>

Özaslan, G. (2018). The Essential Meaning of Self-Actualization Via Principalsip: A Phenomenological Study. *Eğitimde Nitel Araştırmalar*

*Dergisi*, 6(2), 9-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.14689/issn.2148-2624.1.6c2s1m>

- Pahwa, S., & Khan, N. (2022). Factors Affecting Emotional Resilience in Adults. *Management and Labour Studies*, 47(2), 216-232. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0258042X211072935>
- Patulak, I. M. (2015). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Kasus pada Program Studi Statistika Fakultas MIPA, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Mulawarman dan Politeknik Pertanian Negeri Samarinda). *Jurnal Manajemen*, 19(3), 340-351. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jm.v19i3.36>
- Peltola, S. (2014). *Entrepreneurship Talk in the Organizational Context: Constructing the Multifaceted, Socially Embedded, and Relational Nature of Corporate Entrepreneurship. Publications of the Department of Social Research*, 1-74. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10138/43107>
- Perloth, N., & Harris, E. A. (2014). Cyberattack Insurance a Challenge for Business. *New York Times*, 9, 1-5. [http://innovationinsurancegroup.com/wp-content/uploads/2014/11/New\\_York\\_Times\\_-\\_Cyberattack\\_Insurance\\_a\\_Challenge\\_for\\_Business\\_Quoting\\_Ty\\_Sagalow.pdf](http://innovationinsurancegroup.com/wp-content/uploads/2014/11/New_York_Times_-_Cyberattack_Insurance_a_Challenge_for_Business_Quoting_Ty_Sagalow.pdf)
- Perry-Smith, J. E., & Mannucci, P. V. (2017). From Creativity to Innovation: The Social Network Drivers of the Four Phases of the Idea Journey. *Academy of management review*, 42(1), 53-79. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2014.0462>
- Pfeilstetter, R. (2013). Entrepreneurship and Regional Development in Europe: A Comparative, Socio-Anthropological Case Study in Germany and Spain. *Anthropological notebooks*, 19(1), 45-57. <http://notebooks.drustvo-antropologov.si/Notebooks/article/view/225>
- Phelan, C., & Sharpley, R. (2012). Exploring Entrepreneurial Skills and Competencies in Farm Tourism. *Local Economy*, 27(2), 103-118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0269094211429654>
- Pidduck, R. J., Clark, D. R., & Lumpkin, G. (2021). Entrepreneurial Mindset: Dispositional Beliefs, Opportunity Beliefs, and Entrepreneurial Behavior. *Journal of small business management*, 1-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1907582>
- Pidduck, R. J., Clark, D. R., & Lumpkin, G. (2023). Entrepreneurial Mindset: Dispositional Beliefs, Opportunity Beliefs, and Entrepreneurial Behavior.

- Journal of small business management*, 61(1), 45-79.  
<https://doi.org/https://10.1080/00472778.2021.1907582>
- Ployhart, R. E., & Moliterno, T. P. (2011). Emergence of the Human Capital Resource: A Multilevel Model. *Academy of management review*, 36(1), 127-150. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2009.0318>
- Polat, H. (2017). Teacher Perceptions on School Administrators' Entrepreneurship Skills. *Journal of Education and Practice*, 8(12), 90-101. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2009.0318>
- Poon, J. M., Ainuddin, R. A., & Junit, S. O. H. (2006). Effects of Self-Concept Traits and Entrepreneurial Orientation on Firm Performance. *International small business journal*, 24(1), 61-82. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0266242606059779>
- Prabhu, G. N. (1999). Social Entrepreneurial Leadership. *Career development international*, 4(3), 140-145. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13620439910262796>
- Pretorius, M., Nieman, G., & Van Vuuren, J. (2005). Critical Evaluation of Two Models for Entrepreneurial Education: An Improved Model Through Integration. *International Journal of Educational Management*, 19(5), 423-427. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09513540510607743>
- Putri, R. H., & Suyuthie, H. (2021). Tinjauan Kepuasan Mahasiswa D4 Manajemen Perhotelan Universitas negeri Padang tentang Pra Pengalaman Lapangan Industri (PLI). *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 2(2), 213-224. <https://doi.org/https://doi.org/10.24036/jkpbp.v2i2.27872>
- Rae, D. (2000). Understanding Entrepreneurial Learning: A Question of How? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(3), 145-159. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552550010346497>
- Rahman, F. A., & Bhakti, C. P. (2020). *Implementasi Eksplorasi Karier Siswa di Era New Normal*. Prosiding Seminar Bimbingan dan Konseling,
- Rakhmadiningrum, P., Soetjipto, B. E., & Rahayu, W. P. The Influence of Adversity Quotient, Entrepreneurial Environment, and Entrepreneurial Attitudes on Entrepreneurial Intentions on Students in Malang. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 140-147. <https://ijbel.com/wp-content/uploads/2021/07/IJBEL24-564.pdf>
- Ratten, V. (2021). Coronavirus (Covid-19) and Entrepreneurship: Cultural, Lifestyle and Societal Changes. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(4), 747-761. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JEEE-06-2020-0163>

- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's Put the Person Back into Entrepreneurship Research: A Meta-Analysis on The Relationship Between Business Owners' Personality Traits, Business Creation, and Success. *European Journal of work and organizational psychology*, 16(4), 353-385. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting Entrepreneurship Education Where the Intention to Act Lies: An Investigation into the Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Behavior. *Academy of management learning & education*, 14(2), 187-204. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>
- Ravichandran, T. (2018). Exploring the Relationships between IT Competence, Innovation Capacity and Organizational Agility. *The journal of strategic information systems*, 27(1), 22-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.07.002>
- Renzulli, J. S. (1976). The Enrichment Triad Model: A Guide for Developing Defensible Programs for the Gifted and Talented. *Gifted Child Quarterly*, 20(3), 303-306. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/001698627602000327>
- Reynolds, P. D. (1992). Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 47-70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879201600205>
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation: London*. [https://doi.org/https://doi.org/10.1142/9789812701275\\_0014](https://doi.org/https://doi.org/10.1142/9789812701275_0014)
- Rimm, S., & Davis, G. A. (1976). GIFT: An Instrument for the Identification of Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 10(3), 178-182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.1976.tb01021.x>
- Rinala, I. N., Yudana, I. M., & Natajaya, I. N. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *Jurnal Administrasi Pendidikan Indonesia*, 4(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/japi.v4i1.916>
- Robbins, R., & Zhou, Z. (2007). A Comparison of Two Computer Literacy Testing Approaches. *Issues in Information systems*, 8(1), 185-191. <https://doi.org/https://doi.org/10.48009/1>
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An Attitude Approach to the Prediction of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 13-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879101500405>

- Robst, J. (2007a). Education and Job Match: The Relatedness of College Major and Work. *Economics of Education Review*, 26(4), 397-407. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2006.08.003>
- Robst, J. (2007b). Education, College Major, and Job Match: Gender Differences in Reasons for Mismatch. *Education Economics*, 15(2), 159-175. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/09645290701263070>
- Ronstadt, R., & Robert, R. (1984). *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*. Lord Publishing Dover, MA. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225878501000102>
- Rotter, C. A., & Smith, C. S. (1966). Ultrasonic Equation of State of Iron: I. Low Pressure, Room Temperature. *Journal of Physics and Chemistry of Solids*, 27(2), 267-276. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-3697\(66\)90032-1](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0022-3697(66)90032-1)
- Rueda, S., Moriano, J. A., & Liñán, F. (2015). *Validating a Theory of Planned Behavior Questionnaire to Measure Entrepreneurial Intentions*. In *Developing, Shaping and Growing Entrepreneurship* (pp. 60-78). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781784713584.00010>
- Sabiu, I. T., Abdullah, A., Amin, A., & Tahir, I. M. (2018). An Empirical Analysis of the Need for Achievement Motivation in Predicting Entrepreneurial Persistence in Bumiputra Entrepreneurs in Terengganu, Malaysia. *International Journal of Business and Globalisation*, 20(2), 190-202. <https://doi.org/https://doi.org/10.1504/IJBG.2018.089867>
- Saeed, S., Yousafzai, S., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2018). *The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention*. In *Sustainable entrepreneurship* (Vol. 53, pp. 1127-1145). Routledge. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12090>
- Salavou, H., & Lioukas, S. (2019). An Empirical Juxtapose of The Effects of Self-Image on Entrepreneurial Career Along the Spectrum of Nascent to Actual Entrepreneurs. *European Management Review*, 16(4), 1129-1141. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/emre.12323>
- Santosa, T. D. (2016). Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Stmik Duta Bangsa Surakarta. *Jurnal Sainstech*, 1(5), 17-27. <http://sainstech.poltekindonusa.ac.id/index.php/view/article/view/69>
- Santoso, S. (2006). *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. Elex Media Komputindo. <https://onesearch.id/Author/Home?author=Singgih+Santoso>

- Sarri, K. K., Bakouros, I. L., & Petridou, E. (2010). Entrepreneur Training for Creativity and Innovation. *Journal of European Industrial Training*, 34(3), 270-288. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/03090591011031755>
- Sarwono, Y. (2010). Pengertian Dasar Structural Equation Modeling (SEM). *Ilmiah Manajemen Bisnis*, 1-18. <https://www.neliti.com/id/publications/98528/pengertian-dasar-structural-equation-modeling-sem#cite>
- Satar, M. S., & Natasha, S. (2019). Individual Social Entrepreneurship Orientation: Towards Development of a Measurement Scale. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 49-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/APJIE-09-2018-0052>
- Say, J.-B. (1803). *Traité d'économie Politique ou Simple Exposition* (Vol. 2). Deterville. <https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b86265547/f9>
- Schaefer, C. E. (1971). *Creativity Attitude Survey*. Psychologists and Educators. <https://doi.org/https://doi.org/10.2466/pms.1970.31.3.861>
- Schaeffer, V., & Matt, M. (2016). Development of Academic Entrepreneurship in a Non-Mature Context: The Role of The University as a Hub-Organisation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28(9-10), 724-745. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1247915>
- Schenk, B., & Dolata, M. (2020). Facilitating Digital Transformation Through Education: A Case Study in the Public Administration. *Hawai.Edu*. <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstreams/7dd4b97c-0230-40af-bbbf-93a35ffb1e95/download>
- Schjoedt, L., & Shaver, K. G. (2007). Deciding on an Entrepreneurial Career: A Test of the Pull and Push Hypotheses using the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics Data. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(5), 733-752. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00197.x>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291-332. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Schneider, K. J., Pierson, J. F., & Bugental, J. F. (2014). *The Handbook of Humanistic Psychology: Theory, Research, and Practice*. Sage Publications. <https://books.google.co.id/books?id=0NB1AwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=OIfFopSfok&dq=The%20Handbook%20of%20Humanistic%20Psychology%20Theory%20Research%20and%20Practice&lr&hl=id&>



[pg=PP1#v=onepage&q=The%20Handbook%20of%20Humanistic%20Psychology:%20Theory,%20Research,%20and%20Practice&f=false](#)

- Schul, J. (2017). Clinical Entrepreneurship: A Student Teacher Assigning Desktop Documentary Making. *Research in Social Sciences and Technology*, 2(2). <https://www.learntechlib.org/p/187534/>.
- Schultz, T. W. (1961). Investment in Human Capital. *The American economic review*, 51(1), 1-17. <https://www.jstor.org/stable/1818907>
- Schumpeter, J. A., & Nichol, A. (1934). Robinson's Economics of Imperfect Competition. *Journal of political economy*, 42(2), 249-259. <https://doi.org/https://doi.org/10.1086/254595>
- Schwarzer, R., Bäßler, J., Kwiatek, P., Schröder, K., & Zhang, J. X. (1997). The Assessment of Optimistic Self-Beliefs: Comparison of the German, Spanish, and Chinese Versions of the General Self-Efficacy Scale. *Applied Psychology*, 46(1), 69-88. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1997.tb01096.x>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. john wiley & sons. [https://doi.org/https://books.google.co.id/books?id=Ko6bCgAAQBAJ&lp\\_g=PA19&ots=2C5QU4IUmR&dq=Research%20Methods%20for%20Business%3A%20A%20Skill%20Building%20Approach&lr&hl=id&pg=PA19#v=onepage&q=Research%20Methods%20for%20Business:%20A%20Skill%20Building%20Approach&f=false](https://doi.org/https://books.google.co.id/books?id=Ko6bCgAAQBAJ&lp_g=PA19&ots=2C5QU4IUmR&dq=Research%20Methods%20for%20Business%3A%20A%20Skill%20Building%20Approach&lr&hl=id&pg=PA19#v=onepage&q=Research%20Methods%20for%20Business:%20A%20Skill%20Building%20Approach&f=false)
- Sen, A. (2000). Why Human Security? International Symposium on Human Security, Tokyo.
- Shaheen, N., & AL-Haddad, S. (2018). Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Behavior. *International Journal of Development and Sustainability*, 7(10), 2385-2402. [www.isdsnet.com/ijds](http://www.isdsnet.com/ijds)
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
- Shao, Y., Zhang, C., Zhou, J., Gu, T., & Yuan, Y. (2019). How does Culture Shape Creativity? A Mini-Review. *Frontiers in psychology*, 10, 1219. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01219>
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*. <https://ssrn.com/abstract=1497759>

- Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2015). Thinking about Entrepreneurial Decision Making: Review and Research Agenda. *Journal of management*, 41(1), 11-46. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0149206314541153>
- Sireci, S. (1999). Guidelines for Adapting Certification Tests for use Across Multiple Languages. *PES News*, XIX, 32(2), 1-38. [https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2015/07/ERC-ResPap32\\_WrightSiegal.pdf](https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2015/07/ERC-ResPap32_WrightSiegal.pdf)
- Siswadi, Y. (2014). Analisis Faktor Internal, Faktor Eksternal dan Pembelajaran Kewirausahaan yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 13(1), 1-17. <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/jimb.v13i1.108>
- Slavin, R. E. (2003). Theory and Practice, 7/E. In (Vol. 8, pp. 1-37): Beijing: Beijing University Press.
- Slotte-Kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship Research on Network Processes: A Review and Ways Forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 31-57. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00311.x>
- Socall, D. W., & Holtgraves, T. (1992). Attitudes Toward the Mentally Ill: The Effects of Label and Beliefs. *Sociological Quarterly*, 33(3), 435-445. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.1992.tb00383.x>
- Soomro, B. A., & Shah, N. (2022). Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Self-Efficacy, Need for Achievement and Entrepreneurial Intention among Commerce Students in Pakistan. *Education+ training*, 64(1), 107-125. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-01-2021-0023>
- Soto, C. J., & Tackett, J. L. (2015). Personality Traits in Childhood and Adolescence: Structure, Development, and Outcomes. *Current Directions in Psychological Science*, 24(5), 358-362. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0963721415589345>
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention of Science and Engineering Students? The Effect Of Learning, Inspiration and Resources. *Journal of business venturing*, 22(4), 566-591. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- Spence, M. (1978). Job Market Signaling. In *Uncertainty in Economics* (pp. 281-306). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50025-5>



- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 49-72. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/etap.12167>
- Spring, J. (2015). *Economization of Education: Human Capital, Global Corporations, Skills-Based Schooling*. Routledge. <https://books.google.co.id/books?id=ZJmsBwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=d5dWR5BEi5&dq=Economization%20of%20Education%3A%20Human%20Capital%2C%20Global%20Corporations%2C%20Skills-Based%20Schooling&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Economization%20of%20Education:%20Human%20Capital,%20Global%20Corporation s,%20Skills-Based%20Schooling&f=false>
- Sriram, V., Mersha, T., & Herron, L. (2007). Drivers of Urban Entrepreneurship: An Integrative Model. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(4), 235-251. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552550710760012>
- Srivastava, S. (2012). Motivational Factors Instrumental in the Emergence of Women Entrepreneurship. *Aweshkar Research Journal*, 13(1), 70-76. <https://web.p.ebscohost.com/abstract?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=09741119&AN=75059304&h=EpXccgi4loTGQWCXuMhP3oqqofQw6pbSC2E1Nx8Z1nfNWk4uiA2yd5BkkMYnDe%2bjj%2boCDc1HVNzyKXBbw5dRqA%3d%3d&crl=c&resultNs=AdminWebAuth&resultLocal=ErrCrlNotAuth&crlhashurl=login.aspx%3fdirect%3dtrue%26profile%3dehost%26scope%3dsite%26authtype%3dcrawler%26jrnl%3d09741119%26AN%3d75059304>
- Staddon, J. (2021). Theoretical Behaviorism. *Contemporary Behaviorisms in Debate*, 45, 26-44. <https://www.jstor.org/stable/90018262>
- Stanley, J., & Williamson, T. (2017). Skill. *Nous*, 51(4), 713-726. <https://www.jstor.org/stable/26631463>
- Steininger, D. M., Kathryn Brohman, M., & Block, J. H. (2022). Digital Entrepreneurship: What is New if Anything? *Business & Information Systems Engineering*, 64(1), 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s12599-021-00741-9>
- Sternberg, R. J. (2006). The Nature of Creativity. *Creativity research journal*, 18(1), 87-98. <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=41cbf89e3d1a9b2282fc6b738d06947a2d478d18>
- Stevens, J. P. (2013). *Intermediate Statistics: A Modern Approach*. Routledge. [https://books.google.co.id/books?id=cvCnbEqC2WwC&lpg=PP1&ots=U8d\\_s6Wq6X&dq=Intermediate%20Statistics%3A%20A%20Modern%20Ap](https://books.google.co.id/books?id=cvCnbEqC2WwC&lpg=PP1&ots=U8d_s6Wq6X&dq=Intermediate%20Statistics%3A%20A%20Modern%20Ap)

[proach&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Intermediate%20Statistics:%20A%20Modern%20Approach&f=false](https://proach&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=Intermediate%20Statistics:%20A%20Modern%20Approach&f=false)

- Stevenson, H. H. (1983). *A Perspective on Entrepreneurship* (Vol. 13). Harvard Business School Cambridge, MA. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33131141/A\\_perspective\\_on\\_Entrepreneurship%281%29-libre.pdf?1393925064=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D9\\_384\\_131\\_A\\_Perspective\\_on\\_Entrepreneurs.pdf&Expires=1685183633&Signature=S46CzxoKHPinZmy0imzju0mcuxXBurHmOHwLeEDWaSOxyQL7mIFKRJypHc3Tf9fWeuv0ppxOLLyz4clvy7RQPLUeJms5m-nXISpYrSHr7jZofhiZYV4as96REMwxVm6dutDj2vJzJOB1gKbynbvaZUSHnoOxjibPljjRzZRmTUDSaHPrfDqdsfc4LWWqJZSkY0f9N7Yq-27tqkBs~UEVEwtN-IGMLOWWLC-D9m68Tz-C-ERYbIM31f~dcAfj1p~L1WknUOQTlc5Kn6PuNCHkAGR2WJe0iEvGFWYWNglUximswVKZrXxQPb6FNYPpw-Nh--NS9HIHGBPcLqpqLf3m1Q\\_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/33131141/A_perspective_on_Entrepreneurship%281%29-libre.pdf?1393925064=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3D9_384_131_A_Perspective_on_Entrepreneurs.pdf&Expires=1685183633&Signature=S46CzxoKHPinZmy0imzju0mcuxXBurHmOHwLeEDWaSOxyQL7mIFKRJypHc3Tf9fWeuv0ppxOLLyz4clvy7RQPLUeJms5m-nXISpYrSHr7jZofhiZYV4as96REMwxVm6dutDj2vJzJOB1gKbynbvaZUSHnoOxjibPljjRzZRmTUDSaHPrfDqdsfc4LWWqJZSkY0f9N7Yq-27tqkBs~UEVEwtN-IGMLOWWLC-D9m68Tz-C-ERYbIM31f~dcAfj1p~L1WknUOQTlc5Kn6PuNCHkAGR2WJe0iEvGFWYWNglUximswVKZrXxQPb6FNYPpw-Nh--NS9HIHGBPcLqpqLf3m1Q_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA)
- Stewart, A. (1992). A Prospectus on The Anthropology of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 71-92. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/104225879201600206>
- Stewart Jr, W. H., Watson, W. E., Carland, J. C., & Carland, J. W. (1999). A Proclivity for Entrepreneurship: A Comparison of Entrepreneurs, Small Business Owners, and Corporate Managers. *Journal of business venturing*, 14(2), 189-214. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00070-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00070-0)
- Su, X., Liu, S., Zhang, S., & Liu, L. (2020). To be Happy: A Case Study of Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Process from the Perspective of Positive Psychology. *Sustainability*, 12(2), 584. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su12020584>
- Sullivan Mort, G., Weerawardena, J., & Carnegie, K. (2003). Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation. *International journal of nonprofit and voluntary sector marketing*, 8(1), 76-88. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/nvsm.202>
- Sun, H., Ni, W., Teh, P.-L., & Lo, C. (2020). The Systematic Impact of Personal Characteristics on Entrepreneurial Intentions of Engineering Students. *Frontiers in psychology*, 11, 1072. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01072>
- Sun, J. (2005). Assessing Goodness of Fit in Confirmatory Factor Analysis. *Measurement and evaluation in counseling and development*, 37(4), 240-256. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/07481756.2005.11909764>

- Supriadi, D. (1985). *Interaksi Guru Dan Siswa*. In: Bandung, Tidak di Terbitkan.
- Suryabrata, S. (2000). Pengembangan Alat Ukur Psikologis. *Yogyakarta: Andi Offset, Tidak di Terbitkan*.
- Sy-Changco, J. A., Agapito, C. F., & Singh, R. (2013). *Socio-Cultural Dynamics, Entrepreneurial Values and Client–Provider Partnerships in the Outsourcing Industry*. In *The Process of Internationalization in Emerging SMEs and Emerging Economies* (pp. 281-302). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781781003190.00020>
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using Multivariate Statistics* (Vol. 5). Pearson Boston, MA. <https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/0134790545.pdf>
- Tanaka, J., & Huba, G. (1989). A General Coefficient of Determination for Covariance Structure Models Under Arbitrary GLS Estimation. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 42(2), 233-239. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.2044-8317.1989.tb00912.x>
- Tenaya, I. N. (2009). Bahan Kuliah Ekonometrika Program Studi Agribisnis. *Laboratorium Statistika Fakultas Pertanian Universitas Udayana: Denpasar, Tidak di Terbitkan*.
- Thalbourne, M. A. (2000). Transliminality and Creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 34(3), 193-202. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2000.tb01211.x>
- Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of international business studies*, 31(2), 287-301. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490906>
- Thompson, E. R. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Thoyib, A., Maskie, G., & Ashar, K. (2016). Entrepreneurial Characteristics as a Mediation of Entrepreneurial Education Influence on Entrepreneurial Intention. *Editorial Review Board*, 19(1), 24-37. [https://www.researchgate.net/profile/William-Laing-2/publication/303144612\\_The\\_oxford\\_MBA\\_A\\_case\\_study\\_in\\_connecting\\_academia\\_with\\_business/links/577d09c508aef26c3b809a74/The-oxford-MBA-A-case-study-in-connecting-academia-with-business.pdf#page=28](https://www.researchgate.net/profile/William-Laing-2/publication/303144612_The_oxford_MBA_A_case_study_in_connecting_academia_with_business/links/577d09c508aef26c3b809a74/The-oxford-MBA-A-case-study-in-connecting-academia-with-business.pdf#page=28)

- Tittel, A., & Terzidis, O. (2020). Entrepreneurial Competences Revised: Developing a Consolidated and Categorized List of Entrepreneurial Competences. *Entrepreneurship Education*, 3, 1-35. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s41959-019-00021-4>
- Torrance, E. (1963). *Education and the Creative Potential*. University of Minnesota Press. <https://muse.jhu.edu/book/31773/>
- Torrance, E. P. (1993). Understanding Creativity: Where to Start? *Psychological inquiry*, 4(3), 232-234. [https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15327965pli0403\\_17](https://doi.org/https://doi.org/10.1207/s15327965pli0403_17)
- Toti, J.-F., Diallo, M. F., & Huaman-Ramirez, R. (2021). Ethical Sensitivity in Consumers' Decision-Making: The Mediating and Moderating Role of Internal Locus of Control. *Journal of business research*, 131, 168-182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.045>
- Trang, S., & Nastjuk, I. (2021). Examining the Role of Stress and Information Security Policy Design in Information Security Compliance Behaviour: An Experimental Study of in-Task Behaviour. *Computers & Security*, 104, 102222. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.cose.2021.102222>
- Trevelyan, R. (2009). Entrepreneurial Attitudes and Action in New Venture Development. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10(1), 21-32. <https://doi.org/https://doi.org/10.5367/000000009787414271>
- Trevelyan, R. (2011). Self-Regulation and Effort in Entrepreneurial Tasks. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(1), 39-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552551111107507>
- Trimi, S., & Berbegal-Mirabent, J. (2012). Business Model Innovation in Entrepreneurship. *International entrepreneurship and management journal*, 8(4), 449-465. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3>
- Tumasjan, A., & Braun, R. (2012). In the Eye of the Beholder: How Regulatory Focus and Self-Efficacy Interact in Influencing Opportunity Recognition. *Journal of business venturing*, 27(6), 622-636. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.08.001>
- Twum, K. K., Kwakwa, P. A., Ofori, D., & Nkukpornu, A. (2021). The Relationship between Individual Entrepreneurial Orientation, Network Ties, and Entrepreneurial Intention of Undergraduate Students: Implications on Entrepreneurial Education. *Entrepreneurship Education*, 4, 39-66. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s41959-021-00044-w>

- Tyszka, T., Cieřlik, J., Domurat, A., & Macko, A. (2011). Motivation, Self-Efficacy, and Risk Attitudes among Entrepreneurs During Transition to a Market Economy. *The Journal of Socio-Economics*, 40(2), 124-131. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socec.2011.01.011>
- Uddin, M., Chowdhury, R. A., Hoque, N., Ahmad, A., Mamun, A., & Uddin, M. N. (2022). Developing Entrepreneurial Intentions among Business Graduates of Higher Educational Institutions Through Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Passion: A Moderated Mediation Model. *The international journal of management education*, 20(2), 100647. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100647>
- Unsworth, K. (2001). Unpacking Creativity. *Academy of management review*, 26(2), 289-297. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378025>
- Utami, I. S., & Alfian, A. (2017). Konsep Critical Pedagogy Henry A. Giroux. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 4(2), 145-154. <https://core.ac.uk/download/pdf/337609531.pdf>
- Van de Ven, A. H., & Poole, M. S. (1995). Explaining Development and Change in Organizations. *Academy of management review*, 20(3), 510-540. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080329>
- Van de Ven, H. (1993). The Development of an Infrastructure for Entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 8(3), 211-230. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90028-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90028-4)
- Vancouver, J. B., Thompson, C. M., Tischner, E. C., & Putka, D. J. (2002). Two studies examining the negative effect of self-efficacy on performance. *Journal of applied psychology*, 87(3), 506-516. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.506>
- Vasantha Raju, N., & Harinarayana, N. (2016). *Online Survey Tools: A Case Study of Google Forms*. National Conference on Scientific, Computational & Information Research Trends in Engineering, GSSS-IETW, Mysore,
- Veciana, J. M., Aponte, M., & Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(2), 165-182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11365-005-1127-5>
- Von Glasersfeld, E. (1995). Despedida de la Objetividad. *El ojo del observador*, 19-31. <https://trabajosocialsantafe.org/wp-content/uploads/2019/02/Watzlatzlawick-el-ojo-del-observador.-constructivismo-pdf.pdf#page=16>

- Von Nordenflycht, A. (2007). Is Public Ownership Bad for Professional Service Firms? Ad Agency Ownership, Performance, and Creativity. *Academy of Management Journal*, 50(2), 429-445. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amj.2007.24634774>
- Waddock, S., Meszoely, G. M., Waddell, S., & Dentoni, D. (2015). The Complexity of Wicked Problems in Large Scale Change. *Journal of Organizational Change Management*, 28(6), 993-1012. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JOCM-08-2014-0146>
- Wijanto, S. H. (2008). SEM dengan Lisrel 8.8. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.
- Wiles, P. (1974). The Correlation Between Education and Earnings: The External-Test-Not-Content Hypothesis (ETNC). *Higher Education*, 3(1), 43-58. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/BF00153991>
- Wilson, N., & Martin, L. (2015). Entrepreneurial Opportunities for All? Entrepreneurial Capability and the Capabilities Approach. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 16(3), 159-169. <https://doi.org/https://doi.org/10.5367/ijei.2015.0189>
- Wolff, J. A., Pett, T. L., & Ring, J. K. (2015). Small Firm Growth as a Function of Both Learning Orientation and Entrepreneurial Orientation: An Empirical Analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(5), 709-730. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2014-0221>
- Wrahatnolo, T. (2018). 21st Centuries Skill Implication on Educational System. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering,
- Yani, I., Rakib, M., & Syam, A. (2020). Pengaruh Literasi Kewirausahaan dan Karakter Wirausaha terhadap Keberhasilan Usaha Kecil. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 1(2), 65-77. [https://www.researchgate.net/profile/Agus-Syam/publication/351446025\\_Pengaruh\\_Literasi\\_Kewirausahaan\\_dan\\_Karakter\\_Wirausaha\\_terhadap\\_Keberhasilan\\_Usaha\\_Kecil/links/60ec0a7c30e8e50c01fbee5/Pengaruh-Literasi-Kewirausahaan-dan-Karakter-Wirausaha-terhadap-Keberhasilan-Usaha-Kecil.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Agus-Syam/publication/351446025_Pengaruh_Literasi_Kewirausahaan_dan_Karakter_Wirausaha_terhadap_Keberhasilan_Usaha_Kecil/links/60ec0a7c30e8e50c01fbee5/Pengaruh-Literasi-Kewirausahaan-dan-Karakter-Wirausaha-terhadap-Keberhasilan-Usaha-Kecil.pdf)
- Yildirim, F., & İlhan, I. Ö. (2010). The Validity and Reliability of the General Self-Efficacy Scale-Turkish Form. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(4), 301-308. <https://www.turkpsikiyatri.com/Data/UnpublishedArticles/9t6e7o.pdf>
- Yildirim, F., & İlhan, İ. Ö. (2010). Genel Öz Yeterlilik Ölçeği Türkçe Formunun Geçerlilik Ve Güvenilirlik Çalışması. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(4), 301-308. <https://www.turkpsikiyatri.com/Data/UnpublishedArticles/d8au87.pdf>



- Yıldız, I. G., & Şimşek, Ö. F. (2016). Different Pathways from Transformational Leadership to Job Satisfaction: The Competing Mediator Roles of Trust and Self-Efficacy. *Nonprofit Management and Leadership*, 27(1), 59-77. [https://doi.org/ https://doi.org/10.1002/nml.21229](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/nml.21229)
- Yin, Z., Gong, X., Guo, P., & Wu, T. (2019). What Drives Entrepreneurship in Digital Economy? Evidence from China. *Economic Modelling*, 82, 66-73. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.09.026>
- Yuberti, Y., Sri Latifah, S. L., Adyt, A., & Saregar, A. (2019). Approaching Problem-Solving Skills of Momentum and Impulse Phenomena Using Context and Problem-Based Learning. *European Journal of Educational Research*, 8(4), 1217-1227. [http://repository.radenintan.ac.id/7075/2/EU-JER\\_8\\_4\\_1217.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/7075/2/EU-JER_8_4_1217.pdf)
- Yurtkoru, E. S., Kuşcu, Z. K., & Doğanay, A. (2014). Exploring the Antecedents of Entrepreneurial Intention on Turkish University Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 841-850. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.093>
- Zaefarian, R., Tasavori, M., & Ghauri, P. N. (2015). A Corporate Social Entrepreneurship Approach to Market-Based Poverty Reduction. *Emerging Markets Finance and Trade*, 51(2), 320-334. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1540496X.2015.1021606>
- Zeffane, R. (2013). Need for Achievement, Personality and Entrepreneurial Potential: A Study of Young Adults in the United Arab Emirates. *Journal of Enterprising Culture*, 21(01), 75-105. <https://doi.org/https://doi.org/10.1142/S0218495813500040>
- Zhang, X., & Bartol, K. M. (2010). Linking Empowering Leadership and Employee Creativity: The Influence of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation, and Creative Process Engagement. *Academy of Management journal*, 53(1), 107-128. <https://doi.org/https://doi.org/10.5465/amj.2010.48037118>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of applied psychology*, 90(6), 1265-1272. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>
- Zhong, Y., Busser, J., Shapoval, V., & Murphy, K. (2021). Hospitality and Tourism Student Engagement and Hope During the Covid-19 Pandemic. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 33(3), 194-206. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10963758.2021.1907197>

- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2008). Expanding the Scope and Impact of Organizational Creativity Research. *Handbook of organizational creativity*, 28(1), 125-147.
- Zhou, J., & Shalley, C. E. (2011). Deepening our Understanding of Creativity in the Workplace: A Review of Different Approaches to Creativity Research. *APA handbook of industrial and organizational psychology*, 1, 275-302. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/12169-009>
- Zhou, J., Shin, S. J., Brass, D. J., Choi, J., & Zhang, Z.-X. (2009). Social Networks, Personal Values, and Creativity: Evidence for Curvilinear and Interaction Effects. *Journal of applied psychology*, 94(6), 1544-1552. <https://psycnet.apa.org/buy/2009-21033-013>
- Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship Through Social Networks. *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, MA, 3, 23. [https://www.researchgate.net/profile/Howard-Aldrich/publication/291165757\\_Entrepreneurship\\_Through\\_Social\\_Networks/links/569ea49a08ae2c638eb584d0/Entrepreneurship-Through-Social-Networks.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Howard-Aldrich/publication/291165757_Entrepreneurship_Through_Social_Networks/links/569ea49a08ae2c638eb584d0/Entrepreneurship-Through-Social-Networks.pdf)