

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN KONTEKSTUAL TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA

Hetty Karunia Tunjungsari dan Hani

Universitas Tarumanagara

Jl. Tanjung Duren Utara No. 1, Grogol, Jakarta Barat

Email: hetty.karunia@yahoo.com, hani.louis@email.address2

Abstract

Dalam upaya mendukung tujuan pemerintah Indonesia untuk memiliki wirausaha sebanyak 2 % dari total penduduk Indonesia, penelitian tentang bagaimana intensi berwirausaha dapat terbentuk dalam diri seseorang penting dilakukan sebagai salah satu upaya mempersiapkan wirausaha-wirausaha tangguh di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh faktor-faktor psikologis dan kontekstual dalam membentuk intensi berwirausaha pada seseorang. Intensi berwirausaha telah banyak diteliti dan terbukti mampu menjadi indikator yang akurat atas perilaku berwirausaha di masa mendatang. Faktor psikologis yang diteliti terdiri atas self-determination, risk bearing ability, serta belief and attitude. Sementara itu faktor kontekstual terdiri atas academic support, social support, dan environmental support. Sampel penelitian ini terdiri atas 100 mahasiswa di sebuah perguruan tinggi swasta di Jakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor psikologis dan kontekstual mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa secara signifikan, kecuali risk bearing ability dan academic support. Implikasi dari penelitian ini dapat digunakan bagi penyelenggara pendidikan tinggi dalam mendesain lingkungan yang tepat dalam menumbuhkan intensi berwirausaha pada mahasiswanya. Selain itu, hasil dari penelitian ini memperkuat penelitian-penelitian terdahulu, dimana faktor psikologis dan kontekstual memiliki peranan penting dalam membentuk intensi berwirausaha, terutama dalam konteks mahasiswa di Indonesia.

In the pursuit of rising 2 % entrepreneurs as Indonesian government's goal, research on how one's entrepreneurial intention can be formed is important due to prepare for tough entrepreneurs in the future. This study aims to examine the influence of psychological and contextual factors on one's entrepreneurial intentions. Entrepreneurial intention has long been researched and proven to be an accurate indicator of entrepreneurial behavior in the future. Psychological factors consisted of self-determination, risk bearing ability, as well as belief and attitude. Meanwhile, contextual factors consist of academic support, social support, and environmental support. Our sample came from 100 students at one private university in Jakarta. The results showed that all psychological and contextual factors influence entrepreneurial intentions on students significantly, except for risk bearing ability and academic support. The implications of this research can be used for those who strive in higher education business, how they supposed to design the right environment in nurturing students' entrepreneurial intentions. The results of this study invigorate previous studies findings, in which the psychological and contextual factors have an important role in shaping one's entrepreneurial intentions, especially for Indonesian college students.

Keywords: *entrepreneurial intention, psychological factors, contextual factors, college students*

1. Pendahuluan

Jumlah pengangguran di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) periode

Agustus 2012 mencapai 7,2 juta orang (<http://news.liputan6.com/read/450197/72-juta-orang-indonesia-statusnyapengangguran>). Tingginya angka pengangguran merupakan salah satu

masalah yang dihadapi oleh negara Indonesia. Masalah pengangguran ini terjadi karena terbatasnya jumlah lapangan kerja yang tidak mampu menyerap jumlah pencari kerja secara maksimal.

Banyaknya angka pengangguran salah satunya juga disebabkan oleh minimnya jiwa wirausaha masyarakat (Ariamtisna, 2008). Tidak sedikit jumlah pengangguran yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi. Kondisi ini cukup mendapat sorotan dari berbagai pihak, dimana mulai disadari bahwa selama ini pendidikan di perguruan tinggi lebih banyak menghasilkan lulusan yang cakap sebagai pekerja berkualifikasi akademis tinggi, namun kurang memiliki jiwa wirausaha. Sebagai akibatnya, saat lapangan pekerjaan yang ada tidak mampu menampung para lulusan tersebut, upaya untuk mencari solusi pekerjaan dalam bentuk berwirausaha sangat jarang ditempuh.

Zimmerer (2002) menyatakan bahwa salah satu faktor pendorong pertumbuhan kewirausahaan disuatu negara terletak pada peran perguruan tinggi melalui penyelenggaraan pendidikan kewirausahaan. Pihak perguruan tinggi bertanggung jawab dalam mendidik dan memberikan kemampuan berwirausaha kepada para lulusannya dan memberikan motivasi untuk berani memilih berwirausaha sebagai karir mereka. Pada akhirnya, lulusan perguruan tinggi diharapkan mampu menciptakan berbagai lapangan pekerjaan melalui berwirausaha.

Dalam upaya meningkatkan jumlah lulusan berjiwa wirausaha, pihak perguruan tinggi perlu menerapkan pola pembelajaran kewirausahaan nyata yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan ilmiah, guna membekali mahasiswa dengan pengetahuan yang bermakna yang dapat mendorong semangat mahasiswa untuk berwirausaha (Yohnson 2003, Wu & Wu, 2008). Persoalannya bagaimana memperdalam pengetahuan mengenai kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap niat mahasiswa untuk memilih karir berwirausaha setelah mereka lulus nantinya, masih terus menjadi pertanyaan dan memerlukan penelaahan lebih jauh.

Sejumlah penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui motivasi seseorang untuk berwirausaha berujung pada kesimpulan bahwa

intensi berwirausaha seseorang dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang dapat dilihat dalam suatu kerangka integral, yang melibatkan berbagai faktor internal, faktor eksternal dan faktor kontekstual (Johnson, 1990; Stewart et al., 1998). Faktor internal berasal dari dalam diri seorang wirausaha dapat berupa faktor psikologis, maupun faktor sosio demografi seperti umur, jenis kelamin, pengalaman kerja, latar belakang keluarga dan lain-lain yang dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan seseorang (Johnson, 1990; Nishanta, 2008). Sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku wirausaha yang dapat berupa unsur dari lingkungan sekitar dan kondisi kontekstual. Faktor kontekstual yang cukup mendapat perhatian peneliti adalah dukungan akademik, dukungan sosial dan kondisi lingkungan usaha (Gurbuz & Aykol, 2008).

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh faktor psikologis dan kontekstual terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa. Intensi berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku berwirausaha seseorang (Krueger & Carsrud dalam Indarti dan Rokhima, 2008). Dengan memahami faktor psikologis dan kontekstual yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa, perguruan tinggi sebagai penyelenggara pendidikan kewirausahaan diharapkan mampu mendesain pola pendidikan dan menciptakan lingkungan yang tepat dalam upaya membentuk intensi berwirausaha pada mahasiswanya.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Intensi Berwirausaha

Kewirausahaan merupakan sebuah proses yang berlangsung dalam jangka panjang (Kyrö and Carrier, 2005). Dalam kondisi ini, intensi berwirausaha merupakan langkah pertama yang perlu dipahami dari sebuah proses pembentukan usaha yang seringkali memerlukan waktu dalam jangka panjang (Lee & Wong, 2004). Lebih lanjut Lee dan Wong menyatakan bahwa ntensi berwirausaha dapat diartikan sebagai langkah awal dari suatu proses pendirian sebuah usaha yang umumnya bersifat jangka panjang.

Menurut Krueger (1993), intensi berwirausaha mencerminkan komitmen seseorang untuk memulai usaha baru dan merupakan isu sentral

yang perlu diperhatikan dalam memahami proses kewirausahaan pendirian usaha baru. Intensi berwirausaha dapat diartikan sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha (Katz & Gartner 1988). Lebih lanjut, Katz dan Gartner membuktikan bahwa seseorang dengan intensi untuk memulai usaha akan memiliki kesiapan dan kemajuan yang lebih baik dalam usaha yang dijalankan dibandingkan seseorang tanpa intensi untuk memulai usaha.

Intensi berwirausaha merupakan prediksi yang reliabel untuk mengukur perilaku kewirausahaan dan aktivitas kewirausahaan (Krueger et al. 2000). Umumnya, intensi berwirausaha adalah keadaan berfikir yang secara langsung dan mengarahkan perilaku individu ke arah pengembangan dan implementasi konsep bisnis yang baru (Nasrudin et al. 2009). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha adalah niat seseorang untuk mendirikan suatu bisnis atau menerapkan konsep bisnis yang belum ada dengan sesuatu yang baru.

2.2. Faktor-faktor Psikologis Pembentuk Intensi Berwirausaha

Karena intensi berwirausaha merupakan penentu berbagai perilaku berwirausaha di masa mendatang, sangatlah penting memahami elemen-elemen pembentuk intensi berwirausaha ini (Fayolle & Gailly, 2004). Dalam literatur kewirausahaan, faktor terpenting yang membentuk intensi berwirausaha adalah faktor psikologis. Faktor-faktor psikologis menjelaskan pola bertindak melalui intensi seseorang dalam memilih berwirausaha sebagai karir (Sagiri & Appolloni, 2009). Faktor-faktor psikologis ini terdiri atas *self-determination*, *risk-bearing ability*, serta *belief and attitude*.

2.2.1 Self-determination

Menurut Spreitzer (1997) *self-determination* (penentuan nasib sendiri) merupakan keyakinan seseorang bahwa orang tersebut mempunyai kebebasan atau otonomi dan kendali tentang bagaimana mengerjakan pekerjaannya. *Self-determination* merupakan anggapan bahwa suatu pekerjaan tidak membutuhkan satu perasaan seseorang yang memiliki peluang untuk menggunakan inisiatif dan mengatur tingkah laku dalam mengerjakan

pekerjaan mereka. Dalam pandangan humanistik, *self-determination* (penentuan diri) merupakan sesuatu yang aktif yang mana terdapat *self aware ego* dan memiliki kesadaran diri (*self consciousness*).

2.2.2. Risk bearing ability

Risiko adalah sesuatu yang selalu dikaitkan dengan kemungkinan terjadinya keadaan yang merugikan dan tidak diduga sebelumnya bahkan bagi kebanyakan orang tidak menginginkannya. *Risk bearing ability* atau dikenal juga sebagai *risk taking propensity* merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan usaha baru. Risiko yang dihadapi oleh wirausaha dapat berbentuk risiko psikologis, finansial, maupun sosial. Seorang wirausaha harus mampu mengatasi berbagai risiko yang dihadapi agar dapat memperoleh imbalan atas usaha-usaha yang telah dilakukannya, terutama imbalan finansial yang sering diidentifikasi sebagai wujud kesuksesan seorang wirausaha. Dengan kata lain, *risk bearing ability* merupakan kemampuan seorang wirausaha untuk mengatasi berbagai risiko yang dihadapi dalam upaya mencapai kesuksesan usahanya.

2.2.3. Belief and attitude

Perilaku seseorang sangat dipengaruhi oleh *belief and attitude* yang dimilikinya. *Belief and attitude* memegang peran penting dalam menentukan tindakan seseorang. Terkait dengan intensi berwirausaha, *belief and attitude* berperan penting dalam diri seseorang saat mengambil pilihan berwirausaha sebagai karir yang akan ditekuni. Faktor ini juga dapat diterjemahkan sebagai persepsi individu atas keinginan pribadi untuk melakukan tindakan-tindakan berwirausaha seperti menciptakan usaha baru (Krueger et al., 2000). Penelitian telah membuktikan bahwa mahasiswa yang menghargai karir wirausaha memiliki keinginan yang lebih kuat untuk mendirikan sebuah usaha (Luthje & Franke, 2004).

2.3. Faktor-faktor Kontekstual Pembentuk Intensi Berwirausaha

Literatur kewirausahaan membahas adanya faktor-faktor kontekstual yang membentuk intensi berwirausaha seseorang. Dalam dunia mahasiswa dan perguruan tinggi sebagai penyelenggara

pendidikan kewirausahaan, faktor kontekstual ini diterjemahkan sebagai faktor lingkungan di perguruan tinggi yang dapat mempengaruhi intensi berwirausaha pada mahasiswa, meliputi situasi ekonomi, politik, dan budaya di sebuah negara, kompleksitas administrative, akses terhadap sumber daya, serta infrastruktur fisik dan institusional (Kristiansen & Indarti, 2004). Sejumlah penelitian juga membuktikan bahwa *academic support*, *social support*, dan *environmental support* mempengaruhi intensi siswa untuk memulai suatu usaha baru (Galloway, Kelly & Keogh, 2006; Kourilsky & Walstad, 1998; Rasheed, 2000).

2.3.1. Academic support

Menurut Bandura (dalam Alwisol, 2009), dukungan akademik mengacu pada faktor-faktor yang berkaitan dengan dukungan bagi seorang pelajar untuk mencapai dan menyelesaikan tugas-tugas studi dengan target hasil dan waktu yang telah ditentukan. Sementara itu PP No. 60 Tahun 1999, kebebasan akademik merupakan kebebasan yang dimiliki oleh anggota sivitas akademika untuk melaksanakan kegiatan yang terkait dengan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi secara bertanggungjawab dan mandiri. Dalam kaitannya dengan dukungan akademik, kebebasan akademik merupakan implementasi bentuk dukungan akademik pada mahasiswa.

2.3.2. Social support

Dimatteo (1991) menyatakan bahwa *social support* adalah dukungan atau bantuan yang berasal dari orang lain seperti teman, keluarga, tetangga, rekan kerja dan orang lain. Sementara itu Sarason, Sarason & Pierce mendefinisikan dukungan sosial sebagai kenyamanan fisik dan psikologis yang diberikan oleh teman-teman dan anggota keluarga. Kail and Cavanaugh, 2000) mendefinisikan dukungan sosial sebagai sumber emosional, informasional atau pendampingan yang diberikan oleh orang-orang disekitar individu untuk menghadapi setiap permasalahan dan krisis yang terjadi sehari- hari dalam kehidupan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial adalah dukungan atau bantuan yang berasal dari orang yang memiliki hubungan sosial akrab dengan individu yang menerima bantuan. Bentuk

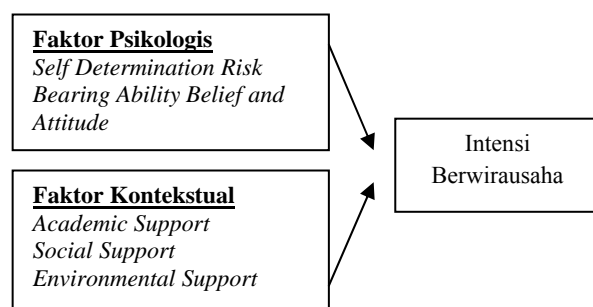
dukungan ini dapat berupa informasi, tingkah laku tertentu, ataupun materi yang dapat menjadikan individu yang menerima bantuan merasa disayangi, diperhatikan dan bernilai.

2.3.3. Environmental support

Schneider (dalam Ellias & Loomis, 2000), menjelaskan bahwa lingkungan dianggap dapat menciptakan penyesuaian diri yang cukup sehat bagi pelajar bila individu dibesarkan dalam keluarga dimana terdapat keamanan, cinta, respek, toleransi dan kehangatan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa lingkungan tempat belajar merupakan lingkungan kedua setelah lingkungan keluarga yang membentuk individu.

Kegiatan kewirausahaan juga dapat dijelaskan oleh pengaruh dari sekitar lingkungan bisnis. Para ahli telah menekankan bahwa kebijakan pemerintah, karakteristik konteks lokal (misalnya ketersediaan infrastruktur logistik, investor keuangan, dan eksternalitas) dan lebih khusus mekanisme dukungan universitas mempengaruhi kegiatan kewirausahaan (Morris & Lewis, 1995; Fini *et al.*, 2008).

Environmental support adalah keadaan lingkungan yang baik dan teratur dalam infrastruktur fisik, aset fisik perusahaan, laboratorium libang dan hal-hal yang tidak berwujud (manusia, modal, rutinitas, sumber daya) memiliki peranan dalam mendorong intensit berwirausaha (Niosi & Bas, 2001). Khususnya dukungan keuangan, seperti ketersediaan modal ventura (Beck, Demircukunt, & Maksimovic, 2005), dan layanan yang mendukung kewirausahaan, seperti memberikan kesempatan pelatihan, pinjaman infrastruktur, fisik dan persaingan rencana (Feldman, 2001; Foo, Wong, & Ong, 2005), telah diidentifikasi sebagai faktor utama dalam mendukung kewirausahaan.



Gambar 1. Model Penelitian

3. Metode Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa dari sebuah perguruan tinggi swasta di Jakarta. Mahasiswa perguruan tinggi ini berasal dari berbagai daerah di Indonesia, sehingga diharapkan sampel dapat mewakili karakteristik mahasiswa Indonesia. Data diperoleh melalui prosedur survey, dimana mahasiswa diminta untuk mengisi kuesioner yang mengukur faktor psikologis, faktor kontekstual, dan intensi berwirausaha. Pada Tabel 1 dapat dilihat definisi operasional dari masing-masing variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Pengukuran faktor psikologis diadaptasi dari pengukuran Sagiri dan Appolloni (2009), sementara itu untuk faktor kontekstual dan intensi berwirausaha diadaptasi dari Gurbuz dan Aykol (2008). Item-item pernyataan yang diajukan dalam kuesioner disajikan dalam skala Likert. Sebagai contoh, untuk pernyataan yang mengukur faktor psikologis mahasiswa diminta menilai dalam skala 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 6 (Sangat Setuju) pada pernyataan “Jika saya tidak sukses dalam tugas, saya cenderung untuk tidak menyerah”, “Saya tidak terlalu percaya pada keberuntungan”, “Saya dapat mengambil resiko dengan uang, seperti investasi saham”, dan seterusnya.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Software IBM SPSS Statistic* versi 19.0. Adapun alat analisis statistik yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah uji regresi berganda.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Faktor Psikologis	
<i>Self Determination</i>	faktor psikologis yang berkaitan dengan keyakinan seseorang bahwa setiap orang memiliki kendali dan kebebasan dalam menentukan apa yang diinginkannya sendiri
<i>Risk Bearing Ability</i>	kemampuan seseorang untuk menanggung risiko dan mempertanggungjawabkan segala sesuatu yang telah dilakukan

<i>Belief & Attitude</i>	persepsi individu atas keinginan pribadi untuk melakukan tindakan-tindakan berwirausaha seperti menciptakan usaha baru
Faktor Kontekstual	
<i>Academic Support</i>	dukungan dari pihak akademik seperti lingkungan universitas meliputi sarana, informasi kampus maupun dukungan infrastruktur yang memadai.
<i>Social Support</i>	dukungan atau bantuan yang berasal dari orang yang memiliki hubungan sosial akrab dengan individu yang menerima bantuan.
<i>Environmental Support</i>	faktor lingkungan yang mendukung untuk mencapai suatu tujuan meliputi infrastruktur fisik, non fisik maupun keuangan.
Intensi Berwirausaha	
niat seseorang untuk mendirikan suatu usaha atau menerapkan konsep bisnis yang belum ada dengan sesuatu yang baru.	

4. Hasil Penelitian dan Diskusi

Sebelum dilakukan pengujian lebih lanjut, seluruh data yang diperoleh diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini telah tepat. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh item-item kuesioner telah valid dan reliabel. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa data dapat dianalisis lebih lanjut dengan menggunakan alat statistik regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik. Hasil pengujian asumsi klasik juga menunjukkan bahwa terdapat normalitas data dan tidak terdapat multikolinieritas serta tidak terjadi heteroskedasitas pada data penelitian. Dengan demikian, maka pengujian dengan menggunakan regresi berganda dapat dilakukan.

Profil responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa 32% responden adalah pria dan 68% nya adalah wanita. Rentang usia responden penelitian ini berkisar antara 18 hingga 23 tahun, dimana mayoritas responden (75%) berusia 20-21

tahun. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh faktor psikologis dan kontekstual terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa.

Tabel 2. Uji Anova Pengaruh Faktor Psikologis dan Kontekstual Terhadap Intensitas Berwirausaha

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.228	2	60.114	28.826	.000 ^a
	Residual	202.282	98	2.085		
	Total	322.510	100			

a. Predictors: (Constant), Faktor Kontekstual, Faktor Psikologis

b. Dependent Variable: Intensitas Berwirausaha

Pada *Tabel 2* dapat dilihat nilai F dan signifikansi pengaruh variabel faktor psikologis dan kontekstual terhadap variabel intensitas berwirausaha, dimana $F(28,826; 0,00)$ pada $\alpha=95\%$. Sementara itu, pada *Tabel 3* dapat dilihat nilai koefisien pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dimana faktor psikologis memiliki pengaruh positif sebesar 0,206 dengan nilai $t(3,534; 0,01)$ dan faktor kontekstual berpengaruh positif sebesar 0,141 dengan nilai $t(2,505; 0,014)$.

Tabel 3. Koefisien dan Signifikansi Pengaruh Variabel Faktor Psikologis dan Kontekstual Terhadap Intensitas Berwirausaha

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.782	1.482		-.527	.599
Faktor Psikologis	.206	.058	.389	3.534	.001
Faktor Kontekstual	.141	.056	.275	2.505	.014

a. Dependent Variable: Intensitas Berwirausaha

5. Kesimpulan dan Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini membuktikan adanya pengaruh faktor psikologis dan kontekstual terhadap intensitas berwirausaha pada mahasiswa. Secara teoritis, hasil penelitian ini memberikan dukungan pada penelitian terdahulu dalam konteks pendi-

dikan kewirausahaan di perguruan tinggi (Gurbuz & Aykol, 2008; Kristiansen & Indarti, 2004; Sagiri & Appolloni, 2009).

Implikasi praktis dari penelitian ini dapat dijadikan dasar bagi perguruan tinggi yang menyelenggarakan pendidikan kewirausahaan bagi mahasiswanya, bahwa dalam upaya menciptakan dan mengembangkan lulusan berjiwa wirausaha diperlukan perhatian terhadap faktor psikologis dari mahasiswa serta terpenuhinya faktor kontekstual yang ada dalam kehidupan mahasiswa. Dengan memahami faktor-faktor psikologis yang mendorong intensitas berwirausaha, perguruan tinggi dapat mendesain pola pembelajaran yang tepat, yang berfokus pada pengembangan *self-determination*, *risk bearing ability*, serta *belief and attitude* dalam pendidikan kewirausahaan.

Terkait dengan faktor kontekstual yang mampu mempengaruhi intensitas berwirausaha pada mahasiswa, perguruan tinggi dapat mendesain pembelajaran yang bertujuan untuk memotivasi munculnya ide-ide kreatif, menyediakan infrastruktur untuk berlatih berwirausaha di kampus serta menampilkan contoh kesuksesan berwirausaha di lingkungan kampus agar dapat meningkatkan intensitas berwirausaha pada mahasiswa.

Di masa mendatang penelitian ini perlu diperluas untuk dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor psikologis dan kontekstual lainnya yang mungkin dapat juga berpengaruh dalam pembentukan intensitas berwirausaha pada mahasiswa. Perlu dilakukan pula penelitian mengenai faktor demografis seperti latar belakang etnis maupun latar belakang pekerjaan orang tua, mengingat literatur kewirausahaan juga mencatat bahwa lingkungan keluarga terbukti mempengaruhi pembentukan intensitas berwirausaha pada seseorang.

Daftar Pustaka

- Alwisol. 2009. *Psikologi Kepribadian*, Edisi Revisi. Malang: UMM Pres
- Ariamtisna, L. 2008. Studi kewirausahaan pada mahasiswa Universitas Brawijaya. *Jurnal Eksekutif*, Vol. 5, pp. 281-292
- Beck, T., Demircuc-Kunt, A., and V. Maksimovic.

- 2005 "Financial and Legal Constraints to Firm Growth: Does Firm Size Matter?", *Journal of Finance*, 2005, pp: 137-177
- Ellias, S.M. & Loomis. R.J. 2000. Using an academic self-efficacy scale to address university major persistence. *Journal of college student development*.
- Feldman, M.P. 2001. The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context,. *Industrial and Corporate Change*, Vol. 10, No. 4, pp: 861–875.
- Fini, R., Grimaldi, R., & Sobrero, M. 2009. Factors Fostering Academics to Start up New Ventures: an Assessment of Italian Founders' Incentives, *Journal of Technology Transfer*, forthcoming.
- Foo, M. D., Wong, P. K. & Ong, A. 2005. Do others think you have a viable business idea? Team diversity and judges' evaluation of ideas in a business plan competition'. *Journal of Business Venturing*, Vol. 20, No. 3 pp: 385–402.
- Gurbuz, G. and Aykol, S. 2008. Entrepreneurial Intention of Young Educated Public in Turkey. *Journal of Global Strategic Management*, Vol. 04 No. 1, pp: 47-56
- Indarti, N. dan Rokhima, R. 2008. Intensi kewirausahaan mahasiswa: studi perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*, Vol. 23, pp:281-292
- Johnson, B. 1990. Toward A Multidimensional Model of Entrepreneurship: The Case of Achievement Motivation and The Entrepreneur. *Entrepreneurial Theory Practice*, Vol. 14, No. 3, pp: 39–54
- Kail, C. 2000. *Human-Development: A Life-Span View*. America: Wadsworth
- Kolvereid, L. and Isaksen, E. 2006. New business start-up and subsequent entry into self-employment. *Journal of Business Venturing*, Vol 21, pp: 866–885
- Kourilsky, M. L. and Walstad, W. B. 1998. Entrepreneurship and female youth: Knowledge, attitudes, gender differences, and educational practices. *Journal of Business Venturing*, Vol. 13, pp: 77–88
- Krueger, N. F., Reilly, M., and Carsrud, A. 2000. Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, Vol. 15 No. 5/6, pp: 411–432
- KyrÖ, P. & Carrier, C. 2005. 'Entrepreneurial learning in universities: bridges across borders', in *The Dynamics of Learning Entrepreneurship in a Cross-Cultural University Context*, **Entrepreneurship Education Series**, Vol. 2: pp. 14–43.
- Lee, S.H. & Wong, P.K. 2004. An Exploratory Study of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective. *Journal of Business Venturing*, Vol. 19, No. 1, pp: 7-28
- Luthje, C., & Franke, N. 2003. The 'making' of an entrepreneur: testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT. *R&D Management*, Vol. 33, No. 2, pp: 135–148.
- Morris, M., & Lewis, P. 1995. The determinants of entrepreneurial activity. *European Journal of Marketing*, Vol. 29, No. 7, pp: 31–48.
- Niosi, J., & Bas, T.G. 2001. The competencies of regions: Canada's clusters in Biotechnology. *Small Business Economics*, Vol. 17, No. 1–2, pp: 31–42.
- Nishanta, B. 2008. *Influence of Personality Traits and Socio-demographic Background of Undergraduate Students on Motivation for Entrepreneurial Career: The Case of Srilanka*. Paper was presented at the Euro-Asia Management Studies Association (EAMSA) Conference, Japan
- Soumya, S. and Andrea, A. (2009). Identifying the Effect of Psychological Variables on Entrepreneurial Intentions. *DSM Business Review* , Vol. 1, No. 2, pp: 61-84
- Yohnson. 2003. Peranan Universitas dalam Memotivasi Sarjana Menjadi Young Entrepreneurs. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No. 2, pp: 97-111
- Zimmerer, W.T. 2002. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Third Edition. New York: Prentice-Hall

<http://news.liputan6.com/read/450197/72-juta-orang-indonesia-statusnyapeng-angguran>

Biografi Penulis

Penulis pertama adalah dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara. Beliau mendapatkan gelar Magister Sains Ilmu Manajemen dari Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Indonesia pada tahun 2002. Penulis mengajar pada bidang ilmu pemasaran dan kewirausahaan. Penulis dapat dihubungi melalui alamat email hetty.karunia@yahoo.com.