

PENDEKATAN PSIKOLOGIS DALAM MENENTUKAN MINAT BERWIRAUSAHA MAHASISWA

I Gst. A.Kt. Gd. Suasana
agung_suasana@unud.ac.id
I Gde Ketut Warmika
Universitas Udayana, Denpasar-Bali

ABSTRACT

Entrepreneurship plays a real role in economic development and job creation. Research purposes; explain the influence of psychological factors on the interest in entrepreneurship, and find the best combination model of psychological factors that can be used as a predictor of interest in entrepreneurship. Respondents were students who had or were taking entrepreneurship courses at Fakultas Economic dan Busines (FEB) Unud. The sample size was determined as many as 120 people by purposive sampling and data were analyzed using multiple linear regression. Analysis of the enter method found that psychological factors had a significant effect on entrepreneurial interest, and only the need for achievement and internal locus of control had a positive and significant effect on entrepreneurial interest. Based on the stepwise method, it was found that the combination of need for achievement, internal locus of control, and tolerance for ambiguity is the best predictor of entrepreneurial interest. The implication is that strengthening psychological factors for students can be approached with entrepreneurial motivation training by involving successful entrepreneurial role models. Future researchers, need to examine and identify other psychological factors, to further strengthen the results of the analysis, such as creativity and communication.

Key words: psychological factors, interest in entrepreneurship, students of the Faculty of Economics and Business.

ABSTRAK

Kewirausahaan memainkan peran yang semakin nyata, karena dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Tujuan penelitian adalah menjelaskan pengaruh faktor-faktor psikologis terhadap minat berwirausaha, dan menemukan model dengan kombinasi faktor-faktor psikologis terbaik di dalam model yang dapat dijadikan prediktor minat berwirausaha. Responden adalah mahasiswa yang pernah atau sedang mengikuti mata kuliah kewirausahaan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Unud. Ukuran sampel ditentukan sebanyak 120 orang dengan *purposive sampling* dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Analisis metode *enter* menemukan bahwa faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, dan hanya kebutuhan untuk berprestasi serta lokus kontrol internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan metode *stepwise*, ditemukan bahwa kombinasi antara kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal, dan toleransi terhadap ambiguitas adalah prediktor terbaik dari minat berwirausaha. Implikasinya, penguatan faktor psikologis bagi mahasiswa dapat didekati dengan pelatihan motivasi wirausaha dengan melibatkan *role model* wirausaha sukses. Peneliti selanjutnya, perlu mengkaji dan mengidentifikasi faktor psikologid lain, untuk lebih memperkuat hasil analisis, seperti kreativitas dan komunikasi.

Kata kunci: faktor psikologis, minat berwirausaha, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

PENDAHULUAN

Perhatian terhadap pentingnya kewirausahaan semakin mendorong para akademisi dan praktisi, mencari cara untuk me-

ningkatkan jumlah wirausaha terutama dari kalangan pemuda terdidik. Kegiatan kewirausahaan telah dianggap mampu mengatasi masalah pengangguran dan sosial lain, dari

kalangan generasi muda terdidik. Kewirausahaan juga berkontribusi cukup besar pada peningkatan efisiensi pasar, melalui penawaran produk inovatif kepada masyarakat, dan meningkatkan kegiatan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja.

Kewirausahaan dan wirausaha didefinisikan para peneliti melalui berbagai pendekatan dan parameter, seperti halnya; karakteristik pribadi, atribut psikologis, atribut perilaku, faktor ekonomi, faktor kontekstual, dan faktor budaya.

Kewirausahaan adalah kegiatan yang berisiko dan apa pun yang dapat dilakukan untuk mengurangi risiko kegagalan haruslah baik. Jadi, mahasiswa bisa belajar dari keberhasilan dan kegagalan pengusaha lain (Burns, 2016: 36). Rencana Aksi Nasional Ketenagakerjaan Muda mendefinisikan kewirausahaan sebagai seperangkat keterampilan, pengetahuan, sikap dan nilai yang secara umum dapat meningkatkan daya serap di dunia kerja, baik sebagai wirausahawan mandiri, maupun bekerja di sektor swasta, sektor pemerintah, organisasi nirlaba (Verite Research.org., 2020).

Wirausaha adalah setiap orang yang menjalankan empat prinsip dasar kewirausahaan yang berhasil. Empat prinsip dasar yang dimaksud adalah; keyakinan pada kemampuan seseorang untuk berhasil, pengetahuan terfokus, pendekatan proaktif, dan kerja keras jangka panjang. Wirausaha yang sukses pada umumnya adalah mereka yang memiliki kompetensi, yaitu: ilmu pengetahuan, keterampilan dan kualitas individu yang meliputi: sikap, motivasi, nilai serta tingkah laku yang diperlukan untuk melaksanakan pekerjaan atau kegiatan (Sandiasa, 2009: 36). Keterampilan dimaksud, adalah; *managerial skill, conceptual skill, human skill, decision making skill, dan time managerial skill*. Kompetensi tersebut dinilai semua pihak akan mampu merevolusi mental lulusan perguruan tinggi, yang mana pada kenyataannya lebih memiliki pola pikir sebagai pencari kerja (*job seeker*) daripada pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*).

Disparitas antara penyerapan tenaga kerja dan jumlah lulusan sebagai pencari kerja masih cukup besar, oleh karenanya formasi pekerjaan menjadi semakin sulit untuk didapatkan. Hal tersebut sebenarnya telah diantisipasi cukup lama dengan menetapkan kewirausahaan sebagai mata kuliah wajib di perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Secara empiris pendidikan kewirausahaan, efikasi diri dan kebutuhan untuk berprestasi ditemukan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha siswa (Darmayanti dan Suasana, 2018). Patricia dan Silangen (2016), Widyawati dan Mujiati (2021), Kardila dan Puspitowati (2022) juga menemukan bahwa pendidikan kewirausahaan pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Pendidikan kewirausahaan diharapkan oleh pemerintah mampu melahirkan lebih banyak wirausahawan muda dari kalangan generasi muda terdidik. Peran pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi difokuskan pada; pengetahuan, kemampuan analisis, mengidentifikasi bakat dan motivasi, mengembangkan empati, mengembangkan sikap antisipatif dan meningkatkan jumlah wirausaha.

Fokus studi kewirausahaan tampaknya telah bergeser dari tindakan kewirausahaan menjadi calon pengusaha (Boldureanu *et al.*, 2020). Barnard dan Herbst (2018) mengungkapkan bahwa memahami seseorang sebagai wirausahawan harus lebih berkonsentrasi pada kreativitas dan intuisi yang dimiliki. Farradina *et al.*, (2021) mendeskripsikan *entrepreneur* sebagai orang yang memiliki karakteristik psikologis, yaitu; komitmen untuk bekerja, keinginan untuk kontrol total, dan menikmati ketidakpastian dan tantangan. Hal tersebut menunjukkan bahwa seorang entrepreneur memiliki ciri-ciri psikologis yang sangat unik dan sulit ditiru orang lain. Demirci (2020) menemukan bahwa ciri-ciri kepribadian merupakan prediktor yang sangat baik pada orientasi kewirausahaan. Pengaruh faktor personal/karakteristik psikologis pada akhirnya menjadi dasar kajian perilaku dan kinerja wirausaha. Konsep da-

sar teori psikologi adalah mempelajari perbedaan karakteristik setiap individu. Dalam konsep ini, perbedaan karakteristik akan mengarahkan seseorang kepada peluang untuk menjadi pengusaha sukses. Berbagai faktor yang dapat menjelaskan minat untuk menciptakan wirausahawan baru dari kalangan generasi muda yang terpelajar menjadi sangat penting untuk dipahami.

Minat berwirausaha merupakan komitmen seseorang sebagai langkah awal untuk memulai usaha baru (Sahabuddin, 2017). Beberapa penelitian sebelumnya tentang intensi berwirausaha lebih fokus pada sifat atau karakteristik kepribadian (Kerr *et al.*, 2017). Minat menunjukkan potensi calon wirausahawan untuk menciptakan bisnis di masa depan, sebagai faktor emosional yang memengaruhi perilaku dan mengarahkan upaya seseorang untuk mencoba melaksanakan perilaku yang direncanakan. Seseorang yang berniat memulai usaha baru, akan lebih siap untuk menjalankan usaha dibandingkan dengan mereka yang belum memilikinya.

Minat mahasiswa untuk memulai usaha, nampaknya tidak cukup dari perspektif kontekstual, budaya dan ekonomi, tetapi perlu dipelajari atau dikaji dari pendekatan psikologis dan perilaku. Demirci (2020), Saputra *et al.*, (2021), Nguyen *et al.*, (2022) menyatakan bahwa aspek psikologis merupakan prediktor dari minat berwirausaha. Churchill dan Bygrave (1989) juga menyatakan bahwa faktor psikologis (kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal, toleransi terhadap ambiguitas dan kecenderungan mengambil risiko) menentukan minat untuk menjadi wirausaha. McClelland (1971: 259) menyatakan kebutuhan berprestasi merupakan faktor psikologis terpenting dalam berwirausaha. Kebutuhan untuk berprestasi seseorang yang tinggi, cenderung bekerja lebih keras dibandingkan orang lain, dan berani mengambil risiko untuk mencapai tujuannya. Wirausahawan adalah pengambil risiko dan ini menjadi pendorong dalam upaya mewujudkan tindakannya untuk mencapai keuntungan, meskipun masih dikategorikan sebagai pengambil risiko

sedang (Burns, 2016: 23). Toleransi ambiguitas menggambarkan cara seseorang memandang, menafsirkan dan bereaksi terhadap situasi ambigu (Yu *et al.*, 2022). Toleransi ambiguitas yang lebih tinggi, dianggap menjadi situasi yang tidak pasti sebagai tantangan yang dapat diterima, menarik dan tidak menolak situasi tersebut. Sementara, toleransi ambiguitas seseorang yang rendah cenderung akan mengalami stres, bereaksi secara prematur dan menolak kecenderungan situasi yang tidak pasti. Keinovasian atau kemampuan berinovasi adalah kemampuan untuk menciptakan atau memodifikasi konsep bisnis yang sudah ada (Druker, 1998; Trott, 2017: 4).

Peneliti kewirausahaan, sebagian besar setuju bahwa keinovasian adalah inti dari kewirausahaan. Penelitian tentang karakteristik psikologis yang dilakukan oleh Sutanto *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa siswa dengan orientasi kewirausahaan memiliki daya inovasi yang lebih tinggi daripada siswa yang tidak memilikinya. Lokus kontrol adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengendalikan hidupnya (Tyler *et al.*, 2020). Sharaf *et al.*, (2018); Syam *et al.*, (2018) yang meneliti sejumlah sampel mahasiswa, menemukan bahwa lokus kontrol internal berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Wibowo dan Suasana (2017), Khalid *et al.*, (2022) juga menemukan bahwa efikasi diri, pengambilan risiko, dan keinovasian berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Sedikit berbeda dengan temuan Sugiantari dan Suasana (2016), Suryawirawan *et al.*, (2022) sebelumnya bahwa kebutuhan berprestasi berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha, sedangkan efikasi diri tidak signifikan. Inkonsistensi temuan tersebut memberi sinyal adanya faktor selain kontekstual dan budaya sebagai penentu minat mahasiswa untuk menentukan pilihannya menjadi wirausaha.

Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian tentang faktor-faktor psikologis terhadap intensi berwirausaha mahasiswa penting dilakukan untuk mendapatkan pembuktian

secara empiris. Tujuan yang dibuktikan dalam penelitian ini adalah menjelaskan pengaruh faktor psikologis (kebutuhan untuk berprestasi, kecenderungan mengambil risiko, percaya diri, toleransi terhadap ambiguitas, keinovasian, dan lokus kendali internal) terhadap minat berwirausaha, dan menemukan model minat berwirausaha terbaik bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud))

TINJAUAN PUSTAKA

Faktor psikologis dan minat berwirausaha

Kewirausahaan telah menjadi sesuatu yang ingin didorong dan dipromosikan oleh masyarakat, pemerintah, dan organisasi dari berbagai ukuran dan bentuk (Burns, 2016: 7). Hal tersebut tidak terbatas hanya pada; menciptakan usaha baru atau mendirikan usaha baru, bisa juga menghidupkan usaha lama atau mengembangkan usaha yang sebelumnya sudah ada, dan menciptakan produk baru atau menemukan cara-cara baru untuk memasarkan produk yang lama, dan bisa juga melakukan atau menemukan cara-cara baru terhadap aktivitas bisnis lama.

Kewirausahaan telah menjadi keterampilan yang sangat penting untuk dikembangkan, dan didorong sebagai dasar menumbuhkan minat berwirausaha, terutama untuk menciptakan produk baru bagi pasar. Kriteria produk baru, dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu; menciptakan produk yang betul-betul baru, yakni baru bagi pasar dan bagi industri, melakukan penambahan lini baru pada produk yang ada, melakukan penambahan item baru pada lini produk yang sudah ada, melakukan perbaikan atas fitur produk yang sudah ada, melakukan repositioning produk yang ada dipasarkan pada kelompok yang sasaran baru, dan berupaya melakukan pengurangan biaya produksi atau produk yang ada dikemas dengan cara berbeda (Trott, 2017: 490).

Sifat pengembangan produk baru dapat diuraikan menjadi: fleksibel yaitu mengikuti perubahan lingkungan usaha, interaktif yaitu membangun dan mempertahankan

hubungan interaktif dengan pelanggan untuk mengenali dan memanfaatkan peluang pemasaran, integratif yaitu menelusuri perbedaan pada setiap bagian kegiatan usaha yang muncul dari waktu ke waktu, dan berkelanjutan dimana produk baru harus selalu berubah (beinovasi) sesuai dengan perubahan lingkungan pemasaran dan organisasi (Maier, 2018). Berdasarkan penjelasan tersebut tergambar bahwa peluang untuk minat menciptakan usaha baru atau produk baru sangat terbuka. Persoalannya sekarang adalah pada kekuatan pada dorongan psikologis yang dimiliki setiap orang.

Minat merupakan suatu tekad untuk melakukan aktivitas atau menghasilkan suatu keadaan tertentu di masa yang akan datang. Minat dapat tumbuh dari dorongan psikologis yang dapat membentuk motivasi untuk berbuat atau merubah sesuatu keadaan (Peters *at al.*, 2018). Sehingga, minat menjadi bagian yang sangat penting bagi individu yang dilatar belakangi oleh motivasi untuk bertindak atau berperilaku terhadap suatu hal. Minat juga ditentukan oleh sejauh mana seseorang dapat memilih untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu.

Istilah wirausaha (*entrepreneur*) muncul pertama kali di Perancis pada abad ke 17, yaitu sebagai individu yang dapat melakukan kegiatan proyek komersial dengan cara menginvestasikan sejumlah uangnya. Wirausaha adalah orang dengan kemampuan untuk membuat kombinasi baru yang menyebabkan diskontinuitas. Realisasi kombinasi baru dapat mencakup produk baru atau kualitas produk, metode produksi baru, penemuan sumber bahan baku baru, atau reorganisasi perusahaan industri atau proses manajemen dalam suatu perusahaan. Dapat dikatakan bahwa wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan melihat peluang baru, kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan atau untuk memulai suatu bisnis baru (Othman *et al.*, 2020).

Berwirausaha merupakan salah satu profesi seseorang yang ditujukan untuk memperoleh keuntungan, sedangkan orang

yang menggeluti kegiatan berwirausaha, disebutkan sebagai pengusaha (Amiri dan Marimaei, 2012). Berdasarkan skala kualitas seseorang tersebut, maka untuk dapat menjadi pengusaha, diperlukan pribadi-pribadi yang tangguh, pantang menyerah, percaya diri, bersikap-mental positif dan mampu membaca setiap peluang yang ada.

Pengusaha adalah pelaku utama di dalam bisnis dan berinovasi yang menyebabkan adanya perubahan dalam bidang ekonomi (UN, 2022: 2). Drucker (1985) menyatakan wirausaha bukanlah sebagai agen perubahan melainkan orang yang mengidentifikasi dan berspekulasi pada saat-saat terjadi perubahan, dan mengubahnya menjadi peluang bisnis. Sedangkan, proyek pada saat itu lebih banyak diartikan sebagai perdagangan internasional yang menimbulkan risiko, baik bagi investor dan juga risiko bagi wirausaha.

Wirausaha tidak dicirikan dari setiap tindakan yang dilakukan, tetapi dari serangkaian tindakan yang ditujukan pada minat untuk menciptakan kekayaan dari perusahaan yang dibangun. Minat berwirausaha merupakan keinginan individu dalam merencanakan suatu usaha. Perspektif TPB menurut Ajzen (1991), Munir *et al.*, (2019) adalah sebagai pendekatan minat individu terhadap suatu perilaku yang dapat diukur dengan tiga aspek. Ketiga aspek tersebut menurut Yatri (2016), yaitu: aspek perilaku, yaitu keyakinan tentang konsekuensi dari hasil tindakan yang dilakukan; norma subyektif sebagai pedoman untuk memotivasi berperilaku; dan persepsi kontrol perilaku, sebagai penilaian atas kemampuan individu untuk mengkondisikan suatu perilaku. Dengan demikian, minat menunjukkan potensi diri calon wirausaha untuk menciptakan bisnis di masa depan. Minat merupakan faktor emosional yang memengaruhi perilaku dan mengarahkan upaya seseorang untuk mencoba melakukan sesuatu yang direncanakan. Individu dengan minat untuk memulai usaha baru, akan lebih mempersiapkan diri dengan sungguh-sungguh untuk melaksanakan bisnis dibandingkan de-

ngan orang yang tidak memiliki minat untuk berwirausaha. Individu dengan minat berwirausaha pada umumnya dimotivasi oleh faktor perilaku psikologis (Rai *et al.*, 2017; Fernandes *et al.*, 2018).

Kunci utama untuk memahami bagaimana pengelolaan dan yang mana seharusnya menjadi prioritas pengelolaan usaha kecil, adalah terkait erat dengan kepribadian seorang pemilik/manajernya. Kepribadian dan karakteristik perilaku pemilik/manajer akan sangat memengaruhi pengelolaan usaha kecil, dan juga memengaruhi bagaimana respon pelanggan, penanganan staf dan bagaimana keputusan bisnisnya dibuat (Burns, 2016: 7).

Beberapa penelitian terdahulu menyangkut faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha lebih terfokus pada sifat atau karakteristik kepribadian (Lee *et al.*, 2022). Ajzen (1991), Yatri (2016), Kerr *et al.*, (2017), Munir *et al.*, (2019) juga menjelaskan bahwa studi mutakhir tentang karakteristik kewirausahaan adalah mengukur ciri-ciri kepribadian sebelum keputusan dibuat dan sifat-sifat individu seperti halnya penghindaran terhadap risiko dan prevalensi karakteristik wirausahawan. Prevalensi karakteristik kepribadian yang dimaksudkan terkait dengan; kebutuhan untuk berprestasi, efikasi diri, inovasi, dan lokus kontrol internal serta sikap terhadap risiko. Kebutuhan untuk berprestasi sangat penting bagi wirausahawan di dalam menghadapi tantangan dan persaingan, karena dengan ciri dan keyakinan akan kemampuan individu yang kuat dapat membentuk niat berwirausaha (Shahab *et al.*, 2018).

Efikasi diri berkaitan dengan pekerjaan tertentu yang dapat membedakan perilaku antar individu sehubungan dengan keyakinan individu yang akan dilakukan dengan kemampuan yang dimiliki (Brooke *et al.*, 2017). Budiningsih *et al.*, (2021) dan Sze *et al.*, (2021) menggambarkan wirausaha adalah seorang yang memiliki karakteristik psikologis seperti komitmen terhadap pekerjaan, keinginan untuk pengawasan secara total, dan kesenangan terhadap ketidakpastiaan

tantangan. Hal ini menunjukkan bahwa seorang wirausaha memiliki sifat-sifat psikologis yang unik. Karabulut (2016) dan Ahmed *et al.*, (2020) menemukan bahwa sifat-sifat kepribaian merupakan prediktor dari minat berwirausaha. Model sebelumnya seperti yang dikembangkan Churchill dan Bygrave (1989) menyiratkan bahwa minat berwirausaha dipengaruhi oleh kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal, toleransi terhadap ambiguitas dan kecenderungan mengambil risiko.

Kebutuhan untuk berprestasi adalah kebutuhan untuk selalu berani mencapai tujuan-tujuan baru. Sementara, McClelland (1971: 259) menyebutkan bahwa kebutuhan untuk berprestasi adalah faktor psikologis yang paling penting dalam kewirausahaan. Pada konsep tersebut ditekankan pada hubungan antara motivasi berprestasi (*need for achievement*) dan perkembangan ekonomi melalui aktivitas wirausaha. Motivasi berprestasi adalah salah satu faktor kunci keberhasilan dalam perilaku kewirausahaan dengan dorongan kompetensi, otonomi, dan kebutuhan korelasional (Ajiwibawani *et al.*, 2017). Seseorang dengan motivasi berprestasi yang tinggi akan bekerja lebih keras dari yang lain, dan keberanian mengambil risiko pribadi untuk mencapai tujuannya.

Kecenderungan mengambil risiko adalah keinginan atau keberanian untuk mengambil risiko. Dimana, pada saat wirausaha mendapatkan peluang untuk mencapai tujuan, maka saat itu juga akan menghadapi risiko, ketidakpastian dan berpotensi kehilangan uang dan waktu dalam menjalankan usahanya. Wirausaha pada umumnya percaya bahwa kesuksesan atau kegagalan sebuah usaha tergantung pada kekuatan dan kemampuannya sendiri. Wirausaha adalah seorang pengambil risiko dan hal tersebut sekaligus menjadi dorongan yang kuat di dalam merealisasikan tindakannya mencapai laba. Namun, wirausaha dikategorikan secara umum sebagai pengambil risiko sedang atau moderat (Antonci *et al.*, 2018).

Kepercayaan diri (*Self confidence*) adalah orang yang memiliki rasa percaya diri cukup

tinggi untuk sukses mencapai target, cenderung optimis pada kemampuannya dan harus yakin bahwa tujuannya tercapai sesuai dengan harapan. Studi empiris kewirausahaan menemukan bahwa wirausaha dapat dipastikan memiliki rasa percaya diri yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan yang bukan wirausaha (Kazmi *et al.*, 2017).

Toleransi terhadap ambiguitas diartikan sebagai tidak takut atau tidak khawatir terhadap adanya suatu ketidakpastian. Ketidakpastian (*ambiguity*) dapat terjadi dalam kehidupan sehari-hari, pada saat melakukan interaksi rutin. Ketidakpastian memiliki berbagai makna, seperti; ketidaklengkapan, *vagueness*, kontradiksi, kemungkinan, kurang jelas dalam struktur, informasi dan konsistensi. Literatur ambiguitas merupakan ketidakpastian sebagai cara seseorang mempersepsikan, menginterpretasikan dan bereaksi terhadap situasi yang ambigu (Chen and Lovibond, 2016). Tingkat toleransi seseorang terhadap ambiguitas yang lebih tinggi, menganggap ketidakpastian sebagai tantangan yang harus diterima, menarik dan tidak akan menolak situasi tersebut. Sedangkan, orang yang toleransi terhadap ambiguitas rendah, cenderung mengalami stress, bereaksi prematur dan menolak situasi yang tidak pasti tersebut.

Keinovasian atau daya inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan atau memodifikasi konsep bisnis yang telah ada. Druker (1998) mendefinisikan inovasi adalah cara wirausaha menghadapi perubahan untuk menciptakan peluang bisnis. Inovasi adalah "*brand*" yang hanya dimiliki oleh wirausaha. Inovasi, kreativitas dan penemuan sesuatu yang baru adalah bidang utama bagi seorang wirausaha. Sebagian besar peneliti kewirausahaan setuju bahwa inovasi adalah jantungnya wirausaha. Penelitian Wathanakom *et al.*, (2020) tentang karakteristik psikologis menemukan bahwa mahasiswa yang bersifat inovatif memiliki niat berwirausaha lebih tinggi daripada yang tidak memiliki sifat inovatif.

Lokus kontrol internal adalah sinonim dari sebuah keyakinan bahwa masa depan

ditentukan oleh tindakan sendiri yang proaktif. Dalam artian, selalu berupaya membuat perencanaan terhadap sesuatu yang belum terjadi atau belum dilakukan. Locus kontrol adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dirinya untuk mengontrol kehidupan pribadinya (Hoffmann *et al.*, 2022; Rulinawaty *et al.*, 2022). Orang dengan locus kontrol internal yang baik, akan memiliki rasa tanggungjawab atas apa yang terjadi dalam hidupnya. Apabila, seseorang merasakan apa yang terjadi adalah karena nasib, keberuntungan atau karena pengaruh orang lain, maka hal tersebut diistilahkan sebagai berorientasi locus kontrol eksternal. Berdasarkan kajian teoritis dan empiris tersebut, diajukan hipotesis penelitian:

H₁: minimal satu dari faktor-faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Faktor-faktor Psikologis dan Model Minat Berwirausaha

Penganut aliran perilaku (*behaviourist*) seperti McClelland (1971: 259) memahami bahwa wirausaha sebagai orang yang lebih berfokus pada kreativitas dan intuisi. Wirausaha memiliki kemampuan untuk mengenali kemungkinan bisnis masa depan yang konsisten dengan tujuan tanpa harus mengandalkan prediksi atau menerapkan informasi rasional untuk mengambil keputusan, melainkan mengandalkan pengalaman sebagai gabungan atas kontrol perasaan dan *insting* saat mengambil keputusan (Teece, 2018; Yi *et al.*, 2018).

Orientasi manusia, kebanyakan berada di antara kedua locus kontrol internal dan eksternal. Namun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Tentama dan Abdussalam (2020) menemukan bahwa wirausaha cenderung berorientasi pada locus kontrol internal. Penelitian yang menggunakan sampel mahasiswa, menemukan bahwa locus kontrol internal secara positif berpengaruh terhadap minat mahasiswa menjadi wirausaha (Aulia and Evanita, 2019; Ratnamiasih dan Rohmah, 2023).

Konsep tentang minat telah dikenal cukup lama berkaitan dengan *theory of planned behaviour* (TPB) yang dicetuskan pertama kali oleh Ajzen (1991). Di mana dijelaskan bahwa minat dapat tumbuh melalui sikap (*attitudes*), persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioural control*), dan norma subjektif (*subjectivenorms*). Sikap (*Attitude*) didasarkan pada definisi Ajzen disebutkan sebagai evaluasi yang dianggap menguntungkan atau tidak menguntungkan atas pengaruh perilaku, dan keinginan untuk terlibat dalam suatu keputusan wirausaha (Zewudu dan Mulugeta, 2017). Norma subyektif (*Subjective Norms*) merupakan persepsi secara individu terhadap kondisi di sekitarnya, seperti halnya; teman, tokoh panutan ataupun keluarga di dalam pengambilan keputusan. Efikasi diri (*Self-Efficacy*), merupakan rasa keyakinan yang kuat seseorang untuk mampu melakukan berbagai peran dan tugas dengan sukses. Sedangkan minat (niat) untuk berperilaku, mengacu pada keinginan seseorang pada pilihan untuk berbuat atau tidak berbuat akan suatu pekerjaan. Bagheri dan Pihie (2014) menekankan adanya peran penting yang dimainkan oleh daya tarik pribadi dan kontrol yang dirasakan atas perilaku dalam membentuk niat mahasiswa untuk menjadi wirausaha.

Mengacu pada pengertian TPB tersebut dapat dijelaskan bahwa minat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor (Ajzen, 1991) yaitu faktor individu adalah faktor yang berhubungan dengan sikap seseorang pada minat terhadap sesuatu (berwirausaha) yang meliputi kepribadian, perasaan, emosi, kecerdasan, nilai, stereotip, sikap umum, dan pengalaman; faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh lingkungan dan orang-orang dekat di sekitarnya, yaitu pendidikan, umur, gender, agama, ras, etnis, dan budaya; dan faktor informasi adalah menyangkut kemudahan yang didapatkan di dalam mengakses sesuatu, seperti halnya pengetahuan, media, dan campur tangan pihak lain seperti misalnya lembaga pendidikan.

Lembaga pendidikan tinggi di Indonesia wajib menerapkan kurikulum kewirausahaan. Model dan metode pembelajarannya, dapat dipastikan bervariasi dan diwarnai oleh kondisi lokal. *Autcome* pembelajaran terkait minat berwirausaha mahasiswa juga akan berbeda-beda. Costa *et al.*, (2009) juga telah memukakan bahwa: (1) mahasiswa pada umumnya memiliki kecenderungan sedang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan; (2) minat berwirausaha dipengaruhi oleh persepsi lapangan kerja kewirausahaan daerah, dukungan sosial, dan persepsi penguasaan keterampilan kewirausahaan strategis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subyektif, persepsi kontrol perilaku dan latar belakang bisnis keluarga secara signifikan memprediksi minat berwirausaha mahasiswa (Osakede *et al.*, 2017). Penelitian Mahanani dan Sari (2018) menemukan bahwa motivasi, kreativitas dan inovasi berpengaruh dan berperan aktif terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Zulkifli dan Meifiani (2021) menemukan bahwa minat berwirausaha mahasiswa ditentukan oleh faktor pribadi, kemasyarakatan, lingkungan, dan motivasi terhadap. Temuan hasil penelitian sebelumnya tentang minat mahasiswa berwirausaha sangat bervariasi, sehingga berdasarkan kajian tersebut, diajukan hipotesis ke 2 berikut.

H₂: dua faktor psikologis atau lebih dapat dijadikan kombinasi prediktor terbaik yang signifikan pada model minat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian adalah bersifat asosiatif, yaitu menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel independen diukur dari enam variabel, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi, keberanian dalam pengambilan risiko, kepercayaan diri, toleransi terhadap ambiguitas, keinovasian, dan lokus kontrol internal. Sedangkan variabel dependen, diukur dari variabel minat berwirausaha. Responden penelitian adalah mahasiswa Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)) yang telah atau sedang mengikuti mata kuliah kewirausahaan pada saat penelitian dilakukan.

Pertimbangan atas responden tersebut adalah telah memperoleh pemahaman yang relatif sama tentang konsep-konsep kewirausahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling* yaitu metode *purposive sampling*, dengan ukuran sampel yang ditetapkan sebanyak 120 responden. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner berupa pernyataan tertutup dan diukur dengan skala likert lima tingkat. Kuesioner juga berisi pertanyaan terbuka untuk menggali informasi tambahan terkait dengan identitas responden.

Data penelitian dianalisis dengan pendekatan statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan jawaban atas identitas responden dan variabel penelitian. Deskripsi tersebut didasarkan pada hasil penghitungan rata-rata jawaban responden pada setiap item pertanyaan. Sedangkan, analisis data variabel penelitian menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, yang didekati dengan metode *enter* dan *stepwise*. Alat analisis tersebut ditujukan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

Metode *enter* adalah metode dalam analisis regresi, di mana model regresi yang dihasilkan didasarkan pada semua variabel bebas sebagai prediktor. Sedangkan, metode *stepwise* adalah metode dalam analisis regresi dimana model regresi yang dihasilkan adalah hanya memuat variabel independen (prediktor) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Metode *stepwise* dilakukan untuk mengambil keputusan, variabel-variabel manasaja yang layak menjadi prediktor terbaik untuk dimasukkan ke dalam model minat berwirausaha. Hasil analisis tersebut ditentukan berdasarkan hasil uji parsial pada tiap variabel bebas. Apabila nilai F_{parsial} variabel

yang dimasukkan kurang dari nilai F_{tabel} yang ditetapkan, maka variabel tersebut dieliminasi. Proses tersebut dilakukan berulang, hingga tidak terdapat variabel yang memenuhi kriteria untuk ditambahkan atau dihilangkan (Draper dan Smith, 1998).

Pengolahan data untuk analisis deskriptif dan inferensial dibantu dengan menggunakan program SPSS, dengan menetapkan tingkat kepercayaan 95 persen ($\alpha = 0,05$). Hubungan secara umum antara variabel bebas dan terikat tersebut ditunjukkan dalam model regresi linier berganda berikut.

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + e \dots \dots \dots (i)$$

Keterangan:

Y = minat kewirausahaan

X_1 = Kebutuhan untuk berprestasi

X_2 = Kecenderungan mengambil risiko

X_3 = Percaya diri

X_4 = Toleransi terhadap ambiguitas

X_5 = Keinovasian

X_6 = Lokus kontrol internal

β_i = koefisien regresi.

$i = 1, 2, \dots, 6$

e = kesalahan estimasi.

Uji hipotesis ditentukan oleh:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_i = 0$

$H_1: \beta_i (1, 2, \dots, 6)$ tidak semuanya = 0

H_0 ditolak atau H_1 diterima, jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$. Artinya bahwa model regresi signifikan atau ada hubungan linier antara X_i dan Y.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil deskripsi identitas menunjukkan bahwa profil mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)) sampai dengan penelitian dilakukan adalah kebanyakan memilih prodi manajemen, dengan jenis kelamin perempuan, berada pada usia 20 tahun atau lebih, sebagian besar telah/sedang menempuh mata kuliah kewirausahaan dan datang dari keluarga pengusaha.

Uraian secara rinci dapat dijelaskan bahwa, dilihat dari program studi mahasiswa, kebanyakan (40 persen) adalah berasal dari prodi manajemen, kemudian 38,3

persen dari prodi ilmu ekonomi dan sisanya adalah dari prodi akuntansi. Pemantauan lapangan menunjukkan bahwa prodi manajemen adalah prodi terpopuler di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) Hal tersebut disebabkan, selain karena memiliki kesempatan kerja lebih banyak, mahasiswa juga mendapatkan pengetahuan tentang keterampilan dan aspek-aspek bisnis yang lebih lengkap dibandingkan dengan prodi lain.

Jenis kelamin responden, sebanyak 60,8 persen adalah perempuan, dan sisanya (39,2 persen) adalah laki-laki. Kondisi ini sesuai dengan keberadaan mahasiswa yang memilih kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)) yang mana kebanyakan dari kalangan perempuan. Konsisten dengan data demografi, di mana jika dilihat dari perbandingan jenis kelamin penduduk, maka jumlah perempuan di Indonesia lebih dari dua kali penduduk laki-laki. Kebutuhan tenaga kerja secara umum, khususnya bagi lulusan fakultas ekonomi, juga cenderung membutuhkan karakteristik perempuan.

Di antara responden tersebut 95 persen memang sudah/sedang mengikuti mata kuliah kewirausahaan dan hanya lima persen yang belum menempuh kuliah tersebut. Keadaan ini dapat diduga bahwa setidaknya secara psikologis akan lebih mudah menerima pemahaman atas konsep-konsep kewirausahaan yang dijadikan sebagai indikator pengukuran penelitian.

Usia responden, ditemukan dominan 20 tahun atau lebih. Secara logika hal tersebut sangat masuk akal, jika mahasiswa sudah mendapatkan atau lulus matakuliah kewirausahaan. Berdasarkan kurikulum di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)), ditemukan bahwa mata kuliah tersebut ditawarkan kepada mahasiswa pada semester lima atau empat semester kemudian sejak menjadi mahasiswa.

Di sisi lain, didapatkan hasil yang cukup menggembarakan bahwa 77,5 persen respon-

den berasal dari keluarga yang memiliki usaha, sekalipun berstatus usaha kecil. Kondisi ini identik dengan posisi Bali sebagai daerah tujuan wisata, dimana banyak penduduknya menggeluti usaha kecil yang terkait dengan kerajinan sebagai salah satu sektor penunjang pariwisata. Sehingga, harapan para orang tua setidaknya dapat mempersiapkan anak-anaknya sebagai generasi penerus pada usahanya masing-masing, apabila anaknya tidak berkesempatan bekerja pada lembaga lain. Dalam hal mana, pengalaman orang tuanya dipastikan dapat dijadikan sebagai *role model*.

Hasil analisis deskripsi variabel menunjukkan bahwa secara umum, factor-faktor psikologis responden yang dapat mendukung minat berwirausaha mahasiswa dipersepsikan berada pada kategori sangat tinggi dengan rata-rata skor 4,30. Secara rinci dapat dijabarkan bahwa minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)) untuk berwirausaha berada pada kategori sangat tinggi. Dimana semua dimensi psikologis dipersepsikan dengan kategori sangat tinggi, kecuali variabel *tolerance of ambiguity* yang dikategorikan tinggi. Hal tersebut nampaknya sejalan dengan materi kuliah yang didapatkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) yaitu terkait dengan keterampilan bisnis atau soft skill, sebagai pendukung tujuan pendidikan kewirausahaan. Mahasiswa sepertinya tidak cukup hanya berprestasi akademik, tetapi juga mampu unggul di bidang soft skill keterampilan bisnis dan kewirausahaan.

Hasil menggembirakan juga dapat dimaknai bahwa dari enam dimensi faktor psikologis yang diteliti, semuanya dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) dengan kategori tinggi sampai dengan sangat tinggi. Gambaran tersebut adalah modal dasar yang sangat strategis di dalam pelaksanaan proses pembelajaran di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)

sebagai acuan untuk mengembangkan minat mahasiswa berwirausaha.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Metode Enter)

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda seperti tertera pada tabel 1, dapat digambarkan model regresi yang dihasilkan seperti berikut.

$$Y = 0,527 X_1 + 0,048 X_2 - 0,027 X_3 + 0,185 X_4 + 0,043 X_5 + 0,226 X_6 \dots\dots\dots(ii)$$

Tabel 1
Hasil Regresi Linier Berganda

		<i>Coefficients^{a,b}</i>				
Model		<i>Unstd. Coef.</i>	<i>Std. Coef.</i>	t	Sig.	
		B	<i>Std. Error</i>			Beta
1	X1	0.527	0.070	0.537	7.508 0.000	
	X2	0.048	0.065	0.046	0.739 0.461	
	X3	-0.027	0.107	-0.025	-0.2500.803	
	X4	0.185	0.113	0.170	1.639 0.104	
	X5	0.043	0.077	0.042	0.567 0.572	
	X6	0.226	0.061	0.229	3.704 0.000	
R					0.998 ^c	
R Square ^b					0.996	
Adj. R Square					0.996	
S.E of the Est.					1.16731	
F Change					4590.506	
Sig. F Change					0.000	

a. Dependent Variable: Y

b. Linear Regression through the Origin

c. Predictors: X6, X2, X1, X5, X3, X4

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada model regresi dengan metode enter (model ii) terlihat bahwa secara keseluruhan, variabel minat berwirausaha mahasiswa (Y) dapat diprediksi oleh faktor-faktor psiko-logis, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi (X₁) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,527, kecenderungan mengambil risiko (X₂) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,048, kepercayaan diri (X₃) dengan koefisien arah (β) sebesar -0,027, toleransi terhadap ambiguitas (X₄) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,185, keinovasian (X₅) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,043, dan lokus kontrol internal (X₆) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,226.

Hasil tersebut juga menunjukkan, bahwa hanya dua dari enam variabel yang diteliti, dinyatakan signifikan pada probabilitas tingkat signifikansi 0,000 ($\alpha < 0,05$), yaitu pada variabel kebutuhan untuk berprestasi (X_1) dan lokus kontrol internal (X_6). Nilai adjusted R_{Square} (R^2) yang dihasilkan pada model tersebut adalah sebesar 0,996 dan signifikan pada probabilitas tingkat signifikansi 0,000 ($\alpha < 0,05$). Artinya, secara statistik dapat dijelaskan bahwa faktor-faktor psikologis tersebut mampu memprediksi minat berwirausaha mahasiswa sebesar 99,6 persen, dan sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diperhitungkan di dalam model.

Penelusuran lebih jauh bahwa secara parsial telah ditemukan hanya dua variabel sebagai prediktor, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi (X_1) dan lokus kontrol internal (X_6) yang berpengaruh dominan dan positif terhadap minat berwirausaha (Y). Sedangkan, satu faktor yaitu kepercayaan diri (X_3), justru berbanding terbalik dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha (Y). Tiga faktor lainnya, yaitu; kecenderungan mengambil risiko (X_2), toleransi terhadap ambiguitas (X_4), dan kekeinovasian (X_5) juga ditemukan berpengaruh positif, namun dinyatakan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

Uji normalitas data

Hasil pengujian normalitas data didasarkan pada pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, dan diputuskan berdasarkan hasil uji hipotesis sebagai berikut:

H_0 : $\alpha > 0,05$, maka distribusi data memenuhi asumsi normalitas

H_1 : $\alpha \leq 0,05$, maka distribusi data tidak memenuhi asumsi normalitas

Berdasarkan hasil uji yang tertera seperti pada tabel 2, dapat dilihat bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh adalah sebesar 0,200 atau lebih dari 0,05. Dengan demikian, H_0 dapat dinyatakan diterima atau dapat juga diartikan bahwa data penelitian sudah

berdistribusi secara normal, sehingga proses analisis data berikutnya dapat dilanjutkan.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas Data

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
<i>Unstandardized Residual</i>		
N		120
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.13567227
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0.048
	<i>Positive</i>	0.032
	<i>Negative</i>	-0.048
<i>Test Statistic</i>		0.048
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients^{a,b}</i>						
Model		<i>Unstd. Coef.</i>		<i>t</i>	<i>Sig.</i>	
		<i>B</i>	<i>Std. Err</i>			
1	X1	-0.031	0.042	-0.495	-0.743	0.459
	X2	-0.007	0.039	-0.102	-0.177	0.860
	X3	0.002	0.064	0.035	0.038	0.970
	X4	0.024	0.068	0.339	0.351	0.726
	X5	0.062	0.046	0.935	1.344	0.182
	X6	0.006	0.037	0.088	0.153	0.879

a. Dependent Variable: *Abs_Res*

b. Linear Regression through the Origin

Sumber: Data primer diolah, 2023

Uji Heteroskedastisitas

Keputusan atas gejala Heteroskedastisitas data penelitian didasarkan pada hasil Uji Glejser, dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

H_0 : $\alpha > 0,05$, maka tidak ada gejala heteroskedastisitas

H_1 : $\alpha \leq 0,05$ terdapat gejala heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas seperti nampak pada tabel 3, dapat dijelaskan bahwa semua variabel bebas mampu

menghasilkan probabilitas tingkat signifikansi lebih dari 0,05 ($\alpha > 0,05$), dengan demikian maka H_0 dapat diterima atau dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model yang telah dibentuk.

Uji multikolinearitas

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Metode *Stepwise*)

Pengujian multikolinearitas didasarkan pada nilai standar *error* dan koefisien (β) secara parsial yang dihasilkan pada model regresi. Rangkuman hasil seperti pada tabel 1 dapat dijelaskan bahwa nilai standar *error* semua variabel kurang dari satu ($\epsilon < 1$), yaitu berkisar mulai dari 0,113 sampai dengan 0,061, serta nilai koefisien β juga kurang dari satu ($\epsilon < 1$), yaitu berkisar mulai dari 0,527 sampai dengan -0,027. Maka dapat dinyatakan bahwa korelasi antar variabel berada pada nilai standar *error* yang rendah. Sehingga, disimpulkan gejala multikolinearitas antar variabel tidak terdeteksi.

Salah satu pembuktian penelitian adalah menemukan model terbaik faktor-faktor psikologis yang membentuk minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) Berdasarkan hasil analisis seperti tersaji pada tabel 1, terlihat bahwa penggunaan analisis regresi dengan metode enter nampaknya belum dapat menjelaskan dengan tepat faktor-faktor psikologis terbaik yang dapat dijadikan prediktor minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) Hal tersebut dapat dibuktikan, di mana kebanyakan prediktor atau variabel bebas yang dipergunakan sebagai pengukuran, ditemukan tidak signifikan terhadap variabel minat berwirausaha. Solusi berikutnya yang dapat dipilih untuk dilakukan agar dapat menemukan model terbaik pada hubungan variable-variabel tersebut adalah dengan menerapkan metode *stepwise* pada model regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi berganda dengan metode *stepwise* seperti terlihat pada Tabel 4 dan 5 dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga

model yang dapat dibentuk untuk memprediksi minat mahasiswa berwirausaha (Y). Metode *stepwise* dimulai dengan memasukkan satu per satu dari variabel bebas, dan ringkasan hasilnya terlihat pada tabel 4. Hasil analisis menemukan bahwa dari enam variabel psikologis, hanya tiga prediktor yang layak dimasukkan ke dalam model regresi terbaik, dan dari ke tiga model tersebut tidak terdeteksi gejala multikolinearitas. Variabel-variabel tersebut, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi (X_1), locus kontrol internal (X_6), dan toleransi terhadap ambiguitas (X_4). Berikut ini diuraikan masing-masing model seperti pada tabel 4.

Tabel 4
Rangkuman Hasil Uji Hipotesis

		<i>Coefficients^{a,b}</i>			t	Sig.
Model		Unstd. Coef.	Std. Coef	B		
		B	Std. Error		Beta	
1	X1	0.978	0.007	0.997	141.382	0.000
2	X1	0.668	0.051	0.681	13.170	0.000
	X6	0.314	0.051	0.318	6.144	0.000
3	X1	0.547	0.063	0.558	8.667	0.000
	X6	0.246	0.054	0.249	4.528	0.000
	X4	0.211	0.069	0.193	3.047	0.003

a. Dependent Variable: Y

b. Linear Regression through the Origin

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada model ke-1 terbentuk persamaan regresi $Y = 0,997 X_1$, dan signifikan pada probabilitas tingkat signifikansi 0,00 ($\alpha < 0,05$) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,997. Nilai determinasi (*Adjusted R²*) yang mampu dihasilkan (Tabel 5) sebesar 0,994. Artinya bahwa 99,4 persen minat mahasiswa berwirausaha disebabkan oleh kebutuhan untuk berprestasi dan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tidak masuk ke dalam model. Dapat dimaknai secara statistik bahwa secara mandiri kebutuhan untuk berprestasi sangat kuat pengaruhnya untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)

Tabel 5
Hasil Uji Kelayakan Model

<i>Model Summary^{ef}</i>						
Model	R	R Sq. ^b	Adj. R Sq.	Std. Err. of Est.	<i>Change Statistics</i>	
					R Sq Ch.	Sig. F Ch.
1	0.997 ^a	0.994	0.994	1.36901	0.994	0.000
2	0.998 ^c	0.996	0.995	1.19664	0.001	0.000
3	0.998 ^d	0.996	0.996	1.15673	0.000	0.003

a. Predictors: X1

b. For regression through the origin (the no-intercept model), R Square measures the proportion of the variability in the dependent variable about the origin explained by regression.

c. Predictors: X1, X6

d. Predictors: X1, X6, X4

e. Dependent Variable: Y

f. Linear Regression through the Origin

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada model ke-2 terbentuk persamaan regresi $Y = 0,668 X_1 + 0,314 X_2$, dan signifikan pada probabilitas tingkat signifikansi 0,00 ($\alpha < 0,05$) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,668 dan 0,314. Nilai determinasi (*Adjusted R²*) yang mampu dihasilkan (Tabel 5) sebesar 0,995. Artinya bahwa 99,5 persen minat mahasiswa berwirausaha disebabkan kebutuhan untuk berprestasi dan lokus kontrol internal, sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Jadi, nilai determinasi yang mampu dihasilkan pada model ke-2 lebih besar jika dibandingkan dengan model ke-1. Dapat dimaknai secara statistik bahwa kombinasi dari kebutuhan untuk berprestasi dan lokus kontrol internal, sangat kuat pengaruhnya untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud)

Pada model ke-3 terbentuk persamaan regresi $Y = 0,668 X_1 + 0,314 X_6 + 0,211 X_4$, dan signifikan pada probabilitas tingkat signifikansi 0,00 ($\alpha < 0,05$) dengan koefisien arah (β) sebesar 0,668, 0,314 dan 0,211. Nilai determinasi (*Adjusted R²*) yang mampu dihasilkan (Tabel 5) menjadi sebesar 0,996. Artinya bahwa 99,6 persen minat mahasiswa berwirausaha disebabkan kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas, dan sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan

ke dalam model. Jadi, nilai determinasi yang mampu dihasilkan pada model ke-3 lebih besar jika dibandingkan dengan model ke-2. Dapat dimaknai secara statistik bahwa kombinasi dari kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas, sangat kuat pengaruhnya untuk menumbuhkan minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud).

Pembahasan

Pada hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan metode *stepwise* terdeteksi hanya tiga variabel dari faktor psikologis terbaik dari enam variabel yang dianalisis, dinyatakan layak dimasukkan ke dalam model untuk memprediksi minat berwirausaha mahasiswa. Variabel-variabel tersebut, terdiri dari; kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas. Pengaruh masing-masing variabel tersebut terhadap minat berwirausaha, seperti dijelaskan berikut ini.

Pengaruh parsial faktor psikologis terhadap minat berwirausaha

Faktor psikologis dalam hal kebutuhan untuk berprestasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud). Artinya,

semakin tinggi dorongan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) untuk mencapai prestasi yang diharapkan, maka minatnya untuk membangun usaha baru sebagai pilihan karir juga semakin tinggi, hal ini sejalan dengan pernyataan McClelland (1971: 259). Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) dengan sifat-sifat; semangat untuk maju yang semakin tinggi, selalu memiliki orientasi pada hasil yang dicapai, memiliki tujuan hidup ambisius, jelas dan terukur, serta selalu siap menerima masukan atau umpan balik yang datang, akan memiliki minat yang tinggi untuk membangun usaha. Hasil tersebut dapat dinilai sangat wajar, di mana prestasi seseorang cenderung berbanding lurus dengan manfaat yang diinginkan. Hal tersebut dapat diperkuat dengan kondisi bahwa mahasiswa tergolong berada pada usia produktif, terlebih lagi sudah mendapatkan pemahaman melalui kuliah kewirausahaan dan didukung juga keberadaannya bahwa berasal dari keluarga pengusaha.

Potensi diri seperti dijelaskan menjadi sangat penting, karena memberikan peluang yang cukup besar kepada mahasiswa untuk mengejar prestasi individual di dalam pengembangan karir sebagai pewirausaha. Faktor lingkungan yang berasal dari keluarga pengusaha, juga dapat berkontribusi cukup besar. Dimana pihak orang tua dapat menjadi *role model* yang baik untuk membentuk prestasi individu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud), demikian halnya dengan *soft skill* terkait dengan konsep-konsep kewirausahaan yang telah diperoleh pada perkuliahan.

Berdasarkan hasil analisis deskripsi variabel, bahwa minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) untuk berwirausaha dipersepsikan sangat tinggi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) sangat merasakan bahwa untuk kepentingan masa mendatang tidak cukup hanya mengejar prestasi di bidang akademik

saja, tetapi juga harus mampu memiliki keunggulan dalam hal *soft skill* di bidang bisnis dan kewirausahaan. Hasil kajian dalam penelitian mendukung temuan Sugiantari dan Suasana (2016), Wibowo dan Suasana (2017), Akhtar *et al.*, (2020), Utari dan Sukidjo (2020) yang menyatakan bahwa kebutuhan berprestasi berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Faktor psikologis dalam hal lokus kontrol internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud). Artinya semakin tinggi kemampuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) untuk dapat mengendalikan rasa percaya dirinya dari pengaruh luar, maka minat untuk membangun usaha sebagai karir akan semakin tinggi. Keyakinan pada diri sendiri, teguh pada pendirian, dan keputusan yang diambil tidak terlalu bergantung pada orang lain, merupakan bagian yang sangat penting bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) sebagai dasar untuk memilih karir berwirausaha. Hal tersebut menunjukkan sikap kedewasaan pada seseorang. Setiap orang pasti sepakat bahwa kedewasaan tidak sepenuhnya dapat ditentukan oleh tingkat umur yang bersangkutan.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) sekalipun masih tergolong berada pada usia yang relatif muda, nampaknya sudah menunjukkan indikasi sifat kedewasaan dalam berfikir atau berperilaku. Sikap yang telah dimiliki diduga banyak dipengaruhi oleh faktor pendidikan formal di kampus dan pendidikan keluarga yang telah didapatkan, yang mana dominan berasal dari keluarga pengusaha. Hasil penelitian mendukung temuan Sharaf *et al.*, (2018), Syam *et al.*, (2018), Aulia dan Evanita (2019), Tyler *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa lokus kontrol adalah keyakinan atas kemampuannya untuk mengendalikan hidup dan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha

Toleransi terhadap ambiguitas adalah faktor ke tiga di dalam model yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Artinya, semakin tinggi sifat toleransi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) terhadap perbedaan pandangan yang ada di lingkungannya, maka semakin kuat minatnya untuk berwirausaha. Mahasiswa menganggap kegagalan sebagai pengalaman terbaik, percaya bahwa akan ada solusi istimewa dalam suatu situasi, dan berusaha mencari sebanyak mungkin informasi sebelum membuat keputusan merupakan cirikhas yang harus dimiliki sebagai pembeda. Sifat seperti disebutkan memang gampang dipelajari, namun sulit jika dipraktikkan, apabila dikaitkan dengan usia mahasiswa yang relatif muda dan masih terkait dengan keputusan orang tua. Sifat tersebut kemungkinan karena kontribusi pendidikan kewirausahaan yang diperoleh dan *role model* orang tua sebagai pengusaha. Hasil penelitian mendukung temuan Wibowo dan Suasana (2017); Kurjono *et al.*, (2021); Yu *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa toleransi ambiguitas menggambarkan cara seseorang memandang, menafsirkan dan bereaksi terhadap situasi ambigu yang dapat menentukan minat berwirausaha.

Pengaruh Simultan Faktor Psikologis terhadap Minat Berwirausaha

Pengaruh simultan (Tabel 5) faktor-faktor psikologis terhadap entrepreneur intention ditentukan oleh tiga variabel, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga model regresi yang dihasilkan dan semuanya memiliki nilai R_{square} (R^2) yang signifikan. Artinya, semakin tinggi kebutuhan untuk berprestasi, kemampuan pada lokus kontrol internal dan sifat toleransi terhadap ambiguitas, maka minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) untuk berwirausaha juga akan semakin kuat/besar. Dalam artian bahwa, untuk menggugah minat mahasiswa

dalam menggeluti kegiatan berwirausaha perlu memperhatikan dan memelihara dengan baik tiga karakteristik kewirausahaan tersebut. Mahasiswa seperti yang ditemukan dalam penelitian cenderung memiliki tujuan yang jelas dan sangat bersemangat untuk mencapainya serta selalu terbuka terhadap kritik orang lain. Mahasiswa juga memiliki keyakinan yang tinggi untuk mencapai tujuannya dan selalu berusaha mencari jalan keluar sendiri jika menemui masalah, karena semua itu akibat dari apa yang telah direncanakan dan bukan karena faktor keberuntungan atau nasib. Dukungan sifat toleransi yang baik dan kemauan untuk mencari informasi sebanyak mungkin, sangat membantu untuk mendapatkan solusi terbaik dalam pengambilan keputuannya didasarkan atas pembelajaran yang didapat dari kegagalan. Temuan penelitian mendukung sebagian pernyataan Churchill dan Bygrave (1989), Wibowo dan Suasana (2017), Demirci (2020) yang menyatakan bahwa faktor-faktor psikologis sangat penting dan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Farradina *et al.*, (2021) juga mengungkapkan bahwa entrepreneur adalah orang yang memiliki karakteristik kuat dalam hal komitmen untuk bekerja, keinginan untuk kontrol total, dan menikmati ketidakpastian dan tantangan.

Model terbaik pengaruh faktor psikologis terhadap minat berwirausaha

Berdasarkan tiga model yang dihasilkan (Tabel 5) terlihat bahwa model ke-3 dapat dinyatakan sebagai model terbaik yang dapat dipergunakan untuk memprediksi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) dalam berwirausaha. Model ke-3 yang dibentuk dari tiga variabel bebas, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas, mampu menghasilkan nilai R_{square} (R^2) tertinggi dan signifikan pada probabilitas tingkat signifikansi kurang dari syarat yang ditentukan oleh model. Mahasiswa yang ingin berprestasi di masa depan, dapat dipastikan memi-

liki tujuan hidup dan pencapaian tujuan tersebut harus selalu terkontrol serta disesuaikan dengan perkembangan lingkungannya. Jadi, kombinasi dari tiga variabel, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas dapat memberikan kontrobusi tertinggi untuk menumbuhkan minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) dalam menentukan pilihannya berwirausaha. Secara matematis, model terbaik atas faktor-faktor psikologis yang dapat memengaruhi minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) untuk berwirausaha, dapat disusun sebagai berikut.

$$Y = 0,547 X_1 + 0,046 X_6 + 0,211 X_4 \dots \dots \dots (iii)$$

SIMPULAN DAN SARAN

Faktor psikologis yang terdiri dari enam variabel yaitu kebutuhan untuk berprestasi, kepercayaan diri, keinovasian, lokus kontrol internal, kecenderungan mengambil risiko, *tolerance of ambiguity*, secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud). Artinya, semakin baik kombinasi antara keinginan untuk berprestasi, kepercayaan terhadap diri, kekuatan melakukan inovasi, pengendalian diri secara internal, kemampuan untuk menanggung segala risiko dan toleransi terhadap ketidakpastian, maka semakin tinggi juga minat mahasiswa untuk berwirausaha. Secara parsial terlihat hanya dua prediktor, yaitu; kebutuhan untuk berprestasi dan lokus kontrol internal yang berpengaruh positif signifikan, faktor kepercayaan diri berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha, sedangkan tiga faktor lain, yaitu; kecenderungan mengambil risiko, toleransi terhadap ambiguitas, dan keinovasian berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berwirausaha.

Faktor psikologis yang dapat dijadikan kombinasi terbaik di dalam model, sebagai prediktor minat berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Udayana (FEB Unud) adalah kebutuhan untuk berprestasi, lokus kontrol internal dan toleransi terhadap ambiguitas. Ketiga variabel tersebut memberikan dampak paling kuat terhadap minat mahasiswa untuk berwirausaha. Implikasinya adalah, pembekalan pendidikan di perguruan tinggi khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud), pada masa mendatang, seharusnya lebih fokus pada penguatan kombinasi ketiga hal tersebut. Upaya yang dapat dilakukan dalam penguatan terhadap faktor-faktor psikologis tersebut dapat diatasi dengan menambahkan pendekatan pelatihan keterampilan terkait dengan motivasi kewirausahaan dan melibatkan *role model* dari wirausaha sukses. Hal tersebut dapat dioperasionalkan melalui program praktisi mengajar yang dicanangkan oleh pemerintah sejak Tahun 2022. Peneliti berikutnya, dipandang perlu untuk mengkaji ulang faktor-faktor psikologis yang tidak signifikan agar lebih meyakinkan hasil analisis penelitian, dan juga mengidentifikasi faktor lain yang berpotensi berpengaruh kuat terhadap minat berwirausaha, seperti halnya kreativitas dan komunikasi.

Keterbatasan penelitian adalah penelitian didasarkan pada sampel data *cross sectional*, sehingga asumsi yang mendasari pemahaman responden khususnya yang sedang dan telah menempuh mata kuliah kewirausahaan terhadap konsep-konsep kewirausahaan masih relatif lemah. Peneliti berikutnya perlu membuktikan perbedaan perilaku antara responden yang sedang dan telah menempuh mata kuliah kewirausahaan tersebut. Data penelitian hanya mengambil sampel pada satu fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (FEB Unud) dengan ukuran yang terbatas, sehingga kesimpulan belum dapat digeneralisir bagi seluruh mahasiswa di Universitas Udayana. Peneliti berikut disarankan dapat meneliti dengan sampel yang lebih luas atau dikembangkan pada fakultas atau kelompok lain untuk memperkuat temuan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M. A., M. S. Khattak dan M. Anwar. 2020. Personality Traits and Entrepreneurial Intention the Mediating Role of Risk Aversion. *Journal of Public Affairs* 22(1): 1-15. <https://doi.org/10.1002/pa.2275>.
- Ajiwibawani, M. P., Harti dan W. P. Sobroto. 2017. The Effect of Achievement Motivation, Adversity Quotient, and Entrepreneurship Experience on Students Entrepreneurship Attitude. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 7(9): 441-450. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i9/3339>.
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2): 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T).
- Akhtar, S., T. Hongyuan, S. Iqbal, dan F. Y. N. Ankomah. 2020. Impact of Need for Achievement on Entrepreneurial Intentions; Mediating Role of Self-Efficacy. *Journal of Asian Business Strategy* 10(1): 114-121. <https://doi.org/10.18488/journal.1006.2020.101.114.121>.
- Amiri, N. S. dan M. R. Marimaei. 2012. Concept of Entrepreneurship and Entrepreneurs Traits and Characteristics. *Scholarly Journal of Business Administration* 2(7): 150-155.
- Antoncic, J. A., B. Antoncic, M. Gantar, D. Robert, R. D. Hisrich, L. J. Marks, A. A. Bachkirov, Z. Li, P. Polzin, J. L. Borges, A. Coelho, dan M. L. Kakkonen. 2018. Risk Taking Propensity and Entrepreneurship, the Role of Power Distance. *Journal of Enterprising Culture* 26(1): 1-26. <https://doi.org/10.1142/S0218495818500012>.
- Aulia, M. dan S. Evanita. 2019. The Influence of Locus of Control, Need for Achievement and Campus Environment on Students' Entrepreneurship Interest of Universitas Negeri Padang. *Advances in Economics, Business and Management Research* 124: 599-607.
- Bagheri, A. dan Z. A. L. Pihie. 2014. Factors Influencing Students' Entrepreneurial Intentions: The Critical Roles of Personal Attraction and Perceived Control over Behavior. *The International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT)*, Special Issue: ICIE 2014: 16-28.
- Barnard, B. dan D. Herbst. 2019. Entrepreneurship, Innovation and Creativity: the Creative Process of Entrepreneurs and Innovators. *Expert Journal of Business and Management* 7(1): 107-146. <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3195912>.
- Boldureanu, G., A. M. Ionescu, A. M. Bercu, M. B. V. Grigorut, dan D. Boldureanu. 2020. Entrepreneurship Education through Successful Entrepreneurial Models in Higher Education Institutions. *Sustainability* 12(3): 1-33. <https://doi.org/10.3390/su12031267>.
- Brooke, J., M. R. Rasdi, dan A. B. Samah. 2017. Modelling knowledge sharing behaviour using self-efficacy as a mediator. *European Journal of Training and Development* 41(2): 144-159. <https://doi.org/10.1108/EJTD-04-2016-0021>.
- Budiningsih, I., T. D. Soehari, dan A. Tarmizi. 2021. Early Strengthening of Dominant Entrepreneurial Characters to Reach the Second Career Opportunity of Being Entrepreneurs. *International Journal of Asian Social Science* 11(5): 250-258. <https://doi.org/10.18488/journal.1.2021.115.250.258>.
- Burns, P. 2016. *Entrepreneurship and Small Business, Start-up, Growth and Maturity*. Fourth edition. Palgrave Macmillan. New York.
- Chen, J. T. H. dan F. Lovibond. 2016. Intolerance of Uncertainty is Associated with Increased Threat Appraisal and Negative Affect Under Ambiguity but Not Uncertainty but Not Uncertainty. *Behavior Therapy* 47(1): 42-53. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2015.09.004>.
- Churchill, N. dan W. D. Bygrave. 1989. The Entrepreneurship Paradigm: a Philosophical Look at its Research Methodo-

- logies. *Entrepreneurship Theory and Practice* 14(1): 7-26. <https://doi.org/10.1177/104225878901400102>.
- Costa, F. J., A. A. C. Soares, dan D. G. Bonfim. 2009. Factors of Influence on the Entrepreneurial Interest: an Analysis with Students of Information Technology Related Courses. *Journal of Information Systems and Technology Management* 6(2): 227-246. <https://doi.org/10.4301/S1807-17752009000200005>.
- Darmayanti, P. A. D. dan I. G. A. K. G. Suasana. 2018. Membangun Intensi Berwirausaha Melalui Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Dan Kebutuhan Berprestasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Warmadewa. *E-Jurnal Manajemen Unud* 7(2): 933-963. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i02.p14>.
- Demirci, A. E. 2020. Predictors of Entrepreneurial Orientation: Comparative: Assessment of the Effects of Personality and Environment. *Business and Economic Research* 10(2): 86-103. <https://doi.org/10.5296/ber.v10i2.16616>.
- Draper, N. R. dan H. Smith. 1998. *Applied Regression Analysis* (Third ed.). Wiley. New York.
- Druker, P. F. 1998. *On the Profession of Management*. Harvard Business Review Press. Massachusetts.
- Drucker, P. 1985. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Harper Business. New York.
- Farradina, S., I. Herawati, dan A. H. Mulyani. 2021. Psychological Characteristics of Entrepreneurship Potential Among Vocational High School Students. *Journal of Technology and Vocational Education* 27(1): 66-73. <http://dx.doi.org/10.21831/jptk.v27i1.32859>.
- Fernandes, C., J. J. Ferreira, M. Raposo, J. Sanchez, dan B. H. Sanchez. 2018. Determinants of Entrepreneurial Intentions: an International Cross-Border Study. *International Journal of Innovation Science* 10(2): 129-142. <https://doi.org/10.1108/IJIS-02-2017-0017>.
- Hoffmann, A., D. Plotkina, P. Roger, dan C. D'Hondt. 2022. Superstitious Beliefs, Locus of Control, and Feeling at Risk in the Face of Covid-19. *Personality and Individual Differences* 196: 111718. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2022.111718>.
- Karabulut, T. 2016. Personality Traits on Entrepreneurial Intention–Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 229: 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>.
- Kardila dan Puspitowati, I. 2022. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Pola Pikir Kewirausahaan, Kreativitas terhadap Intensi Berwirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan* 04(04): 1026-1034. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20566>.
- Kazmi, S. Z. A., S. Khan, dan A. Nabradi. 2017. What Differentiates the Entrepreneurs from Non-Entrepreneurs on Nature and Nurture? *Applied Studies in Agribusiness and Commerce (APSTRACT)* 11(3-4): 45-52. <https://doi.org/10.19041/APSTRACT/2017/3-4/7>.
- Kerr, S. P., W. R. Kerr, dan T. Xu. 2017. Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship* 14(3): 279-356. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000080>.
- Khalid, H., J. S. K. Singh, dan S. Krishnan. 2022. Effects of Self-Efficacy, Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Attitudes on Social Entrepreneurship Intention Among Graduates. *International Journal of Accounting, Finance and Business (IJAFB)* 7(43): 437-453. <http://www.ijafb.com/PDF/IJAFB-2022-43-09-35.pdf>.
- Kurjono, K., F. Samlawi, B. Muntashofi, dan N. Saprudin. 2021. The Effect of Locus of Control and Tolerance of Ambiguity on Entrepreneurial Intention. *Advances in Economics, Business and Management Research* 657: 7-12. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.003>.

- Lee, S., M. J. Kang, dan B. K. Kim. 2022. Factors Influencing Entrepreneurial Intention Focusing on Individuals' Knowledge Exploration and Exploitation Activities. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 8(3): 165. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030165>
- Mahanani, E. dan B. Sari. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia YAI. *IKRAITH-HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora* 2(2): 31-40.
- Maier, D. 2018. Product and Process Innovation: A New Perspective on the Organizational Development. *International Journal of Advance Research and Innovative Ideas in Education* 3(6): 132-138.
- McClelland, D. C. 1971. *The Achieving Society*. Irvington Publishers, Inc. New York.
- Munir, H., C. Jianfeng, dan S. Ramzan. 2019. Personality Traits and Theory of Planned Behavior Comparison of Entrepreneurial Intentions between an Emerging Economy and a Developing Country. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research* 25(3): 554-580. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-05-2018-0336>.
- Nguyen, X. H., N. U. Do, D. K. Nguyen, T. H. T. Le, dan T. V. Tran. 2022. The Effects of Psychological Capital and Entrepreneurship Education on The Sustainable Entrepreneurship Intention of University Students in Hanoi. *International Journal of Research and Review* 9(5): 224-235. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20220529>.
- Osakede, U. A., A. O. Lawanson, dan D. A. Sobowale. 2017. Entrepreneurial Interest and Academic Performance in Nigeria: Evidence from Undergraduate Students in the University of Ibadan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 6(19): 1-15. <https://doi.org/10.1186/s13731-017-0079-7>.
- Othman, N. H., N. Othman, dan N. H. Juhdi. 2020. Entrepreneurship Education and Business Opportunity Exploitation: Positive Emotion as Mediator. *Cakrawala Pendidikan* 39(2): 370-381. <http://dx.doi.org/10.21831/cp.v39i2.30102>.
- Patricia dan C. Silangen. 2016. The Effect of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention in Indonesia. *DeReMa (Development Research of Management) Jurnal Manajemen* 11(1): 67-86. <http://dx.doi.org/10.19166/derema.v11i1.184>.
- Peters, D., R. A. Calvo, dan R. M. Ryan. 2018. Designing for Motivation, Engagement and Wellbeing in Digital Experience. *Frontiers in Psychology* 9(797): 1-15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00797>.
- Rai, R. S., A. Prasad, dan B. K. Murthy. 2017. A Review on Intention Models for Predicting Entrepreneurial Behavior. *Journal of Entrepreneurship Education* 20(2): 1-9.
- Ratnamiasih, I. dan D. R. Rohmah. 2023. Entrepreneurship Knowledge and Locus of Control in Increasing Interest in Entrepreneurship. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* 16(1): 59-64. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v16i1.7012>.
- Rulinawaty, S. W. Sjachro, R. S. Rachman, dan E. Aldonna. 2022. Locus of Control Analysis in the Selection of Advanced Studies for Junior High School Students. *Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan* 14(2): 1251-1256. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i2.2045>.
- Sahabuddin, R. 2017. Effect of Entrepreneurship Commitment to Self-Efficacy through Intention of Entrepreneurship and Competence. *International Journal of Business and Management Science* 8(1): 67-81.
- Sandiasa, G. 2009. *Kewirausahaan: Buku Ajar*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Panji Sakti. <https://adoc.pub/kewirausahaan-buku-ajar-oleh-gede-sandiasa-ssos-msi-disusun.html>.
- Saputra, A. D., A. Rahmatia, dan Muslimah. 2021. How Personal Factors Grow Students' Interest in Entrepreneurship. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*

- 14(1): 61-76. <http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v14i1.8336>.
- Shahab, Y., Y. Chengang, A. D. Arbizu, dan M. J. Haider. 2018. Entrepreneurial Self-Efficacy and Intention: Do Entrepreneurial Creativity and Education Matter? *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research* 25(2): 259-280. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2017-0522>.
- Sharaf, A., A. El-Gharbawy, dan M. Ragheb. 2018. Factors that Influence Entrepreneurial Intention within University Students in Egypt. *Open Access Library Journal* 5(10): 1-14. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104881>.
- Sugiantari, N. W. A. dan I. G. A. K. G. Suasana. 2016. Kajian Empiris Penentu Niat Berwirausaha pada Mahasiswa. *E-Journal Manajemen Unud* 5(6): 3364-3391.
- Suryawirawan, O. A., Suhermin, W. S. Shabrie, dan D. U. Wahyuni. 2022. Student Entrepreneurship Intention amidst the Covid-19 Pandemic: An Extended Systemic Entrepreneurship Intention Model Approach. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 10(1): 88-100.
- Sutanto, E. D., E. Lau, dan A. Ezra. 2021. Entrepreneurial Mindset, Orientation, and Performance of University Students in Indonesia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* 24(1): 78-94. <http://dx.doi.org/10.14414/jebav.v24i1.2541>.
- Syam, A., H. Akib, M. Yunus dan S. Hasbiah. 2018. Determinants of Entrepreneurship Motivation for Students at Educational Institution and Education Personnel in Indonesia. *Journal of Entrepreneurship Education* 21(2): 1-12.
- Sze, C. C., Y. J. Ai, Y. S. Fern, dan Y. Jomay. 2021. Entrepreneurial Intention Among the University Students: Personality Traits that Matter. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Creative Economy (IJEBC)* 1(1): 1-12. <https://doi.org/10.31098/ijece.v1i1.425>.
- Teece, D. J. 2018. Business Models and Dynamic Capabilities. *Long Range Planning* 51(1): 40-49. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007>.
- Tentama, F. dan F. Abdussalam. 2020. EduLearn Guideline-internal Locus of Control and Entrepreneurial Intention: a Study on Vocational High School Students. *Journal of Education and Learning (EduLearn)* 14(1): 97-102. <https://doi.org/10.11591/edulearn.v14i1.13999>.
- Trott, P. 2017. *Innovation Management and New Product Development*. Sixth Edition, Pearson Education Limited. United Kingdom.
- Tyler, N., R. Heffernan, dan C. A. Fortune. 2020. Reorienting Locus of Control in Individuals Who Have Offended Through Strengths-Based Interventions: Personal Agency and the Good Lives Model. *Frontiers in Psychology* 11: 553240. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.553240>.
- United Nations (UN). 2022. *Entrepreneurship & Innovation in the New Health Economy. United Nations Conference on Trade and Development. Series No. 2*, New York, United States of America.
- Utari, F. D. dan Sukidjo. 2020. The Roles of Need for Achievement and Family Environment in Stimulating Entrepreneurial Interest through Self-Efficacy. *Jurnal Economia* 16(2): 143-160. <http://dx.doi.org/10.21831/economia.v16i2.28725>.
- Verite Research (VR).org. 2020. Improving Youth Employment & Entrepreneurship in Sri Lanka. Insights and Strategies. https://www.veriteresearch.org/wp-content/uploads/2020/10/VeriteResearch_YouLead_Improving-Youth-Employment-Entrepreneurship-in-Sri-Lanka-Insights-and-Strategies.pdf.
- Wathanakom, N., J. Khlaisang, dan N. Songkram. 2020. The Study of the Causal Relationship between Innovativeness and Entrepreneurial Intention among Undergraduate Students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 9(15): 1-13. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00125-5>.

- Wibowo, A. C. W. dan I. G. A. K. G. Suasana. 2017. Pengaruh Efikasi Diri, Pengambilan Risiko, dan Keinovasian Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa FEB. Universitas Udayana. *E-Journal Manajemen* 6(10): 5693-5719.
- Widyawati, N. P. C. dan N. W. Mujiati. 2021. Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Kewirausahaan dengan Efikasi Diri Kewirausahaan sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen* 10(11): 1116-1140. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i11.p04>.
- Yatribi, T. 2016. Application of Krueger's Model in Explaining Entrepreneurial Intentions among Employees in Morocco. *International Journal of Human Resource Studies* 6(2): 38-51. <http://dx.doi.org/10.5296/ijhrs.v6i2.9259>.
- Yi, H. T., C. N. Han, dan Y. B. Cha. 2018. The Effect of Entrepreneurship on SMEs on Corporate Capabilities, Dynamic Capability and Technical Performances in South Korea. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* 5(4): 135-147. <http://doi.org/10.13106/jafeb.2018>.
- Yu, M., H. Wang, dan G. Xia. 2022. The Review on the Role of Ambiguity of Tolerance and Resilience on Students' Engagement. *Frontier in Psychology* 12: 828894. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.828894>.
- Zewudu, W. dan M. Alamnie. 2017. Determinants of Entrepreneurial Intention of Graduating Students at Bahirdar University: an Application of Theory of Planned Behavior. *Oman Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 7(1): 31-35.
- Zulkifli dan Meifiani, N. 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Islam Riau. *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance* 4(1): 291-303.