



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Manajemen

Kata manajemen berasal dari Bahasa Inggris yaitu “*manage*” yang memiliki arti mengatur, merencanakan, mengelola, mengusahakan dan memimpin. Secara etimologi, kata manajemen berasal dari Bahasa Prancis kuno yaitu “*management*” yang memiliki arti seni dalam mengatur dan melaksanakan. Dalam praktiknya, manajemen memiliki “subjek” sebagai orang yang mengatur dan “objek” sebagai yang diatur. Lebih spesifik, pengertian manajemen yaitu ilmu seni perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan pada usaha anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. (Pangesthi, 2020).

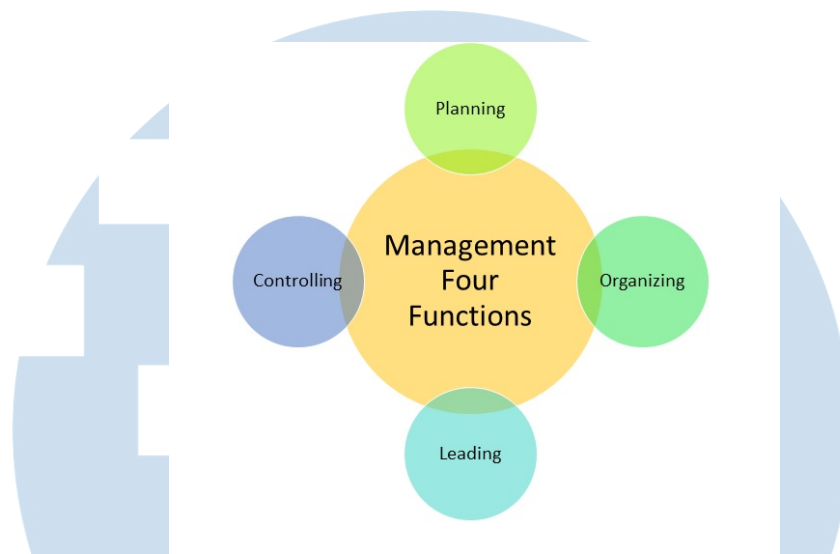
Menurut Henry Fayol dalam (Saputro, 2021), sebagai pencetus teori manajemen yang berasal dari Perancis, arti kata manajemen yaitu sebuah proses perencanaan, pengorganisasian dan pengawasan terhadap sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien.

Menurut Hilman, “Manajemen adalah sebuah fungsi untuk mencapai suatu tujuan melalui perantara dan melakukan pengawasan sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat dicapai secara bersama” (Ekonomi, 2020).

Dalam buku *principle of manajemen* (Sukarna, 2011), George R. Terry sebagai Bapak Ilmu Manajemen, menyatakan “manajemen adalah sebuah proses yang terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakkan dan pengawasan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia” (Insight Talenta, 2019).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 2.2 Fungsi Manajemen



**Gambar 2.1 Empat Fungsi Manajemen**

Sumber: Zea Blog, 2020

Berdasarkan gambar 2.1, manajemen memiliki empat fungsi secara umum, yaitu:

### 2.2.1 Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan, menetapkan strategi, dan mengembangkan rencana untuk mengkoordinasikan kegiatan agar dapat mencapai tujuan.

### 2.2.2 Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah proses menentukan dan memberikan tugas kepada sumber daya manusia yang ada, dengan menempatkan posisi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki.

### 2.2.3 Memimpin (*Leading*)

Memimpin adalah proses untuk memotivasi, memimpin dan mempengaruhi karyawan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

### 2.2.4 Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian adalah proses untuk mengawasi, memantau, membandingkan dan mengevaluasi hasil kinerja karyawan melalui perbandingan dengan tujuan perusahaan (Robbins & Coulter, 2012).

### 2.3 Entrepreneurship

Istilah *entrepreneurship* berasal dari kata Bahasa Perancis, yaitu *entreprende* yang memiliki arti melakukan, memulai atau berusaha untuk melakukan tindakan yang mengorganisir dan mengatur (Terang Bangsa, 2019). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, *entrepreneurship* dalam Bahasa Indonesia yaitu wirausaha yang berasal dari dua kata yaitu 'wira' dan 'usaha'. 'Wira' memiliki arti pejuang, berani, berwatak agung dan budi luhur sedangkan 'usaha' memiliki arti bekerja, berbuat amal dan berbuat sesuatu (Gischa, 2021). Dalam buku Manajemen Kewirausahaan (Dewi, Yaspita, & Yulianda, 2020), menyatakan kewirausahaan adalah sikap atau kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru dan memiliki nilai serta manfaat untuk diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scharborough, wirausaha adalah suatu usaha untuk menciptakan bisnis baru dengan menghadapi resiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan pertumbuhan dengan memanfaatkan peluang dan mengkombinasikan dengan sumber-sumber yang tersedia (Suryana, 2003).

Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, kewirausahaan adalah suatu usaha kreatif yang dilakukan berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru sehingga dapat memberikan nilai tambah, manfaat dan menciptakan lapangan kerja yang berguna bagi orang lain. Lebih lanjut, teori Peter Drucker menyatakan kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain (Zakky, 2019).

Menurut Kasmir, wirausahawan adalah seseorang yang berjiwa pemberani yang berani mengambil resiko untuk membuka sebuah usaha di berbagai kesempatan yang ada (Ardyanto, 2020).

Menurut Carol Noore yang dikutip oleh Bygrave (1996:3), proses kewirausahaan diawali dengan adanya inovasi atau penemuan (Bina Nusantara, 2019). Inovasi muncul karena pengaruh dari beberapa faktor, baik dalam diri seseorang maupun diluar diri seseorang, seperti pendidikan, pelatihan, organisasi, kebudayaan, lingkungan, dan faktor sosiologi. Faktor-faktor tersebut akan

membentuk suatu kreativitas, implementasi, dan inovasi yang akan berkembang menjadi wirausahawan yang handal (Belajar Giat , 2020).

## **2.4 The Big Five Personality**

### **2.4.1 Definisi The Big Five Personality**

*Big five personality model* dikemukakan oleh Costa dan McCrae (1992) dalam (Klang, 2012). *Big five personality* adalah teori sifat dan faktor dari kepribadian yang didasari oleh analisis faktor. Model lima faktor dibangun berdasarkan pendekatan yang lebih sederhana dengan mencoba menemukan inti dasar kepribadian dengan menganalisis kata-kata yang digunakan oleh orang-orang untuk menggambarkan kepribadian orang lain (Nasyroh & Wikansari, 2017).

McCrae dan Costa (1996) merancang kerangka kerja untuk menentukan ciri-ciri kepribadian dengan kecenderungan dasar dan proses dinamis yang mempengaruhi faktor-faktor lain. Mereka menganggap *conscientiousness*, *extraversion*, *neuroticism*, *agreeableness* dan *openness* sebagai konsep sifat kepribadian atau disebut sebagai “*the big five*” (Rezaei, Farahani, & Sejzehei, 2019).

Francis Galton adalah cendekiawan pertama yang meluncurkan penyelidikan tentang ciri-ciri kepribadian pada tahun 1884. Menurutnya, kepribadian dibagi menjadi lima komponen yang disebut sebagai “*big five*”. Kelima komponen itu adalah *openness to experience*, *conscientiousness*, *extroversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism*. (Fiske, ShROUT, & Fiske, 1995).

Penamaan untuk *big five* sendiri bukan atas kepribadian seseorang yang hanya ada lima melainkan penamaan ini didasari dengan pengelompokan ciri dalam lima komponen besar sehingga disebut sebagai dimensi kepribadian (Ramdhani, 2012).

### **2.4.2 Indikator The Big Five Personality**

#### **Berhati-hati (Conscientiousness)**

Menurut Ali (2017), *Conscientiousness* adalah sejauh mana individu melakukan perencanaan, memiliki ketekunan dan berorientasi pada pencapaian.

Sifat individu yang berhati-hati memiliki karakteristik seperti bertanggung jawab, penuh pertimbangan, bekerja keras, terencana dan terorganisir dengan baik. Sifat berhati-hati sangat erat kaitannya dengan entrepreneurship karena seseorang yang mempunyai kebutuhan dan motivasi untuk mencapai tujuan berkemungkinan besar untuk menjadi seorang wirausaha (Sahin, Karadag, & Tuncer, 2019).

### **Ekstraversi (*Extraversion*)**

Individu yang memiliki sifat ekstraversi tinggi cenderung lebih hangat, ramah, banyak bicara, mudah bergaul, energik dan terbuka, menunjukkan ketegasan dan dominasi dalam hubungan sosial (Sahin, Karadag, & Tuncer, 2019).

Menurut Costa & McCrae (1992) Individu yang memiliki karakteristik ekstraversi cenderung termotivasi, mencari stimulasi, dan menganggap peristiwa sebagai tantangan daripada ancaman. Selain itu, Costa, McCrae, & Holland (1984) menemukan individu ekstraversi tertarik untuk berwirausaha daripada pekerjaan bisnis tradisional lainnya (Farrukh M. , Khan, Khan, Ramzani, & Soladoye, 2017).

### **Neurotisme (*Neuroticism*)**

*Neuroticism* merupakan dimensi kepribadian yang menilai kemampuan individu dalam menahan tekanan atau stress. Karakteristik kepribadian neurotisme yaitu mudah gugup, depresi, tidak percaya diri dan mudah berubah pikiran (Ipqi, 2016).

Menurut Costa & McCrae (1997), Neurotisme merupakan individu yang mengalami kecemasan, ketakutan dan ketidakstabilan emosional (Aslam, 2017).

### **Mudah akur atau bersahabat (*Agreeableness*)**

Menurut Zhao & Seibert (2006) dalam (Sahin, Karadag, & Tuncer, 2019), individu yang memiliki sifat *agreeableness* yang tinggi cenderung lebih percaya, peduli dan pemaaf. Sedangkan individu yang memiliki sifat *agreeableness* yang rendah cenderung curiga, egois dan manipulative (Farrukh M. , Khan, Khan, Ramzani, & Soladoye, 2017).

Menurut Zhao *et al* (2010) dalam (Farrukh M. , Khan, Khan, Ramzani, & Soladoye, 2017), individu yang memiliki karakter *agreeableness* tertarik pada pekerjaan yang sering memiliki interaksi sosial

### **Keterbukaan terhadap pengalaman (*Openness to experience*)**

*Openness to experience* adalah keinginan individu untuk mengetahui konsep, ide, keyakinan baru, mencoba hal yang baru dan belum pernah ada sebelumnya (Zhao & Seibert, 2006 )

Menurut Liang *et al.* (2013), Individu yang memiliki sifat keterbukaan terhadap pengalaman memiliki imajinasi yang jelas dan kreatif, dengan cara berpikir yang unik dan keinginan untuk mengeksplorasi ide-ide baru (Sahin, Karadag, & Tuncer, 2019).

Selain itu, hasil penelitian (Zhao, Seibert, & Lumpkin, 2010) menemukan sifat keterbukaan terhadap pengalaman merupakan sifat kepribadian kedua yang paling terkait dengan niat kewirausahaan.

## **2.5 Psychological Characteristics & Entrepreneurial Intention**

Menurut Krueger (1993), Niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) merupakan komitmen seseorang untuk memulai bisnis baru dan isu sentral yang perlu diperhatikan dalam memahami proses pendirian kewirausahaan yang baru (Suharti & Sirine, 2011).

Menurut Nasip *et al* (2017), Karakteristik psikologis terkait dengan pendekatan sifat kewirausahaan sebagaimana penelitian sebelumnya dilakukan oleh McClelland (1961), Brockhaus (1980) dan Krueger (2000). Selain itu, dalam penelitian Nitu-Antonie & Feder (2015), mereka menyatakan karakteristik psikologis sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa karena karakteristik psikologis seseorang akan berdampak pada karakteristik perilaku mereka dan pada akhirnya akan mendorong orang tersebut untuk mempertimbangkan karir mereka di masa depan (Santoso & Oetomo, 2016 ).

Pembentukan jiwa kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berasal dari dalam diri wirausahawan yaitu sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan individu untuk berwirausaha. Selanjutnya, faktor eksternal berasal dari luar diri pelaku wirausahawan berupa unsur dari lingkungan sekitar, seperti lingkungan keluarga, lingkungan fisik, lingkungan dunia usaha, lingkungan sosial ekonomi dan lain-lain (Adhimursandi, 2016).

Menurut Baron (2000), dalam (Karabulut A. T., 2016), mengakui karakteristik psikologis dapat mempengaruhi niat kewirausahaan karena karakteristik psikologis dapat membantu mengidentifikasi faktor kognitif dan sosial yang mempengaruhi keberhasilan wirausahawan dan merancang teknik untuk membantu wirausahawan mengatasi masalah yang berkaitan dengan faktor internal dan faktor eksternal. Masih dalam (Karabulut A. T., 2016), Autio *et al.* (1997) menguji model Davidson (1995) yang menyatakan bahwa faktor ekonomi dan psikologis mempengaruhi niat kewirausahaan mahasiswa.

McClelland (1961) & Brockhaus (1980) dalam (Triyanto & Cahyono, 2016), mengatakan hasil beberapa penelitian terdahulu menjelaskan sifat atau karakteristik kepribadian individu merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menciptakan bisnis atau menjadi wirausaha.

Menurut Gorman *et al* (1997), Atribut karakteristik kepribadian (*personality*) yang berperan dalam membentuk minat orang untuk berwirausaha adalah kebutuhan untuk berprestasi, *internal locus of control* yang kuat, tingginya kreativitas dan inovasi.

(Rauch & Frese, 2007) percaya bahwa locus of control, kecenderungan untuk mengambil risiko (*propensity to take risk*), *self-efficacy*, kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*), toleransi untuk ambiguitas (*tolerance of ambiguity*), dan inovasi (*innovativeness*) adalah karakteristik psikologis yang terkait dengan kewirausahaan.

Untuk mengetahui pengaruh karakteristik kepribadian dengan minat kewirausahaan siswa aktif di UMN, penulis memilih enam karakteristik kepribadian untuk digunakan dalam penelitian. Keenam karakteristik kepribadian



yang dipilih untuk dijelaskan lebih lanjut dibawah ini adalah *innovativeness, locus of control, self confidence, propensity to take risk, need for achievement, dan tolerance of ambiguity.*

### **2.5.1 Komponen *Psychological Characteristics***

#### ***Innovativeness***

Menurut Lumpkin & Dess (1996 ), inovasi adalah kecenderungan untuk bereksperimen dan menjadi kreatif yang mengarah pada produk, layanan dan teknologi baru.

Menurut Rogers (1983), inovasi adalah suatu ide, gagasan dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru untuk diaplikasikan atau pun diadopsi.

Inovasi adalah suatu sikap seorang wirausaha dalam mencari peluang baru (Fillis & Rentschler, 2010 ).

Menurut Tysara (2020), terdapat beberapa manfaat melakukan inovasi, yaitu:

a) Memecahkan masalah

Inovasi merupakan ide dan gagasan baru yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah.

b) Tingkatkan produktivitas

Inovasi akan memberikan dampak positif dengan meningkatkan produktivitas karena seluruh pelaku dibimbing untuk berpikir lebih kritis.

c) Tangguh

Pintar berinovasi dapat membuat seseorang menjadi tangguh karena dapat menyesuaikan diri dengan masalah baru dan melakukan penyelesaian masalah dengan baik.

(Bell, 2019) menjelaskan bahwa individu dengan kepribadian inovatif mendukung pendekatan baru, ide-ide baru, dan proses baru yang mengarah pada usaha yang baru. Oleh sebab itu, menurut (Bhatti, Doghan, Saat, Juhari, & Alshagawi, 2021) variabel inovasi dianggap sebagai atribut

penting dalam *entrepreneurial intention* karena individu tersebut berpeluang mengeksplorasi peluang baru.

Berdasarkan argument diatas, peneliti memilih *Innovativeness* bersama variabel lain pada penelitian ini sebagai karakteristik psikologis dalam mendefinisikan niat kewirausahaan mahasiswa akhir UMN.

### ***Locus of Control***

Konsep mengenai *Locus of control* pertama kali dikemukakan oleh Rotter (1996) yang merupakan ahli teori pembelajaran sosial. *Locus of control* dapat diartikan sebagai cara pandang seseorang terhadap suatu peristiwa dalam keyakinan individu mengenai mampu atau tidaknya individu mengendalikan peristiwa yang terjadi pada dirinya (Suprayogi, 2017).

*Locus of control* menurut Kreitner dan Kinicki (2001), terbagi menjadi dua yaitu *internal* dan *external*. *Locus of control internal* adalah seseorang meyakini segala sesuatu yang terjadi selalu berada dalam kontrolnya, selalu mengambil peran, dan bertanggung jawab dalam setiap pengambilan keputusan. Sedangkan *locus of control external* adalah seseorang meyakini segala sesuatu yang terjadi selalu berada diluar kontrolnya (Putra & Subarjo, 2015).

Individu yang memiliki *locus of control internal* akan memiliki tingkat kewaspadaan persepsi yang lebih besar dan umumnya mereka aktif mencari informasi yang berguna bagi mereka untuk menemukan peluang dan waspada terhadap lingkungan sekitar dalam mencari informasi yang berkaitan dengan kewirausahaan. Sedangkan individu yang memiliki *locus of control external* akan memiliki persepsi bahwa peristiwa yang terjadi dalam hidup mereka biasanya dikendalikan oleh keberuntungan, nasib, kesempatan atau faktor luar lainnya (Samydevan, Piaralal, Othman, & Osman, 2015).

Sebagian besar penelitian seperti Janssen *et al* (2013) dan Jennings & Zietham (1983), menunjukkan bahwa niat kewirausahaan dikaitkan dengan *locus of control internal*. Selain itu, terdapat peneliti lain Peterson *et al* (2009) dan Ucbasaran *et al* (2010) melaporkan terdapat korelasi positif antara kesuksesan

bisnis dan *locus of internal*. Dengan demikian, dapat disimpulkan orang yang memiliki bisnis memiliki locus of control internal yang lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki bisnis (Abdul, Rahman, Yahya, & Rahman, 2019).

Berdasarkan argument diatas, peneliti memilih *Locus of Control* bersama variabel lain pada penelitian ini sebagai karakteristik psikologis dalam mendefinisikan niat kewirausahaan mahasiswa akhir UMN.

### ***Self Confidence***

Menurut Ho & Koh (1992), menyatakan kepercayaan diri (*self confidence*) adalah karakteristik kewirausahaan yang diperlukan seorang wirausaha dan kepercayaan diri terkait dengan karakteristik psikologis lainnya, seperti *locus of control internal*, *propensity to take risk*, dan *tolerance of ambiguity*. Literatur kewirausahaan telah menemukan bahwa orang yang memiliki bisnis memiliki kepercayaan diri lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang tidak memiliki bisnis (Garaika & Margahana, 2019).

Terdapat dua atribut utama yang berkontribusi pada kepercayaan diri yaitu efikasi diri (*self-efficacy*) dan harga diri (*self-esteem*). Efikasi diri merupakan kekuatan keyakinan individu untuk dapat mengelola dalam menjalankan peran dan tugas wirausahawan. Sedangkan harga diri merupakan evaluasi emosional secara keseluruhan mengenai dirinya sendiri (Abdul, Rahman, Yahya, & Rahman, 2019).

Pengusaha biasanya dikenal karena kepercayaan diri mereka. Selain ide dan urusan bisnis, wirausahawan diharapkan memiliki kepercayaan diri dan harga diri karena kepercayaan diri merupakan atribut penting yang memicu niat kewirausahaan (Embi, Jaiyeoba, & Yussof, 2019).

Berdasarkan argument diatas, peneliti memilih *Self Confidence* bersama variabel lain pada penelitian ini sebagai karakteristik psikologis dalam mendefinisikan niat kewirausahaan mahasiswa akhir UMN.

### ***Propensity to Take Risk***

*Risk Taking* adalah proses pengambilan keputusan yang bertanggungjawab melalui pengetahuan, pelatihan, studi yang cermat, keyakinan dan kompetensi sehingga seseorang berani menghadapi ketakutan (Suryana D. , 2015 ).

*Risk taking propensity* adalah suatu variabel yang cukup sering dikaitkan dengan pengusaha karena mengacu pada kecenderungan individu dalam mengambil resiko di beberapa situasi pengambilan keputusan dengan ketidakpastian (Chaudhary, 2017).

Menurut Abdul *et al* (2019), *risk taking propensity* yaitu kecenderungan kemampuan seseorang yang terlibat dalam bisnis untuk mentolerir resiko dan menanggung kesulitan.

Berani mengambil risiko adalah salah satu kunci untuk memulai usaha, karena dalam komponen ini masih banyak item yang mengikutinya, yaitu berani rugi, berani menghadapi masalah, berani mengambil keputusan, berani bangkrut, dan masih banyak lagi (Abdullah Umar, 2018).

Banyak pemilik usaha kecil yang telah mengambil risiko untuk membawa usahanya menjadi sukses, mengambil risiko dalam kewirausahaan harus melibatkan perencanaan yang matang dan kerja keras (Nelson, 2020).

Pengambilan risiko berkaitan erat dengan kepercayaan diri. Semakin besar keyakinan pada kemampuan diri sendiri, semakin besar juga keyakinan dalam mengambil keputusan dan risiko (Astari, 2015).

Berdasarkan argument diatas, peneliti memilih *propensity to take risk* bersama variabel lain pada penelitian ini sebagai karakteristik psikologis dalam mendefinisikan niat kewirausahaan mahasiswa akhir UMN.

### ***Need for Achievement***

Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*) adalah salah satu sifat inisiatif individu untuk bertindak mencapai kesuksesan dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif bisnis (Bux & Honglin, 2015).

Menurut Akhtar *et al* (2020), kebutuhan berprestasi mengacu pada tanggung jawab individu untuk terlibat dalam aktivitas untuk mencapai hasil yang diinginkan.

*Need for achievement* merupakan salah satu ciri kepribadian yang akan mendorong seseorang untuk memiliki niat berwirausaha. Terdapat tiga atribut yang melekat pada seseorang yang memiliki kebutuhan berprestasi yaitu memiliki tanggung jawab untuk mengambil keputusan, bersedia mengambil resiko sesuai dengan kemampuan, dan memiliki minat untuk selalu belajar (Asmara, Djatmika, & Indrawati, 2016).

Pemilik usaha kecil diamati memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk berprestasi dalam studi kewirausahaan (Lam, Azriel, & Swanger, 2017). Pencapaian prestasi dapat menjadi pendorong wirausahawan untuk melakukan aktivitas fisik dan mental dalam mengembangkan minat usaha (*entrepreneurial intention*) (Phuong & Hieu, 2015).

Berdasarkan argument diatas, peneliti memilih *Need for Achievement* bersama variabel lain pada penelitian ini sebagai karakteristik psikologis dalam mendefinisikan niat kewirausahaan mahasiswa akhir UMN.

### ***Tolerance of Ambiguity***

Toleransi ambiguitas (*tolerance of ambiguity*) menurut (Koh, 1996), merupakan cara seseorang merasakan situasi yang ambigu dan berusaha tetap mencari informasi yang tersedia untuk mengatasi situasi yang tidak stabil dan tak terduga.

Individu dengan toleransi ambiguitas yang tinggi akan mempresepsikan situasi dan rangsangan yang ambigu sebagai sesuatu yang diinginkan, menantang, dan menarik. Sedangkan individu dengan toleransi ambiguitas yang rendah akan mengalami stress, bereaksi sebelum waktunya dan menghindari stimulus ambigu karena kurangnya informasi sehingga membuat individu menjadi sulit menilai resiko dan membuat keputusan dengan benar (Ogunleye & Osagu, 2014).

Toleransi terhadap ambiguitas diyakini sebagai karakteristik wirausaha dan individu yang berjiwa wirausaha diharapkan untuk menunjukkan toleransi yang

lebih tinggi terhadap ambiguitas dibandingkan yang lain (Abdul, Rahman, Yahya, & Rahman, 2019).

Berdasarkan argument diatas, peneliti memilih *Tolerance of Ambiguity* bersama variabel lain pada penelitian ini sebagai karakteristik psikologis dalam mendefinisikan niat kewirausahaan mahasiswa akhir UMN.

## **2.6 Intensi Kewirausahaan (*Entrepreneurial Intention / EI*)**

Menurut literatur, Niat atau intensi seseorang untuk berwirausaha dalam Bahasa Inggris disebut sebagai "*intention*" dan "*interest*" yang dapat diartikan sebagai niat seseorang yang menginginkan dan berencana untuk melakukan aktivitas tersebut. Keinginan seseorang untuk melakukan suatu aktivitas didasari pada rasa senang dan suka sehingga intensi sering disamakan dengan minat (Mangkualam, 2019).

Menurut Jogiyanto (2007), intensi (*intention*) adalah keinginan yang dimiliki seseorang untuk melakukan perilaku. Intensi merupakan komponen dalam diri individu yang mengacu pada keputusan untuk bertindak dan mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan, baik itu secara sadar maupun tidak sadar (Corsini, 2002). Sedangkan menurut Ajzen I. (2005), menyatakan intensi merupakan indikasi seberapa kuat keyakinan seseorang akan mencoba suatu perilaku, dan seberapa besar usaha yang akan digunakan untuk melakukan perilaku. Perilaku intensi didasari oleh dua faktor utama, yaitu kepercayaan individu atas hasil dari perilaku yang dilakukan dan persepsi individu atas pandangan orang-orang terdekat terhadap perilaku yang dilakukan. Secara umum, kedua faktor utama tersebut menjadi penguat seseorang akan melakukan tindakan, apabila memiliki nilai positif dari pengalaman yang sudah ada dan tindakan tersebut didukung oleh lingkungan sekitar individu (Muqarrabin, 2017).

Kewirausahaan dalam Bahasa Inggris adalah *entrepreneurship*. Kata *entrepreneurship* berawal dari Bahasa Prancis yaitu "*entreprendre*" yang berarti petualang, pencipta, dan pengelola usaha. Istilah *entreprendre* pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon (1775) dan istilah tersebut semakin populer

setelah digunakan oleh seorang pakar ekonomi J.B Say (1803) (Suryana & Bayu, 2010).

Kewirausahaan adalah hasil dari suatu disiplin, proses sistematis penerapan kreativitas dan keinovasian dalam memenuhi kebutuhan dan peluang di pasar (Zimmerer & Scarborough, 1996). (Gunawan & Puspitowati, 2019), *Entrepreneurship Center at Miami University of Ohio* menyatakan kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut dapat berupa ide inovatif, peluang dan cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu sehingga mencapai hasil akhir dari proses tersebut yaitu penciptaan usaha baru yang dibentuk melalui kondisi resiko atau ketidakpastian.

Menurut Ajzen I. (2005), Niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*) merupakan faktor utama yang mempengaruhi perkembangan kewirausahaan yang disertai dengan target dan situasi tertentu yang mendukung seseorang untuk melakukan perilaku kewirausahaan.

Menurut Santos & Liguori (2019), Niat kewirausahaan adalah kesediaan dan keinginan seseorang untuk membuka usaha baru sebagai pilihan karir dan merupakan langkah awal dalam proses peluncuran usaha.

Menurut Krueger & Carsrud (1993) dalam (Setiawan & Lestari, 2021) , menyatakan minat kewirausahaan merupakan proses pembentukan dan pengambilan keputusan untuk menciptakan sebuah ide bisnis baru. Selain itu, ide dan sikap yang dimiliki wirausahawan terhadap peluang merupakan hasil dari terbentuknya niat kewirausahaan sebelum memulai bisnis barunya.

Lebih lanjut, Krueger et al (2003) mengatakan individu yang memiliki niat kewirausahaan berarti berkomitmen untuk memulai usaha baru. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan niat kewirausahaan adalah dorongan individu untuk berwirausaha dengan cara memulai usaha secara mandiri (Fourqoniah, 2015).

Intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai niat atau kegigihan tekad individu untuk menjadi seorang wirausahawan. Niat dan kegigihan tekad tersebut tercerminkan pada upaya pencarian informasi yang bermanfaat untuk pembentukan komitmen berwirausaha. Sebelum berwirausaha, dibutuhkan suatu komitmen dalam diri individu kemudian komitmen tersebut diaplikasikan dalam intensi

berwirausaha, sehingga terdapat niat, keinginan, ketertarikan, dan kesediaan untuk melakukan tindakan kewirausahaan yang direncanakan (Puspitaningtyas, 2018).

## **2.7 Pengembangan Hipotesis**

### **2.7.1 Pengaruh positif *innovativeness* terhadap *entrepreneurial intention***

Beberapa peneliti terdahulu juga telah melakukan penelitian terhadap faktor inovasi (*innovativeness*) pada minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Koe, 2016 ) terhadap 176 mahasiswa semester akhir dari tiga fakultas (fakultas bisnis dan manajemen, fakultas akuntansi, dan fakultas manajemen hotel & pariwisata) di universitas negeri Malaysia menemukan bahwa faktor inovasi berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention / EI*).

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Nasip, Amirul, Sondoh Jr., & Tanakinjal, 2017) terhadap 676 mahasiswa sarjana dari Universitas Malaysia Sabah (UMS) menyatakan bahwa faktor inovasi (*innovativeness*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini menunjukkan semakin besar ide dan solusi kreatif individu untuk menghadirkan sesuatu yang baru ke pasar, semakin tinggi juga kemungkinan mereka untuk terlibat dalam kewirausahaan. Inovasi merupakan kunci penting untuk memotivasi seseorang dalam memulai bisnis baru.

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Bhatti, Doghan, Saat, Juhari, & Alshagawi, 2021) terhadap 310 mahasiswa perempuan semester akhir dari universitas Saudi dengan usia antara 21 – 25 tahun yang berada di fakultas administrasi bisnis menyatakan bahwa faktor inovasi (*innovativeness*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi membantu wirausahawan untuk mengeksplorasi ide dan peluang unik yang dianggap sebagai atribut penting agar wirausahawan sukses.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.



### **2.7.2 Pengaruh positif *locus of control* terhadap *entrepreneurial intention***

Penelitian yang dilakukan oleh (Karabulut A. T., 2016) terhadap 480 mahasiswa semester akhir dari insitut ilmu sosial dari sebuah universtias yayasan yang berada di Istanbul, Turki menyatakan faktor *locus of control internal* berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention / EI*). Hal ini menunjukkan orang yang memiliki *locus of control internal* dapat memiliki niat berwirausaha dan memilih menjadi wirausaha. Mereka mungkin percaya bahwa keputusan dan tindakan mereka dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis mereka.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Chaudhary, 2017) terhadap 274 mahasiswa dari dua universitas baru di India pada fakultas bisnis dan non bisnis di *Glocal University* dan *BML Munjal University* menyatakan faktor *locus of control* berpengaruh positif pada kecenderungan mahasiswa untuk berwirausaha.

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Arkorful & Hilton, 2021) terhadap 300 mahasiswa semester akhir dari universitas terpilih di Ghana menyatakan faktor *locus of control (internal & external)* berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention / EI*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: *Locus of control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

### **2.7.3 Pengaruh positif *self confidence* terhadap *entrepreneurial intention***

Penelitian yang dilakukan oleh (Nasip, Amirul, Sondoh Jr., & Tanakinjal, 2017) terhadap 676 mahasiswa sarjana dari Universitas Malaysia Sabah (UMS) menyatakan bahwa faktor kepercayaan diri (*self-confidence*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Kepercayaan diri merupakan kunci keterampilan kewirausahaan untuk sukses karena tanpa kepercayaan diri, seseorang tidak akan berani menjelajahi wilayah bisnis yang belum dipetakan, mengambil resiko dan membuat keputusan yang sulit.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Chaudhary, 2017) terhadap 274 mahasiswa dari dua universitas baru di India pada fakultas bisnis dan non bisnis

di Glocal University dan BML Munjal University menyatakan faktor kepercayaan diri (*self-confidence*) berpengaruh positif pada kecenderungan mahasiswa untuk berwirausaha.

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Bhatti, Doghan, Saat, Juhari, & Alshagawi, 2021) terhadap 310 mahasiswa perempuan semester akhir dari universitas Saudi dengan usia antara 21 – 25 tahun yang berada di fakultas administrasi bisnis menyatakan bahwa faktor kepercayaan diri (*self-confidence*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri yang tinggi dapat memprediksi minat kewirausahaan yang tinggi juga.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: *Self-confidence* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

#### **2.7.4 Pengaruh positif *propensity to take risk* terhadap *entrepreneurial intention***

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nasip, Amirul, Sondoh Jr., & Tanakinjal, 2017) terhadap 676 mahasiswa sarjana dari Universitas Malaysia Sabah (UMS) menyatakan bahwa faktor kecenderungan pengambilan resiko (*propensity to take risk*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini menunjukkan kecenderungan pengambilan resiko merupakan kunci setiap wirausahawan yang menghadapi ketidakpastian dalam mengambil keputusan untuk memperhitungkan resiko sebelum mengambil tindakan.

Lebih lanjut, penelitian yang ditemukan oleh (Embi, Jaiyeoba, & Yussof, 2019) terhadap 257 mahasiswa semester akhir yang telah mengikuti program dan kursus kewirausahaan di universitas *International Islamic Malaysia* menyatakan bahwa faktor kecenderungan pengambilan resiko (*propensity to take risk*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh ) (Noraznira Abd Razak, Sa'ari, Harun, & Nordin, 2020) terhadap 196 mahasiswa kategori milenial dengan tahun kelahiran antara 1981 – 1996, lulusan perguruan tinggi di Melaka

menyatakan kecenderungan pengambilan resiko (*propensity to take risk*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*..

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: *Propensity to take risk* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

### **2.7.5 Pengaruh positif *need for achievement* terhadap *entrepreneurial intention***

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Karabulut A. T., 2016) terhadap 480 mahasiswa semester akhir di insitut ilmu sosial dari sebuah universtias yayasan yang berada di Istanbul,Turki menyatakan faktor *need for achievement* berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention / EI*). Hal ini menunjukkan *need for achievement* merupakan dorongan untuk seseorang agar menjadi sukses. Orang yang memiliki *need for achievement* yang tinggi akan memiliki niat berwirausaha yang tinggi karena ingin membuktikan diri sebagai wirausahawan yang sukses.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Nasip, Amirul, Sondoh Jr., & Tanakinjal, 2017) terhadap 676 mahasiswa sarjana dari Universitas Malaysia Sabah (UMS) menyatakan bahwa faktor kebutuhan berprestasi (*need for achievement*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini menunjukkan semakin tinggi keinginan seseorang untuk berprestasi atau sukses, semakin besar juga kemungkinan orang tersebut menjadi wirausaha.

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Bhatti, Doghan, Saat, Juhari, & Alshagawi, 2021) terhadap 310 mahasiswa perempuan semester akhir dengan usia antara 21 – 25 tahun dan fakultas administrasi bisnis di universitas Saudi menyatakan bahwa faktor kebutuhan berprestasi (*need for achievement*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: *Need for achievement* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

### **2.7.6 Pengaruh positif *tolerance of ambiguity* terhadap *entrepreneurial intention***

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nasip, Amirul, Sondoh Jr., & Tanakinjal, 2017) terhadap 676 mahasiswa sarjana dari Universitas Malaysia Sabah (UMS) menyatakan bahwa faktor toleransi ambiguitas (*tolerance of ambiguity*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini menunjukkan semakin besar kemampuan seseorang untuk mentolerir ambiguitas, semakin besar juga kemungkinan mereka memiliki niat untuk menjadi wirausaha.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Bhatti, Doghan, Saat, Juhari, & Alshagawi, 2021) terhadap 310 mahasiswa perempuan semester akhir dari universitas Saudi dengan usia antara 21 – 25 tahun yang berada di fakultas administrasi bisnis menyatakan bahwa faktor toleransi ambiguitas (*tolerance of ambiguity*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Temuan penelitian ini mengatakan pengusaha sering dihadapkan untuk membuat keputusan berdasarkan informasi yang terbatas sehingga wirausahawan harus memiliki toleransi terhadap ambiguitas yang tinggi.

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Embi, Jaiyeoba, & Yussof, 2019) terhadap 257 mahasiswa semester akhir yang telah mengikuti program dan kursus kewirausahaan di universitas *International Islamic Malaysia* menyatakan bahwa faktor toleransi ambiguitas (*tolerance of ambiguity*) berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

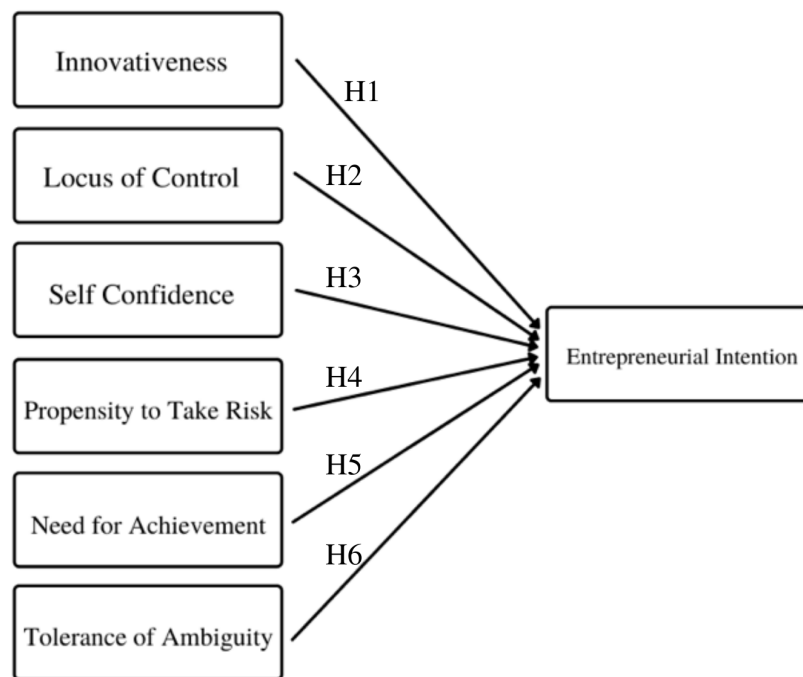
Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: *Tolerance of ambiguity* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

## **2.8 Model Penelitian**

Model penelitian yang akan digunakan mengacu pada jurnal Sorayah Nasip, Sharifah Rahama Amirul, Stephen Laison Sondoh Jr., Geoffrey Harvey Tanakinjal

(2017) yang berjudul “*Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intention: A Study among University Students in North Borneo, Malaysia*” sehingga menghasilkan model penelitian sebagai berikut ini:



**Gambar 2.2 Model Penelitian**

Sumber: Adaptasi dari (Nasip, Amirul, Sondoh Jr., & Tanakinjal, 2017)

H1 : Pengaruh positif *Innovativeness* terhadap *Entrepreneurial Intention*

H2: Pengaruh positif *Locus of Control* terhadap *Entrepreneurial Intention*

H3: Pengaruh positif *Self Confidence* terhadap *Entrepreneurial Intention*

H4: Pengaruh positif *Propensity to Take Risk* terhadap *Entrepreneurial Intention*

H5: Pengaruh positif *Need for Achievement* terhadap *Entrepreneurial Intention*

H6: Pengaruh positif *Tolerance of Ambiguity* terhadap *Entrepreneurial Intention*

## 2.9 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai variabel yang berhubungan dengan minat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*). Berikut ini merupakan penelitian terdahulu yang berisi hubungan antar hipotesis yang telah disesuaikan dengan model penelitian di atas.

**Table 2.1 Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	Nasyroh & Wikansari (2017)	Research Gate	<i>Relationship Between Personality (Big Five Model) and Employee Job Performance</i>	Definisi teori <i>big five personality</i> .
2	Ali (2017)	Elsevier	<i>Personality traits, individual innovativeness and satisfaction with life</i>	Definisi kepribadian berhati-hati ( <i>conscientiousness</i> ).
3	Sahin, Karadag, & Tuncer (2019)	Emerald	<i>Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciri-ciri kepribadian berhati-hati (<i>conscientiousness</i>) dan hubungan dengan entrepreneurship.</li> <li>• Ciri-ciri kepribadian ekstraversi (<i>extraversion</i>.)</li> </ul>
4	Bell (2019)	Emerald	<i>Predicting entrepreneurial intention across the university</i>	Penjelasan kepribadian inovatif.
5	Samydevan, Piaralal, Othman, & Osman (2015)	Research Gate	<i>Impact of Psychological Traits, Entrepreneurial Education and Culture in Determining</i>	Ciri-ciri kepribadian individu yang memiliki <i>locus of control</i> .

			<i>Entrepreneurial Intention among Pre-University Students in Malaysia</i>	
6	Abdul, Rahman, Yahya, & Rahman (2019)	Inderscience	<i>Entrepreneurial characteristics and intentions among undergraduates in Malaysia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toleransi terhadap ambiguitas diyakini sebagai karakteristik wirausaha dan individu yang berjiwa wirausaha diharapkan untuk menunjukkan toleransi ambiguitas yang lebih tinggi</li> <li>• Dua atribut utama yang berkontribusi pada kepercayaan diri yaitu efikasi diri (<i>self-efficacy</i>) dan harga diri (<i>self-esteem</i>).</li> <li>• Definisi <i>risk taking propensity</i>.</li> </ul>
7	Bux & Honglin (2015)	Research Gate	<i>Analyzing the impact of the psychological characteristics on entrepreneurial intentions among university students</i>	Definisi variabel kebutuhan berprestasi ( <i>need for achievement.</i> )
8	Akhtar, Hongyuan, Iqbal, & Ankomah (2020)	Semantic Scholar	<i>Impact of Need for Achievement on Entrepreneurial Intention ; Mediating Role of Self Efficacy</i>	Definisi variabel kebutuhan berprestasi ( <i>need for achievement</i> ).

9	Asmara, Djatmika, & Indrawati (2016)	Semantic Scholar	<i>The Effect of Need for Achievement and Risk Taking Propensity on Entrepreneurial Intention through Entrepreneurial Attitude</i>	Definisi variabel kebutuhan berprestasi ( <i>need for achievement</i> ).
10	Lam, Azriel, & Swanger (2017)	Semantic Scholar	<i>The role of entrepreneurial intent and need for achievement in accounting students career aspirations</i>	Pemilik usaha kecil memiliki kebutuhan yang lebih tinggi untuk berprestasi dalam studi kewirausahaan.
11	Phuong & Hieu (2015)	Research Gate	<i>Predictors of entrepreneurial intentions of undergraduate students in Vietnam: An empirical study</i>	Pencapaian prestasi dapat menjadi faktor pendorong wirausahawan dalam mengembangkan <i>entrepreneurial intention</i> .
12	Ogunleye & Osagu (2014)	Semantic Scholar	<i>Self-Efficacy, Tolerance for Ambiguity and Need for Achievement as Predictors of Entrepreneurial Orientation among Entrepreneurs in Ekiti State, Nigeria</i>	Ciri-ciri kepribadian individu dengan toleransi ambiguitas yang tinggi dan rendah.
13	Gunawan & Puspitowati (2019)	Untar	Pengaruh <i>Self Efficacy</i> Dan <i>Risk Taking</i> Terhadap Intensi	Definisi kewirausahaan menurut <i>Entrepreneurship</i>



			Berwirausaha Mahasiswa Universitas Tarumanagara	<i>Center at Miami University of Ohio</i>
14	Santos & Liguori (2019)	Emerald	<i>Entrepreneurial self-efficacy and intentions: Outcome expectations as mediator and subjective norms as moderator</i>	Definisi niat kewirausahaan ( <i>entrepreneurial intention</i> )
15	Puspitaningtyas (2018)	Research Gate	Pengaruh efikasi diri dan pengetahuan manajemen keuangan bisnis terhadap intensi berwirausaha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi niat kewirausahaan (<i>entrepreneurial intention</i>)</li> <li>• Dibutuhkan komitmen dalam diri individu untuk melakukan intensi berwirausaha</li> </ul>
16	Koe (2016)	Springer Open	<i>The Relationship Between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and Entrepreneurial Intention</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mahasiswa menunjukkan niat untuk berwirausaha dan cukup positif untuk menjadi wirausaha.</li> <li>• Terdapat hubungan positif antara proaktif dan inovatif dengan niat kewirausahaan.</li> </ul>
17	Nasip, Amirul, Sondoh Jr. & Tanakinjal (2017)	Emerald	<i>Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intention: A Study among University Students in North Borneo, Malaysia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirausahawan masa depan umumnya memiliki inovasi pada ide dan solusi kreatif untuk menghadirkan sesuatu yang baru ke pasar.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percaya diri adalah kunci kesuksesan untuk kewirausahaan karena tanpa kepercayaan diri, seseorang tidak akan berani untuk menjelajahi bisnis, mengambil resiko dan membuat keputusan yang sulit.</li> <li>• Setiap wirausahawan menghadapi ketidakpastian dalam mengambil keputusan sehingga harus memperhitungkan resiko sebelum mengambil tindakan.</li> <li>• Semakin tinggi keinginan mahasiswa untuk berprestasi, semakin besar kemungkinan mereka menjadi wirausaha.</li> <li>• Semakin mampu mahasiswa mentolerir ambiguitas, semakin besar kemungkinan mereka memiliki niat untuk menjadi seorang wirausaha.</li> <li>• Terdapat hubungan positif antara lima karakteristik psikologis (<i>innovativeness</i>,</li> </ul>
--	--	--	--

				<p><i>self confidence, propensity to take risk, need for achievement, dan tolerance for ambiguity</i>) dengan minat kewirausahaan.</p>
18	Bhatti, Doghan, Saat, Juhari, Alshagawi (2021)	Emerald	<p><i>Entrepreneurial intentions among women: does entrepreneurial training and education matters? (Pre- and post-evaluation of psychological attributes and its effects on entrepreneurial intention)</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Varibel inovasi dianggap penting dalam <i>entrepreneurial intention</i></li> <li>• Pentingnya pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan minat kewirausahaan pada mahasiswa perempuan.</li> <li>• Terdapat hubungan positif antara atribut psikologis (<i>training, retention, self confidence, need for achievement, innovativeness, tolerance for ambiguity</i>) dengan minat kewirausahaan.</li> </ul>
19	Karabulut (2016)	Elsevier	<p><i>Personality Traits on Entrepreneurial Intention</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orang yang memiliki niat berwirausaha dapat lebih sukses ketika mereka mendirikan usaha karena mereka dapat lebih berdedikasi untuk menghadapi masalah dalam proses pengelolaan usaha mereka.</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat hubungan positif antara dimensi kepribadian (<i>locus of control, need for achievement, risk tolerance, dan entrepreneurial alertness</i>) dengan minat kewirausahaan.</li> </ul>
20	Chaudhary (2017)	Emerald	<i>Demographic factors, personality, and entrepreneurial inclination : A study among Indian university students</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definisi variabel <i>risk taking propensity</i></li> <li>• Terdapat hubungan positif antara <i>locus of control, tolerance for ambiguity, self confidence</i> dan <i>innovativeness</i> dengan kecenderungan berwirausaha.</li> </ul>
21	Arkorful & Hilton (2021)	Emerald	<i>Locus of control and entrepreneurial intention: a study in a developing economy</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil temuan menyiratkan bahwa kursus / pelatihan kewirausahaan harus mencakup topik <i>locus of control</i> agar mahasiswa dapat belajar mengambil kendali dan menciptakan peluang.</li> <li>• Terdapat hubungan positif antara <i>locus of control</i> (internal dan eksternal) dengan minat kewirausahaan.</li> </ul>
22	Embi, Jaiyeoba, & Yussof (2019)	Emerald	<i>The effects of students' entrepreneurial characteristics</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirausahawan diharapkan memiliki</li> </ul>

			<i>on their propensity to become entrepreneurs in Malaysia</i>	<p>kepercayaan diri dan harga diri</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hasil temuan menunjukkan bahwa siswa yang cenderung berwirausaha memiliki keterampilan kepemimpinan, memiliki kebutuhan yang kuat untuk berprestasi, memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk mengambil risiko, dan lebih toleransi terhadap ambiguitas.</li> <li>• Terdapat hubungan positif dan signifikan antara karakteristik wirausaha (<i>leadership skill, need for achievement, tolerance of ambiguity, dan risk taking propensity</i>) dengan minat kewirausahaan.</li> </ul>
23	Noraznira Abd Razak, Sa'ari, Harun, & Nordin (2020)	Research Gate	<i>Causal Inferences – Risk-Taking Propensity Relationship Towards Entrepreneurial Intention Among Millennials</i>	Terdapat hubungan positif antara risk taking propensity dan minat kewirausahaan.

Sumber : Data Penulis, 2021