

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), *entrepreneurship* dalam Bahasa Indonesia yaitu wirausaha berasal dari dua suku kata yaitu 'wira' dan 'usaha'. 'Wira' sendiri berarti pejuang, berani, berwatak agung dan berbudi luhur, lalu 'usaha' yang berarti bekerja, berbuat amal dan berbuat sesuatu (Gischa, 2021). Lalu dalam buku Manajemen Kewirausahaan (Dewi, Yaspita, & Yulianda, 2020), kewirausahaan berarti sikap atau kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang memiliki nilai baru dan manfaat untuk diri sendiri maupun orang lain.

Lalu menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scharborough, wirausaha merupakan usaha untuk membuat bisnis baru dengan kesiapan menghadapi resiko dan ketidakpastian demi untuk memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan peluang sebaik-baiknya dan memaksimalkan sumber daya yang tersedia (Suryana, 2003).

Kemudian menurut Eddy Soeryanto Soegoto, kewirausahaan merupakan usaha kreatif yang dilakukan dengan inovasi untuk membuat suatu hal yang baru sehingga dapat memberikan manfaat, solusi dan menciptakan lapangan kerja. Lalu teori dari Peter Drucker mengatakan kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain (Zakky, 2019).

2.1.4 *Psychological Characteristics & Entrepreneurial Intention*

Minat wirausaha menurut Suryana (2006) adalah dorongan dari dalam diri seseorang untuk menciptakan suatu karya (dalam hal ini usaha) lalu kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung resiko, dan mengembangkan usaha yang telah dibuat. Minat berwirausaha tersebut timbul tergantung faktor –faktor yang memengaruhi (Syafii, Murwatiningsih, & Prajanti, 2015)

Lalu menurut Krueger (1993), minat wirausaha (*entrepreneurial intention*) adalah komitmen pada individu untuk memulai dan membuat bisnis baru dengan isu sentral yang harus diperhatikan dalam memahami proses pendirian usaha yang baru (Suharti & Sirine, 2011).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nitu-Antonie dan Feeder (2015), ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat wirausaha pada mahasiswa. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa karakter psikologis yang terjadi pada seseorang akan mempengaruhi karakteristik perilaku orang tersebut, seperti sikap dan norma subjektifnya, lalu pada akhirnya hal tersebut akan mempengaruhi orang tersebut untuk mempertimbangkan kemana arah karir mereka di masa yang akan datang (Santoso & Oetomo, 2016).

Mengenai karakter psikologis yang berhubungan dengan niat kewirausahaan, Bygrave (1989) mengajukan model yang meliputi: kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*), *internal locus of control*, toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance of ambiguity*), dan kecenderungan untuk mengambil resiko (*propensity to take risk*). Lalu Robinson et al (1991) mengusulkan bagaimana pencapaian (*achievement*), inovasi (*innovativeness*) dan kepercayaan diri (*self-confidence*) merupakan predictor yang baik dari sikap kewirausahaan. Secara umum, karakter psikologis utama yang terkait dengan kewirausahaan yang berfokus pada literatur adalah: *locus of control*, kecenderungan untuk mengambil resiko (*propensity to take risk*), kepercayaan diri (*self-confidence*), kebutuhan untuk prestasi (*need for achievement*), toleransi terhadap ambiguitas (*tolerance to ambiguity*), dan inovasi (*innovativeness*) (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013).

2.1.4.1 Komponen *Psychological Characteristics*

Locus of Control

Locus of control pertama kali dicetuskan oleh Julian B. Rotter (1954). *Locus of control* dikonseptualisasikan sebagai internal (orang tersebut percaya bahwa mereka dapat mengendalikan hidup mereka) atau eksternal (artinya mereka

percaya bahwa mereka keputusan dan kehidupan dikendalikan oleh faktor lingkungan yang tidak dapat mereka pengaruhi, atau secara kebetulan atau nasib) (Nasip, Amirul, & Jr., 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).

Menurut Kuip and Verheul (2003), *locus of control* mewakili sejauh mana individu percaya bahwa mereka prestasi tergantung pada perilaku mereka sendiri. Individu yang sesuai mempertimbangkan bahwa pencapaian tujuan atau sasaran lebih tergantung pada kemampuan mereka sendiri dan tindakan, daripada keberuntungan atau usaha orang lain (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013).

Karakteristik dari suatu kepribadian yang memperlihatkan seberapa besar individu dapat mengendalikan perasaan dan peristiwa yang telah terjadi di hidupnya melalui cara pandangya sendiri (Kristiansen & Indarti, 2004).

Berdasarkan pengertian dan argumen di atas, maka *locus of control* sebagai salah satu variable penting yang akan mempengaruhi tinggi atau rendahnya minat berwirausaha. Hal ini bergantung pada tingkatan individu dalam memandang suatu konsep tentang pengendalian diri, baik dari internal dan eksternal.

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi dari Nasip, Amirul & Jr (2017) dimana pada *locus of control internal* individu percaya bahwa setiap perbuatan mereka akan menentukan nasib mereka di masa yang akan datang, dengan kata lain mereka percaya dapat mengendalikan hidup mereka. Sedangkan pada *locus of control external* individu percaya keputusan yang berasal dari lingkungan luar diri mereka itu sebagai sesuatu yang tidak bisa dikendalikan.

Propensity to Take Risk

Kecenderungan mengambil risiko telah didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk menunjukkan pengambilan risiko atau penghindaran ketika menghadapi risiko situasi. Secara historis, kewirausahaan dikaitkan dengan pengambilan risiko. Karena semua jenis bisnis melibatkan pengambilan begitu banyak risiko, seorang wirausahawan harus selalu siap menghadapi ini risiko dan mengelolanya secara efektif (Embi, Jaiyeoba, & Yussof, 2019).

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).

Kecenderungan untuk mengambil resiko juga saling terkait dengan karakteristik kepribadian, yang melibatkan pengambilan keputusan yang penting untuk proyek, dan secara langsung berhubungan dengan niat individu untuk membuat usaha baru (Shahzad, Khan, Saleem, & Rashid, 2021).

Menurut Brockhaus (1980, p.513), kecenderungan untuk mengambil risiko mengacu pada kemungkinan yang dirasakan untuk menerima penghargaan yang berkaitan dengan keberhasilan, dan juga dengan konsekuensi yang terkait dengan kegagalan (Nasip, Amirul, & Jr., 2017).

Berdasarkan pengertian dan argumen di atas, maka dapat disimpulkan bahwa seberapa besar tingkat kesediaan individu dalam pengambilan resiko akan mempengaruhi seberapa besar minat kewirausahaan individu. Hal ini karena dalam berwirausaha, wirausahawan akan sering dihadapkan dengan situasi dan kewajiban untuk melakukan pengambilan keputusan yang penuh akan resiko.

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi Embi, Jaiyeoba, & Yussof (2019) yang mengatakan kecenderungan mengambil risiko adalah kecenderungan individu untuk menunjukkan pengambilan risiko atau penghindaran ketika menghadapi risiko situasi.

Self Confidence

Wirausahawan biasanya dikenal karena kepercayaan diri mereka. Selain ide dan bisnis, wirausahawan memerlukan rasa percaya diri dan harga diri yang baik. Kepercayaan diri merupakan atribut yang sangat penting untuk memicu niat kewirausahaan. Lalu, beberapa studi empiris di literatur kewirausahaan juga telah berulang kali menunjukkan bahwa wirausahawan memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam berhubungan dengan orang lain (Embi, Jaiyeoba, & Yussof, 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)

Pengertian dari Ho & Koh (1992) menyatakan kepercayaan diri (*self confidence*) adalah bagian dari karakteristik kewirausahaan yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan, beserta karakteristik psikologis lainnya, seperti *locus of control internal*, *propensity to take risk*, dan *tolerance of ambiguity*. Tulisan kewirausahaan menemukan bahwa wirausahawan memiliki kepercayaan diri lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang lain (Garaika & Margahana, 2019).

Berdasarkan pengertian dan argument di atas, kepercayaan diri menjadi variable penting dalam tingkatan minat kewirausahaan dalam diri setiap individu. Semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seseorang maka akan berjalan selaras dengan tingkat minat kewirausahaannya. Karena menurut pengertian diatas, wirausahawan dikatakan memiliki tingkatan kepercayaan diri yang lebih tinggi dibandingkan dengan profesi yang lainnya.

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi Garaika & Margahana (2019) yang menyatakan kepercayaan diri (*self confidence*) adalah bagian dari karakteristik kewirausahaan yang diperlukan untuk menjadi wirausahawan, beserta karakteristik psikologis lainnya. Dan definisi ini juga menyatakan wirausahawan memiliki kepercayaan diri lebih tinggi dibandingkan dengan orang yang lain.

Need for Achievement

McClelland (1961), memperkenalkan bukti empiris yang agak terbuka (diperoleh melalui beberapa macam metode) tentang adanya hubungan antara kebutuhan pencapaian dan (usaha) pengembangan (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013).

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).

Kebutuhan untuk berprestasi juga adalah inisiatif individu bertindak untuk mencapai keberhasilan dan mampu menciptakan persaingan usaha keuntungan (Bux & Honglin, 2015).

Pengusaha memiliki tingkat yang lebih tinggi kebutuhan akan prestasi dibanding profesi lain, inilah membedakan pengusaha satu sama lain dalam perilaku melakukan persaingan bisnisnya (L & Paço, 2012).

Dunia kewirausahaan penuh dengan persaingan atau kompetisi yang ketat. Maka dari itu wirausahawan cenderung memiliki ambisi yang tinggi. Hal ini menimbulkan suatu grafik tingkatan dalam kebutuhan individu akan prestasi, yang dimana tingkatan tersebut akan berpengaruh terhadap tingkat minat kewirausahaan dalam diri seseorang.

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi Bux & Honglin (2015), yaitu kebutuhan untuk berprestasi adalah inisiatif individu bertindak untuk mencapai keberhasilan dan mampu menciptakan persaingan usaha keuntungan.

Tolerance of Ambiguity

Menurut Budner (1982), toleransi terhadap ambiguitas disebut sebagai kecenderungan untuk melihat situasi dan kondisi tanpa hasil akhir yang jelas sebagai sesuatu yang menarik daripada mengancam (Nasip, Amirul, & Jr., 2017).

Lalu menurut Koh (1996), "ketika tidak ada informasi yang cukup untuk

menyusun sebuah rencana, maka dapat dikatakan itu adalah situasi yang ambigu”. Cara-cara di mana individu memahami situasi ambigu dan mengatur informasi mencerminkan toleransi mereka terhadap keambiguan. Jika individu memiliki tingkat toleransi ambiguitas yang tinggi, mereka bisa mempertimbangkan untuk menghadapi situasi ambigu yang menantang dan berusaha untuk mengatasi situasi yang tak terduga agar dapat mengatasi masalah tersebut dengan baik (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013).

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)

Tingkat individu dalam mentoleransi situasi yang ambigu menjadi salah satu variable penting yang mempengaruhi tingkat minat kewirausahaan seseorang. Semakin tinggi tingkat toleransi ambiguitas seseorang maka semakin baik juga acara penyelesaian masalah terhadap situasi tersebut. Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap minat kewirausahaan seseorang, karena dalam berwirausaha akan sangat banyak dihadapkan dengan situasi yang penuh dengan ketidakpastian atau ambigu.

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi Nasip, Amirul, & Jr. (2017), yaitu toleransi terhadap ambiguitas disebut sebagai kecenderungan untuk melihat

situasi dan kondisi tanpa hasil akhir yang jelas sebagai sesuatu yang menarik daripada mengancam.

Innovativeness

Menurut Robinson (1991), inovasi merupakan karakteristik yang terkait dengan persepsi dan tindakan pada aktivitas bisnis menggunakan cara yang belum pernah ada (baru) dan dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi unik (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013).

Menurut Chen (2007), inovasi adalah proses mengubah ide dan pengetahuan menjadi nilai baru melalui pola berpikir yang kreatif. Inovasi merupakan elemen penting dari kewirausahaan. Inovatif adalah kemampuan dan kecenderungan wirausahawan untuk berpikir kreatif dan menganalisis peluang untuk menghasilkan ide-ide yang baru bagi permasalahan yang ada, menciptakan pasar baru, memperkenalkan produk dan layanan baru (Ozaralli & Rivenburgh, 2016).

Lalu menurut Carland (1988), pendorong inti inovasi yang diamati pada wirausahawan adalah niat untuk berkembang dan mendapatkan keuntungan, dan kekuatan pendorong ini lebih tinggi dalam inovasi pengusaha (Gozukara & Colakoglu, 2016).

Inovasi menjadi variable yang akan berpengaruh terhadap minat kewirausahaan individu karena inovasi adalah proses mengubah sesuatu yang biasa saja atau bahkan belum ada menjadi lebih berguna dan dapat dikemas secara menarik. Tentu rata-rata penyebab dari timbulnya inovasi dalam diri seseorang adalah keinginan untuk terus berkembang dan untuk memperoleh keuntungan.

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi dari Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues (2013), yaitu inovasi merupakan karakteristik yang terkait dengan persepsi dan tindakan pada aktivitas bisnis menggunakan cara yang belum pernah ada (baru) dan dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi unik.

2.1.4.2 Intensi Kewirausahaan (*Entrepreneurial Intention / EI*)

Menurut Ajzen I. (2005), Niat kewirausahaan adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi berkembang atau tidaknya kewirausahaan yang diiringi oleh target dan kondisi tertentu yang mendukung seseorang untuk melakukan perilaku kewirausahaan.

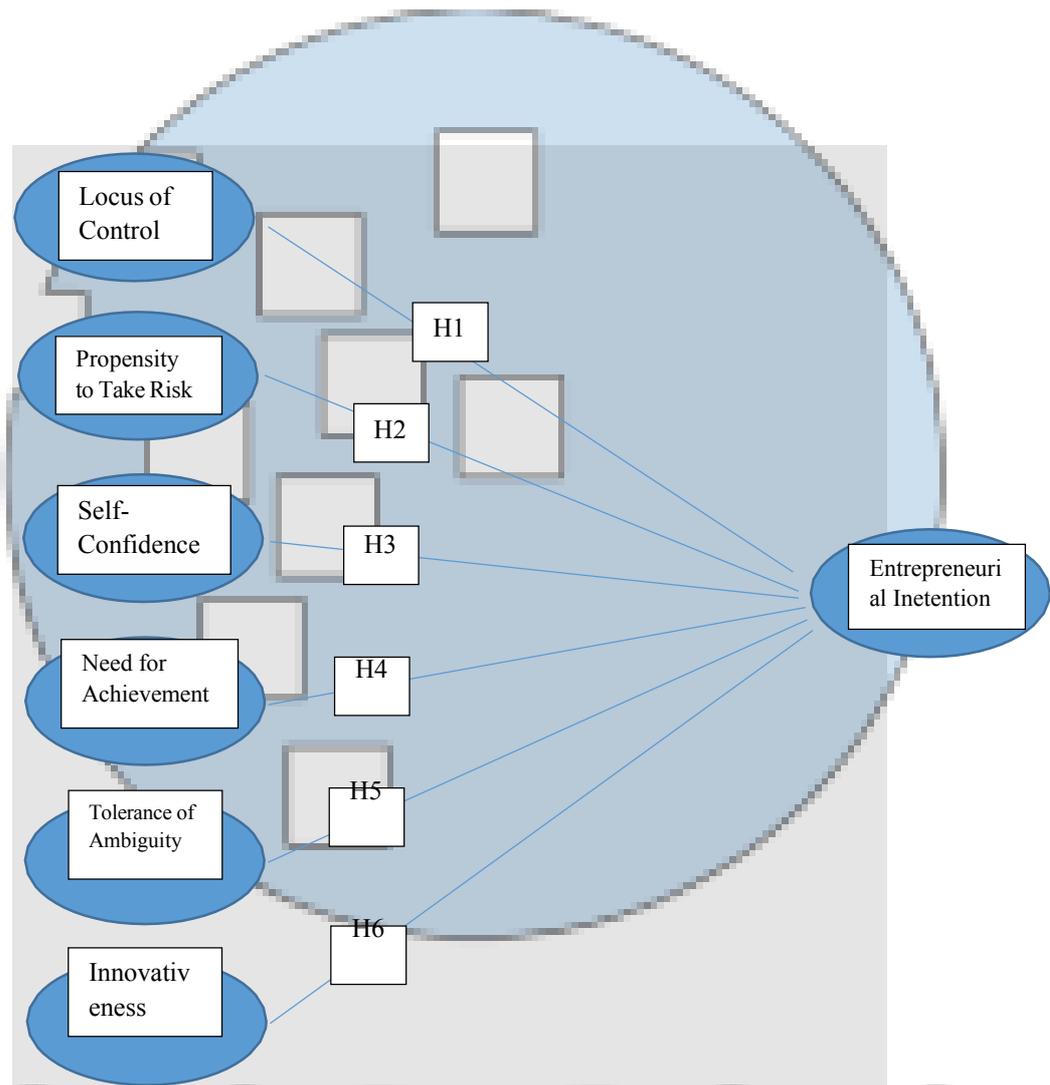
Lalu menurut Krueger & Carsrud (1993), minat kewirausahaan adalah proses pembentukan dan pengambilan keputusan untuk membuat suatu ide bisnis yang baru. Selain itu, ide dan perilaku wirausahawan terhadap suatu peluang adalah hasil dari terbentuknya niat kewirausahaan sebelum memulai suatu bisnis (Setiawan & Lestari, 2021).

Intensi kewirausahaan berarti niat atau kebulatan tekad individu untuk dapat menjadi wirausahawan. Niat dan kebulatan tekad tersebut nampak pada upaya penelitian terhadap informasi yang berguna untuk kepentingan komitmen berwirausaha. Hal ini menjadi penting karena sebelum memulai usaha, dibutuhkan komitmen dalam diri individu. Lalu kemudian, komitmen tersebut diterapkan dalam intensi berwirausaha, sehingga dalam komitmen tersebut terdapat komponen niat, keinginan, ketertarikan, dan kesediaan untuk melakukan tindakan kewirausahaan yang telah direncanakan (Puspitaningtyas, 2018).

Adapun penelitian ini merujuk pada definisi dari Setiawan & Lestari (2021), yaitu minat kewirausahaan adalah proses pembentukan dan pengambilan keputusan untuk membuat suatu ide bisnis yang baru.

2.2 Model Penelitian

Model penelitian yang digunakan adalah adaptasi dari jurnal Anabela Dimis, Arminda do Paçõ dan Jo~ao Ferreira, Mario Raposo, Ricardo Gouveia Rodrigues (2013) dengan judul "*Psychological characteristic and entrepreneurial intentions amon secondary students*" sehingga menghasilkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Adaptasi dari (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013)

UWMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh positif *locus of control* terhadap *entrepreneurial intention*

Berdasarkan penelitian empiris yang dilakukan oleh (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013) yang didasarkan pada sampel 74 siswa sekolah menengah di mana 47,3 persen adalah perempuan, menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini menunjukkan bahwa *locus of control* memiliki peranan yang besar dalam menumbuhkan minat berwirausaha. Mereka percaya bahwa keputusan dan tindakan yang mereka lakukan itu menentukan kesuksesan bisnis mereka.

Lalu berdasarkan penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Karabulut A. T., 2016) terhadap 480 mahasiswa semester akhir di insitut ilmu sosial dari universitas yang terletak di Istanbul, Turki memperlihatkan bahwa *locus of control* berpengaruh positif pada minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Ini memperlihatkan bahwa factor *locus of control* dapat mempengaruhi seberapa besar minat seseorang dalam berwirausaha. Mereka percaya bahwa keputusan dan tindakan yang mereka lakukan itu menentukan kesuksesan bisnis mereka.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Locus of control* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.2 Pengaruh positif *propensity risk* terhadap *entrepreneurial intention*

Berdasarkan penelitian empiris yang dilakukan oleh (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013) yang didasarkan pada sampel 74 siswa sekolah menengah di mana 47,3 persen adalah perempuan, menyatakan bahwa *propensity to take risk* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hasil ini menunjukkan bahwa pengambilan resiko adalah salah satu kunci penting bagi wirausahawan dalam menjalankan usahanya. Tentu pengambilan resiko harus didasari perhitungan yang matang.

Lalu berdasarkan penelitian yang dilakukan (Mamun, Nawi, Dewiendren, & Shamsudin, 2016) dengan sebagian besar responden mahasiswa tingkat akhir

yang sebentar lagi akan mendapatkan gelar sarjana dan akan mencari pekerjaan. Penelitian ini memilih sampel responden dari daftar 2536 mahasiswa dari Fakultas Kewirausahaan dan Bisnis, Universitas Malaysia Kelantan, dengan hasil bahwa *propensity to take risk* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:
H2: *Propensity to take risk* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.3 Pengaruh positif *self confidence* terhadap *entrepreneurial intention*

Berdasarkan penelitian empiris yang dilakukan oleh (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013) yang didasarkan pada sampel 74 siswa sekolah menengah di mana 47,3 persen adalah perempuan, menyatakan bahwa *self confidence* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Kepercayaan diri merupakan faktor penting dalam menumbuhkan minat untuk berwirausaha. Karena tanpa kepercayaan diri orang cenderung akan lebih sulit untuk berani memulai untuk menjadi wirausahawan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Garaika & Margahana, 2019), yaitu dengan responden dalam penelitian ini adalah kalangan pengusaha muda yang telah memulai usahanya. Dan teknik pengambilan sampel adalah non-random sampling, yaitu purposive sampling. Responden berusia 20-30 tahun dan mereka sudah memiliki usaha sendiri dengan jumlah responden adalah 200 responden. Penelitian ini menyatakan bahwa *self confidence* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:
H3: *Self confidence* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.4 Pengaruh positif *need for achievements* terhadap *entrepreneurial intention*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Atiya, Bilal, Abulhamid, & Shoab, 2019), yang didasarkan oleh penelitian dari mahasiswa di Sudan dan Kesultanan Oman yaitu, Universitas Bahri (UoB) dan Internasional Sudan University (SIU) dari Sudan dan Dhofar University (DU) dari Oman. Kuesioner dibagikan kepada sekitar 660 mahasiswa di tiga universitas. Dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *need for achievements* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Lalu berdasarkan penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013) yang didasarkan pada sampel 74 siswa sekolah menengah di mana 47,3 persen adalah perempuan, menyatakan bahwa *need for achievements* juga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini memperlihatkan bahwa kebutuhan akan prestasi yang tinggi akan sangat mempengaruhi niat seseorang untuk berwirausaha, karena orang itu ingin melakukan pembuktian diri bahwa dia mampu untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: *Need for achievements* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.5 Pengaruh positif *tolerance to ambiguity* terhadap *entrepreneurial intention*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Altinaya, Melih, Danielea, & Lashleya, 2012), yang didasarkan oleh penelitian yang menggunakan sampel dari mahasiswa di Inggris. Alasan utama menggunakan mahasiswa sebagai sampel adalah untuk mempelajari proses yang disengaja sebelum suatu peristiwa terjadi. Melalui convenience sampling, total 279 kuesioner dikumpulkan dari mahasiswa yang mengejar gelar manajemen pariwisata dan perhotelan di universitas besar di

Inggris. Dan penelitian menyatakan bahwa *tolerance to ambiguity* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Lalu berdasarkan penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013) yang didasarkan pada sampel 74 siswa sekolah menengah di mana 47,3 persen adalah perempuan, menyatakan bahwa *tolerance to ambiguity* juga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini memperlihatkan bahwa semakin besar toleransi seseorang terhadap sesuatu yang tidak pasti, semakin besar juga probabilitas seseorang memiliki minat yang besar untuk menjadi wirausahawan. Karena menjadi wirausahawan sering kali akan dihadapkan dengan situasi yang ambigu.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: *Tolerance to ambiguity* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.3.6 Pengaruh positif *innovativeness* terhadap *entrepreneurial intention*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nazri, Aroosha, & Omar, 2016), dengan target penelitiannya adalah kaum muda yang tinggal di ibu kota Maladewa, Male. Male dipilih karena lebih dari sepertiga penduduk Maladewa tinggal di sini yang terdiri dari orang-orang dari berbagai bagian negara. Responden penelitian adalah remaja yang berusia antara 18 sampai dengan 35 tahun. Penelitian ini menyatakan bahwa *innovativeness* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*).

Lalu berdasarkan penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues, 2013) yang didasarkan pada sampel 74 siswa sekolah menengah di mana 47,3 persen adalah perempuan, menyatakan bahwa *innovativeness* juga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha (*entrepreneurial intention*). Hal ini memperlihatkan bahwa tingkat kreatifitas dan kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru sangat mempengaruhi minat

seseorang untuk menjadi wirausahawan. Inovasi menjadi salah satu kunci penting untuk menumbuhkan dorongan dalam diri seseorang untuk memulai bisnis baru.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

2.4 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan berbagai variable yang berhubungan dengan *entrepreneurial intention* dalam membuat penelitian ini. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang berhubungan antar hipotesis yang telah disesuaikan dengan model penelitian utama.

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	Robins & Coulter (2012)	Pearson Education	<i>Management</i>	Fungsi – fungsi <i>management</i>
2	Dewi, Yaspita, & Yulianda (2020)	Deepublish	Manajemen Kewirausahaan	Definisi kewirausahaan
3	Suryana (2003)	Salemba Empat	Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses	Definisi kewirausahaan
4	Syafii, Murwatiningsih, & Prajanti (2015)	Journal of Economic Education	Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan, Keluarga, dan Kepribadian Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas	Pengertian minat berwirausaha

			XII SMK se-Kabupaten Blora	
5	Suharti & Sirine (2011)	Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan	Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention)	Pengertian minat berwirausaha
6	Santoso & Oetomo (2016)	Jurnal Manajemen	Pengaruh Karakteristik Psikologis, Sikap Berwirausaha, dan Norma Subyektif Terhadap Niat Berwirausaha	Karakter psikologis berpengaruh terhadap minat wirausaha pada mahasiswa
7	Dinis, Ferreira, Raposo, & Rodrigues (2013)	Emerald	<i>Psychological characteristics and entrepreneurial intentions among secondary students</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Need for achievement, locus of control, tolerance to ambiguity, propensity to take risk, innovativeness, dan self confidence</i> memiliki pengaruh terhadap minat berwirausaha • Definisi <i>locus of control</i> • Adanya hubungan antara kebutuhan pencapaian

				<p>dan (usaha) pengembangan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jika individu memiliki tingkat toleransi ambiguitas yang tinggi, maka mereka lebih dapat mengatasi masalah situasi yang tidak terduga dengan lebih baik • Definisi <i>innovativeness</i>
8	Nasip, Amirul, Sondoh Jr. & Tanakinjal (2017)	Emerald	<i>Psychological Characteristics and Entrepreneurial Intention: A research among University Students in North Borneo, Malaysia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi dan perbedaan <i>locus of control internal & eksternal</i> • Pengambilan resiko mengacu pada kemungkinan yang berkaitan dengan keberhasilan • Toleransi terhadap ambiguitas disebut sebagai kecenderungan untuk melihat situasi dan kondisi tanpa hasil akhir yang jelas sebagai sesuatu yang menarik

9	Kristiansen & Indarti (2004)	World Scietific	<i>Entrepreneurial intention among Indonesian and Norwegian students</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi <i>locus of control</i>
10	Embi, Jaiyeoba, & Yussof (2019)	Emerald	<i>The effects of students' entrepreneurial characteristics on their propensity to become entrepreneurs in Malaysia</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Definisi <i>propensity to take risk</i> • Wirausahawan memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam berhubungan dengan orang lain
11	Shahzad, Khan, Saleem, & Rashid (2021)	MDPI	<i>What Factors Affect the Entrepreneurial Intention to Start-Ups? The Role of Entrepreneurial Skills, Propensity to Take Risks, and Innovativeness in Open Business Models</i>	Kecenderungan untuk mengambil resiko juga saling terkait dengan karakteristik kepribadian
12	Garaika & Margahana (2019)	Research Gate	<i>Self Efficacy, Self personality, and Self Confodence on Entrepreneurial Intetnion: Study on Young Enterprises</i>	Definisi <i>self confidence</i>

14	Bux & Honglin (2015)	Research Gate	<i>Analyzing the Impact of The Psychological Characteristics on Entrepreneurial Intentions Among University Students</i>	Kebutuhan untuk berprestasi adalah inisiatif individu bertindak untuk mencapai keberhasilan dan mampu menciptakan persaingan usaha keuntungan
15	L & Paço (2012)	Emerald	<i>A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches</i>	Pengusaha memiliki tingkat yang lebih tinggi kebutuhan akan prestasi dibanding profesi lain
16	Ozaralli & Rivenburgh (2016)	Springer Open	<i>Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey</i>	Definisi innovativeness
17	Gozukara & Colakoglu (2016)	Canadian Center of Science and Education	<i>Enhancing Entrepreneurial Intention and Innovativeness of University Students: The Mediating Role of Entrepreneurial Alertness</i>	Pendorong inti inovasi yang diamati pada wirausahawan adalah niat untuk berkembang dan mendapatkan keuntungan, dan kekuatan pendorong ini lebih tinggi dalam inovasi pengusaha
18	Setiawan & Lestari (2021)	KC UMN	<i>The Effect of Entrepreneurs HIP Education to Student's Entrepreneurial Intention With</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Niat kewirausahaan adalah salah satu faktor utama yang mempengaruhi

			<i>Self Efficacy as Mediating Variable</i>	berkembang atau tidaknya kewirausahaan <ul style="list-style-type: none"> Definisi <i>entrepreneurial intention</i>.
19	Puspitaningtyas (2018)	Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil	Pengaruh Efikasi Diri dan Pengetahuan Manajemen Keuangan Bisnis Terhadap Intensi Berwirausaha	<ul style="list-style-type: none"> Definisi <i>entrepreneurial intention</i> Pentingnya intensi kewirausahaan sebelum mulai membangun usaha

Sumber: Data Penulis, 2021

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA