

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 Entrepreneurship

Entrepreneurship berasal dari istilah Bahasa Perancis yaitu *enterprendre* yang artinya “melakukan” kegiatan mengorganisir dan mengelola. Kata ini digunakan untuk mendeskripsikan seseorang yang berani mengambil resiko untuk memulai suatu usaha baru (Barringer, B. R., & Ireland, 2016). Menurut Ronstadt dalam (Agung Purnomo, 2020) Kewirausahaan atau *entrepreneurship* merupakan tindakan seorang wirausaha sebagai seseorang yang selalu mencari sesuatu atau hal-hal yang baru serta memanfaatkan ide-ide tersebut menjadi peluang yang menguntungkan serta menerima risiko dan ketidakpastian terhadap suatu pasar.

Entrepreneurship ialah orang yang berinovasi dengan cara menciptakan produk, jasa, memproduksi, memproses, memasarkan dan menciptakan pasar baru yang bertujuan untuk tumbuh dan berkembang untuk dirinya dan usahanya (Firmansyah, 2019). Menurut Suryana dalam (Iqbal, 2018) kewirausahaan merupakan proses mengimplementasi inovasi dan kreativitas dalam menemukan peluang dan memecahkan masalah untuk meningkatkan atau memperbaiki usaha/bisnis atau kehidupan. Menurut Kimmons (2019) kewirausahaan ialah suatu tindakan memulai sendiri dan memulai bisnis alih-alih bekerja untuk orang lain dalam tersebut.

Kewirausahaan merupakan keterampilan atau kemampuan berkreasi dan berinovasi untuk menciptakan atau membuat sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) yang bisa digunakan sebagai dasar seseorang dalam menghadapi tantangan dalam hidup (Iqbal, 2018). Menurut Saparila Worokinasih at.al, (2021) wirausahawan atau *entrepreneur* ialah seseorang yang memiliki semangat, ambisi, perilaku wirausaha serta memiliki kemampuan dalam mengelola suatu bisnis atau usaha yang mengarah pada cara menemukan, menerapkan dan menciptakan produk,

cara kerja, serta teknologi baru dengan meningkatkan kemampuan guna memberikan pelayanan yang lebih baik serta memperoleh keuntungan yang lebih besar.

2.1.2 Women Entrepreneurship

Women entrepreneur adalah seorang perempuan atau sekelompok perempuan yang mengambil inisiatif untuk memulai usaha, mengorganisir, dan memimpin usaha atau bisnis. (Nurhayati, 2021). Menurut (Anggadwita & Dhewanto, 2016) *women entrepreneur* ialah perempuan yang terlibat dalam aktivitas bisnis dan memiliki motivasi untuk berhasil, dalam hal ini perempuan mampu mengidentifikasi peluang dan mengambil resiko untuk menyatukan sumber daya yang dimiliki dengan cara yang khusus.

Menurut Anwar and Rashid (2012) dalam (Chhabra et al., 2020) *women entrepreneur* didefinisikan sebagai perempuan yang percaya diri, inovatif, kreatif, dan mandiri dalam mencapai perekonomian dan menghasilkan kesempatan pekerjaan untuk orang lain dengan cara memulai, mendirikan, serta menjalankan usaha. Menurut Sharma (2013) dalam (Chhabra et al., 2020) *women entrepreneur* adalah seorang perempuan yang menggunakan pengetahuannya sumber daya untuk mengembangkan atau menciptakan peluang bisnis baru, baik di sektor informal maupun formal.

Women entrepreneur adalah seorang perempuan yang berwirausaha dan memiliki keterampilan, kreatifitas, dan inovasi sebagai dasar dan sumber daya mereka dalam proses menjalankan usaha (Novialumi, Anita., 2020). Menurut sebuah studi yang dilakukan Ramadani et al., (2013) wirausahawan perempuan salah satu sumber penting dalam perkembangan ekonomi di suatu negara, dimana mereka mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk semua orang, memberikan solusi terhadap suatu masalah dan kesulitan dalam manajemen, organisasi dan bisnis serta memanfaatkan peluang bisnis.

Seiring dengan perkembangan zaman perempuan sudah tidak lagi berperan atau aktif menjadi seorang ibu rumah tangga yang selalu bergantung pada laki-laki, namun pada saat ini perempuan sudah mulai aktif dalam berbagai aspek kehidupan seperti sosial, budaya, perekonomian, dan politik (Maryasih, 2021). Dan pada saat ini telah banyak perempuan yang menunjukkan dirinya bahwa mereka sanggup untuk menjadi seorang *entrepreneur* dimulai dari memiliki usaha baik usaha mikro, kecil, dan sedang tujuan mereka menjadi pengusaha untuk membantu keuangan suami dan membantu keuangan keluarga atau pun sebagai sarana kegiatan dan kreativitas dalam kehidupan sehari-hari. Adapun definisi *women entrepreneur* yang dipakai pada penelitian ini yaitu seorang perempuan yang memanfaatkan pengetahuan dan sumber daya untuk mengembangkan atau menciptakan peluang bisnis baru, baik di sektor informal maupun formal Sharma (2013) dalam (Chhabra et al., 2020). Dimana dalam definisi tersebut, perempuan menggunakan pengetahuan dan sumber daya yang mereka miliki untuk menciptakan usaha baru.

2.1.3 Theory of Planned Behavior

Pada tahun 1975 Ajzen dan Fishbein mencetuskan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB), teori tersebut berawal dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Pada teori ini terdapat dua faktor utama yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norms* Ajzen dan Fishbein (1975). *Theory of Planned Behavior* menganggap bahwa teori sebelumnya tidak menjelaskan mengenai perilaku yang dimana individu tidak dapat sepenuhnya mengontrol, tetapi dipengaruhi oleh faktor non-dinamis yang dianggap sebagai peluang atau sumber daya yang dibutuhkan agar perilaku dapat dilakukan. Sehingga Ajzen (1991) menambahkan satu faktor yaitu *perceived behavioral control*.

Menurut Ajzen (1991) terdapat tiga faktor dalam teori TPB, yaitu:

1. *Attitude toward the behavior*

Ajzen dan Fishbein (1991) menjelaskan bahwa *attitude toward the behavior* ialah penilaian individu tentang positif negatif terhadap suatu sikap. *Attitude toward the*

behavior ialah suatu fungsi yang didasarkan pada *behavioral beliefs*, yakni keyakinan individu terhadap positif atau negatif yang akan didapatkan seseorang jika melaksanakan suatu sikap (*salient outcome beliefs*) (Wikamorys & Rochmach, 2017). Menurut Patiro dan Budiyanti (2016) dalam (Anggraini & Patricia, 2019) *attitude toward the behavior* adalah fungsi dari kepercayaan seorang bahwa melakukan suatu perilaku akan menghasilkan hasil tertentu dan harus dilakukan penilaian terhadap hasil tersebut.

2. *Subject norms*

Menurut Wikamorys & Rochmach (2017) *subjective norm* merupakan persepsi individu terhadap tuntutan yang didapat dari lingkungan sekitar untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Norma subyektif juga dapat didefinisikan sebagai tekanan sosial yang dirasakan seseorang sangat dipengaruhi oleh ekspektasi dari kelompok (Anggraini & Patricia, 2019). Seorang individu akan melakukan suatu perilaku tertentu jika perilaku tersebut dapat diterima oleh orang yang dianggap penting dalam hidupnya dan dapat menerima apa yang akan dilakukannya. Menurut Fayolle et al (2006) dalam (Anggraini & Patricia, 2019) tekanan sosial memiliki peran kuat atau lemah terhadap pembentukan niat, tekanan ini dapat menjadi pemicu atau juga penghambat pertumbuhan karir kewirausahaan karena tergantung pada lingkungan sosial dimana norma subyektif mengacu pada persepsi orang menerima keputusan untuk menjadi pengusaha

3. *Perceived behavioral control*

Menurut Ajzen (2005) persepsi kontrol perasaan seseorang tentang mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu. *perceived behavioral control* dapat berubah tergantung situasi serta jenis perilaku yang akan dilakukan. Ajzen (1991) menjelaskan bahwa persepsi kontrol atas perilaku ialah semakin besar seseorang memiliki kesempatan dan seberapa halangan yang dapat diantisipasi maka semakin besar kontrol yang akan dirasakan atas tingkah laku tersebut. Menurut Khanifah et al., (2017) *perceived behavioral control* adalah persepsi individu tentang

kemampuan yang dimiliki individu yang berhubungan dengan tingkah laku tertentu. Kontrol perilaku yang dirasakan adalah keyakinan atau kepercayaan mengenai ada tidaknya faktor yang menyediakan sumberdaya dan menghambat individu untuk melakukan tindakan tertentu. Faktor sumberdaya berbentuk kompatibilitas, kompetensi, dan kesempatan (*control of belief strength*) yang dimana mendukung atau akan menghambat perilaku yang akan diprediksi dan besarnya peran sumberdaya tersebut (*power of control factor*). Seseorang yang mempunyai persepsi control yang tinggi akan terus menerus mendorong dan berusaha untuk berhasil karena memiliki keyakinan dengan sumberdaya dan kesempatan yang ada. Dari sumberdaya dan kesempatan yang ada akan membuat kesulitan yang nantinya dihadapi dapat ditangani atau diatasi (Mahyarni, 2013).

2.1.4 Women Entrepreneurial Intentions

Menurut Paul et al (2017) dalam (Chandra & Budiono, 2019) *Entrepreneurial intentions* atau niat kewirausahaan adalah usaha yang akan dilakukan seseorang untuk memulai dan berperan serta dalam suatu perilaku atau sikap kewirausahaan serta melakukan aktivitas kewirausahaan dimana niat tersebut mempengaruhi sejumlah hal yaitu seperti nilai, kebutuhan, dan keyakinan. Menurut Lee & Wong (2004) dalam (Walipah & Naim, 2016) niat berwirausaha dapat didefinisikan sebagai tindakan permulaan dalam proses membangun bisnis yang umumnya bersifat jangka panjang. Salah satu cara untuk mengembangkan kewirausahaan bagi perempuan adalah dengan membangun nilai-nilai yang dibentuk dari lingkungan maupun pribadi perempuan, munculnya niat berwirausaha perempuan merupakan hasil untuk mengembangkan kewirausahaan dalam menciptakan daya saing di pasar.

Menurut Krueger (1993) dalam (Rahmah, 2017) niat berwirausaha menggambarkan kewajiban individu saat memulai atau melakukan bisnis serta merupakan suatu kabar yang harus diperhatikan dalam mengetahui cara wirausaha. Menurut Gupta and Anne (2008) dalam (Effendi & Suryana, 2019) niat berwirausaha laki-laki dengan perempuan tidak mempunyai kesamaan dalam niat

berwirausaha, dimana keduanya sama-sama memiliki niat berwirausaha yang tinggi. Dalam *Theory of Planned Behavior* Fishbein and Ajzen (1980) dalam (Effendi & Suryana, 2019), menyatakan bahwa faktor *attitude* dan *subjective norms* akan membentuk niat yang kemudian secara langsung mempengaruhi perilaku. Dengan demikian, pengertian tentang niat seseorang untuk berwirausaha menggambarkan keinginan individu untuk membangun bisnis secara nyata. Pada dasarnya, dalam membentuk kewirausahaan terdapat faktor yang mempengaruhi yakni faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berawal dari dalam diri seseorang berbentuk karakteristik, sikap, sifat pribadi, keinginan serta kemampuan yang dapat memberikan kekuatan pribadi untuk berbisnis. Sedangkan, pada faktor eksternal berawal dari luar seseorang berupa faktor lingkungan seperti keluarga, sosial ekonomi, dan lainnya (Effendi & Suryana, 2019). Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa niat kewirausahaan ialah kesadaran yang dimiliki dari seorang individu baik laki-laki maupun wanita untuk melakukan tindakan kewirausahaan seperti menciptakan dan mencari suatu bisnis atau peluang baru. Adapun definisi *women entrepreneurial intention* yang dipakai dalam penelitian ini adalah usaha yang akan dilakukan seseorang untuk memulai dan berperan serta dalam suatu perilaku atau sikap kewirausahaan serta melakukan aktivitas kewirausahaan dimana niat tersebut mempengaruhi sejumlah hal yaitu seperti nilai, kebutuhan, dan keyakinan. Paul et al (2017) dalam (Chandra & Budiono, 2019).

2.1.5 Personal Attitude

Menurut Dinc (2016) terdapat dua definisi *personal attitude*, yaitu sebagai berikut:

1. *Personal attitude* merupakan suatu pendirian seseorang atau pola pikir terhadap suatu masalah tertentu.
2. *Personal attitude* adalah penilaian yang dibuat oleh individu, baik secara positif maupun negatif terhadap suatu objek, orang, organisasi, perilaku, dan minat.

Menurut Mei et al., (2016) sikap pribadi ialah sejauh mana suatu individu

memiliki penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan. Menurut Ajzen dan Fishbein dalam (Wardhani & Kusuma, 2021) berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, individu yang memiliki kepercayaan besar untuk berperilaku tertentu akan mengarah pada hasil yang positif dan sikap baik terhadap sikap yang dimiliki, sedangkan individu yang percaya bahwa perilaku akan mengarah pada hasil negatif akan mengakibatkan orang tersebut memiliki sikap yang tidak menguntungkan. Menurut Wardhani & Kusuma (2021) *personal attitude* ialah sikap yang ditunjukkan oleh individu, sejauh mana individu tersebut memberikan penilaian pribadi yang positif atau negatif tentang menjadi seorang pengusaha.

Menurut Souitaris et.al (2007) dalam (Vamvaka et al., 2020) berdasarkan konteks kewirausahaan, sikap terhadap wirausaha didefinisikan sebagai perbedaan antara persepsi keinginan pribadi untuk menjadi wiraswasta atau bekerja secara organisasi. Menurut Usman dan Yennita dalam (Alfian Loria dan Rodhiah, 2020) *personal attitude* adalah kecenderungan untuk menilai pada individu untuk mengeksekusi tanggapan dalam mengambil keputusan untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu yang berkaitan dengan kegiatan usaha, dimana jika kegiatan wirausaha disukai maka mereka akan berpartisipasi dalam menciptakan bisnis atau sebaliknya.

Adapun definisi *personal attitude* yang dipakai dalam penelitian ini adalah sikap pribadi ialah sejauh mana suatu individu memiliki penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan (Mei et al., 2016). Dimana dalam teori ini, sikap pribadi sangat mempengaruhi penilaian baik positif maupun negatif suatu sikap.

2.1.6 Social Perception

Menurut Rakmat (2005) dalam (Arifin et al., 2017) persepsi ialah pengalaman seseorang tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan baik yang didapatkan dengan menyimpulkan informasi dan mengartikan pesan. Berdasarkan hal tersebut terdapat berbagai macam objek persepsi, yaitu dapat berwujud benda, situasi, dan berwujud manusia. Jika objek persepsi berwujud benda

disebut persepsi benda (*thing perception*), sedangkan jika objek persepsi berwujud manusia atau orang maka disebut persepsi sosial (*social perception*) (Haider, 1958) dalam (Novriani & Fatchiya, 2011). Menurut Sarwono (1999) dalam (Novriani & Fatchiya, 2011), terdapat dua faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang yaitu:

1. Faktor internal yaitu faktor yang berada di dalam diri sendiri seperti usia, gender, jenjang pendidikan, dan jenjang pengetahuan.
2. Faktor eksternal yaitu faktor ini bersumber dari lingkungan luar individu yang mempengaruhi persepsi seseorang, seperti lingkungan keluarga, lingkungan sosial, budaya, interaksi antar individu, dan media komunikasi atau media sosial.

Persepsi sosial (*social perception*) ialah faktor diluar diri seseorang yang memutuskan apakah orang atau kelompok lain akan menerima atau menolak suatu perilaku yang dilakukan oleh individu tersebut atau kelompok. Selain itu, persepsi sosial adalah persepsi individu terhadap tuntutan atau tekanan sosial apakah perilaku tersebut harus ditampilkan atau tidak (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Wang et al. dalam (Grisna Anggadwita et.al, 2021) persepsi mengacu pada tekanan sosial yang didapati dari lingkungan sekitar seseorang atau individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut, contoh orang tua yang memiliki pengalaman kurang baik dalam berwirausaha atau bisnis dapat menekankan anaknya untuk tidak memulai berwirausaha,

Menurut Anggadwita et al., (2021) persepsi sosial yaitu kemampuan wirausahawan untuk mengenali atau memahami masalah orang lain dan memanfaatkannya menjadi peluang usaha. Dalam hal ini, perempuan yang ingin menjadi wirausahawan masih dianggap sepele oleh beberapa kalangan laki-laki. Perempuan berwirausaha dihadapi permasalahan khusus dalam melakukan usaha, seperti terdapat *stereotip* atau *social perception* mengenai peran laki-laki dan perempuan yang dapat mempengaruhi niat perempuan untuk menjadi pengusaha atau tidak (Grisna Anggadwita et.al, 2021). Nilai-nilai pribadi mempengaruhi terciptanya usaha baik dari pengalaman pribadi atau keinginan untuk melakukan

sesuatu yang berarti dalam hidup (Anggadwita et al., 2020).

Adapun definisi *social perception* yang dipakai dalam penelitian ini adalah persepsi individu terhadap tuntutan atau tekanan sosial apakah perilaku tersebut harus ditampilkan atau tidak (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Dimana dalam teori ini, persepsi sosial sangat mempengaruhi niat individu perempuan untuk memulai berwirausaha.

2.1.7 Psychological Characteristics

Menurut Zhang & Zhang (2013) psikologis karakteristik memiliki peran penting dalam menumbuhkan niat berwirausaha di kalangan orang-orang. Faktor psikologis merupakan faktor yang paling memotivasi bagi individu untuk memilih berkarir sebagai wirausaha (Das, 2015). Selain itu, psikologis karakteristik dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil peran sebagai pengusaha. Proses psikologi disebabkan oleh faktor dalam diri seseorang yang berbentuk karakteristik, perilaku, dan pengalaman.

Menurut Widhiandono (2014) dalam (Nagel & Suhartatik, 2018) terdapat faktor psikologi karakteristik yang mendorong seseorang untuk berwirausaha yaitu sebagai berikut:

1. *Locus of Control* (LOC)

Rotter (1996) merupakan seorang ahli teori sosiologi yang pertama kali memperkenalkan konsep *locus of control*. *Locus of control* ialah cara seseorang melihat suatu peristiwa atau kejadian dalam keyakinan individu mengenai apakah individu tersebut sanggup atau tidak untuk mengatasi kejadian yang terjadi pada diri sendiri. (Suprayogi, 2017). Menurut Priyanto (2008) dalam (Nagel & Suhartatik, 2018) terdapat dua faktor dalam *locus of control* (LOC) yakni *internal LOC* dan *eksternal LOC*, orang yang memiliki *internal LOC* percaya bahwa dirinya yang dapat mempengaruhi lingkungan. Selain itu, lebih mampu menangkap peluang usaha yang dimana ia mempunyai kepercayaan dan mampu memanfaatkan peluang

yang ada, sumber daya yang ada, membangun strategi, dan mengorganisasikan usaha tersebut (Santoso & Oetomo, 2017). Sedangkan *external LOC*, percaya bahwa lingkungan yang mempengaruhi dirinya. Dengan munculnya kepribadian *LOC* ini, wirausaha ingin mengontrol dan beradaptasi dengan lingkungannya agar tidak mengalami kerugian.

2. *Need of achievement*

Need of achievement merupakan kebutuhan berprestasi dalam diri seseorang pada usaha yang dilakukan untuk keunggulan, meningkatkan kinerja, inovasi, bertanggung jawab dalam mengambil keputusan, dan bersedia mengambil resiko sesuai dengan kemampuan yang dimiliki (Asmara et al., 2016). Individu yang membutuhkan pencapaian yang tinggi akan lebih gigih dalam mencapai tujuan dan berusaha lebih banyak ketika menjalankan usaha atau tugas. Seorang *entrepreneurship* akan selalu melihat visi ke depan untuk mengantisipasi ancaman dengan memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Dengan adanya kebutuhan melihat visi tersebut akan menjadikan pengusaha memiliki kebutuhan akan berprestasi atau pencapaian tertentu (Nagel & Suhartatik, 2018)

3. *Risk taking and innovativeness*

Risk taking didefinisikan sebagai suatu situasi dimana individu berperilaku dalam situasi berisiko, dimana dalam situasi ini mengandung tingkat ketidakpastian tinggi dan kemungkinan mengalami kerugian (Wulandari & Nawangsih, 2016). Keputusan individu dalam mengambil tindakan yang berisiko didasari adanya kemauan dan keberanian, individu yang berani mengambil resiko pada saat mengalami kegagalan akan menerima konsekuensi dan akibat dari perilaku yang sudah dilakukan. Menurut (Abdullah Umar, 2018) berani mengambil resiko merupakan salah satu kunci dalam memulai suatu bisnis, dikarenakan dalam bagian ini banyak faktor yang mengikutinya, yaitu berani mengambil keputusan, berani menghadapi masalah, berani rugi, dan sebagainya. Seorang wirausaha

terbiasa menghadapi situasi bisnis yang tidak pasti dandiharuskan membuat atau mengambil keputusan yang memiliki resiko tertentu. Inovasi merupakan sesuatu yang berkaitan dengan barang, jasa atau ide yang dilakukan seseorang. Kemampuan berinovasi sangat penting dalam diri wirausahawan, tanpa adanya inovasi usaha yang dilakukan tidak akan dapat bertahan lama, hal ini disebabkan adanya keinginan, kebutuhan, dan permintaan konsumen Larsen, P and Lewis, A (2007) dalam ((Bhama, 2020).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori dari Widhiandono (2014) dalam (Nagel & Suhartatik, 2018) untuk mengukur variabel *psychological characteristics* yang dapat mendorong minat perempuan dalam berwirausaha. Faktor yang diukur antara lain *Locus of Control* (LOC), *Need for achievement*, dan *Risk taking and innovativeness*.

2.1.8 Individual Competencies

Menurut (Habibullah et al., 2020) kompetensi ialah suatu karakteristik dasar dari seseorang yang memungkinkan memberikan kinerja unggul dalam pekerjaan, peran, atau keadaan tertentu. Menurut George Klemp dalam (Habibullah et al., 2020) kompetensi ialah karakteristik yang mendasari seseorang untuk menghasilkan pekerjaan yang efektif atau kinerja yang unggul. Kompetensi memiliki peran penting dalam keberhasilan wirausaha, kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan individu yang ditunjukkan oleh pengetahuan, kontribusinya terhadap lingkungan sosial Anggadwita & Dhewanto (2016). Menurut Brownell dalam (Anggadwita & Dhewanto, 2016) *individual competencies* dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan dapat dipelajari melalui pendidikan formal, selain itu *individual competencies* juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, pengalaman, dan karir.

Menurut Helleriegel et al., (2011) kompetensi merupakan gabungan dari keterampilan, pengetahuan, sifat, dan perilaku yang memberikan kontribusi terhadap kinerja pribadi. Menurut Widowo (2011) dalam (Elizar, 2018) terdapat

faktor-faktor yang mempengaruhi kompetensi: (1) keterampilan, (2) pengalaman, (3) keyakinan dan nilai-nilai, (4) budaya organisasi, (5) kemampuan intelektual, (6) emosi. *Competencies* merupakan kemampuan individu yang ditunjukkan oleh seseorang dalam menghasilkan suatu produk atau jasa yang memenuhi standar yang diharuskan (Pallan 2007).

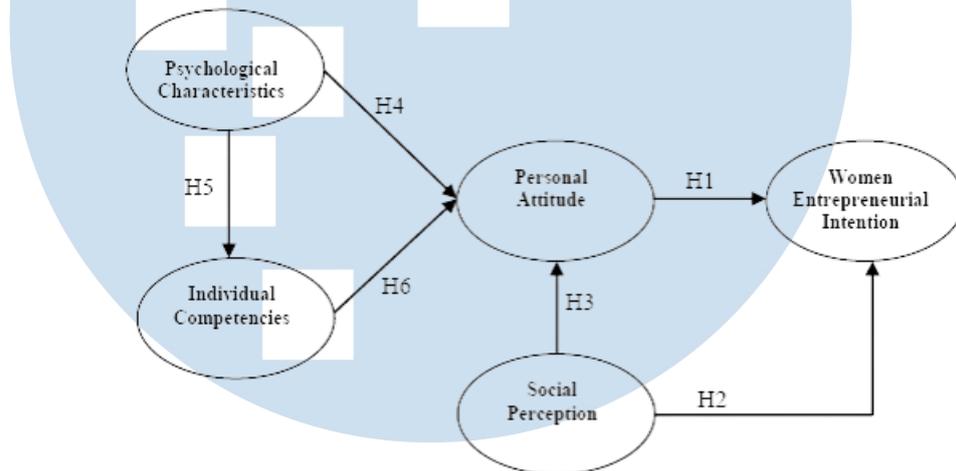
Dalam studi yang dilakukan Man et al., (2002) ia mengidentifikasi enam bidang kompetensi yang berkaitan dengan kemampuan wirausahawan dalam menjalankan bisnis: (1) kompetensi peluang (kemampuan melihat dan mengidentifikasi peluang bisnis), (2) kompetensi hubungan (kemampuan dalam interaksi, sosial, komunikasi, dan membangun hubungan), (3) kompetensi konseptual (kemampuan untuk berpikir kritis, memecahkan masalah, membuat keputusan, menghadapi ketidakpastian dan resiko), (4) kompetensi pengorganisasian (kemampuan memimpin, mengendalikan, memantau, mengatur, dan mengembangkan sumber daya internal dan eksternal), (5) kompetensi strategi (kemampuan menetapkan visi dan misi, serta merumuskan strategi bisnis yang akan dijalankan), (6) kompetensi komitmen (kemampuan memegang komitmen terhadap keberhasilan tujuan bisnis).

Adapun definisi *individual competencies* yang dipakai dalam penelitian ini ialah karakteristik dasar dari seseorang yang memungkinkan memberikan kinerja unggul dalam pekerjaan, peran, atau keadaan tertentu. (Habibullah et al., 2020). Dalam hal ini, kompetensi memiliki peran penting dalam keberhasilan wirausaha, kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan individu yang ditunjukkan oleh pengetahuan, kontribusinya terhadap lingkungan sosial. (Anggadwita & Dhewanto 2016).

2.2 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis dan menjabarkan menggunakan model penelitian dari Grisna Anggadwita dan Wawan Dhewanto (2016) pada jurnal yang berjudul "*The Influence of Personal Attitude and Social*

Perception on Women Entrepreneurial Intentions in Micro and Small Enterprises in Indonesia” adalah:



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: Anggadwita & Dhewanto, (2016)

H1: *Personal Attitude* berpengaruh positif terhadap *Women Entrepreneurial Intention*

H2: *Social Perception* berpengaruh positif terhadap *Women Entrepreneurial Intention*

H3: *Social Perception* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*

H4: *Psychological Characteristics* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*

H5: *Psychological Characteristics* berpengaruh positif terhadap *Individual Competencies*

H6: *Individual Competencies* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*

2.3 Hipotesis

2.3.1 *Personal Attitude* berpengaruh positif terhadap *Women Entrepreneurial Intention*

Personal attitude adalah sikap individu baik positif atau negatif terhadap kewirausahaan, sehingga dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada individu tersebut. Faktor sikap pribadi yang terdiri dari usia, jenis kelamin, pengalaman pribadi, dan pengalaman-pengalaman yang mengubah beberapa *attitude* (Darmawan, 2016). Menurut Gagne dan Briggs (dalam Darmawan, 2016) sikap adalah suatu keadaan internal (*internal state*) yang mempengaruhi pilihan tindakan yang dilakukan oleh individu terhadap suatu objek, orang atau peristiwa tertentu.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dinc (2016) kepada 216 perempuan di dua kota besar Bosnia yaitu Tuzla dan Sarajevo menyatakan bahwa *personal attitude* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan yang memiliki persepsi yang baik tentang konsep kewirausahaan lebih memungkinkan untuk memiliki niat berwirausaha atau memulai usaha di suatu hari. Berdasarkan hal tersebut pemerintah, media, dan lembaga terkait lainnya harus mempromosikan kewirausahaan untuk membentuk persepsi positif yang lebih baik di benak perempuan untuk meningkatkan niat kewirausahaan mereka.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gomes et al. (2021) kepada 1.114 diantaranya laki-laki dan perempuan di wilayah Periferal Eropa menunjukkan bahwa *personal attitude* perempuan berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*. Berdasarkan penelitian ini, *personal attitude* perempuan dalam *entrepreneurial intention* lebih kecil dibandingkan dengan pria. Temuan ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Ferrie et al. (2018) dan Karimi et al (2013) dimana individu laki-laki didorong oleh faktor instrumental yang dimana sikap pribadi sangat penting bagi laki-laki, sedangkan perempuan lebih dimotivasi oleh

faktor sosial. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan Turra & Melinda (2021) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan *personal attitude* dan *entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *personal attitude* menunjukkan pengaruh yang sangat kuat terhadap *entrepreneurial intention*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1: *Personal Attitude* berpengaruh positif terhadap *Women Entrepreneurial Intention*.

2.3.2 Social Perception berpengaruh positif terhadap Women Entrepreneurial Intention

Menurut Anggadwita et al., (2021) persepsi sosial yaitu kemampuan wirausahawan untuk mengenali atau memahami masalah orang lain dan memanfaatkannya menjadi peluang usaha. *Social perception* berperan penting dalam meningkatkan niat wirausaha perempuan (Nasip et al., 2017). Studi yang dilakukan Martins & Perez (2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan membantu seseorang individu dalam menafsirkan kemampuan yang tepat agar dapat memanfaatkan persepsi dari lingkungannya untuk meningkatkan niat berwirausaha.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Polas et al. (2021) kepada 297 perempuan di pedesaan Bangladesh menunjukkan bahwa *social perception* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *women entrepreneurial intention*. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor individu seperti salah satunya yaitu persepsi sosial berperan penting dalam meningkatkan niat berwirausaha pada perempuan, selain itu perempuan berwirausaha berusaha menentukan apa yang ada dipikirkan, dirasakan, dan diyakini berdasarkan persepsi sosial.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chandran & Aleidi (2018) menunjukkan bahwa *social perception* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention of women*. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar sikap positif dan pengaruh persepsi sosial maka akan semakin besar niat untuk

melakukan hal tertentu termasuk perilaku kewirausahaan. *Social perception* seperti tekanan sosial, dorongan keluarga, teman, dan lingkungan sekitar individu yang mendorong seseorang untuk melakukan dan menjadi seorangwirausahawan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Di Paola (2021) *social perception* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *women entrepreneurial intention*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social perception* dapat mendorong seorang individu untuk memulai membuka usaha baru dan masih terdapatnya stereotipe yang didapat dari perempuan seperti budaya dan lingkungan sosial. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: *Social Perception* berpengaruh positif terhadap *Women Entrepreneurial Intention*

2.3.3 Social Perception berpengaruh positif terhadap Personal Attitude

Menurut sebuah studi yang dilakukan oleh Wang et al dalam (Grisna Anggadwita et.al, 2021) persepsi mengacu pada tekanan sosial yang didapati dari lingkungan sekitar seseorang atau individu untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut, contoh orang tua yang memiliki pengalaman kurang baik dalam berwirausaha atau bisnis dapat menekankan anaknya untuk tidak memulai berwirausaha. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan perempuan menjadi wirausahawan yaitu sikap, nilai, konsep diri, pengalaman masa lalu, dan harapan (Anggadwita et al., 2021).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dinc (2016) kepada 216 perempuan di dua kota besar Bosnia yaitu Tuzla dan Sarajevo menyatakan bahwa *social perception* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *personal attitude*. Penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial, keluarga, dan teman mempengaruhi cara individu berpikir tentang kemampuan dalam dirinya untuk melakukan sikap kewirausahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Franciso Linan and Ghulam Nabi (2013) menunjukkan bahwa *social perception* berpengaruh

positif terhadap *personal attitude*. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa budaya dan lingkungan sosial yang berada di sekitar individu mempengaruhi cara berpikir dan keyakinan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya makahipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: *Social Perception* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*

2.3.4 *Psychological Characteristics* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*

Psychological characteristics ialah salah satu faktor yang membuat individu tertarik pada aktivitas kewirausahaan. Individu yang mempunyai *need for achievement* yang besar mempunyai kemauan yang teguh untuk mengambil tanggung jawab dalam melakukan tugas dan mengarah pada tujuan. Selain itu, individu yang mempunyai *locus of control* memiliki motif yang tinggi untuk mencapai keberhasilan (Ermawati et al., 2017). Hasil penelitian yang dilakukan Ahmadi (2011) kepada 377 mahasiswa di Universitas Islam Azad di Shah Ray menunjukkan bahwa *psychological characteristics* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *personal attitude*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor psikologi menunjukkan pengaruh yang sangat kuat terhadap sikap pribadi mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan Santoso & Oetomo (2017) bahwa karakteristik psikologi secara positif mempengaruhi *personal attitude*, Dimana *locus of control, need for achievement, risk taking and innovativeness* mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Zainuddin (2012) yang menemukan bahwa adanya hubungan yang signifikan *psychological characteristics* dan *attitude*. Dalam penelitian ini faktor karakteristik psikologi yaitu *locus of control* menunjukkan pengaruh positif terhadap sikap. *Locus of control* membentuk sikap mereka untuk menjadi seorang wirausaha berdasarkan kemampuan yang dimiliki atau kemampuan yang ditemukan. Dari kemampuan yang dimiliki dan

ditemukan, mereka dapat membuat bisnis baru atau peluang baru untuk membuat produk atau jasa yang inovatif atau belum pernah ada sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: *Psychological Characteristics* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*

2.3.5 *Psychological Characteristics* berpengaruh positif terhadap *Individual Competencies*

Keberhasilan suatu usaha ditentukan oleh faktor individu dan faktor lingkungan, salah satu faktor individu yaitu *psychological characteristics*, karakteristik ini mencakup sifat, perilaku, dan *individu competencies* dalam proses kewirausahaan. Karakteristik psikologis dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan usaha (Zulfadil, 2006). Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sari et al., (2016) kepada 120 unit UMKM gula aren di Kabupaten Lombok Barat, Nusa Tenggara Barat menyatakan bahwa *psychological characteristics* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *individual competencies*. Penelitian ini menunjukkan bahwa penting untuk meningkatkan *psychological characteristics*, yang dimana *psychological characteristics* menunjukkan kemampuan usaha serta memfasilitasi peningkatan kompetensi individu dalam berwirausaha.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayani et al., (2021) kepada 58 orang peternak yang menemukan bahwa adanya hubungan yang signifikan *psychological characteristics* dan *individual competencies*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *psychological characteristics* menunjukkan pengaruh signifikan terhadap *individual competencies*, dimana faktor motivasi sangat mempengaruhi individu untuk memulai dan menciptakan suatu usaha. Hasil penelitian yang dilakukan Dhamayantie & Fauzan (2017) kepada 184 UMKM di Kabupaten Kubu Raya menyatakan bahwa karakteristik psikologis secara signifikan berpengaruh positif terhadap kompetensi individu, penelitian ini

menyatakan bahwa karakteristik psikologis yang kuat akan meningkatkan kompetensi individu yang diperlukan pada setiap pelaku UMKM. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H5: *Psychological Characteristics* berpengaruh positif terhadap *Individual Competencies*

2.3.6 Individual Competencies berpengaruh positif terhadap Personal Attitude

Menurut Wibowo (2011) dalam (Mardlillah, 2017) dalam (Mardlillah, 2017) *individual competencies* merupakan kemampuan dalam melakukan tugas atau suatu pekerjaan berdasarkan keterampilan dan pengetahuan. Menurut Anggadwita & Dhewanto (2016) kompetensi memiliki peran penting dalam keberhasilan wirausaha, kompetensi kewirausahaan merupakan kemampuan individu yang ditunjukkan oleh pengetahuan, kontribusinya terhadap lingkungan sosial. Kompetensi wirausaha yaitu wawasan, perilaku, serta keahlian yang saling berhubungan satu sama lain, dimana faktor tersebut diperlukan para pengusaha untuk melatih dan mengembangkan usaha agar dapat menghasilkan kinerja terbaik dalam mengelola usahanya (Zuhriyah & Murniningsih, 2011).

Menurut Ahmad dkk. (2010) dalam (Aisyah et al., 2017) mendefinisikan kompetensi kewirausahaan sebagai karakteristik individu yang meliputi sikap (*attitudes*) dan perilaku (*behavior*) yang memicu pengusaha untuk berprestasi dan mempertahankan kesuksesan/kinerja bisnis. Penelitian yang dihasilkan oleh Daliman et al., (2019) kepada 192 mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Surakarta menunjukkan terdapat pengaruh positif *competencies* terhadap *attitude*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ferreira et al., (2022) kepada 2.771 mahasiswa menunjukkan adanya hubungan yang positif antara *individual competencies* terhadap *personal attitude*, dengan adanya hubungan ini membuat siswa menjadi lebih kompeten. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shabrina (2018) *individual competencies* memiliki pengaruh positif terhadap *personal attitude*. Dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa sebagian besar siswa

yang memiliki *individual competencies* dipengaruhi adanya faktor *personal attitude*. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H6: *Individual Competencies* berpengaruh positif terhadap *Personal Attitude*



2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti	Manfaat Penelitian
1.	Grisna Anggadwita & Wawan Dhewanto (2016)	Research Gate	The influence of personal attitude and social perception on women entrepreneurial intentions in micro and small enterprises in Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>personal attitude</i> , <i>psychological characteristics</i> , dan <i>individual competencies</i> berpengaruh terhadap <i>women entrepreneurial intention</i> . <i>Social perception</i> tidak berpengaruh terhadap <i>women entrepreneurial intention</i> , namun <i>social perception</i> berpengaruh terhadap <i>personal attitude</i> .	Jurnal ini digunakan sebagai acuan dari model penelitian dan pengembangan hipotesis.
2.	Muhammet Sait Dinc & Semira Budic (2016)	Research Gate	The Impact of Personal Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Entrepreneurial Intentions of Women	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> . Perempuan yang memiliki persepsi yang baik tentang konsep kewirausahaan memungkinkan berniat untuk berwirausaha.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
3.	Sofia Gomes, Joao M. Lopes, Jose Castro Oliveira, et al., (2021)	Research Gate	The Impact of Gender on Entrepreneurial Intention in a Peripheral Region of Europe: A Multigroup Analysis	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> . Dimana <i>personal attitude</i> perempuan dalam <i>entrepreneurial intention</i> lebih kecil dibandingkan dengan pria.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
4.	Gracia M.S. Turra and Tina Melinda (2021)	Research Gate	Personal Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control: Differentiating Factors of Entrepreneurial Intention of High School Students who are Joining and not Joining the Entrepreneurship Education in an International School	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>personal attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .

5.	Mohammad Rashed Hasan Polas, Valliappan Raju, et al., (2021)	Emerald	Rural women characteristics and sustainable entrepreneurial intention: a road to economic growth in Bangladesh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>social perception</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>social perception</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
6.	Daniel Chandran & Asma Aleidi (2018)	Research Gate	Analyzing the Influence of Gender Stereotypes and Social Norms on Female IT Entrepreneurial Intention in Saudi Arabia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>social perception</i> terhadap <i>entrepreneurial intention of women</i> . <i>Social perception</i> didapat dari tekanan sosial, dorongan keluarga, teman, dan lingkungan sekitar individu yang mendorong seseorang untuk melakukan dan menjadi seorang wirausahawan.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>social perception</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
7.	Nadia Di Paola (2020)	Springer Link	Pathways to Academic Entrepreneurship: The Determinants of Female Scholars/Entrepreneurial Intentions	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>social perception</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> . <i>Social perception</i> didapat dari adanya stereotip baik dari budaya maupun lingkungan sosial.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>social perception</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
8.	Muhammet Sait Dinc & Semira Budic (2016)	Research Gate	The Impact of Personal Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control on Entrepreneurial Intentions of Women	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>social perception</i> terhadap <i>personal attitude</i> . Dimana lingkungan sosial,	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>social</i>

9.	Fransico Linan, Ghulam Nabi, dan Norris F.Krueger (2013)	Research Gate	British and Spanish entrepreneurial intentions: A comparative study	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>social perception</i> terhadap <i>personal attitude</i> . Dimana budaya lingkungan sosial, mempengaruhi cara individu berpikir.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>social perception</i> terhadap <i>personal attitude</i> .
10.	Sayed Jamal F Hoseeini dan Heider Ahamadi (2011)	Research Gate	Affective Factors Contributing to Entrepreneurial Attitude of University Students in Iran	Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>personal attitude</i> .	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>personal attitude</i> .
11.	Singgih Santoso dan Budi Sutedjo Dharma Oetomo (2017)	Research Gate	Pengaruh Karakteristik Psikologis, Sikap Berwirausaha, dan Norma Subyektif Terhadap Niat Berwirausaha	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>personal attitude</i> . Dimana sikap seseorang mempengaruhi kegiatan kewirausahaan.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>personal attitude</i> .
12.	Rozita Mokhtar and Yuserrie Zainuddin (2012)	Academia.edu	Entrepreneurial Intention of Engineering Students in Malaysia Polytechnics: A Theory Of Planned Behavior Approached	Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>personal attitude</i> . Dimana <i>locus of control</i> mempengaruhi sikap individu untuk berwirausaha.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>personal attitude</i> .
13.	Ni Made Wirastika Sari, Heny K Suwarsinah, dan Lukman M Baga (2016)	Google Scholar	Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Gula Aren di Kabupaten Lombok Barat	Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat pengaruh positif <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>individual competencies</i> . Dimana karakteristik psikologis meningkatkan kompetensi individu.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>individual competencies</i> .

14.	Irna Rabihtul Al Bayani, Heny Kuswanti Suwarsinah, dan Siti Jahroh (2021)	Google Scholar	Pengaruh Karakteristik Individu, Psikologis, dan Kompetensi Peternak Terhadap Kinerja Usaha Ternak Sapi Perah di KUD Giri Tani Kabupaten Bogor	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>individual competencies</i> .	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>individual competencies</i>
15.	Endang Dhamyantie dan Rizky Fauzan (2017)	Research Gate	Penguatan Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>individual competencies</i> . Dimana karakteristik psikologis akan meningkatkan kompetensi individu.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>psychological characteristics</i> terhadap <i>individual competencies</i>
16.	Aleciane da Silva Moreira Ferreira, Elisabeth Loiola, Sonia Maria Guedes Gondim (2022)	Sage Journals	Effects of Entrepreneurial Competence and Planning Guidance on the Relation Between University Students' Attitude and Entrepreneurial Intention	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>individual competencies</i> terhadap <i>personal attitude</i> .	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>individual competencies</i> terhadap <i>personal attitude</i> .
17.	Daliman, Santi Sulandari dan Iffah Rosyana (2019)	Google Scholar	The Achievement of Entrepreneurship Competence and Entrepreneurial Intentions: Gender Role, Attitude and Perception of Entrepreneurship Controls Mediation	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>individual competencies</i> terhadap <i>personal attitude</i> .	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>individual competencies</i> terhadap <i>personal attitude</i> .
18.	Farizah Ira Shabrina (2018)	Google Scholar	Hubungan Minat Berwirausaha dan Sikap Berwirausaha Dengan Kompetensi Kewirausahaan Siswa di SMKN 1 Cerma	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>individual competencies</i> terhadap <i>personal attitude</i> . Penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi berpengaruh besar terhadap sikap.	Jurnal ini digunakan sebagai jurnal pendukung dan pengembangan hipotesis <i>individual competencies</i> terhadap <i>personal attitude</i> .