Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Entrepreneurship

Istilah *Entrepreneurship* berasal dari bahasa perancis yaitu entreprende yang bermakna melakukan atau Tindakan (Terang Bangsa, 2019). Kata *Entrepreneurship* pertama kali diperkenalkan oleh seorang ekonom bernama Richard Cantillon. Menurut Richard Cantillon *Entrepreneurship* adalah kegiatan yang dilakukan pedagang untuk membeli barang di daerah lain kemudian, menjualnya kembali dengan harga yang tidak pasti (Ariskawulan, 2013).

Menurut (Azjen, 1991)*Entrepreneurship* didefinisikan sebagai memiliki komponen yang aktif dan pasif dengan tendensi untuk mendorong perubahan diri, mendukung inovasi yang berasal dari faktor eksternal , berani bertanggung jawab atas apa yang telah dilakukan serta mampu menetapkan tujuan dan memiliki motivasi untuk berhasil (Leong, 2008) .

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Family Background

Menurut Shen & Osorio (2017) latar belakang keluarga adalah faktor penting yang mampu mendorong individu-individu terdorong untuk membangun sebuah bisnis serta merasa di dukung dengan sumber daya yang penting seperti modal, materi, pengetahuan, serta dukungan emosional. Definisi *family background* menurut Seaman et al., (2016) menyatakan bahwa dukungan keluarga mampu mempengaruhi pilihan karir dan jenis bisnis yang dipilih. Sedangkan Edelman et al., (2015) menilai dukungan keluarga sebagai fase yang paling penting dalam membuat sebuah ide sehingga tahap ini sangat membutuhkan dukungan emosional dan moral yang hanya terdapat di dalam keluarga Selain itu, keluarga juga dapat mempengaruhi seseorang atau individu dalam segala hal seperti contoh dapat meningkatkan kepercayaan diri mereka, sikap dan perilaku, kemampuan berkreatifitas, berani mengambil risiko, dan mempengaruhi pilihan karir ; (Lotfizadeh & Hanzaee, 2014); (Stamboulis & Barlas, 2014); (Szinovacz, 1996) (Ahmed et al., (2020).

Beberapa penelitian, Latar belakang keluarga digunakan sebagai indikator untuk memprediksi intensi berwirausaha mahasiswa berpengaruh signifikan atau tidak. Penelitian yang dilakukan oleh (Israr & Saleem, 2018) menyimpulkan bahwa Siswa yang orang tuanya bekerja sebagai pengusaha memiliki niat yang lebih signifikan untuk memulai bisnis. Jadi, dari beberapa teori para ahli dan survei yang dilakukan dapat menunjukan bahwa keluarga yang membawa tradisi bisnis dalam keluarganya memiliki efek positif pada orientasi kewirausahaan mahasiswa Šubic'et al., (2019).

Berdasarkan argument diatas, definisi diatas dipertegas kembali oleh Shen & Osorio (2017) adalah faktor penting yang mampu mendorong individu-individu terdorong untuk membangun sebuah bisnis serta merasa di dukung dengan sumber daya yang penting seperti modal, materi, pengetahuan, serta dukungan emosional..

2.3 The Big Five Personality

2.3.1 Definisi The Big Five Personality

Teori *Big five personality* pertama kali dikemukakan oleh seorang psikolog terkenal lewis goldberg (1990). Menurut (John & Srivastava, 1999) *personality traits* adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari ekspresi dari kepribadian itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan kepribadian individu dalam masyarakat adalah (Kompas, 2020) :

1. **Faktor Biologis** : Semua manusia atau manusia yang lahir normal dan sehat memang memiliki kesamaan biologis. Seperti komposisi tubuh yang sempurna, ada tangan, kaki, indera, otak dan sebagainya. Warisan biologis dari semua adalah unik, kecuali untuk anak-anak yang lahir dari kembar yang memiliki ciri-ciri fisik yang sama.
2. **Faktor Lingkungan** : Kepribadian seseorang terbentuk dengan sendirinya karena bersinggungan langsung dengan lingkungan di mana ia berada. Faktor lingkungan ini terkait dengan budaya di mana orang tumbuh. Keadaan dimana seseorang menyerap nilai dan norma. Misalnya, di antara keluarga, teman, kelompok sosial, dan pengalaman lokal lainnya.

Ciri-ciri kepribadian dapat digambarkan sebagai reaksi individu yang konsisten yang disebabkan oleh faktor eksternal. kondisi. Teori kepribadian mengklaim bahwa adalah mungkin untuk memprediksi perilaku manusia Dibuat dengan kepribadian mereka. Berdasarkan hasil beberapa meta-analisis Secara luas diyakini bahwa kesuksesan pribadi sebagai wirausahawan bergantung padanya. Ciri-ciri kepribadian adalah karena sifat-sifat menentukan perilaku dan pengambilan keputusan seseorang. Oleh karena itu, mempengaruhi

keberhasilan. Menurut (Rauch & Frese, 2007) *Personality traits* adalah catatan untuk menunjukkan jenis respons yang diterima di berbagai macam situasi. Model ini juga dianggap sebagai salah satu taksonomi atau pengelompokkan kepribadian yang paling komprehensifmengacu pada seorang individu memiliki keteguhan ekspresif Dikarenakan kepribadian manusia begitu kompleks maka dari itu, *big five personality* yang dikembangkan oleh Goldberg (1990) membagi menjadi 5 kategori besar yaitu *conscientiousness, extraversion, neuroticism, agreeableness, dan openness*. (Şahin et al., (2019).

2.3.2 Conscientiousness

Conscientiousness adalah sejauh mana individu yang teliti, pekerja keras, melakukan perencanaan dengan baik, terorganisir, dan dapat diandalkan dalam memenuhi tanggung jawab dan tugasnya Costa & McCrae, (1992); (Zhao & Seibert, 2006); (Ariani, 2013). Menurut Baum & Locke (2004) *Conscientiousness* sangat berkaitan erat dengan wirausaha, sebagai individu yang memiliki kebutuhan akan prestasi dan motivasi berprestasi yang tinggi berprestasi lebih berpeluang menjadi *entrepreneur.*

Selain itu, menurut Liang et al., (2013) menyatakan seseorang yang memiliki kepribadian yang teliti mempunyai peluang yang lebih besar untuk merencanakan dan mengelola sesuatu yang berhubungan dengan bisnis dan berinteraksi dengan internal dan investor eksternal. Berdasarkan hasil penelitian, Wang et al., (2016) mengidentifikasi *Conscientiousness* terdapat hubungan positif signifikan terhadap minat wirausaha dikalangan (Şahin et al., 2019).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.3.3 Openness to experience

Openness to experience adalah keinginan seseorang atau individu untuk memahami konsep , ide , serta mencoba hal baru yang sebelumnya tidak pernah dilakukan (Zhao & Seibert, 2006).

Menurut liang et al. (2013), seseorang yang mempunyai angka yang tinggi terhadap *Openness to experience* diharapkan memiliki imajinasi yang jelas dan memiliki kreatifitas yang tinggi, serta cara berpikir yang unik dan keinginan untuk selalu melakukan hal-hal yang baru.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Chan et al., (2015) menyimpulkan keterbukaan terhadap pengalaman merupakan sifat kepribadian yang memiliki hasil yang signifikan terhadap niat menjadi seorang pengusaha (Şahin et al., 2019).

2.3.4 Extraversion

Menurut Farrukh et al., (2016) *extraversion* adalah individu memiliki kepribadian *ekstrovert*, energik, ambisius, ramah, hangat, dan antusias. Lalu, Menurut Costa & McCrae (1992) sikap ekstraversi menunjukan sejauh mana individu mampu menunjukan sikap empati, energik, aktif, dan bersemangat (Farrukh et al., 2017).

Individu yang memiliki sikap ekstraversi yang tinggi cenderung lebih bahagia dan mereka selalu ingin bersama dalam kelompok dan memiliki sikap antusiasme (Bazkiaei et al., 2020). Berdasarkan hasil penelitian Zhao et al. (2010) menemukan adanya hubungan positif signifikan extraversi terhadap niat berwirausaha (Şahin et al., 2019).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.3.5 Neuroticism

Neuroticism adalah individu yang sikap tegang , murung , mudah tersinggung , dan tidak percaya diri. Individu dengan neurotisme yang tinggi ditandai dengan ciri-ciri cenderung mengalami emosi negatif seperti marah, sedih, dan cemas. (Bazkiaei et al., 2020).

Orang dengan neurotisisme tinggi cenderung menunjukkan perubahan suasana hati, harga diri rendah, depresi, impulsif dan kesadaran diri. Lalu, individu dengan neurotisme yang tinggi cenderung menganggap tantangan kecil menjadi sebuah tantangan yang sangat sulit dan mengira segala situasi yang terjadi merupakan ancaman. Oleh karena itu, neurotisme yang tinggi secara negatif signifikan dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan individu menjadi mudah stress, emosi yang bergejolak, dan mudah khawatir (Awwad & Al-Aseer, 2021).

2.3.6 Agreeableness

Menurut (Zhao & Seibert, 2006) dalam penelitian (Şahin et al., 2019) menjelaskan orang yang memiliki *agreeableness* yang tinggi cenderung mudah dipercaya, peduli, dan mudah memaafkan. Indikator ini lebih berfokus pada membangun kualitas hubungan melalui kepercayaan serta orang-orang dengan *agreeableness* yang tinggi memiliki sikap seperti sopan santun, ramah, kooperatif, dan fleksibel.

Penelitian dari Zhao et al. (2010) menunjukan individu yang memiliki *agreeableness* yang tinggi lebih cenderung menyukai pekerjaan yang sering berinteraksi sosial seperti mengajar dan pekerjaan sosial ketimbang pekerjaan bisnis (Farrukh et al., 2017). Penelitian terdahulu berpendapat seorang pengusaha dengan *agreeableness* yang tinggi lebih sibuk dengan kegiatan / pekerjaan sosial daripda *private business* (Awwad & Al-Aseer, 2021).

Berdasarkan argument diatas, definisi diatas dipertegas kembali oleh (John & Srivastava, 1999) *personality traits* adalah ciri-ciri kepribadian yang dipelajari secara mendalam bertujuan untuk mengetahui dampak dari perbedaan karakter individu pada niat wirausaha serta menjelaskan pilihan karir seseorang juga adalah cerminan dari ekspresi dari kepribadian itu sendiri.

2.4 Self-Efficacy

Menurut (Cherniss, 1993) Dalam konteks psikologis, efikasi diri dapat didefinisikan sebagai keyakinan individu untuk mengendalikan peristiwa dan tingkah laku yang berpengaruh pada aktivitas dan kehidupan (Fisher & Seroussi, 2018). Menurut (Schwarzer & Jerusalem, 1995) *self efficacy* adalah salah satu bentuk kognitif seseorang terhadap kemampuannya untuk menggunakan motivasi, sumber daya yang dimiliki, serta tindakan yang diperluka ketika mengatasi masalah di dalam hidupnya.

Efikasi diri wiruasaha adalah kemampuan atau kapasitas seseorang untuk menggerakkan motivasi, sumber daya kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan (Dissanayake, 2013). Menurut Chen et al. (1998) mendefinisikan efikasi diri sebagai karakter yang terdapat dalam diri seseorang yang mempunyai keyakinan akan kemampuan yang ia miliki yang mengarah pada penyelesaian tugas tertentu atau keinginan yang ingin di tuju (Hassan et al., 2020).

Menurut Nowinski et al., (2019) efikasi diri memiliki peran yang krusial dalam pembentukan niat kewirausahaan. Dalam beberapa ilmuwan membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara efikasi diri dan niat kewirausahaan di beberapa negara seperti Poland (Kurczewska & Białek, 2014), dan Visegrad Nowinski et al., (2019) (Hoang et al., 2020).

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Self-efficacy adalah keyakinan seorang individu akan kemampuan dan keterampilan yang baik untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Mayoritas Studi penelitian Roy et al., (2017), dan (Anwar & Saleem, 2018) menjelaskan bahwa efikasi diri kewirausahaan memiliki korelasi yang kuat dengan sikap kewirausahaan dan niat berwirausaha (Hassan et al., 2020).

Berdasarkan argument diatas, definisi diatas dipertegas kembali oleh (Schwarzer & Jerusalem, 1995) *self efficacy* adalah salah satu bentuk kognitif seseorang terhadap kemampuannya untuk menggunakan motivasi, sumber daya yang dimiliki, serta tindakan yang diperluka ketika mengatasi masalah di dalam hidupnya.

2.5 Entrepreneurial Intention

Istilah wirausaha berasal dari bahasa perancis yaitu *entreprende* yang bermakna melakukan atau tindakan. Kata *Entrepreneurship* pertama kali diperkenalkan oleh seorang ekonomo Irlandia yang bernama richard cantillon dan istilah ini semakin populer setelah digunakan oleh seorang ekonom bernama J.B Say (1803). Menurut (Leong, 2008) mendefinisikan minat wirausaha adalah keputusan individu yang telah teroganisir atau direncanakan sebelumnya untuk membangun sebuah usaha yang baru.

Definisi minat wirausaha adalah indikator yang digunakan untuk memahami Tindakan dan niat wirausaha yang memungkinkan individu untuk memiliki pandangan yang transparan tentang bisnis usaha dan mempengaruhi cara setiap individu untuk memulai sebuah usaha bisnis (Kayed et al., 2022). Menurut (Azjen, 1991) dalam penelitian minat wirausaha adalah usaha yang dilakukan seseorang untuk melaksanakan perilaku wirausaha dan mengukur sejauh mana seseorang atau individu mempunyai probablitias yang memungkinkan individu tersebut menjadi pengusaha di masa akan datang (Nikou et al., 2019).

Menurut (Leong, 2008) mendefinisikan minat wirausaha adalah keputusan individu yang telah teroganisir atau direncanakan sebelumnya untuk membangun sebuah usaha yang baru.

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh positif *family background* terhadap *entrepreneurial intention*

Beberapa penelitian terdahulu juga telah melakukan penelitian terhadap variabel *family background* pada minat berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh (Cieślik & Van Stel, 2017) terhadap 1.490 mahasiswa bisnis dan hukum di universitas Kozminski di Warsawa, Polandia menemukan faktor latar belakang berpengaruh positif pada niat kewirausahaan mahasiswa (*entrepreneurial intention*).

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyatakan bahwa faktor latar belakang kelaurga berpengaruh positif terhadap niat wirausaha mahasiswa. Hal ini menunjukan bahwa niat mahasiswa untuk memulai bisnis dipengaruhi oleh lingkungan latar belakang. Dimana latar belakang keluarga memiliki implikasi terhadap persepsi kelayakan usaha. Semakin aktif seseorang terlibat dalam bisnis keluarga semakin tinggi pula niat kewirausahaan dalam dirinya.

Temuan penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Tarling et al., 2016) terhadap responden di univeristas baik tingkat sarjana, pasca sarjana, berpartisipasi dalam pendidikan kewirausahaan, dan memulai bisnis sampel ini diambil dari 3 universitas di Welsh, universitas Australia, dan universitas di UK menyatakan bahwa faktor bisnis keluarga mempengaruhi kehidupan seseorang saat mereka beranjak dewasa seperti seseorang mengamati, mempelajari nilai-nilai yang ditanamkan dalam keluarga.

Berdasarkan uraian tersebut,maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1: *Family Background* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention.*

2.6.2 Pengaruh positif *Conscientiousness* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyatakan bahwa faktor *Conscientiousness* berpengaruh positif terhadap niat kewirausahaan. Kehati-hatian merupakan kunci sukses dalam membangun niat kewirausahaan karena dengan adanya sikap kehati-hatian, seseorang akan bersikap disiplin dan penuh pertimbangan saat pengambilan keputusan.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Şahin et al., 2019) terhadap 253 mahasiswa bisnis tingkat akhir di universitas negeri di Turki menyimpulkan bahwa variabel *Conscientiousness* berpengaruh positif terhadap niat wirausaha tingkat mahasiwa.

Hasil penelitian yang sama juga dilakukan oleh (Sahinidis et al., 2020) terhadap 422 mahasiswa berusia 18-25 tahun yang sedang belajar atau telah lulus dari Universitas Yunani Umum yang berbasis di Athena menunjukan faktor *Conscientiousness* berpengaruh positif terhadap minat wirausaha.

Berdasarkan uraian tersebut,maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2: *Conscientiousness* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention.*

2.6.3 Pengaruh Positif *Openess to Experience* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh (Udayanganie et al., 2019) terhadap 300 mahasiswa tingkat akhir dari 3 fakultas teknik di

universitas-universitas Sri Lanka menyatakan bahwa *Openess to Experience* berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha dikalangan mahasiswa.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyimpulkan hal yang sama variabel *Openess to Experience* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat wirausaha.

Dikarenakan orang-orang yang terbuka terhadap pengalaman, berimajinasi, dan selalu memunculkan kreativitas hal-hal tersebut dapat membantu mereka untukmenemukan peluang / ide yang baru dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

Hasil penelitian yang sama juga dikemukakan oleh (Awwad & Al-Aseer, 2021) terhadap 384 mahasiswa universitas di Jordania menyatakan bahwa terhadap korelasi yang positif antara *Openess to Experience* dan *Entrepreneurial Intention.*

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3: Openess to Experience berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention.*

2.6.4 Pengaruh Positif *extraversion* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyimpulkan hal yang sama variabel *Extraversion* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha. Hal ini menunjukan orang yang memiliki *extraversion* yang tinggi seperti sifat energik, mudah bergaul, memiliki emosi yang positif dapat mempengaruhi niat untuk

berwirausaha. Mereka percaya bahwa sifat-sifat *extrovert* yang dimiliki mampu membawa mereka menjadi wirausaha yang sukses.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Bazkiaei et al., 2020) terhadap 165 mahasiswa manajemen tingkat di 3 universitas malaysia yaitu Universitas Malaya, Universitas Teknologi Malaysia, dan Universitas Sains Malaysia menyatakan bahwa bahwa terhadap korelasi yang positif antara *Extraversion* dan *Entrepreneurial Intention.*

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Sahinidis et al., 2020) terhadap 422 mahasiswa berusia 18-25 tahun yang sedang belajar atau telah lulus dari Universitas Yunani Umum yang berbasis di Athena menunjukan faktor *Extraversion* berpengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H4: *Extraversion* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

2.6.5 Pengaruh Negatif *agreeableness* terhadap *entrepreneurial intention*

Penelitian yang dilakukan oleh (Zhou et al., 2019) terhadap 300 mahasiswa tingkat akhir non-wirausaha di universitas China Timur dan 200 pemilik bisnis di universitas taman wirausaha di China Timur menyatakan bahwa faktor *agreeableness* tidak memiliki hubungan signifikan dengan minat wirausaha. Orang yang memiliki sifat *agreeableness* yang tinggi akan memiliki niat wirausaha yang rendah karena orang tersebut terlalu mudah kooperatif dan percaya dengan orang lain.

Lebih lanjut, Penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyimpulkan bahwa *agreeableness* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap minat

wirausaha. Hal ini menunjukan bahwa orang yang memiliki sifat *agreeableness* tidak cocok dalam dunia bisnis. Karena dalam dunia kewirausahaan berhubungan dengan menciptakan usaha baru yang dibangun atas dasar kepentingan diri sendiri yang dimana sangat bersebrangan dengan karakter individu yang menyenangkan / *agreeableness.*

Hasil penelitian yang sama juga ditemukan oleh (Ettis & Kefi, 2016) terhadap 300 mahasiswa 5 univeristas Tunisia menunjukan faktor *agreeableness* berpengaruh negatif terhadap *entrepreneurial Intention*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H5: *agreeableness* berpengaruh negatif terhadap *entrepreneurial intention*

2.6.6 Pengaruh Negatif *neuroticism* terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyimpulkan bahwa *neuroticism* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap minat wirausaha. Karena dalam dunia bisnis dibutuhkan individu yang berani mengambil resiko, kepercayaan diri, dan tidak mengalami kegagalan dimana bertentangan dengan individu yang *neuroticism*.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Sahinidis et al., 2020) terhadap 422 mahasiswa berusia 18-25 tahun yang sedang belajar atau telah lulus dari Universitas Yunani Umum yang berbasis di Athena menunjukan faktor *neuroticism* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*.

Hasil penelitian yang sama juga dikemukakan oleh (Awwad & Al-Aseer, 2021)terhadap 384 mahasiswa universitas di Jordania menyatakan bahwa terdapat korelasi yang negatif antara *neuroticism* dan *entrepreneurial intention*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H6: *neuroticism* berpengaruh negatif terhadap *entrepreneurial intention*

2.6.7 Pengaruh Positif *self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention*

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Farrukh et al., 2017) terhadap 500 mahasiswa akhir jurusan bisnis di 5 univeristas swasta yang terletak di wilayah ibu kota Pakistan Islamabad menyimpulkan bahwa variabel *self-efficacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha. Hal ini menunjukan semakin tinggi efikasi diri seseorang, semakin tinggi juga peluang untuk memiliki niat menjadi wirausaha.

Lebih Lanjut, penelitian yang dilakukan oleh (Sidratulmunthah et al., 2018) terhadap 306 mahasiswi tingkat akhir jurusan bisnisdi univeristas islamabad menyatakan bahwa *self- efficacy* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha. Temuan penelitian ini mengatakan bahwa mahasiswi dengan kepribadian efikasi diri yang tinggi memiliki peluang yang besar untuk mengambil kesempatan dan tindakan dalam mengejar karir sebagai wirausaha.

Hasil penelitian yang sama juga dikemukakan oleh (Bellò., et al., 2017) terhadap 506 responden yang terlibat dalam proyek pengembangan wirausaha di kalangan anak muda di Sardinia (Italia) terdiri dari 445 siswa sekolah menengah atas dan 61 mahasiswa berumur 17-21 tahun menyatakan bahwa terdapat korelasi positif antara *self- efficacy* dan *entrepreneurial intention.*

Berdasarkan uraian tersebut, maka usulan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H7: *self- efficacy* berpengaruh positif terhadap *entrepreneurial intention*

2.7 Model Penelitian

Model penelitian yang akan digunakan mengacu pada jurnal Muhammad Farrukh, Azeem Ahmad Khan, Muhammad Shahid Khan, Sara Ravan Ramzani, Bakare Soladoye Akeem Soladoye (2017) yang berjudul *"Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy"* sehingga menghasilkan model penelitian sebagai berikut ini:

Gambar 2.2 Model Penelitian

Sumber: Adaptasi dari Farrukh, Khan, Khan, Ramzani, & Soladaye, 2017

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

2.8 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai variabel yang berhubungan dengan *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	Šubic'et al., (2019)	Research Gate	*Family Background and Financial Literacy As a Prerequisite for Entrepreneuria lntention of Univeristy Students*	*Latar belakang keluarga juga dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk memulai usaha.*
2	Ahmed et al., (2020)	Emerald	*Predicting entrepreneurial intentions through self-efficacy,Family Support, and regret : A moderated meditation explanation*	Definisi *Family background.*

3	Şahin et al., (2019)	Emerald	*Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention*	• Ciri-ciri kepribadan berhati-hati *(conscientiousness)* dan hubungan dengan entrepreneurship. • Ciri-ciri kepribadian ekstraversi *(extraversion.) Serta menjelaskan adanya korelasi signifikan antara variabel extraversion dan conscientiousness terhadap EI.*
4	Bazkiaei et al., (2020)	Taylor & Francis	*Do entrepreneurial education and big five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students?*	Penjelasan definisi *extraversion* dan terdapat korelasi yang positif antara *extraversion* dan *entrepreneurial intention.*
5	(Awwad & Al-Aseer, 2021)	Emerald	*Big five personality traits impact on entrepreneurial*	kesadaran, keterbukaan dan kewaspadaan dikaitkan dengan

			intention: The mediating role of entrepreneurial alertness	niat kewirausahaan sementara keramahan dan neurotisisme tidak terkait dengan niat wirausaha.
6	Hoang et al., (2020)	Emerald	*Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation*	*Self-efficacy* secara positif mempengaruhi niat kewirausahaan.
7	Hassan et al., (2020)	Emerald	*Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education*	Definisi variable self-efficacy.
8	(Fisher & Seroussi, 2018)	Emerald	*Leading an excellent preschool: what is the role of self-efficacy?*	Definisi variable self-efficacy.

9	Sidratulmunthah et al., (2018)	Emerald	*Towards nurturing the entrepreneurial intentions of neglected female business students of Pakistan through proactive personality, self-efficacy and university support factors*	Terdapat pengaruh positif antara efikasi diri wirausaha dan niat wirausaha di kalangan mahasiswi.
10	Nikou et al., (2019)	Emerald	*Entrepreneurial intentions and gender: pathways to start-up*	Definisi entrepreneurial intention.
11	(Cieślik & Van Stel, 2017)	Emerald	*Explaining university students' career path intentions from their current entrepreneurial exposure*	Siswa dengan latar belakang bisnis keluarga, siswa yang secara aktif terlibat dalam bisnis orang tua mereka secara signifikan lebih mungkin untuk bergabung dengan perusahaan keluarga, daripada memulai bisnis

				mereka sendiri.
12	Tarling et al., (2016)	Emerald	*Influence of early exposure to family business experience on developing entrepreneurs*	Pengaruh yang berdampak pada wirausahawan setelah turut serta dalam bisnis keluarga dan kesadaran akan ide bisnis yang muncul dari keluarga dekat atau keluarga besar sebelum memulai bisnis.
13	(Suryana & Bayu, 2010)	Kencana Prenada Media Group	*Kewirausahaan : Pendekatan karakteristik wirausahawan sukses*	Definisi kewirausahaan.
14	Sahinidis et al., (2020)	Springer	*The Influence of the Big Five Personality Traits and Risk Aversion on Entrepreneurial Intention*	- Variabel (openness, conscientiousness, extraversion) menunjukan korelasi positif dengan niat berwirausaha. - Variabel (agreeableness,neur

				oticism, risk aversion) tidak memiliki korelasi positif dengan minat wirausaha.
15	Udayanganie et al., (2019)	Research Gate	*Impact of Big Five Personality Traits on Entrepreneurial Intention of Engineering Undergraduates*	Conscientiousness and Openness to experience memiliki pengaruh positif terhadap niat wirausaha di kalangan mahasiswa.
16	Zhou et al., 2019)	Emerald	*Pattern versus level: a new look at the personality-entrepreneurship relationship*	• Terdapat hubungan negatif antara agreeableness dengan niat kewirausahaan dikalangan mahasiswa.
17	Farrukh et al., (2017)	Emerald	*Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy*	• Latar belakang keluarga menjadi faktor penting dalam keputusan seseorang untuk memulai usaha.
				• Percaya diri adalah salah satu indicator

				kesuksesan dalam berwirausaha karena tanpa kepercayaan diri, seseorang tidak akan berani untuk mengeksplorasi bisnis, mengambil resiko dan membuat keputusan yang krusial. • Terdapat hubungan negative antara dua karakteristik personality traits (agreeableness and neuroticism). Terdapat hubungan positif antara tiga karakteristik *personality traits (Conscientiousnes s , Openness to experience, prospensity, Extraversion*) dengan minat • kewirausahaan

18	(Ettis & Kefi, 2016)	IJHEM	*Entrepreneurial Intentions amongst Tunisian Students: an Empirical Investigation Applying the Big-Five Personality Traits Theory*	• Terdapat hubungan positif antara atribut personality traits (neuroticism, agreeableness) • Terdapat hubungan positif antara atribut personality traits (openness, Conscientiousness,introversion, and risk tolerance) dengan minat kewirausahaan.
19	Bellò et al., (2017)	Emerald	*The power of peers: A new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions*	• Teman sebaya mampu mendorong kewirausahaan memoderasi hubungan antara kreativitas dan niat kewirausahaan dengan memperkuat hubungan ini dan self-efficacy kewirausahaan memediasi hubungan antara kreativitas dan niat

				kewirausahaan
20	Kayed et al., (2022)	Research gate	The Effect of Entrepreneurial Education and Culture on Entrepreneurial	• Definisi variabel minat wirausaha.
21	(Leong, 2008)	Semantic Scholar	*Entrepreneurial Intention: An Emperical Study Among Open University Malaysia Students*	Untuk memahami faktor-faktor yang merangsang atau menghambat kewirausahaan di kalangan mahasiswa universitas Malaysia.
22	Shen & Osorio (2017)	Research Gate	*Does family support matter? The Influence of Support factors on entrepreneurial attitudes and ingtentions college students*	Untuk mengetahui apakah dukungan keluarga mempengaruhi minat wirausaha.
23	(John & Srivastava, 1999)	Semantic scholar	*The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives*	Untuk mengukur kelima dimensi memprediksi hasil kehidupan yang penting, bagaimana mereka berkembang,

				bagaimana mereka bergabung menjadi tipe kepribadian, dan apakah mereka adalah konsep deskriptif atau penjelasan.
24	(Schwarzer & Jerusalem, 1995)	Research Gate	*Self- efficacy Measurement : Generalized Self-efficacy Scale*	Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel efikasi diri.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA