

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 *Entrepreneurship*

Kewirausahaan atau *entrepeneurship* berasal dari bahasa Indonesia “wira” yang diartikan sebagai pahlawan, pejuang yang gagah berani, sedangkan “bisnis” diartikan sebagai suatu kegiatan yang menggunakan pikiran dan tenaga untuk mencapai tujuan tertentu. Pengertian kewirausahaan sendiri adalah suatu proses perilaku dinamis dimana seseorang berani mengambil keputusan berisiko dengan cara yang dikemas secara kreatif (Kusuma et al., 2021).

Kewirausahaan merupakan kegiatan penciptaan nilai yang mempunyai strategi yang baik dalam melihat peluang usaha, tidak takut mengambil risiko terhadap peluang usaha antara lain mencakup sumber daya manusia, barang dan modal yang diperlukan untuk mencapai hasil yang memuaskan (Khamimah, 2021). Kewirausahaan merupakan aktivitas seorang wirausaha yang senantiasa mencari hal-hal terkini dan mengetahui bagaimana mengubah ide menjadi peluang yang menguntungkan serta berani mengambil risiko ketidakpastian seperti yang dikutip Purnomo et al, (2020). Wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan mengevaluasi dan melihat peluang usaha serta mengerahkan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai keuntungan dan kesuksesan (Italiani et al., 2019) sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian (Jacline, 2022).

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang defenisi *entrepeneurship* dari penelitian Kusuma et al., (2021).

2.1.2 *Social Entrepreneurship*

Sependapat dengan Leite (2020), kewirausahaan sosial adalah upaya untuk menciptakan tugas sosial atau berkontribusi secara signifikan untuk meminimalkan masalah sosial, dengan cara menghadapi tantangan yang sangat berbeda dari tiap bisnis yang mereka jalankan. Namun sependapat dengan Hayes

(2021), wirausaha sosial adalah individu yang mempunyai potensi untuk meringankan permasalahan sosial. Orang-orang ini bersedia mengambil risiko yang akan terjadi dan berusaha mengubah resiko tersebut menjadi perubahan positif dalam masyarakat melalui inisiatif mereka. Usaha sosial mungkin mengakui bahwa pengasahan ini mungkin merupakan cara untuk berhubungan dengan alasan hidup mereka dan menawarkan bantuan kepada orang-orang di sekitar mereka.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang defenisi Socio Entrepreneurial dari penelitian Hassan (2020).

2.1.3 *Enterpreneurial Self Efficacy*

Agung et al (2024) menyatakan bahwa efikasi diri merekomendasikan pada penilaian kapasitas seseorang, artinya efikasi diri seseorang diwujudkan melalui beragamnya bakat yang dimiliki seseorang. Kapabilitas - efisiensi menunjukkan kepastian seseorang dalam kapasitasnya untuk mengatur dan melaksanakan serangkaian tindakan yang harus dilakukan untuk mencapai target yang dikomunikasikan.

Albert Bandura adalah pencipta teori efikasi diri Yanti (2019) menjelaskan bahwa bisnis yang efektif dicirikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam melaksanakan suatu tugas, dengan kata lain keadaan motivasi seseorang dan mengajarkan lebih banyak tentang perkiraannya daripada asumsi-asumsinya yang ditinjau secara wajar. Dari penjelasan tersebut, Wijaya (2021) mengkarakterisasi efikasi diri kewirausahaan sebagai keyakinan kuat pada kapasitas klaim seseorang untuk mengawasi komitmen dan bagian dari seorang visioner bisnis.

Svotwa et al (2022) menjelaskan bahwa efikasi diri memiliki lima aspek yang dirangkum menjadi tugas kewirausahaan, yaitu:

a. Pemasaran

Mengacu pada kepercayaan diri individu dalam menentukan tujuan pemasaran dan mengembangkan aktivitas bisnis.

b. Inovasi

Kepercayaan diri seseorang untuk menemukan ide dan pengalaman baru.

c. Kepemimpinan

Mengacu pada kepercayaan diri seseorang untuk memimpin, meminimalkan risiko dan ketidakpastian dalam aktivitas bisnis.

d. Pengambilan Resiko

Mengacu pada keyakinan seseorang dalam mengambil keputusan dalam kondisi ketidakpastian dan risiko.

e. Pengendalian Keuangan

Mengacu pada kepercayaan individu terhadap pengembangan sistem keuangan dan pengendalian internal.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang definisi Entrepreneurial Self Efficacy dari penelitian Linda dan Supardi (2023).

2.1.4 Entrepreneurial Education

Amalia dan Indri (2020), pengetahuan kewirausahaan adalah perpindahan dan perubahan kompetensi yang diperlukan untuk pergerakan dan organisasi yang menguntungkan suatu perusahaan. Wira Bharata (2019) mengakui bahwa pendidikan kewirausahaan dapat menjadi koordinator kerja yang mampu membuat kualifikasi menghasilkan informasi seputar pembukaan peluang bisnis yang masih terbuka dan berkembang.

Sependapat dengan Rosyanti dan Irianto (2019), pendidikan kewirausahaan dapat merupakan upaya yang diatur dan diaktualisasikan untuk memperluas data mahasiswa, kebutuhan dan kemampuan untuk mengembangkan potensinya, yang tercermin dalam kreativitas, perilaku kreatif

dan kualitas yang diperlukan dan mengarahkan risiko. Sependapat dengan Amalia et al., (2020), pendidikan kewirausahaan merupakan sebuah program perencanaan yang membuat beberapa orang mempertajam pemahamannya terhadap bisnis.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang definisi *Entrepreneurial Education* dari penelitian Amalia dan Indri (2020).

2.1.5 *Perceived university support*

Dukungan merupakan upaya untuk memberikan semangat atau motivasi terhadap sesuatu, Dukungan dapat berbentuk modal atau lainnya. Sumber penguatannya bermacam-macam, salah satunya adalah dari perguruan tinggi. Dilihat dari perguruan tinggi merupakan punggung yang diberikan oleh perguruan tinggi sedemikian rupa sehingga memberi semangat kepada mahasiswa untuk ikut serta dalam kegiatan-kegiatan yang mendorong kreativitas. Peningkatan kreativitas bisnis di perguruan tinggi saat ini mungkin merupakan pemikiran kreatif yang memunculkan pemikiran nyata. Karena tingkat pengajaran kewirausahaan di kalangan mahasiswa yang cukup tinggi sehingga memberikan energi yang positif bagi mahasiswa.

Alfianti et al., (2021) menekankan bahwa edukasi dapat menjadi standar yang dapat digunakan untuk menentukan apakah seseorang mempunyai kemampuan dan usaha dagang atau tidak. Seorang mahasiswa tidak harus cemerlang, tetapi kreatif, berani menghadapi ancaman, dan cemerlang untuk bersaing secara besar-besaran. Perguruan tinggi dapat melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kapasitas kreatif mahasiswa dan pengembangan bisnis, misalnya dengan membangun pusat pertukaran ide dengan tujuan menjadikan mereka visioner perdagangan yang energik dan masuk akal. Perguruan tinggi dalam pengembangan dapat menawarkan bantuan kepada mahasiswa dengan mengajari mereka melihat peluang usaha, membuat bisnis dan memanfaatkan sumber daya untuk mengembangkan

bisnis, serta mengatur mahasiswa dengan pengetahuan dan keterampilan di bidang ini.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang definisi *perceived university support* dari penelitian Carina et al (2024).

2.1.6 Entrepreneurial network

Jaringan bisnis adalah hubungan kolaboratif formal atau informal antara pemilik bisnis dan manajer yang memiliki ikatan sosial, komersial, dan kelembagaan untuk mengakses sumber daya penting guna memajukan bisnisnya. Jaringan bisnis berperan penting dalam meningkatkan kewirausahaan mahasiswa. Norma subjektif, ekspektasi lingkungan terhadap perilaku tertentu, ditentukan berdasarkan keyakinan normatif. Ketika mempersiapkan diri untuk memulai suatu usaha, membangun hubungan sangatlah penting (Wang et al., 2021).

Engel (2017) menjelaskan perlu diberikan kesempatan yang membantu siswa berinteraksi dengan teman sebaya yang berminat berwirausaha. Selain itu, kesadaran untuk mendukung jaringan kewirausahaan terpercaya ketika memulai bisnis dapat meningkatkan kontrol perilaku yang dirasakan (Engel, 2017). Dengan demikian, komponen sistem ini terkait dengan dalil model niat berwirausaha. Komponen ini memberikan siswa sebuah platform untuk membangun jaringan *startup* interdisipliner. Mahasiswa dapat membuat akun dan login untuk mencari dan terhubung dengan mahasiswa dari berbagai bidang yang berminat berwirausaha.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang definisi *entrepreneurial network* dari penelitian Wang, et al., (2021).

2.1.7 Social Entrepreneurial Intention

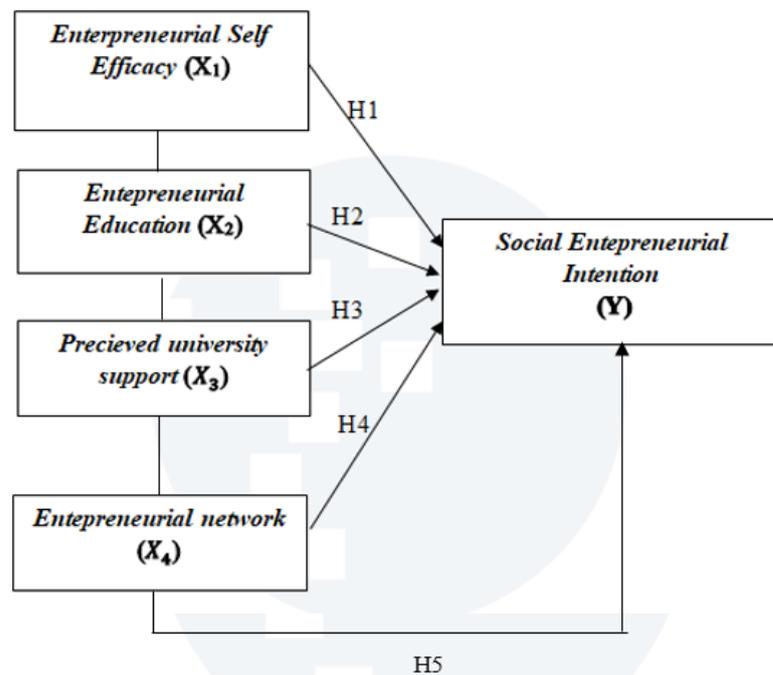
Kewirausahaan sosial terdiri dari kerangka kerja yang melakukan upaya-upaya, merencanakan pendekatan-pendekatan mutakhir, memanfaatkan celah-celah yang terlewatkan oleh orang lain, dan menghasilkan program-program kegiatan untuk perubahan masyarakat (Gandhi dan Raina, 2018). Orang-orang kewirausahaan sosial adalah orang-orang yang didorong oleh hasrat. Bertindak dengan cara-cara yang masuk akal secara sosial yang secara jelas dapat meningkatkan kualitas hidup komunitas yang mereka layani, dan berusaha untuk menemukan program kegiatan yang bersifat anggaran, organisasi, sosial dan praktis. (Tiwari et al., 2017). Niat kewirausahaan sosial (SEI) yaitu untuk pertimbangan individu dan memulai perjalanan sosial sehingga dianggap sebagai perilaku mental yang mendorong individu untuk menuntut setelah berorganisasi sosial dan kemudian menjadi pelaku wirausaha sosial (Tan et al., 2020).

Niat Kewirausahaan sosial dengan penuh semangat menggambarkan pemikiran individu untuk melakukan suatu usaha kreatif yang mampu mengungkap permasalahan sosial dan memberikan arah aktivitas yang dinamis. Tujuan kewirausahaan sosial menguraikan pertimbangan pencari peluang sosial untuk melakukan usaha sosial karena pencapaian dan penawaran yang terlihat (Urban dan Kujinga, 2017). Hassan (2020) mengkarakterisasi niat kewirausahaan sosial sebagai komitmen individu dan merencanakan peningkatan sosial kreatif yang dapat meningkatkan kebutuhan, kepercayaan diri, dan kepastian seseorang.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil sitasi tentang defenisi *socio entrepreneurial intension* dari penelitian Hassan (2020).

2.2 Model Penelitian

Penelitian ini terdiri dari 2 jenis variabel yaitu variabel independen seperti *Entrepreneurial Self Efficacy* (X1), *Entrepreneurial Education* (X2), *Percieved university support* (X3) dan *Entrepreneurial network* (X4), selanjutnya variabel dependen *Social Entrepreneurial Intention* (Y). Model dalam penelitian ini dapat



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber: H.M. Kamrul Hassan (2020)

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Social Entrepreneurial Intention* Pada Mahasiswa Di Tangerang Selatan

Dari berbagai penelitian, *self efficacy* ditemukan sebagai variabel kognitif penting dalam penelitian kewirausahaan sosial dan variabel kunci dalam pembentukan *social entrepreneurial intention* (Wu et al., 2020). *Entrepreneurial Self efficacy* adalah elemen penting dalam paradigma pengambilan keputusan wirausaha yang disengaja, yang berupaya menjelaskan peran aktif individu dalam

keputusan untuk mendirikan dan menjalankan usaha sendiri alih-alih memainkan peran pasif (Wang et al., 2019b).

Entrepreneurial Self efficacy menyiratkan keyakinan atau keyakinan individu terhadap potensinya untuk membangun usaha wirausaha, dan telah dianggap sebagai prediktor signifikan niat berwirausaha (Osiri et al., 2019). *Entrepreneurial Self efficacy* merupakan pendahuluan penting dan penghubung antara niat berwirausaha dan rencana meluncurkan bisnis. *Self Efficacy* dalam *Social Entrepreneurial Intention* sangat penting karena berkaitan dengan kemampuan individu sekaligus menghadapi tantangan masyarakat yang nampaknya sangat besar (Hockert, 2017).

Wu, et al., (2020) menyebutkan bahwa *Entrepreneurial Self efficacy* dianggap sebagai proposisi yang sangat berharga bagi keterlibatan individu dalam membangun usaha. *Entrepreneurial Self efficacy* adalah serangkaian pemikiran komprehensif mengenai keinginan untuk meluncurkan dan menyelesaikan bisnis sosial baru (Wijaya, 2021).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis dapat diselesaikan sebagai berikut:

H1. *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh signifikan Terhadap *Social Entrepreneurial Intention*



2.3.2 Pengaruh *Entrepreneurial Education* Terhadap *Social Entrepreneurial Intention* Pada Mahasiswa Di Tangerang Selatan

Pengaruh *entrepreneurial education* telah dianggap sebagai salah satu faktor yang berkontribusi dalam membantu lulusan universitas untuk memahami dan mempromosikan kewirausahaan. *Entrepreneurial education* memperkuat kemampuan untuk tampil sebagai wirausaha. Amalia dan Indri (2020) disebutkan juga bahwa persepsi dan pola pikir setiap individu terhadap kewirausahaan dipengaruhi oleh *entrepreneurial education*. Kegiatan penelitian yang bertujuan untuk pendidikan kewirausahaan telah diperluas, mengingat semakin besarnya peluang yang dihadapi di negara-negara berkembang (Wu & Wu, 2017). Karena dampak sosial dan ekonomi dari *social entrepreneurial* sudah diketahui secara luas, pemerintah dan akademisi secara aktif berupaya untuk fokus pada peningkatan keterlibatan mereka dalam bidang ini.

Wu & Wu (2017) juga menyebutkan bahwa *Entrepreneurial education* menjadi topik krusial pada kajian kewirausahaan dalam perspektif komunitas dan individu. *Entrepreneurial education* yang berfokus pada wirausaha dianggap sebagai proses menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas (Amalia dan Indri 2020). Karena program pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha mahasiswa, banyak universitas di seluruh dunia berupaya untuk mengubah pemikiran mahasiswa menjadi kenyataan (Sidratul munthah et al., 2018). Suasana kewirausahaan yang baik yang diberikan oleh perguruan tinggi juga dapat meningkatkan niat berwirausaha mahasiswa sehubungan dengan *entrepreneurial education* (Kraaijenbrink et al., 2010).

Oleh karena itu, hipotesis dapat disusun sebagai berikut:

H2. *Entrepreneurial Education* Berpengaruh Signifikan Terhadap *Social Entrepreneurial Intention*

2.3.3 Pengaruh *Perceived University Support* Terhadap *Social Entrepreneurial Intention* Pada Mahasiswa Di Tangerang Selatan

Perceived university support yang dirasakan oleh mahasiswa serta lingkungan universitas yang baik dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam berwirausaha sebagai pilihan karir melalui peningkatan kesadaran, kepercayaan dan efikasi diri (Carina et al., 2024). Suasana universitas yang positif akan menawarkan mahasiswa hal-hal yang diperlukan pada pengetahuan bisnis, keahlian atau strategi untuk memanfaatkan aspirasi bisnis mereka.

Wu et al., (2020) mendefinisikan bahwa *perceived university support* dapat memainkan peran yang beragam dalam mengidentifikasi niat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Universitas dapat mendorong lulusannya untuk mengejar kewirausahaan sebagai prospek karir dengan cara yang berbeda. Universitas dapat memainkan peranan penting dalam meningkatkan *social entrepreneurial intention* mahasiswa, dengan memastikan struktur pendukung yang membantu mereka mengubah ide-ide mereka menjadi usaha bisnis yang layak, yang dapat tumbuh lebih dalam melalui inisiatif sosial yang produktif (Bazan et al.,2020).

Mengingat pentingnya bisnis sosial dalam masyarakat modern, banyak institusi pendidikan tinggi mencoba untuk mendorong lebih banyak mahasiswa untuk terlibat dalam proyek-proyek yang mencakup UK (Carina et al., 2024). Namun sayangnya, hal ini belum cukup, diperlukan lebih banyak program dan inisiatif di kalangan mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan, pengalaman, dan pemahaman mereka tentang SE (Jemari et al., 2017).

Oleh karena itu, hipotesis dapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

H3. *Perceived University Support* Berpengaruh Signifikan Terhadap *Social Entrepreneurial Intention*.

2.3.4 Pengaruh *Entrepreneurial Network* Terhadap *Social Entrepreneurial Intention* Pada Mahasiswa Di Tangerang Selatan

Entrepreneurial network didasarkan pada jaringan hubungan antara berbagai pemangku kepentingan (Wang et al., 2019). Hal ini memberikan informasi berharga kepada wirausahawan untuk mencapai tujuan, pertumbuhan bisnis, dan daya saing mereka, memberikan mereka dukungan sosial dan sumber daya yang berarti (Mayaja et al., 2019). Engel et al. (2017) disebutkan bahwa kurangnya kepastian yang dihadapi seorang wirausahawan dapat mendorong untuk menjangkau jaringan wirausaha dalam mendapatkan sumber daya.

Berdasarkan Wang et al. (2019), *entrepreneurial network* pada awalnya membangun koneksi awal di mana jaringan sosial sebagian besar tergabung. Jejaring sosial diperkenalkan secara independen ke dalam *entrepreneurial network* dan pada akhirnya, jaringan sosial dan pasar sangat terintegrasi dengan proses kedewasaan. Kewirausahaan tidak hanya bergantung pada kapasitas struktural suatu bisnis tetapi juga pada kapasitas perusahaan untuk mengidentifikasi kemungkinan, membangun dan memelihara hubungan baik dan memanfaatkan aset yang ditahan secara efektif (Pak et al., 2007).

Untuk membentuk usaha sosial, wirausaha sosial perlu mendirikan bisnis dan jaringan sosial selain mendapatkan wawasan tentang masalah-masalah sosial. Untuk memperkuat dan membangun komunitas dan lingkungan, diperlukan jaringan sosial yang aktif untuk memfasilitasi perubahan sosial yang signifikan dan mengatasi tuntutan sosio-ekonomi yang tidak terpenuhi.

Para pemangku kepentingan jaringan sosial yang terdiri dari industri, pemerintah, dan wirausaha sosial fokus pada upaya menghasilkan modal dan membangun perpaduan sosio-ekonomi melalui beragam program dan kegiatan (Bozhikin et al., 2019). Ditemukan bahwa wirausahawan sosial yang sukses berfokus pada penciptaan jaringan yang komprehensif untuk mendapatkan konsep, merekrut orang, dan menghasilkan pendapatan. Wirausahawan sosial mempunyai ketergantungan yang lebih besar pada jaringan informal dan luas dibandingkan dengan wirausaha komersial yang sangat bergantung pada tenaga profesional (Trivedi & Stokols, 2011).

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H4. *Entrepreneurial Network* berpengaruh signifikan terhadap *Social Entrepreneurial Intention*.

2.3.5 Pengaruh *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial education*, *perceived university support*, dan *entrepreneurial network* secara simultan terhadap *social entrepreneurial intention* pada mahasiswa di Tangerang Selatan

Social entrepreneurial intention didefinisikan menjadi sikap komitmen dan kesiapan individu terhadap gerakan sosial yang inovatif dengan mendirikan bisnis kewirausahaan sosial baru. Niat wirausahaan sosial mengacu pada tekad dari individu dalam membangun suatu bisnis yang bertujuan untuk memecahkan masalah sosial (LUC, 2020). Niat wirausaha sosial memiliki karakteristik yaitu berorientasi dengan memiliki kepedulian terhadap masalah sosial dan ingin melakukan perubahan positif atas masalah sosial tersebut dengan menciptakan ide-ide kreatif dan inovatif serta dengan optimis dalam menghadapi tantangan. Niat wirausaha sosial menjadi faktor yang penting untuk membangun bisnis sosial yang bermanfaat, dengan begitu wirausaha dapat membangun usaha sosial yang dapat membangun pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan memotivasi generasi baru untuk menciptakan perubahan positif untuk dunia dengan menjadi wirausaha sosial yang mampu menemukan solusi inovatif (Nakandala et al., 2018).

Penelitian oleh Hassan (2020) menemukan bahwa niat berwirausaha merupakan faktor yang signifikan dalam memprediksi pengaruh *entrepreneurial self-efficacy*, *entrepreneurial education*, *perceived university support*, dan *entrepreneurial network*. Artinya, semakin tinggi niat berwirausaha seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk menjadi wirausahawan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H5. Entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial education, perceived university support, dan entrepreneurial network berpengaruh secara simultan terhadap social entrepreneurial intention pada mahasiswa di Tangerang Selatan.

2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Publikasi	Judul	Temuan
1	Carina, Wibawa, Yani (2024)	Google Scholar	Peran Moderasi <i>Perceived University Support</i> Dalam Pengaruh <i>Proactive Personality</i> Terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>	<i>Perceived universitu support</i> secara positif dan signifikan memoderasi pengaruh <i>proactive personality</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> .
2	Orlando dan Sihombing (2022)	Ecojoin	<i>Social Entrepreneurial orientation impact on social entrepreneurial intention mediated social entrepreneurial attitudes</i>	<i>Social entrepreneurial intention</i> memediasi pengaruh <i>social entrepreneurial attitudes</i>
3	Phan Tan (2020)	Korea Science	<i>Outcome Expectation s and Social Entreprene urial Intention: Integration of Planned Behavior and Social Cognitive Career Theory</i>	<i>Social entrepreneurial intention</i> mempengaruhi <i>attitude, subjective norms, perceived behavioral control</i>
4	Giang Hoang, Thuy Thu Thi Le, Anh Kim Thi Tran, Tuan Du (2020)	Emerald Insight	<i>Enterpreurship education and entrepreneurial intentions of university students in Vietnam: the mediating roles of self-efficacy and learning orientation</i>	Pendidikan kewirausahaan berpengaruh positif terhadap niat berwirausaha, dimediasi dan efikasi diri.
5	R.K. Jena (2020)	Science Direct	<i>Measuring the impact of business management Student's attitude towards</i>	Terdapat pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap minat kewirausahaan

			<i>entrepreneurship education on entrepreneurial intention</i>	
6	Noormalita Primandaru (2019)	Google Scholar	Pengaruh <i>Entrepreneurial Education, Risk Tolerance</i> dan <i>Self Efficacy Terhadap Entrepreneurial Intention</i>	<i>Entrepreneurial education</i> dan <i>self efficacy</i> berpengaruh terhadap <i>entrepreneurial intention</i> mahasiswa
7	Preeti Tiwari, Anil K. Bhat & Jyoti Tikoria (2017)	Emerald Insight	<i>Predictors of social entrepreneurial intention: an empirical study</i>	Siswa dengan tingkat <i>self-efficacy</i> yang tinggi akan lebih cenderung ke kegiatan kewirausahaan sosial
8	Jiun-Hao Wang, Chi-Cheng Chang, Shu-Nung Yao, Chaoyun Liang (2016)	Research gate	<i>The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention</i>	Kepribadian memiliki hubungan dengan niat berwirausaha dikalangan mahasiswa

Sumber: Data Peneliti

