



## **Model Empiris Minat *Entrepreneurship* dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior***

**Anita Rahmawaty**

IAIN Kudus

itarahma1275@gmail.com

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model minat entrepreneurship dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data penelitian ini diperoleh dari 225 responden dengan menggunakan teknik simple random sampling. Teknik pengujian model penelitian ini menggunakan teknik analisis jalur (path analysis). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kecerdasan emosi berpengaruh secara positif signifikan terhadap sikap berwirausaha, norma subyektif, efikasi diri dan minat entrepreneurship. Namun, dalam penelitian ini ditemukan pula bahwa sikap berwirausaha tidak berpengaruh terhadap minat entrepreneurship. Dengan demikian, temuan penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan emosi merupakan variabel penting yang mempengaruhi efikasi diri dan minat entrepreneurship*

**Kata Kunci :** *Emotional Intelligence, Sikap Berwirausaha, Norma Subyektif, Efikasi Diri, Minat Entrepreneurship*

### **Abstract**

*This research aims to analyze the model of the intention entrepreneurship based on Theory of Planned Behavior (TPB). This research is a survey research by using a quantitative approach. The research data are obtained from 225 respondents by using random sampling technique. The research model testing technique uses the path analysis approach. The results showed that the emotional intelligence positively and significantly effects on entrepreneurial attitude, subjective norms, self-efficacy and intention entrepreneurship.*



*Nevertheless, in this research, it is found also that the entrepreneurial attitude is not related to intention entrepreneurship. Thus, the research findings suggest that emotional intelligence is the important variable that affect on self-efficacy and intention entrepreneurship*

**Keywords:** *Emotional Intelligence, Entrepreneurial Attitude, Subjective Norms, Self-Efficacy and Intention Entrepreneurship*

## PENDAHULUAN

*Entrepreneurship* telah tumbuh dan berkembang hampir di seluruh negara dan menjadi topik perbincangan yang cukup hangat di kalangan para ekonom, pemimpin, pembuat kebijakan, akademisi, bahkan mahasiswa. *Entrepreneurship* dianggap sebagai salah satu strategi pengembangan ekonomi terbaik untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi suatu negara dan mempertahankan daya saing negara dalam menghadapi meningkatnya trend globalisasi. Bahkan, *entrepreneurship* dianggap sebagai salah satu solusi alternatif untuk memecahkan masalah kemiskinan dan pengangguran, yaitu dengan diciptakannya lapangan pekerjaan baru. (Santosa dan Krisdiyanto, 2012: 150-151).

Namun demikian, realita menunjukkan bahwa prosentase jumlah wirausaha di Indonesia masih relatif rendah. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pada tahun 2012 menunjukkan bahwa jumlah *entrepreneurs* di Indonesia sekitar 1,6 % (atau di bawah standar minimum 2%) dari total jumlah penduduk Indonesia 240 juta penduduk. Sedangkan semua negara maju saat ini mencatat memiliki *entrepreneurs* berbanding dengan jumlah penduduknya adalah di atas 5%, seperti Singapura, rasio *entrepreneur*nya mencapai 7,2% dan Jepang sebanyak 10% dari populasi penduduknya sebesar 127 juta jiwa (Hafizah, 2015: 2).

Di Indonesia, rata-rata *entrepreneurship* merupakan kelompok *necessity entrepreneur*, yang latar belakang dalam mendirikan usahanya adalah dorongan ekonomi keluarga sehingga mengakibatkan kelompok usaha ini hanya bersifat individu dan kurang banyak menyerap tenaga kerja. Kelompok *necessity entrepreneur* ini cenderung "asal-asalan" dalam manajemen usahanya, meskipun sebenarnya memiliki skill yang cukup karena permodalan menjadi kendala utamanya. Berbeda dengan di negara-negara maju, seperti Amerika, Jepang dan Korea yang memiliki warga yang sangat tinggi minatnya terhadap *entrepreneurship*. Berdasarkan laporan Global Entrepreneurship Monitor (GEM) pada tahun 2009, AS menjadi peringkat ketiga dalam indeks pembangunan

*entrepreneurship*. Bahkan selama tahun 2005 sampai 2008, AS merupakan negara dengan pelatihan dan pendidikan *entrepreneur* non formal juga tinggi. Penduduk AS lebih berminat membangun usaha kecil (*small firm*) karena kontribusinya lebih maksimal dan para *entrepreneur* di AS sangat berani menerima tantangan dalam dunia usaha (Darwanto, 2012: 17-18).

Beberapa problem di atas disebabkan karena pemahaman tentang *entrepreneurship* pada kurikulum Perguruan Tinggi di Indonesia masih sangat rendah. Bahkan, ada lembaga-lembaga Perguruan Tinggi yang belum memperkenalkan *entrepreneurship* dalam pengembangan kurikulum di Perguruan Tingginya. Hampir setiap lulusan Perguruan Tinggi memiliki harapan bekerja di tempat yang bagus, memperoleh karir yang mapan dan gaji yang besar. Di Indonesia, pilihan karir sebagai pegawai negeri juga masih sangat tinggi. Setiap tahun banyak lulusan Perguruan Tinggi yang mencoba mengadu nasib untuk mengikuti tes seleksi masuk pegawai negeri yang dibuka oleh beberapa Kementerian pemerintah. Namun, sayangnya, tersedianya lowongan pekerjaan sebagai pegawai negeri juga sangat terbatas. Hal ini membuktikan bahwa pilihan berkarir sebagai *entrepreneur* memang belum diminati sepenuhnya oleh para lulusan Perguruan Tinggi (Santosa dan Krisdiyanto, 2012: 151). Dengan demikian, peran Perguruan Tinggi sangat vital untuk menumbuhkembangkan jiwa *entrepreneurship* di kalangan mahasiswa.

*Entrepreneur* seringkali dipandang sebagai pilihan karir yang tidak terlalu diminati karena dihadapkan pada situasi yang tidak pasti, penuh rintangan dan tantangan. Masyarakat Indonesia cenderung memilih pekerjaan sebagai pegawai swasta maupun negeri. Dalam keluarga, sebagian besar orang tua akan lebih bangga dan merasa berhasil dalam mendidik anak-anaknya, apabila anak dapat bekerja sebagai pegawai negeri maupun karyawan swasta yang jumlah penghasilannya jelas dan kontinue setiap bulannya. Pendidikan di Indonesia juga membentuk peserta didik menjadi karyawan atau bekerja di perusahaan. Masyarakat di Indonesia cenderung lebih percaya diri bekerja pada orang lain daripada memulai usaha sendiri. Selain itu, ada pula kecenderungan menghindari risiko gagal dan pendapatan yang tidak tetap (Wijaya, 2008: 94). Untuk itu, penelitian tentang faktor-faktor apa yang berpengaruh terhadap minat *entrepreneurship* mahasiswa menarik untuk dilakukan.

Pesatnya perkembangan *entrepreneurship* telah mengundang banyak peneliti untuk melakukan penelitian di bidang ini. Beberapa teori telah dikembangkan dalam penelitian minat *entrepreneurship* sejak tahun 1980-an hingga 2000-an, antara lain adalah: *Entrepreneurial Event Model* (EEM), *Davidssons Model*, *Entrepreneurial Attitude Orientation Model* (EAO), *Entrepreneurial Potential Model* (TPM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Wijaya, 2008: 94).

Teori yang cukup populer untuk menjelaskan minat dan perilaku *entrepreneurship* adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari model TRA (*Theory of Reasoned Action*). Ajzen menambahkan konstruk yang belum ada dalam TRA, yaitu kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu. Teori Asumsi dasar dari TPB adalah banyak perilaku yang tidak semuanya di bawah kontrol penuh individu, sehingga perlu ditambahkan konsep *perceived behavioral control*. Teori ini mengasumsikan bahwa *perceived behavioral control* mempunyai implikasi motivasional terhadap minat perilaku, selain itu adanya kemungkinan hubungan langsung antara *perceived behavioral control* dengan perilaku. Konstruk ini merefleksikan persepsi dan konstruk-konstruk internal dan eksternal dari perilaku (Hernandez dan Mazzon, 2007: 75).

Menurut Wijaya (2008: 94-95), perbedaan dasar model yang mengacu pada *Theory of Planned Behavior* dengan model lainnya, model dasar *Theory of Planned Behavior* dianggap lebih baik dan kompleks dalam menjelaskan perilaku berwirausaha. Perhatian utama dalam *Theory of Planned Behavior* adalah pada minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku. Minat ini merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku dari suatu sikap maupun variabel lainnya. Minat merupakan mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku. Di samping itu, minat juga menunjukkan seberapa keras seseorang berani mencoba, seberapa besar upaya yang direncanakan seseorang untuk dilakukannya dan minat itu paling dekat berhubungan dengan perilaku senyatanya.

Penggunaan teori perilaku tidak dapat dipisahkan dari aspek motivasi berwirausaha (*intention entrepreneurship*). *Entrepreneurship* dapat dipelajari dan dikuasai dan dapat menjadi pilihan kerja dan pilihan karir bagi lulusan Perguruan Tinggi, jika dalam diri mahasiswa terdapat minat dan motivasi untuk menjadi seorang *entrepreneur*. Besarnya minat *entrepreneurship* mahasiswa tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Oleh karena itu, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi mahasiswa menjadi *entrepreneur* atau minat *entrepreneurship* mahasiswa (Sarwoko, 2011: 127).

Penelitian mengenai minat *entrepreneurship* mahasiswa maupun alumni Perguruan Tinggi memilih karir berwirausaha masih relatif terbatas. Studi Sarwoko (2011: 126) menunjukkan bahwa norma subjektif (*subjective norms*) terbukti berpengaruh terhadap niat berwirausaha mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang. Namun, studi Andika dan

Madjid (2012: 190) menunjukkan bahwa norma subyektif (*subjective norms*) tidak terbukti berpengaruh terhadap intensi berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. Studi Indarti dan Rosiani (2008: 23; Akanbi, 2013: 66); Sarwoko, 2011: 126; Utaminingtyas, Usman dan Suherman, 2011: 62; Andika dan Madjid, 2012: 190) menunjukkan bahwa efikasi diri terbukti mempengaruhi intensi mahasiswa. Berbeda dengan riset di atas, studi Wijaya (2008: 102) menyatakan bahwa efikasi diri terbukti tidak mempengaruhi intensi berwirausaha.

Faktor sosio demografi (jenis kelamin dan bidang studi mahasiswa), pendidikan kewirausahaan dan kondisi lingkungan usaha (*environmental support*) tidak terbukti berpengaruh terhadap niat kewirausahaan (Suharti dan Sirine, 2011: 132). Studi Utaminingtyas, Usman dan Suherman (2011: 62) menunjukkan pula bahwa latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja tidak terbukti berpengaruh terhadap keinginan berwirausaha mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Sedangkan faktor pengalaman bekerja, menurut Indarti dan Rosiani (2008: 23) menjadi faktor penentu intensi kewirausahaan bagi mahasiswa Norwegia.

Sementara itu, faktor sosio demografi (pekerjaan orang tua dan pengalaman berwirausaha), faktor sikap (*authority, economic challenge, self realization, security & workload*) dan faktor kontekstual (*academic support* dan *social support*) terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap niat kewirausahaan (Suharti dan Sirine, 2011: 132). Senada dengan studi di atas, studi Utaminingtyas, Usman dan Suherman (2011: 62) menunjukkan bahwa *self-employed parents* dan akses modal terbukti berpengaruh terhadap keinginan berwirausaha.

Studi Zain, Akram dan Ghani (2010: 34) menunjukkan bahwa *need for achievement* terbukti berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa di Malaysia. Namun studi Indarti dan Rosiani (2008: 23; Sarwoko, 2011: 126) menyatakan bahwa kebutuhan akan prestasi tidak terbukti secara signifikan sebagai prediktor intensi kewirausahaan.

Sementara itu, studi yang dilakukan Silvia (2013: 1) dengan menggunakan aplikasi LISREL menguji pengaruh *entrepreneurial traits* (*need for achievement, self-efficacy, need for power* dan *risk taking propensity*) dan *entrepreneurial skills* (*creativity* dan *market awareness*) terhadap intensi kewirausahaan. Hasil penelitiannya dengan menunjukkan bahwa *entrepreneurial traits* dan *entrepreneurial skills* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan. Namun, terdapat hubungan tidak langsung antara *risk taking propensity, market awareness* dan intensi kewirausahaan, di mana *risk taking propensity* berpengaruh terhadap

intensi kewirausahaan dengan *market awareness* sebagai variabel penghubung.

Beberapa studi terdahulu lainnya mengenai minat *entrepreneurship* yang dilakukan di luar negeri, seperti studi Linan (2008: 257) mengembangkan model TPB dengan *entrepreneurial skill* dan *value perception*. Studi Linan (2011: 195) mengembangkan model TPB dengan *entrepreneurial knowledge and education*. Namun hasil studi yang ditemui belum tentu sesuai dengan konteks Indonesia.

Minat *entrepreneurship* tidak hanya ditentukan oleh faktor sikap, norma subyektif, efikasi diri, sosio demografi, *need for achievement* dan *entrepreneurial knowledge and education*, namun ditentukan juga oleh kemampuan menguasai dan mengelola diri sendiri serta kemampuan dalam membina hubungan dengan orang lain, yang disebut oleh Daniel Goleman dengan *emotional intelligence* (kecerdasan emosi). Goleman (2002: 46) mengungkapkan bahwa kecerdasan emosi menyumbangkan 80% dari faktor penentu kesuksesan seseorang, sedangkan 20% yang lain ditentukan oleh IQ (*Intelligence Quotient*).

Dalam studi Paulina dan Wardoyo (2012: 1) ditunjukkan bahwa kecerdasan emosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *entrepreneurship*. Hasil studi tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi mahasiswa terhadap kecerdasan emosi yang dimiliki maka minat *entrepreneurship*-nya akan semakin baik. Studi Hayy dan Suharsono (2015: 11) dengan menggunakan *structural equation modelling* (SEM) juga membuktikan bahwa kecerdasan emosi memiliki pengaruh positif terhadap minat *entrepreneurship* mahasiswa dan semua dimensi dari variabel kecerdasan emosi signifikan membentuk kecerdasan emosi. Studi lain mengungkapkan pula bahwa kecerdasan emosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *learning organization* (Labbaq, 2011: 536), komitmen organisasional karyawan (Efendi dan Sutanto, 2013: 1), kinerja karyawan (Rahmasari, 2012:19; Trihandini, 2005: 84) dan pemahaman akuntansi (Pasek, 2015: 78).

Atas dasar review riset terdahulu, masih terdapat kesenjangan hasil penelitian (*gap research*) yang berbeda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat *entrepreneurship*. Untuk itu, penelitian ini difokuskan untuk menguji pengaruh *emotional intelligence* sebagai variabel prediktor minat *entrepreneurship* dan menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai model dasar perilaku.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *emotional intelligence* terhadap sikap berwirausaha, norma subyektif, efikasi diri dan minat *entrepreneurship*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan model minat

*entrepreneurship* mahasiswa sehingga dapat dijadikan rujukan sebagai model minat *entrepreneurship* mahasiswa yang integratif di Perguruan Tinggi, para pimpinan Perguruan Tinggi dapat menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan minat *entrepreneurship* dan dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam pengembangan kerangka pembelajaran pendidikan kewirausahaan di Perguruan Tinggi yang lebih kongkrit dalam rangka mendorong munculnya Sarjana yang memilih karir sebagai *entrepreneur*.

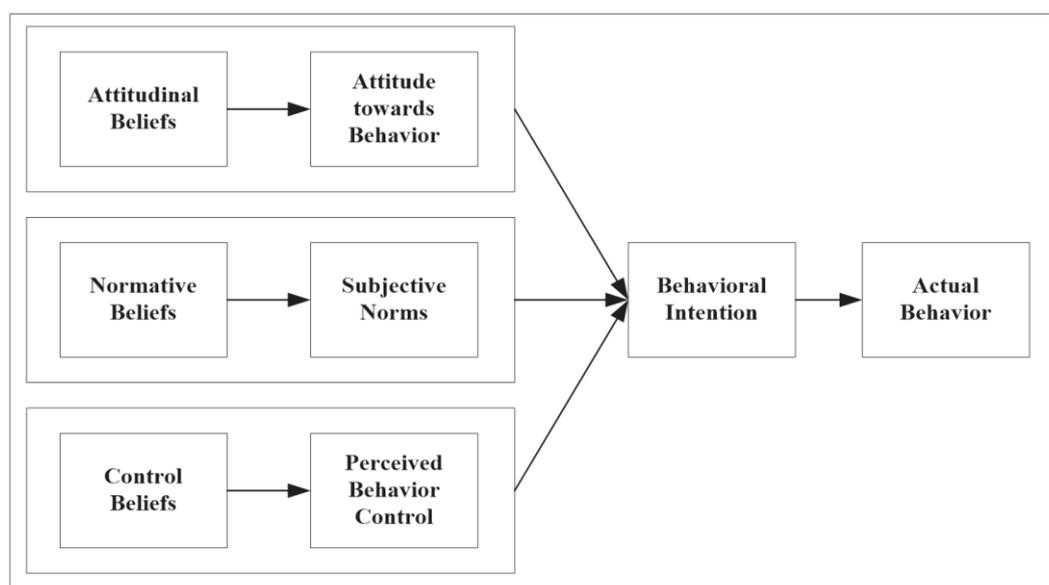
## KAJIAN LITERATUR

### *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Beberapa teori telah dikembangkan dalam penelitian mengenai minat *entrepreneurship* sejak tahun 1980-an hingga 2000-an, antara lain adalah: *Entrepreneurial Event Model (EEM)*, *Davidssons Model*, *Entrepreneurial Attitude Orientation Model (EAO)*, *Entrepreneurial Potential Model (TPM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* (Wijaya, 2008: 94).

Salah satu teori yang telah dikembangkan dalam penelitian minat *entrepreneurship*, yaitu *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dirumuskan oleh Ajzen (2001). TPB merupakan pengembangan lebih lanjut dari model TRA. Ajzen menambahkan konstruk yang belum ada dalam TRA, yaitu kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu. Teori Asumsi dasar dari TPB adalah banyak perilaku yang tidak semuanya di bawah kontrol penuh individu, sehingga perlu ditambahkan konsep *perceived behavioral control*. Teori ini mengasumsikan bahwa *perceived behavioral control* mempunyai implikasi motivasional terhadap minat perilaku, selain itu adanya kemungkinan hubungan langsung antara *perceived behavioral control* dengan perilaku. Konstruk ini merefleksikan persepsi dan konstruk-konstruk internal dan eksternal dari perilaku (Hernandez dan Mazzon, 2007: 75). Secara skematik model TPB digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 1**  
*Theory of Planned Behavior (TPB)*



Sumber: Simon dan Paper (2007:29)

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior/TPB* (Ajzen, dalam Andika dan Madjid, 2012: 191-192), sebuah perilaku dengan keterlibatan tinggi membutuhkan keyakinan dan evaluasi untuk menumbuhkan sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku dengan intensi sebagai mediator pengaruh berbagai faktor-faktor motivasional yang berdampak pada suatu perilaku. Dalam konteks kewirausahaan, keputusan berwirausaha adalah perilaku dengan keterlibatan tinggi karena dalam mengambil keputusan akan melibatkan faktor internal, seperti kepribadian, motivasi, persepsi dan pengetahuan, pembelajaran (sikap) serta faktor eksternal, seperti keluarga, teman, kelompok acuan (norma subyektif). Setelah itu mengukur kontrol perilaku (efikasi diri) yaitu suatu kondisi bahwa orang percaya tindakan itu mudah atau sulit untuk dilakukan dengan memahami berbagai risiko atau rintangan-rintangan yang ada, apabila mengambil tindakan tersebut.

### **Minat *Entrepreneurship* (*Intention Entrepreneurship*)**

Definisi minat *entrepreneurship* (*intention entrepreneurship*) banyak dikemukakan oleh para pakar. Lee Wei Ni, et.al (2012: 18) mendefinisikan *intention entrepreneurship* sebagai “*willingness of individuals to perform entrepreneurial behavior, to engage in entrepreneurial action, to be self-employed, or to establish new business*”. Linan, Cohard dan Cantuche (2010: 199)

mengemukakan *intention entrepreneurship* sebagai “*the effort that the person will make to carry out the entrepreneurial behavior*”. Douglas and Fitzzimon (2008, dalam Zain, Akram dan Ghani, 2010: 36) mengungkapkan definisi *intention entrepreneurship* sebagai “*the action of an individual's attitudes towards the outcomes of that actions and individuals self-efficacy*”. Sementara itu, Zain, Akram dan Ghani (2010: 36) menyatakan bahwa *intention entrepreneurship often involves inner guts, ambition and the feeling to stand on one's feet*”.

Minat *entrepreneurship* dapat diartikan pula sebagai proses pencarian informasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan pembentukan suatu usaha (Andika dan Madjid, 2012: 192). Sementara itu, minat *entrepreneurship* dinyatakan oleh Ramayah dan Harun (2005, dalam Andika dan Madjid, 2012: 192) sebagai kecenderungan mahasiswa untuk melakukan tindakan wirausaha dengan menciptakan produk baru melalui peluang bisnis dan pengambilan risiko. Minat *entrepreneurship* dapat diukur dengan menggunakan skala *intention entrepreneurship* (Linan & Chen, 2006: 20; Lee Wei Ni, et.al, 2012: 133-136) dengan indikator sebagai berikut: *becoming an entrepreneur, prefer to be an entrepreneur rather than to be an employee, have very seriously thought, make every effort to start dan to start a firm some day*.

### **Sikap Berwirausaha (*Entrepreneurial Attitude* )**

*Entrepreneurial attitude* (sikap berwirausaha) didefinisikan oleh Linan, Cohard dan Cantuche (2010: 195) sebagai “*the degree to which the individual holds a positive or negative personal valuation about being an entrepreneur*. Peter dan Olson (1999: 120; Sumarwan, 2004: 136) mengungkapkan sikap adalah “*attitude as a person's overall evaluation of a concept*”, Schiffman dan Kanuk (1994: 249; Sumarwan, 2004: 136) mengemukakan sikap sebagai “*attitudes are an expression of inner feelings that reflect whether a person is favorably or unfavorably predisposed to some object*”. Sementara itu, Assael (2001, dalam Andika dan Madjid, 2012: 192) memandang sikap sebagai kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respon kepada obyek secara konsisten, baik dalam rasa suka maupun tidak suka. Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk memberi respon atau menerima rangsangan terhadap obyek secara konsisten, baik dalam rasa suka maupun tidak suka.

Dalam konteks kewirausahaan, sikap berwirausaha dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk bereaksi secara afektif dalam menanggapi risiko yang akan dihadapi dalam suatu bisnis. Sikap berwirausaha diukur dengan skala (Gadaam, 2008, dalam Andika dan Madjid, 2012: 192) dengan indikator, yaitu tertarik dengan peluang usaha, berpikir kreatif,

berpandangan positif mengenai kegagalan usaha, memiliki jiwa kepemimpinan dan suka tantangan.

### **Norma Subyektif (*Subjective Norms*)**

*Subjective Norms* (norma subyektif) didefinisikan oleh Linan, Cohard dan Cantuche (2010: 195) sebagai “*the perceived social pressure to carry out or not to carry out that entrepreneurial behaviour*”. Baron dan Byrne (2003, dalam Andika dan Madjid, 2012: 192) mengungkapkan bahwa norma subyektif didefinisikan sebagai persepsi individu tentang apakah orang lain akan mendukung atau tidak terwujudnya tindakan tersebut. Sementara itu, Hogg dan Vaughan (2005, dalam Andika dan Madjid, 2012: 192) menjelaskan bahwa norma subyektif adalah produk dari persepsi individu tentang *beliefs* yang dimiliki orang lain.

Peran norma subyektif terhadap minat *entrepreneurship* oleh Fishbein & Ajzen (1975) menggunakan *motivation to comply* untuk menggambarkan fenomena ini, yaitu apakah individu mematuhi pandangan orang lain yang berpengaruh dalam hidupnya atau tidak. Semakin tinggi motivasi individu mematuhi pandangan atau peranan orang lain, maka semakin tinggi pula minat *entrepreneurship* (Wijaya, 2008: 96). Norma subyektif diukur dengan skala *subjective norms* (Leong Chee Keong, 2008: 8 dan Lee Wei Ni, et.al, 2012: 133-136) dengan indikator sebagai berikut: *believe to my family, believe to my frined, believe to my lecture* dan *believe to people who are important*.

### **Efikasi Diri (*Self-Efficacy*)**

Linan, Cohard dan Cantuche (2010: 195) mendefinisikan *self-efficacy* sebagai “*perception of the easiness or difficulty in the fulfilment of the behaviour of interest (becoming an entrepreneur)*”, yang sering disebutnya sebagai *Perceived Behavioural Control*. Definisi ini sangat mirip dengan konsep “*self-efficacy*” yang dirumuskan Bandura (1977). Selain itu, konsep ini juga mirip dengan rumusan Shapero dan Sokol dalam teorinya *Entrepreneurial Event Model* (EEM) mengenai “*perceived feasibility*”. Menurut Wijaya (2008: 96), kontrol perilaku merupakan dasar bagi pembentukan persepsi kontrol perilaku. Persepsi Kontrol perilaku merupakan persepsi terhadap kekuatan faktor-faktor yang mempermudah atau mempersulit suatu perilaku. Dalam beberapa penelitian kewirausahaan, kontrol perilaku dioperasionalkan dalam bentuk efikasi diri (*self-efficacy*).

Bandura (dalam Andika dan Madjid, 2012: 192) mendefinisikan efikasi diri sebagai kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Dengan kata lain, kondisi motivasi seseorang yang lebih didasarkan pada apa yang mereka percaya dari pada

apa yang secara obyektif benar. Efikasi diri ini diukur dengan skala Gadaam (2008, dalam Indarti & Rostiana, 2008: 15 dan Andika & Madjid, 2012: 193) dengan indikator sebagai berikut: kepercayaan diri mengelola usaha, memiliki ketrampilan memimpin, memiliki kematangan mental dan keyakinan peluang sukses.

### **Kecerdasan Emosi (*Emotional Intelligence*)**

Istilah "*kecerdasan emosi*" pertama kali dikemukakan pada tahun 1990 oleh psikolog Peter Salovey dari Harvard University dan John Mayer dari University of New Hampshire Amerika. Salovey dan Mayer dalam Labbaf (2011: 537) mendefinisikan "*emotional intelligence is the ability to monitor one's own and others' emotions, to discriminate among them, and use the information to guide one's thinking and actions*". Pendapat di atas mengungkapkan bahwa kecerdasan emosi merupakan kemampuan untuk memahami emosi dirinya sendiri dan emosi orang lain untuk membedakannya dan menggunakan informasi untuk mengarahkan pemikiran dan tindakan seseorang.

Definisi kecerdasan emosi banyak dikemukakan oleh para pakar. Goleman sebagaimana dikutip oleh Labbaf (2011: 537) mendefinisikan:

*"...emotional intelligence...refers to the capacity for recognizing our own feelings and those of others, for motivating ourselves, and for managing emotions well in ourselves and in our relationships...."*

Dengan kata lain, kecerdasan emosi mengarah pada kapasitas pengenalan perasaan diri sendiri dan orang lain, kapasitas memotivasi diri sendiri dan kapasitas mengelola emosi dengan baik dalam diri sendiri dan dalam hubungan dengan orang lain. Kecerdasan emosi ini dipandang merupakan kemampuan yang berbeda, namun saling melengkapi dengan kecerdasan akademik (*academic intelligence*) yaitu kemampuan kognitif murni yang diukur dengan IQ.

Dulewicz dalam Efendi dan Sutanto (2013: 2) menyatakan:

*"Emotional intelligence is about knowing what you are feeling, and being able to motivate yourself to get jobs done. It is sensing what others are feeling and handling relationships effectively."*

Pendapat di atas mengungkapkan bahwa kecerdasan emosi adalah mengenai bagaimana seseorang mengetahui apa yang dirasakan yang mampu memotivasi diri sendiri untuk bisa melakukan tugas-tugas dengan lebih baik sehingga akan mampu menjalin hubungan yang lebih baik dengan pihak lain.

Sementara itu, Hein dalam Efendi dan Sutanto (2013: 2) menjelaskan bahwa: "*Emotional intelligence is the innate potential to feel, use,*

*communicate, recognize, remember, describe, identify, learn from, manage, understand, and explain emotions.*" Dengan kata lain, kecerdasan emosi merupakan potensi dari dalam diri seseorang untuk bisa merasakan, menggunakan, mengomunikasikan, mengenal, mengingatkan, mendeskripsikan emosi. Kecerdasan emosi didefinisikan pula oleh Cooper dan Sawaf dalam Rahmasari (2012: 2) sebagai kemampuan merasakan, memahami, dan secara efektif menerapkan daya dan kepekaan emosi sebagai sumber energi, informasi, koneksi dan pengaruh yang manusiawi. Howes dan Herald dalam Rahmasari (2012: 2) juga menyatakan bahwa kecerdasan emosi sebagai komponen yang membuat seseorang menjadi pintar menggunakan emosinya. Emosi manusia berada di wilayah dari perasaan lubuk hati, naluri yang tersembunyi dan sensasi emosi yang apabila diakui dan dihormati, kecerdasan emosional akan menyediakan pemahaman yang lebih mendalam dan utuh tentang diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan berbagai pendapat di atas, bisa dipahami bahwa kecerdasan emosi merupakan kemampuan seseorang untuk dapat mengenal dirinya sendiri dan mengenal orang lain dengan lebih baik, sehingga akan mampu menjalin sebuah hubungan yang harmonis dengan orang lain. Pengenalan diri sendiri maupun pengenalan pada orang lain ini adalah pengenalan atas potensi-potensi maupun kelemahan-kelemahan dalam diri yang menyebabkan seseorang mampu menempatkan diri ketika berhubungan dengan orang lain. Dengan demikian, seseorang dengan kemampuan kecerdasan emosi tinggi akan mampu mengenal dirinya sendiri, mampu berpikir rasional dan berperilaku positif serta mampu menjalin hubungan sosial yang baik karena didasari pemahaman emosi orang lain secara baik.

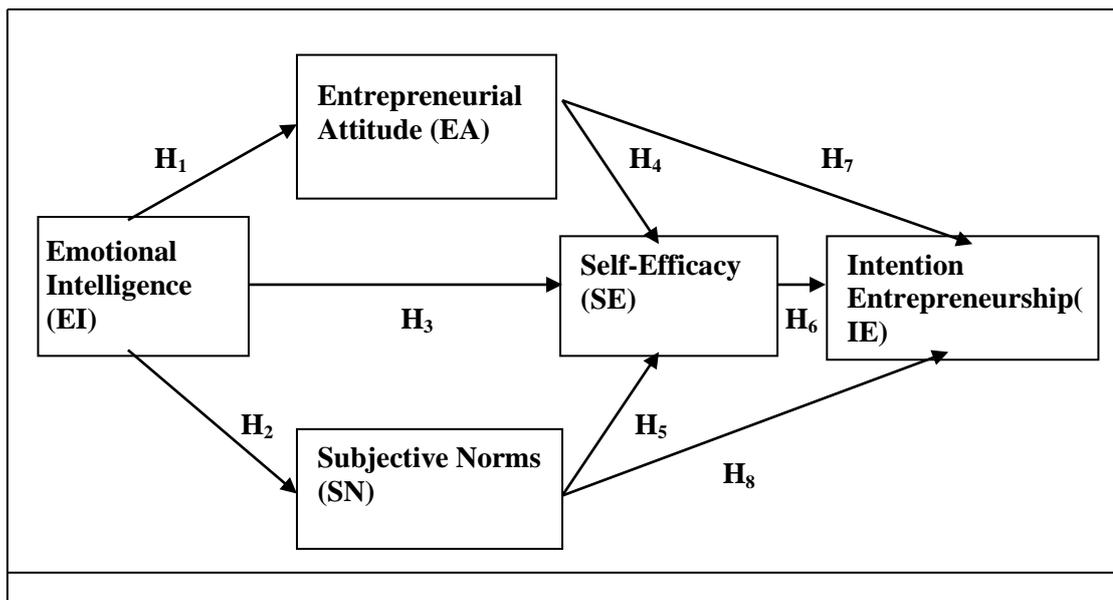
Goleman dalam Labbaf (2011:537) mengungkapkan lima dimensi dari kecerdasan emosi yaitu: *self awareness, self regulation, self motivation, social awareness, dan social skills* sebagai berikut:

- a. *Self awareness*: kemampuan seseorang untuk memahami berbagai potensi dalam dirinya menyangkut kelebihan yang dimiliki maupun kelemahannya. Beberapa indikatornya adalah sebagai berikut: (1) *having high self-awareness allows people to know their strengths, weaknesses, values, and motives*; (2) *people with high self awareness can accurately measure their own moods and intuitively understand how their moods affect others*; (3) *are open to feedback from others on how to continuously improve*; (4) *are able to make sound decisions despite uncertainties and pressures*; (5) *they are able to show a sense of humor*; (6) *a leader with good self-awareness would recognize factors such as whether he or she was liked*; dan (7) *was exerting the right amount of pressure on organization members*).

- b. *Self regulation*: kemampuan seseorang untuk mengontrol atau mengendalikan emosi dalam dirinya, dengan indikator sebagai berikut: (1) *the ability to control or redirect disruptive impulses and moods*; dan (2) *the propensity to suspend judgment and to think before acting*.
- c. *Self motivation*: kemampuan untuk memotivasi diri sendiri, yang dilihat dari beberapa indikator sebagai berikut: (1) *seek ways to improve their performance*; (2) *readily make personal sacrifices to meet the organization's goals*; (3) *they harness their emotions and employ them to improve their chances of being successful*; dan (4) *they operate from hope of success rather than fear of failure*.
- d. *Social awareness*: kesadaran sosial adalah pemahaman dan sensitivitas terhadap perasaan, pemikiran, dan situasi orang lain (*social awareness refers to having understanding and sensitivity to the feelings, thoughts, and situations of others*). Indikator untuk mengukur *social awareness* adalah sebagai berikut: (1) *understanding another person's situation*; (2) *experiencing the other person's emotions*; dan (3) *knowing their needs by showing that they care*.
- e. *Social skill*: kemampuan untuk menjalin hubungan sosial yang didasarkan pada indikator: (1) *proficiency in managing relationships*; dan (2) *proficiency in building networks*.

Bertitik tolak dari uraian di atas, maka model penelitian ini adalah:

**Gambar 2**  
**Model Penelitian**



Atas dasar kerangka pemikiran teoritis dan model penelitian tersebut, maka hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub>: *Emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap berwirausaha.
- H<sub>2</sub>: *Emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap norma subyektif.
- H<sub>3</sub>: *Emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri.
- H<sub>4</sub>: Sikap berwirausaha berpengaruh secara positif signifikan terhadap efikasi diri.
- H<sub>5</sub>: Norma subyektif berpengaruh secara positif signifikan terhadap efikasi diri.
- H<sub>6</sub>: Efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship.
- H<sub>7</sub>: Sikap berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship.
- H<sub>8</sub>: Norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survey, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel secara langsung dari populasi, sehingga ditemukan hubungan-hubungan antar variabel (Sugiyono, 2004: 7). Terdapat 5 (lima) variabel dalam penelitian ini, yaitu *emotional intelligence*, sikap berwirausaha, norma subyektif, efikasi diri dan minat entrepreneurship.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STAIN Kudus. Berkaitan dengan jumlah populasi yang relatif banyak, maka dalam penelitian ini digunakan sampel dari populasi. Sedangkan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 225 responden. Hal ini sudah memenuhi syarat bahwa untuk penelitian dalam pemodelan analisis jalur (*path analysis*) ini adalah antara 10 - 25 kali jumlah variabel independen (Ferdinand, 2006: 213). Sementara itu, teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu dengan teknik *random sampling*. Sedangkan teknik analisis datanya adalah *path analysis* dengan menggunakan software statistik AMOS 16.0.

## PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah 225 responden. Jumlah sampel 225 responden sudah memenuhi asumsi pengumpulan data dalam pemodelan *path analysis* yaitu jumlah kuesioner yang harus diproses adalah antara 10 - 25 kali jumlah variabel independen (Ferdinand, 2006: 213).

Karakteristik responden dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

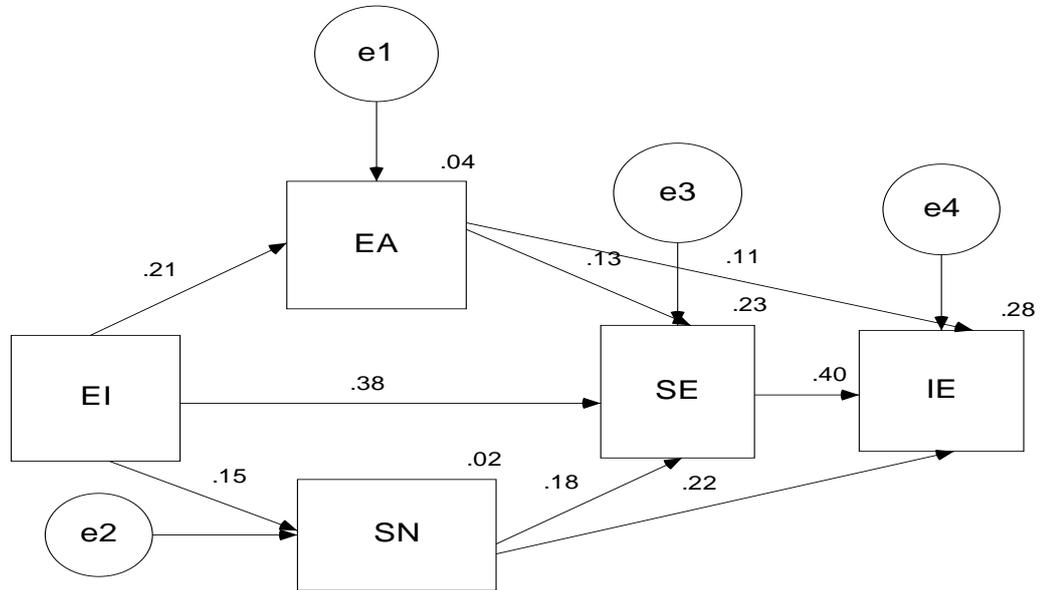
**Tabel 1**  
**Karakteristik responden**

Karakteristik	Jumlah	Prosentase
Jenis Kelamin		
▪ Laki-laki	75	33
▪ Perempuan	150	67
Total	225	100
Usia		
▪ 18 - 19 Tahun	34	15
▪ 20 - 21 Tahun	155	69
▪ > 22 Tahun	36	16
Total	225	100
Pekerjaan Orang Tua		
▪ Praktisi bisnis (wiraswasta, banker)	75	33
▪ Akademisi (guru, dosen)	42	19
▪ PNS (Kemenag, Pemda)	36	16
▪ Pekerja bangunan, petani	72	32
Total	225	100
Motivasi Entrepreneurship		
▪ Dukungan orang tua	72	32
▪ Dukungan saudara	17	7,5
▪ Dukungan teman	17	7,5
▪ Memiliki skill bisnis	51	23
▪ Memiliki jiwa entrepreneurship	68	30
Total	225	100

### Uji Estimasi Model dan Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi model *path analysis* (uji normalitas data, uji *outlier*, dan uji *multicollinearity* dan *singularity*) telah dipenuhi, maka dilanjutkan untuk dianalisis dengan model *path analysis* sebagai berikut:

**Gambar 3**  
**Model Path**



Hasil uji *path analysis* dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Path Analysis**

<i>Independet Variable</i>	<i>Dependent Variable</i>	<i>Standardized Path Coefficients</i>	<i>C R</i>	<i>Prob.</i>	<i>Squared Multiple Correlations (R<sup>2</sup>)</i>
EI	EA	0.210	3.218	0.001	0.044
EI	SN	0.150	2.265	0.024	0.022
EI	SE	0.380	6.280	0.000	0.233
EA		0.128	2.140	0.032	
SN		0.176	2.969	0.003	
SE	IE	0.400	6.717	0.000	0.284
EA		0.111	1.911	0.056	
SN		0.221	3.803	0.000	

Berdasarkan hasil output *standardized path coefficients* di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian terhadap hipotesis penelitian ini adalah:

a. Pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap Sikap Berwirausaha

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur *standardized* adalah sebesar 0.210 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 3.218 dengan taraf signifikan 0.001. Oleh karena nilai signifikansi < dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa *emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap berwirausaha. Dengan demikian, **hipotesis pertama terbukti secara statistik**

b. Pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap Norma Subyektif

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur *standardized* adalah sebesar 0.150 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 2.265 dengan taraf signifikan 0.024. Oleh karena nilai signifikansi < dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa *emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap norma subyektif. Dengan demikian, **hipotesis kedua terbukti secara statistik**.

c. Pengaruh *Emotional Intelligence* terhadap Norma Subyektif

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur *standardized* adalah sebesar 0.380 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 6.280 dengan taraf signifikan 0.000. Oleh karena nilai signifikansi < dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa *emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri. Dengan demikian, **hipotesis ketiga terbukti secara statistik**.

d. Pengaruh Sikap Berwirausaha terhadap Efikasi diri

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur *standardized* adalah sebesar 0.128 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 2.140 dengan taraf signifikan 0.032. Oleh karena nilai signifikansi < dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa sikap berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri. Dengan demikian, **hipotesis keempat terbukti secara statistik**.

e. Pengaruh Norma Subyektif terhadap Efikasi diri

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur *standardized* adalah sebesar 0.176 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 2.969 dengan taraf signifikan 0.003. Oleh karena

nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri. Dengan demikian, **hipotesis kelima terbukti secara statistik.**

f. Pengaruh Efikasi diri terhadap Minat *Entrepreneurship*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur standardized adalah sebesar 0.400 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 6.717 dengan taraf signifikan 0.000. Oleh karena nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship. Dengan demikian, **hipotesis keenam terbukti secara statistik.**

g. Pengaruh Sikap Berwirausaha terhadap Minat *Entrepreneurship*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur standardized adalah sebesar 0.111 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 1.911 dengan taraf signifikan 0.056. Oleh karena nilai signifikansi  $>$  dari 0,05 maka hipotesis alternatif ditolak dan dapat disimpulkan bahwa sikap berwirausaha tidak berpengaruh terhadap minat entrepreneurship. Dengan demikian, **hipotesis ketujuh tidak terbukti secara statistik.**

h. Pengaruh Norma Subyektif terhadap Minat *Entrepreneurship*

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil bahwa koefisien jalur standardized adalah sebesar 0.221 dengan nilai signifikan pada *critical ratio* (CR) sebesar 3.803 dengan taraf signifikan 0.000. Oleh karena nilai signifikansi  $<$  dari 0,05 maka hipotesis alternatif diterima dan dapat disimpulkan bahwa norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship. Dengan demikian, **hipotesis kedelapan terbukti secara statistik.**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas, dapat disimpulkan bahwa dari 8 (delapan) hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, terdapat 7 (tujuh) hipotesis yang didukung oleh data dan 1 (satu) hipotesis yang tidak didukung oleh data. Kesimpulan hipotesis penelitian dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Kesimpulan Hipotesis**

Hipotesis	Hasil Uji
H <sub>1</sub> : <i>Emotional Intelligence</i> berpengaruh positif signifikan terhadap sikap berwirausaha.	<b>Didukung oleh data</b>
H <sub>2</sub> : <i>Emotional Intelligence</i> berpengaruh positif signifikan terhadap norma subyektif.	<b>Didukung oleh data</b>
H <sub>3</sub> : <i>Emotional Intelligence</i> berpengaruh positif signifikan terhadap efikasi diri.	<b>Didukung oleh data</b>
H <sub>4</sub> : Sikap berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap efikasi diri.	<b>Didukung oleh data</b>
H <sub>5</sub> : Norma subyektif berpengaruh positif signifikan terhadap efikasi diri.	<b>Didukung oleh data</b>
H <sub>6</sub> : Efikasi diri berpengaruh positif signifikan terhadap minat entrepreneurship.	<b>Didukung oleh data</b>
H <sub>7</sub> : Sikap berwirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap minat entrepreneurship.	<b>Tidak Didukung oleh data</b>
H <sub>8</sub> : Norma subyektif berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat entrepreneurship.	<b>Didukung oleh data</b>

**Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect**

Analisis ini digunakan untuk melihat kekuatan pengaruh antar konstruk, baik pengaruh langsung (*direct effect*), pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), maupun pengaruh totalnya (*total effect*). Berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*), dapat ditemukan besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel eksogenus dan endogenus.

Adapun hasil uji pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung maupun pengaruh total model *path analysis* dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Standardized Direct, Indirect dan Total Effects**

<i>Independent Variable</i>	<i>Dependent Variable</i>	<i>Direct Effects</i>	<i>Indirect Effects</i>	<i>Total Effects</i>
EI	EA	0.210	-	0.210
EI	SN	0.150	-	0.150
EI	SE	0.380	0.053	0.433
EA		0.128	-	0.128

SN		0.176	-	0.176
EI	IE	-	0.230	0.230
SE		0.400	-	0.400
EA		0.111	0.051	0.162
SN		0.221	0.070	0.291

## SIMPULAN

Berdasarkan pengujian terhadap hipotesis penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) *emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap berwirausaha; (2) *emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap norma subyektif; (3) *emotional intelligence* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri; (4) sikap berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri; (5) norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap efikasi diri; (6) efikasi diri berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship; (7) sikap berwirausaha tidak berpengaruh terhadap minat entrepreneurship; dan (8) norma subyektif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat entrepreneurship.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akanbi, Samuel Toyin. (2003). "Family Factors, Personality Traits and Self-Efficacy as Determinants of Entrepreneurial Intention Among Vocational Based College of Education Students in Oyo State, Nigeria", *The African Symposium: An Online Journal of the African Educational Research Network*, Vol. 13, No.2, hlm. 66-76.
- Andika, Manda dan Madjid Iskandarsyah. (2012). "Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala)", *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment"*, hlm. 190-197.
- Bandura, Albert. (1971). *Social Learning Theory*, New York: General Learning Press.
- Darwanto. (2012). "Peran Entrepreneurship dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat" disampaikan dalam *Diseminasi Riset Terapan Bidang Manajemen dan Bisnis Tingkat Nasional Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Semarang*, hlm. 11-24.
- Efendi, Verisa Angelia dan Sutanto, Eddy Madiono Sutanto. (2003). "Pengaruh Faktor-Faktor Kecerdasan Emosional Pemimpin Terhadap Komitmen Organisasional Karyawan di Universitas Kristen Petra", *AGORA* Vol. 1, No. 1, hlm. 1-7.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: BP Undip.
- Goleman, Daniel. (2002). *Emotional Intelligence: Kecerdasan Emosional Mengapa EI Lebih Penting daripada IQ*, terj. T. Hermaya, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hafizah, Yulia. (2015). "Kuliah Entrepreneurship dan Relevansinya terhadap Semangat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Syariah dan

Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin”, *Jurnal At-Taradhi*, Vol. 5, No. 2, hlm. 1-10.

Hayy, Anna Afi dan Suharsono, Agus. (2015). “Permodelan Struktural Pengaruh Kecerdasan Emosi terhadap Minat Entrepreneurship Mahasiswa”, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya, diakses dalam <http://digilib.its.ac.id/public/ITS-Undergraduate-12365-paper> (diakses 5 Juli 2015), hlm. 1-12.

Hernandez, Jose Mauro C. dan Mazzon, Jose Afonso. (2007). “Adoption of Internet Banking: Proposition and Implementation of An Integrated Methodology Approach”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25, No. 2.

Indarti, Nurul dan Rostiani, Rokhima. (2008). “Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan antara Indonesia, Jepang dan Norwegia”, *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*, Vol. 23, No. 4, hlm. 1-27.

Labbaf, Hasan Labbaf., Ansari, Mohammad Esmaeil dan Masoudi, Masoomah. (2011). “The Impact of the Emotional Intelligence on Dimensions of Learning Organization: The Case of Isfahan University”, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business*, Vol. 3, No. 5.

Linan, Francisco, and Chen, Yi-Wen. (2006). “Testing The Entrepreneurial Intention Model on A Two-Country Sample, July, hlm. 1-28.

Linan, Francisco. (2008). “Skill and Value Perceptions: How Do They Affect Entrepreneurial Intentions?”, *Int Entrep Manag Journal.*, hlm. 257-272.

Linan, Francisco; Cohard, Juan Carlos Rodriguez and Cantuche, Jose M. Rueda. (2011). “Factors Affecting Entrepreneurial Intention Levels: A Role for Education”, *Int Entrep Manag J*, hlm. 195-218.

- Ni, Lee Wei, at.al. (2012). "Entrepreneurial Intention: A Study Among Students of Higher Learning Institution", Bachelor of Business Administration, Universiti Tunku Abdul Rahman, Faculty of Business and Finance Department of Business.
- Pasek, Nyoman Suadnyana. (2015). "Pengaruh Kecerdasan Intelektual pada Pemahaman Akuntansi dengan Kecerdasan Emosi dan Kecerdasan Spiritual sebagai Variabel Pemoderasi", *Tesis*, Program Magister Prodi Akuntansi, Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar.
- Paulina, Irene dan Wardoyo. (2012). "Pengaruh Kecerdasan Emosi, Sikap Mandiri, dan Lingkungan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa", *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 3, No. 1, hlm. 1-9.
- Rahmasari, Lisda. (2012). "Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosi dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan", *Majalah Ilmiah Informatika*, Vol. 3, No. 1, hlm. 1-20.
- Santosa, T. Elisabeth Cintya dan Krisdiyanto, Ardhyana. (2012). "Kewirausahaan sebagai Sebuah Pilihan Karir: Mengubah Pola Pikir dari pencari Kerja menjadi Penyedia Lapangan Pekerjaan", *Prosiding Seminar dan Konferensi Nasional Manajemen Bisnis*, 26 Mei 2012, hlm. 150-158.
- Sarwoko, Endi. (2011). "Kajian Empiris Entrepreneur Intention Mahasiswa", *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Th. 16, No.2, hlm. 126-135.
- Silvia. (2013). "Pengaruh Entrepreneurial Traits dan Entrepreneurial Skills terhadap Intensi Kewirausahaan: Studi Empiris Dampak Pendidikan Kewirausahaan pada Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya, *AGORA*, Vol. 1, No. 1, hlm. 1-7.
- Simon, Steven dan Paper, David. (2007). "User Acceptance of Voice Recognition Technology: An Empirical of The Technology Acceptance Model", *Journal of Organizational and User Computing*.

Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.

Suharti, Lieli dan Sirine, Hani. (2011). "Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention): Studi terhadap Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 13, No. 2, hlm. 124-134.

Sumarwan, Ujang. (2004). *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Trihandini, R.A Fabiola Meirnayati. (2005). "Analisis Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosi dan Kecerdasan Spiritual terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di Hotel Horison Semarang)", *Tesis*, Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.

Utaminingtyas, Tri Hesti, Usman, Osly dan Suherman. (2011). "Pengaruh Self-Employed Parents, Latar Belakang Pendidikan, *Self-Efficacy*, Pengalaman Kerja dan Akses Modal terhadap Keinginan Berwirausaha", *Econo Sains*, Vol. IX, No. 1, hlm. 62-72.

Wijaya, Toni. (2008). "Kajian Model Empiris perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 10, No. 2, hlm. 93-104.

Zain, Zahariah Mohd and Zain, Amalina Mohd, Ghani, Erlane K., (2010). "Entrepreneurship Intention Among Malaysian Business Students", *Canadian Social Science*, ISSN: 1712-8056, Vol. 6, No.3, hlm. 33-44.