
PENGARUH PERSEPSI KELAYAKAN DAN PERSEPSI KEINGINAN TERHADAP MINAT EKSPLORASI PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN MELALUI INTERNET DAN MINAT BERWIRAUSAHA

Hendrajaya✉

STIE Pariwisata Indonesia (STIEPARI) Semarang

Abstrak

Globalisasi dan pemberlakuan pasar bebas memberikan peluang-peluang kewirausahaan. Di sisi lain, kapasitas dan rasio jumlah wirausaha dibandingkan jumlah penduduk di Indonesia masih rendah dibandingkan negara Asean. Perkembangan teknologi Informasi dan internet mempunyai potensi untuk pengembangan kewirausahaan untuk transfer informasi, pengetahuan dan pengalaman kewirausahaan. Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh persepsi kelayakan dan persepsi keinginan terhadap minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet terhadap minat berwirausaha masyarakat. Penelitian dilakukan pada 100 lulusan SMK dan Perguruan Tinggi negeri dan swasta pengguna media internet di Kota Semarang. Analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS 16.0. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa persepsi kelayakan dan persepsi keinginan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet. Selanjutnya, minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha sebagai pilihan karir. Hasil penelitian ini memberikan implikasi manfaat teknologi informasi dan internet dalam mendukung pendidikan dan spirit kewirausahaan masyarakat berbasis *e-learning* dan *m-learning*.

Kata kunci: Minat Eksplorasi, Minat Kewirausahaan, Teknologi Informasi dan Internet

Abstract

Globalization and free market enforcement provide entrepreneurial opportunities. On the other hand, the capacity and ratio of the number of entrepreneurs compared to the population in Indonesia is still low compared to the Asean countries. The development of Information technology and the internet has the potential for entrepreneurship development for the transfer of information, knowledge, and entrepreneurial experience. The purpose of this study is to examine the influence of perceptions of feasibility and perception of interest in exploration of entrepreneurial knowledge through the internet towards entrepreneurship interest in society. The research was conducted on 100 graduates of SMK and State Universities and private internet media users in Semarang City. Data analysis using Structural Equation Model (SEM) with AMOS 16.0 program. The results of this study found that perceptions of feasibility and desire perceptions have a positive and significant impact on the interest of exploration of entrepreneurial knowledge through the internet. Furthermore, interest in the exploration of entrepreneurial knowledge through the internet has a positive and significant impact on entrepreneurship interest as a career choice. The results of this study provide the implications of the benefits of information technology and the Internet in support of education and entrepreneurship spirit of society based on e-learning and m-learning.

Keywords: *Interest in Exploration, Entrepreneurship Interest, Information Technology and the Internet*

✉Alamat korespondensi:
Kampus UMK Gondangmanis, Bae Kudus Gd. L. Lt I PO. BOX 53 Kudus
Tlp (0291) 438229 Fax. (0291) 437198
E-mail: hjhenjoyo@gmail.com

ISBN: 978-602-1180-70-9

PENDAHULUAN

Globalisasi dan perkembangan teknologi informasi memberikan peluang-peluang ekonomi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sekaligus memberikan risiko oleh kompleksitas sistem, perubahan lingkungan yang dinamis dan ketidakpastian (Burke dan Ng. 2006; 87). Globalisasi ekonomi memberikan insentif kompetisi, efisiensi ekonomi, dan peluang-peluang kewirausahaan. Di antara negara anggota G20 pada tahun 2012 dan 2013, Indonesia menjadi negara dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi kedua setelah China. Selama 5 tahun, antara 2009-2013 pertumbuhan ekonomi Indonesia rata-rata mencapai 5,9% per tahun. Dengan didukung oleh wilayah yang luas, mayoritas jumlah penduduk dalam kelompok usia produktif, dan sumber daya alam yang melimpah; maka peluang Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi dunia sangat terbuka lebar (www.bbc.co.uk/indonesia, Prianto, 2015, 90). Keunggulan komparatif perlu didukung oleh kemampuan pelaku usaha bisnis dan sumber daya manusia untuk bersaing di era global.

Indonesia sangat membutuhkan keberadaan para wirausaha dalam skala besar, karena kelompok inilah yang akan mampu memanfaatkan peluang-peluang ekonomi di era pasar bebas. Wirausaha mempunyai peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, namun demikian Spirit kewirausahaan di Indonesia masih tertinggal bila dibandingkan dengan beberapa negara ASEAN. Data per Januari 2012 menunjukkan bahwa jumlah pewirausaha di Indonesia baru sebesar 1,56% dari total penduduk. Sebagai perbandingan, komposisi pewirausaha dibandingkan jumlah penduduk di Singapura sebesar 7,2%, Malaysia sebesar 4%, dan Thailand sebesar 4,1% dari total penduduk (www.pikiran-rakyat.com).

Hasil survei Litbang Media Group yang ditulis dalam Editorial Media Indonesia tanggal 30 April 2015 berjudul “Minimnya Minat menjadi Pengusaha” menunjukkan bahwa motivasi masyarakat Indonesia untuk menjadi pengusaha masih sangat rendah. Hasil survei tersebut sejalan dengan hasil Survei Tenaga Kerja Nasional 2001 hingga 2006 (dalam Balitbang, 2010) menyatakan bahwa profil tenaga kerja Indonesia memang dikuasai pekerja. Dari total pekerja 25 juta orang, jumlah yang menjadi pengusaha kurang dari seperlimanya. Berkaitan dengan profesi kewirausahaan, hanya 20% ingin menjadi pengusaha sedangkan sebanyak 70% ingin menjadi pegawai negeri sipil (PNS). Berdasarkan Data dari *Global*

Entrepreneurship and Development Index tahun 2013 (Prianto, 2015, 90), dalam pengembangan kewirausahaan, Indonesia lemah dari sisi proses inovasi, kualitas sumber daya manusia, faktor budaya, program pengembangan kewirausahaan, kualifikasi pendidikan, risiko bisnis, pemanfaatan teknologi internet, tingkat korupsi, kesiapan menghadapi era global, ketrampilan memulai usaha, keberanian menghadapi risiko kegagalan, kemampuan membangun jejaring, ketersediaan sumber daya, kemampuan produktivitas, dan orientasi global.

Pada era teknologi informasi, penggunaan internet dan teknologi informasi mempunyai potensi dalam mendukung permasalahan pendidikan kewirausahaan (Nygren, 2016). Wallace (2006) menjelaskan bahwa internet dan teknologi informasi telah memiliki dampak besar pada pekerjaan. Dalam konteks pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di dunia pendidikan, telah terbukti semakin menyempitnya dan meleburnya faktor “ruang dan waktu” yang selama ini menjadi aspek penentu kecepatan dan keberhasilan penguasaan ilmu pengetahuan oleh umat manusia. Teknologi baru, telah mengubah sifat dari hari kerja, minggu kerja dan pengertian tentang keseimbangan kehidupan kerja tiap pribadi. Guru atau murid dapat dihubungi setiap waktu dan di setiap tempat. Teknologi ini telah mempengaruhi pola-pola baru dalam komunikasi dan organisasi, mempengaruhi struktur dan budaya. Hirarki tradisional telah kehilangan sebagian dari kekuatannya. Informasi dapat dikirim melalui e-mail setiap saat dan di mana saja dalam organisasi. Internet telah mengubah sifat dari pendidikan, pelatihan dan pengembangan. *E-learning* atau *M-learning* menjadi lebih murah dan lebih fleksibel disampaikan. Tujuan penelitian ini adalah: 1) Menguji pengaruh persepsi keinginan dan persepsi kelayakan terhadap minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet, 2) Menguji pengaruh persepsi keinginan, persepsi kelayakan dan minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet terhadap minat berwirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA

Shapero (1975) menjelaskan bahwa aktivitas kewirausahaan adalah hasil dari interaksi faktor situasional dan sosial-budaya. Krueger (1993) mengembangkan model niat untuk menjadi seorang pengusaha yang dipengaruhi oleh kelayakan yang dirasakan dan keinginan yang dirasakan. Norma social dan *self-efficacy* adalah anteseden dari keinginan yang

dirasakan dan kelayakan yang dipersepsikan (Krueger dan Brazeal, 1994).

1. Pengaruh Persepsi Kelayakan Berwirausaha terhadap Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan Melalui Internet dan Minat Berwirausaha

Berdasarkan Model Krueger (1993), seseorang yang menilai bahwa berwirausaha menarik sebagai pilihan karir secara ekonomi (untuk memperoleh pendapatan) dan psikososial (otonomi waktu, keuangan) akan mempunyai minat untuk mencari informasi, pengetahuan dan pengalaman tentang kewirausahaan. Informasi dan pengetahuan adalah seperti berkaitan dengan informasi peluang bisnis di sektor tertentu, informasi pasar, sumber modal, pengetahuan pengelolaan bisnis, pemasaran dan keuangan. Selain itu calon wirausaha tersebut juga mencari pengalaman dari wirausaha-wirausaha yang telah berhasil di bidangnya. Informasi, pengetahuan dan pengalaman tersebut dapat diperoleh melalui pelatihan, magang, pendidikan formal, keluarga, lingkungan atau melalui media internet. Pada era teknologi informasi, informasi, pengetahuan, pengalaman tentang kewirausahaan di internet mudah diperoleh. Sebaliknya, seseorang yang menilai bahwa berwirausaha kurang menarik, kurang menjanjikan manfaat dan riikobesar dibandingkan dengan profesi lainnya maka minat seseorang tersebut untuk mencari informasi, pengetahuan dan pengalaman tentang kewirausahaan termasuk melalui internet juga rendah.

Selain Persepsi Kelayakan dapat berpengaruh terhadap minat eksplorasi tentang kewirausahaan, Persepsi Kelayakan juga dapat berpengaruh terhadap minat keputusan berwirausaha sebagai pilihan karir. Seseorang yang menilai bahwa berwirausaha menarik sebagai pilihan karir secara ekonomi dan psikososial akan mempunyai minat untuk memilih karir sebagai wirausaha dibanding pekerjaan lainnya. Sebaliknya, seseorang yang menilai bahwa berwirausaha tidak menarik sebagai pilihan karir secara ekonomi (untuk memperoleh pendapatan) dan penuh risiko tidak mempunyai minat untuk memilih karir sebagai wirausaha dan memilih pekerjaan lainnya. Beberapa penelitian pendukung seperti dilakukan oleh Segal, *et. al* (2005), Izquierdo & Buelens (2008), Linan *et al.* (2011), Karimi (2012), Liñán dan Chen (2006), Wang *et al.* (2011), AlHaj *et al.* (2011) menyatakan bahwa persepsi kelayakan (*perceived feasibility*) merupakan prediktor utama minat berwirausaha. Namun demikian penelitian AlHaj *et al.* (2011) yang dilakukan pada 253 mahasiswa di 17 perguruan tinggi di Malaysia

menemukan bahwa kelayakan yang dirasakan tidak memiliki hubungan positif dengan minat berwirausaha

H1a. Persepsi Kelayakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan Melalui Internet

H1b. Persepsi Kelayakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha

2. Pengaruh Persepsi Keinginan Berwirausaha terhadap Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan Melalui Internet dan Minat Berwirausaha

Menurut Model Krueger (1993), minat berwirausaha seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi kelayakan namun juga persepsi keinginan. Persepsi keinginan (evaluasi/keyakinan diri) meliputi: keyakinan akan kemampuan, keyakinan melalui hambatan, keyakinan untuk sukses/ berhasil untuk berwirausaha dan senang untuk melakukan. Seseorang yang mempunyai keyakinan akan kemampuan untuk berwirausaha, keyakinan melalui hambatan, keyakinan untuk berhasil untuk berwirausaha dan keinginan untuk berwirausaha akan mempunyai minat untuk eksplorasi informasi, pengetahuan dan pengalaman kewirausahaan. Seseorang yang mempunyai persepsi keinginan tinggi akan mendorong untuk mencari informasi, pengetahuan dan pengalaman tentang kewirausahaan. Informasi, pengetahuan dan pengalaman diantaranya diperoleh melalui media internet. Sebaliknya, seseorang yang tidak yakin akan kemampuan, keyakinan melalui hambatan, keyakinan untuk sukses/ berhasil untuk berwirausaha dan tidak ada keinginan untuk melakukan tidak mempunyai minat untuk mencari informasi, pengetahuan dan pengalaman tentang kewirausahaan.

Selain Persepsi Keinginan dapat berpengaruh terhadap minat eksplorasi tentang kewirausahaan, Persepsi Keinginan juga dapat berpengaruh terhadap minat keputusan berwirausaha sebagai pilihan karir. Seseorang yang mempunyai keyakinan akan kemampuan untuk berwirausaha, keyakinan melalui hambatan, keyakinan untuk berhasil untuk berwirausaha dan keinginan untuk berwirausaha akan mempunyai minat untuk memilih karir sebagai wirausaha dibanding pekerjaan lainnya. Sebaliknya, seseorang yang tidak yakin akan kemampuan, keyakinan melalui hambatan, keyakinan untuk sukses/ berhasil untuk berwirausaha dan tidak ada keinginan untuk melakukan tidak mempunyai minat untuk memilih karir sebagai wirausaha dan memilih

pekerjaan lainnya. Beberapa penelitian sebelumnya seperti dilakukan oleh Segal, *et. al* (2005), Liñán dan Chen (2006), Wang *et al.* (2011), AlHaj *et al.* (2011) menyatakan bahwa persepsi keinginan (*perceived desirability*) merupakan faktor utama prediktor minat kewirausahaan selain *perceived credibility* (*perceived feasibility*).

H2a. Persepsi Keinginan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan Melalui Internet

H2b. Persepsi Keinginan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha

3. Pengaruh Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan Melalui Internet terhadap Minat Berwirausaha

Minat perilaku tertentu dapat mempengaruhi minat perilaku lainnya, seperti halnya minat belajar dan minat meminjam buku perpustakaan, minat aktivitas fisik dan minat untuk makan lebih banyak. Demikian juga pada minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui media internet dan minat berwirausaha sebagai pilihan karir itu sendiri. Pada era teknologi informasi dan internet, telepon, laptop/note book, merupakan “gadget” yang mudah diperoleh dan dimiliki (Wang dan Wang, 2010). Pada era teknologi informasi, penggunaan internet dan teknologi informasi mempunyai potensi dalam mendukung permasalahan pendidikan kewirausahaan (Nygren, 2016). Pertama, penggunaan internet dan teknologi

informasi meningkatkan fungsi bimbingan yang menekankan kemudahan alih proses pembelajaran tanpa terikat kepada lokasi fisik proses pembelajaran. Kedua, penggunaan internet dan teknologi informasi mendukung desain pembelajaran yang efektif. Kegiatan pembelajaran kewirausahaan sering melibatkan kemampuan berpikir tingkat rendah dan tinggi serta campuran pengetahuan konkret dan abstrak, *sharing* pengalaman dan *problem solving* yang tidak terbatas ruang dan waktu. Ketiga, ditinjau dari lingkungan pembelajaran, penggunaan internet dan teknologi informasi memfasilitasi *sharing* pengetahuan dalam komunitas sosial kewirausahaan (Nygren, 2016).

H3. Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan Melalui Internet berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berwirausaha

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada 100 lulusan SMK dan Perguruan Tinggi negeri dan swasta pengguna internet (seperti melalui media: notebook, laptop, smartphone) di Kota Semarang. Variabel eksogen terdiri dari variabel Persepsi Kelayakan dan Persepsi Keinginan. Variabel endogen adalah minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet dan Minat berwirausaha sebagai pilihan karir. Skala pengukuran yang dipakai adalah 1-5.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Variabel

Konstruk	Notasi	Indikator	Notasi	Sumber
1. Minat Berwirausaha	Y ₂	1. Berniat berwirausaha sebagai pilihan karir	Y _{2.1}	Ferdinand (2002)
		2. Profesi wirausaha lebih baik dibanding profesi lain	Y _{2.2}	
		3. Berniat memanfaatkan peluang pasar pada sektor tertentu.	Y _{2.2}	
2. Minat eksplorasi Kewirausahaan melalui media internet	Y ₁	Memanfaatkan internet untuk:		Ferdinand (2002)
		1. Mencari informasi tentang bisnistertentu	Y _{1.1}	
		2. Meningkatkan pengetahuan tentang manajemen	Y _{1.2}	
		3. Belajar dari pengalaman orang lain	Y _{1.1}	
4. Mencari informasi peluang bisnis	Y _{1.2}			
3. Persepsi Kelayakan	X ₁	1. Peluang Pendapatan	X _{1.1}	Krueger (1993)
		2. Manfaat Otonomi	X _{1.2}	
		3. Manfaat Sosial	X _{1.3}	
		4. Risiko Berwirausaha	X _{1.4}	
4. Persepsi Keinginan	X ₂	1. Keyakinan kemampuan	X _{2.1}	Krueger (1993)
		2. Keyakinan melalui hambatan	X _{2.2}	
		3. Keyakinan untuk sukses	X _{2.3}	
		4. Keyakinan dapat melakukan	X _{2.4}	

Analisis data menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS 16.0. Pengaruh antara Persepsi Kelayakan Berwirausaha (X1) dan Persepsi Keinginan Berwirausaha (X2) terhadap Minat ekspolrasi Kewirausahaan melalui media internet (Y1) dapat digambarkan melalui persamaan sebagai berikut.

$$ZY1 = \beta_{1.1}X1 + \beta_{1.2}X2 + \varepsilon_1$$

Pengaruh antara Persepsi Kelayakan Berwirausaha (X1), Persepsi Keinginan Berwirausaha (X2) dan Minat ekspolrasi Kewirausahaan melalui media internet (Y1) terhadap Minat Berwirausaha (Y2) dapat digambarkan melalui persamaan sebagai berikut.

$$ZY2 = \delta_{1.1}X1 + \delta_{1.2}X2 + \delta_{1.3}Y1 + \varepsilon_2$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengujian kelayakan model penelitian untuk analisis SEM pada Tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa semua kriteria *goodness of fit* dapat diterima walaupun terdapat nilai marjinal pada AGFI. Nilai marjinal ini dikarenakan nilai AGFI berada dalam rentang 0,8 - 0,9 yang berarti model tersebut cukup baik (Hair, *et al.*, 1995). Secara keseluruhan, hasil pengujian adalah *chi-square* sebesar 88,744, probabilitas sebesar 0,341 (>0,05), GFI sebesar 0,926 (>0,90), AGFI sebesar 0,895 (>0,90), TLI sebesar 0,993 (>0,95), CFI sebesar 0,994 (>0,95), dan RMSEA sebesar 0,020 (<0,05). Secara keseluruhan model dapat diterima dan langkah selanjutnya menganalisis parameter estimate.

Tabel 2. Hasil Pengujian Kelayakan Model

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
<i>Chi-Square</i>		88,744	Overidentified
<i>Probability</i>	>0,05	0,341	Good fit
GFI	> 0,90	0,926	Good fit
AGFI	> 0,90	0,895	Good fit
TLI	> 0,90	0,993	Good fit
CFI	> 0,90	0,994	Good fit
RMSEA	< 0,05	0,020	Good fit

Sumber : diolah dari data kuesioner (2017)

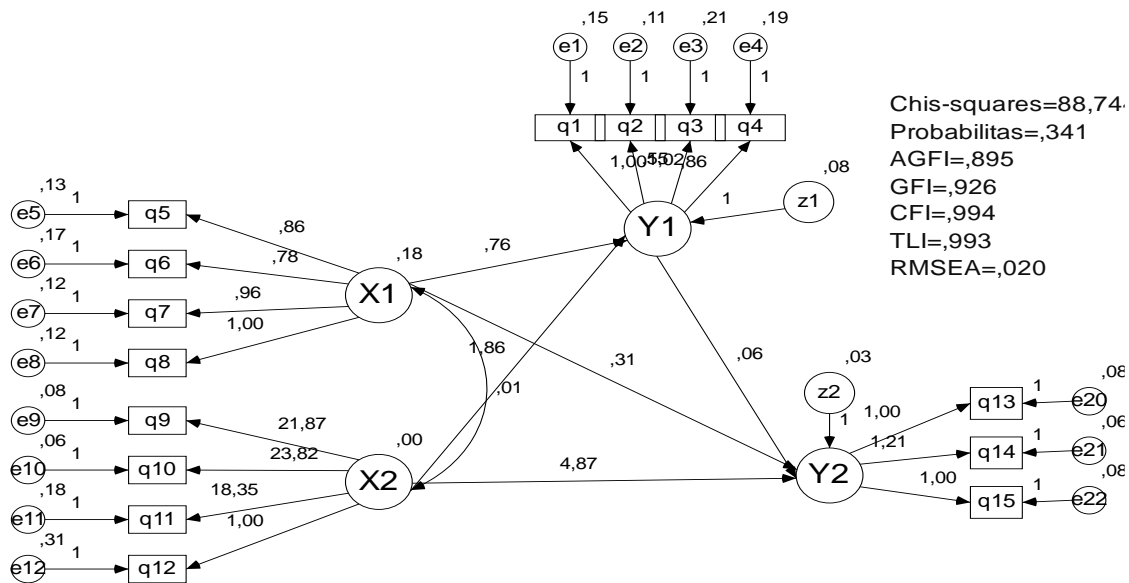
Tabel 3 Hasil Pengujian Hubungan Antar Konstruk

Hipotesis	Estimate	C.R.	P
H1a. Y1 <--- X1	0,761	5,173	***
H1b Y1 <--- X2	0,863	4,359	,009
H2a Y2 <--- X1	0,310	2,552	,041
H2b Y2 <--- X2	0,867	2,409	,042
H3 Y2 <--- Y1	0,060	2,320	,035

Sumber : diolah dari data kuesioner (2017)

Koefisien Jalur dapat disajikan dalam model pada Tabel 3 yang menunjukkan hubungan antar konstruk. Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa dari 5 hipotesis yang diajukan hanya semua hipotesis yang terbukti. Nilai CR hubungan antara variabel Persepsi Kelayakan (X1) dan Persepsi Keyakinan (X2) terhadap Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan melalui Internet (Y1) = 5,173 dan 4,359 (positif) (p=0,000 dan 0,009 <0,050) sehingga Hipotesis 1a dan 1b

terbukti. Nilai CR hubungan antara variabel Persepsi Kelayakan (X1) dan Persepsi Keyakinan (X2) terhadap Minat Berwirausaha (Y2) = 2,552 dan 2,409 (positif) (p=0,041 dan 0,042 <0,050) sehingga Hipotesis 2a dan 2b terbukti. Nilai CR hubungan antara variabel Minat Eksplorasi Pengetahuan Kewirausahaan melalui Internet (Y1) terhadap Minat Berwirausaha (Y2) = 2,320 (positif) (p=0,035 <0,050) sehingga Hipotesis ke-3 terbukti.



Gambar 1. Hasil Pengujian SEM Model Penelitian
 Sumber : diolah dari data kuesioner (2017)

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa persepsi kelayakan dan persepsi keinginan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet. Selanjutnya, minat eksplorasi pengetahuan kewirausahaan melalui internet. berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha sebagai pilihan karir. Hasil penelitian ini memberikan implikasi manfaat teknologi informasi dan internet dalam mendukung pendidikan dan spirit kewirausahaan masyarakat berbasis *e-learning* dan *m-learning*. Pada era teknologi informasi, penggunaan internet dan teknologi informasi mempunyai potensi dalam mengembangkan minat kewirausahaan masyarakat. Hal tersebut diprediksi merupakan modal yang kuat untuk mencapai keberhasilan menumbuhkan minat berwirausaha, termasuk keberhasilan dalam mengembangkan usaha di masa depan. Namun demikian, pengembangan internet dan teknologi informasi untuk pendidikan seperti melalui *Mobile learning* mahal dan penuh risiko, sehingga perlu dievaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan kapasitas dan minat kewirausahaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

AlHaj, B.K., Yusof, M.Z., Edama, N. 2011. Entrepreneurial Intention: An Empirical Study of Community College Students in Malaysia. *Jurnal Personalia Pelajar, Bil*14: 45 – 58.

Badan Penelitian dan Pengembangan. 2010. Laporan Hasil Penelitian Alternatif Pelaksanaan Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi, bekerjasama dengan Universitas Negeri Jakarta, Kemdiknas, Jakarta.

Burke, R.J dan Ng., E. 2006. The changing nature of work and organizations: Implications for human resource management. *Human Resource Management Review* 16, 86–94.

Chandrashekar, M., McNeilly, K., Russ, F. A., & Marinova, D. 2000. From Uncertain Intentions to Actual Behavior: A Threshold Model of Whether and When Salespeople Quit. *Journal of Marketing Research*, 37(4): 463-479.

Izquierdo & Buelens. 2008. Competing Models of Entrepreneurial Intentions: The Influence of Entrepreneurial Self-Efficacy and Attitudes. *Presentado en Internationalizing Entrepreneurship Education and Training, IntEnt Conference, 17-20 Juli, Oxford, Ohio, USA.*

Karimi, S., Biemans, H. J., Lans, T., Mulder, M., & Chizari, M. 2012. The Role of Entrepreneurship Education in Developing Students' Entrepreneurial Intentions. *Proceedings of WICaNeM*, 22.

- Krueger, N.F. 1993. The Impact of Prior Entrepreneurial Exposure on Perceptions and New Venture Feasibility and Desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18: 5–21.
- Krueger NF, Brazeal D. 1994. Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice* 18: 91–104.
- Liñán. F. & Chen. Y.W. 2006. *Testing The Entrepreneurial Intention Model On A Two-Country Sample*, diakses dari <http://selene.uab.es/dep-economia-empresa/recerca/>
- Linan, F., Santos, F.J. & Fernandez, J. 2011. —The influence of perceptions on potential entrepreneurs, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(3), 373-390.
- Nygren, M. 2016. *Developing a Mobile Learning Application for Entrepreneurship Education in Uganda and Zambia*. Disertasi Department of Science and Technology Institutionen Linköping University, Sweden.
- Prianto, A. 2015. Urgensi Penguatan Budaya Wirausaha Untuk Meningkatkan Daya Saing Indonesia Di Era MEA. *Jurnal Economia*, 11(1), 89-106.
- Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Auti, E. 2003. *Global Entrepreneurship Monitor: Executive Report*. Kansas City, MO, USA: Kauffman Foundation. <http://www.gemconsortium.org/docs/download/259>, 12 Juni 2014, pk. 10.15.
- Segal, G., Borgia, & Schoenfeld, J. 2005. The motivation to become an entrepreneur, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 11 1: 42-57.
- Wallace, P. 2006. The new world of work and organizations: Implications for human resource management. *Human Resource Management Review* 16 83–85.
- Wang, H. Y., & Wang, S. H. 2010. User acceptance of mobile internet based on the unified theory of acceptance and use of technology: Investigating the determinants and gender differences. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 38(3), 415–426.
- Wang, W., Lu, W., & Millington, J. K. 2011. Determinants of entrepreneurial intention among college students in China and USA. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1(1), 35-44.

www.pikiran-rakyat.com
www.bbc.co.uk/indonesia