



Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa

Rr Ponco Dewi Karyaningsih¹, Agus Wibowo^{2*}

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

² Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received: 18 August 2017;

Accepted: 18 October 2017;

Published: 31 October 2017.

Keywords:

Creativity; Self Efficacy; Entrepreneurship Intention

Abstract

This article aims to determine the relationship between creativity, self efficacy and student entrepreneurship intent of Faculty of Economics (FE), State University of Jakarta (UNJ) This research uses survey method with correlation approach. The results showed that there is a significant correlation between creativity, self efficacy and intent entrepreneurship of FE UNJ students where the result of calculation of double correlation coefficient test ($R_{y.12}$) = 0,635 and F count (F Change) = 49,785, and p-value = 0,000 < 0,05, and coefficient of determination (R square) = 0,404, which implies that creativity (X1) and self efficacy (X2) together influence 40.4% of entrepreneurship intentions (Y).

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kreativitas, efikasi diri dan intensi berwirausaha mahasiswa Fakultas Ekonomi (FE), Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara kreativitas, efikasi diri dan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ di mana hasil perhitungan uji koefisien korelasi ganda ($R_{y.12}$) = 0,635 dan F hitung (F Change) = 49,785, serta p-value = 0,000 < 0,05, dan koefisien determinasinya (R square) = 0,404, yang mengandung makna bahwa kreativitas (X₁) dan efikasi diri (X₂) secara bersama-sama berpengaruh sebesar 40,4 % terhadap intensi berwirausaha (Y).

How to Cite:

Dewi Karyaningsih, R. P., & Wibowo, A. (2017). Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 5(2), 162-175. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JPEB.005.2.4>

* Corresponding Author.
poncodewi@feunj.ac.id (Rr. Ponco Dewi K)
agus-wibowo@unj.ac.id (Agus Wibowo)

PENDAHULUAN

Kreativitas merupakan aspek penting dalam dunia usaha. Tidak hanya bagi para senior, tetapi juga pendatang baru yang memulai berkecimpung di dunia usaha. Sebagai modal awal, kreativitas ini tidak hanya mendukung tetapi juga sangat mempengaruhi intensi berwirausaha, yang merupakan sumber bagi lahirnya wirausaha-wirausaha di masa depan (Suharti, 2011:126).

Terkait kreativitas, berdasarkan data temuan riset Richard Florida dkk dalam *The Global Creativity Index 2015* (GCI, 2015) diketahui posisi Indonesia sangat rendah sekali, yaitu peringkat ke-67. Indonesia masih kalah jika dibandingkan dengan negara-negara satu kawasan di Asia Tenggara seperti Singapura (7), Malaysia (24) dan Philipina (54). Indonesia bahkan jauh tertinggal dengan dua negara “bungsu” di Asia Tenggara, yaitu Vietnam (45) dan Thailand (38). Sedangkan negara-negara dengan indek GCI tertinggi adalah Korea Selatan, Jepang, Israel dan Amerika Serikat (Agus Wibowo, 2017).

Kreativitas menjadi aspek penting dalam berwirausaha. Kreativitas simpul Suryana (2006:32), merupakan kehadiran sebuah gagasan baru, atau sederhananya berpikir sesuatu yang baru. Senada dengan Suryana, Hendro (2011:17) menyimpulkan bahwa kreativitas itu merupakan kemampuan mengelola, memberdayakan, dan menggunakan pengetahuan apapun yang anda miliki, informasi, pengalaman, dan ketrampilan lainnya untuk mengatasi kesulitan.

Menguatkan temuan Suryana dan Hendro, Lambing & Kuehl (2000:11) sampai pada kesimpulan bahwa salah satu faktor kesuksesan seorang wirausaha adalah kreativitas dan kemampuannya melihat peluang. Melengkapi temuan sebelumnya, Muladi Wibowo (2011:111) menegaskan bahwa kesuksesan seorang wirausaha tidak dapat

dipisahkan dari kreativitas dan inovasi. Inovasi ini tidak akan muncul tanpa adanya kreativitas yang tinggi. Kreativitas bahkan menjadi sumber penting dari kekuatan menghadapi persaingan, imbas dari perubahan yang sangat masif.

Selanjutnya Rambat Lupioyadi (2007:221) menyimpulkan bahwa kreativitas itu merupakan proses yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan. Antara individu satu dengan yang lain, kreativitasnya memang berbeda-beda. Uniknya, tulis Rambat Lupioyadi, meski kreativitas dasarnya adalah kemampuan dan bakat, namun pengetahuan dan lingkungan sangat mempengaruhi tinggi rendahnya kreativitas tersebut.

Senada dengan Rambat Lupioyadi, Utami Munandar (2002:4) menyimpulkan bahwa kreativitas merupakan proses merasakan dan mengamati masalah, serta membuat dugaan tentang kekurangan. Kreativitas dalam perkembangannya sangat terkait dengan aspek pribadi, pendorong, proses, dan produk. Kreativitas, tulis Utami, muncul dari interaksi pribadi yang unik dengan lingkungannya. Itulah mengapa kreativitas juga tidak jauh dari proses merasakan, mengamati masalah, serta membuat dugaan tentang kekurangan. kreativitas atau daya cipta ini tidak hanya memungkinkan munculnya penemuan-penemuan baru dalam bidang ilmu dan teknologi, tetapi juga semua bidang usaha manusia lainnya.

Menambahkan pendapat Lupioyadi (2007) dan Utami (2002:4), Buchari (2010:73) menegaskan bahwa kreativitas itu didorong oleh otak sebelah kanan. Adapun strategi untuk memacu belahan otak tersebut, di antaranya adalah sebagai berikut: (a) selalu bertanya apakah ada cara lain yang lebih baik; (b) pertanyakan dan kaji lebih jauh kebiasaan yang ada, sifat rutin, dan tradisi; (c) harus berpikir reflektif, merenung, dan ber-

pikir lebih dalam; (d) mencoba melihat sesuatu dari perspektif lain; (e) berpikir barangkali ada lebih dari satu jawaban yang benar; (f) lebih relaks guna mencari pemecahan masalah yang inovatif, dan (g) memiliki kemampuan mengangkat ke atas masalah rutin/harian, agar dapat melihat permasalahan atau isu dengan sudut pandang yang lebih luas kemudian diturunkan kembali fokus pada permasalahan yang sedang dikaji, untuk memperoleh ide baru dalam perubahan.

Berdasarkan berbagai pendapat sebagaimana telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan seseorang dalam menghasilkan sesuatu yang baru (bisa saja berangkat dari masalah) berupa ide atau penemuan/produk/karya melalui pengetahuan, informasi, maupun pengalaman yang ia miliki. Pertanyaan yang muncul kemudian, bagaimana cara mengevaluasi kemampuan kreatif seseorang itu?

Davis secara cerdas mengumpulkan beberapa kriteria untuk mengevaluasi kemampuan kreatif seseorang, di antaranya: (a) kelancaran, yaitu kemampuan menghasilkan banyak ide verbal atau non verbal, atau kemampuan untuk mencetuskan banyaknya gagasan dan jawaban dalam menyelesaikan masalah dalam waktu singkat, dan memberikan banyak cara atau saran untuk melakukan berbagai hal; (b) fleksibilitas, yaitu kemampuan mengambil pendekatan berbeda pada sebuah masalah, memikirkan ide dalam kategori yang berbeda atau melihat masalah dari persepektif yang berbeda; (c) keaslian itu berarti keunikan, ketidaksamaan dalam pemikiran dan tindakan, fleksibilitas, atau cara berpikir yang unik; sinonim untuk kata keaslian dalam kamus mencakup kreativitas, inovasi, kelangkaan keunggulan, dan sesuatu yang bersifat inovatif; (d) elaborasi, yaitu mampu mengembangkan, memperluas, menyempurnakan, dan menerapkan ide; (e) transformasi, yaitu merubah satu ide atau

objek menjadi ide atau objek lain dengan melakukan modifikasi, mengombinasikan atau mengganti atau dengan melihat makna baru, dampak, penerapan, atau adaptasi ke penggunaan baru; (f) kepekaan terhadap masalah, yaitu kemampuan untuk menemukan masalah, mendeteksi kesulitan, mendeteksi informasi yang hilang, dan mengajukan pertanyaan bagus; (g) visualisasi, yaitu kemampuan untuk berimajinasi, melihat hal-hal dalam “mata pikiran”, memanfaatkan ide dan citra secara psikologis; (h) pemikiran analogis, yaitu kemampuan untuk meminjam ide dari satu konteks dan menggunakannya di konteks lain, memprediksi hasil dan konsekuensi; (i) analisis adalah kemampuan untuk memisahkan rincian, atau memecah-mecah keseluruhan yang ada menjadi bagian-bagian kecil; (j) sintesis adalah kemampuan untuk melihat hubungan, mengombinasikan bagian ke dalam suatu keseluruhan yang dapat digunakan, dan mungkin kreatif; (k) evaluasi adalah kemampuan penting untuk berpikir secara kritis, untuk memisah-misahkan hal yang relevan dari yang tidak relevan, untuk mengevaluasi “kebaikan” atau kesesuaian dari suatu ide, produk atau solusi; (l) pemikiran logis adalah kemampuan untuk membuat keputusan yang masuk akal dan mengasumsikan kesimpulan yang masuk akal; (m) intuisi adalah kemampuan yang tidak banyak dipahami untuk membuat “lompatan mental”, atau “lompatan intuitif”, untuk melihat hubungan yang didasarkan pada sedikit informasi, atau mungkin informasi yang tidak memadai atau untuk “membaca apa yang tersirat, dan (n) konsentrasi, yaitu kemampuan untuk memusatkan perhatian (Davis, 2012:259).

Karena rendahnya kreativitas tersebut, wajar jika jumlah generasi muda Indonesia yang menekuni dunia wirausaha ter-

golong minim. Sampai dengan akhir tahun 2016, jumlah wirausahawan di Indonesia masih berada pada angka 1,56 persen dari 252 juta total jumlah penduduk. Jika mengacu pada standar Bank Dunia (BI) minimal 4 persen, maka Indonesia masih membutuhkan sekitar 2,44 persen wirausahawan. Jika dibandingkan dengan beberapa negara tetangga di ASEAN, Indonesia masih jauh tertinggal. Singapura misalnya, tercatat sebanyak 7 persen wirausahawan, Malaysia 5 persen, Thailand 4,5 persen, dan Vietnam ada pada angka 3,3 persen (Anonim, 2017). Padahal menurut McClelland, sebuah negara dapat maju pesat apabila minimal 2 persen dari total penduduknya berprovesi sebagai pengusaha (Suruji, 2010).

Masih sedikitnya jumlah generasi muda yang menggeluti dunia usaha sebagaimana telah diuraikan di atas, ternyata berbanding terbalik dengan angka pengangguran terdidik. Dengan kata lain, jumlah pengangguran dari kalangan terdidik di Indonesia masih sangat tinggi. Data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat angka pengangguran terdidik itu meningkat dari 5,34 persen menjadi 6,22 persen dari jumlah total penduduk. Sementara jumlah total tingkat pengangguran terbuka pada Februari 2016 mencapai 7,02 juta orang atau 5,5 persen (Anonim, 2017).

Pengangguran merupakan masalah sosial yang hingga saat ini belum tuntas. Ketika negara tidak mampu menyediakan lapangan pekerjaan, sementara sektor dunia usaha tidak mampu menampung, angka pengangguran hanya akan menimbulkan problem sosial baru. Pengangguran bergelar, sebenarnya bisa menjadi modal sekaligus bonus berharga jika diarahkan pada sektor kewirausahaan.

Begitu pentingnya kewirausahaan, sampai-sampai banyak ekonom sepakat men-

jadikannya sebagai salah satu karakter yang urgen dimiliki anak didik. Karakter kewirausahaan, memiliki kontribusi yang cukup besar bagi kehidupan anak didik di masa yang akan datang. Data penelitian yang dilakukan di Harvard University Amerika Serikat, diketahui bahwa ternyata kesuksesan seseorang tidak ditentukan semata-mata oleh pengetahuan dan kemampuan teknis (*hard skill*) saja, tetapi lebih oleh kemampuan mengelola diri dan orang lain (*soft skills*). Penelitian ini mengungkapkan, kesuksesan hanya ditentukan sekitar 20% oleh *hard skill* dan sisanya 80% oleh *soft skills*. Bahkan, orang-orang tersukses di dunia bisa berhasil dikarenakan lebih banyak didukung kemampuan *soft skills* dari pada *hard skill*. Singkatnya, tingkat kecerdasan hanya menyumbang sekitar 20-30 persen, sementara karakter kewirausahaan yang didukung kecerdasan sosial justru menyumbang 80 persen keberhasilan seseorang kelak di kemudian hari. Mengulang data sebelumnya, jumlah wirausaha saat ini tergolong minim. Bahkan hanya kisaran 1,65% dari total penduduk Indonesia. Padahal, sebuah negara akan menikmati kemajuan ekonomi bila ditopang kuantitas wirausahanya paling tidak 2,5% (Dedi Purwana, 2016, 2017).

Kajian sebelumnya terkait efikasi diri dan intensi berwirausaha, seirama bahwa efikasi diri merupakan variabel penting. Temuan Aini (2015); Dewi Karyaningsih (2017); Souitaris et al 2007; Fayolle et al. (2008); Fayolle et al. (2006); De Clercq et al (2012); Culbertson dkk (2011) dan Fitzsimmons & Douglas (2011) sampai pada kesimpulan tentang pentingnya efikasi diri bagi minat berwirausaha mahasiswa. Bahkan temuan Carr & Sequeira (2007) dan Zhao dkk (2005) menyimpulkan bahwa efikasi diri ini merupakan pendorong paling kuat mahasiswa untuk berwirausaha. King

(2010) berpendapat bahwa efikasi diri merupakan keyakinan bahwa seseorang dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil positif. Efikasi diri, lanjut King (2010), akan membantu orang-orang dalam berbagai situasi yang tidak memuaskan dan mendorong mereka untuk meyakini bahwa mereka dapat berhasil.

Selanjutnya Alwisol (2010:287) sampai pada kesimpulan bahwa efikasi diri ini merupakan merupakan persepsi diri sendiri mengenai seberapa bagus diri dapat berfungsi dalam situasi tertentu. Efikasi diri, lanjut Alwisol, berhubungan dengan keyakinan bahwa diri memiliki kemampuan melakukan tindakan yang diharapkan.

Tidak jauh berbeda dengan Alwisol, Badura (Gregory J, 2011) sampai pada kesimpulan bahwa efikasi diri merupakan sebuah keyakinan seseorang dalam kemampuannya untuk melakukan suatu bentuk kontrol terhadap keberfungsian orang itu sendiri dan kejadian dalam lingkungan. Keyakinan seseorang mengenai efikasi diri, lanjut Bandura, memengaruhi bentuk tindakan yang akan mereka pilih untuk dilakukan, sebanyak apa usaha yang akan mereka berikan ke dalam aktivitas ini selama apa mereka akan bertahan dalam menghadapi rintangan dan kegagalan, serta ketangguhan mereka mengikuti adanya kemunduran.

Selanjutnya, Badura juga dengan tegas menyatakan bahwa efikasi diri yang positif adalah keyakinan untuk mampu melakukan perilaku yang dimaksud. Tanpa efikasi diri, orang akan enggan melakukan sesuatu. Efikasi diri, simpul Badura, akan menunjukkan perilaku tertentu, sekuat apa orang tersebut dapat bertahan saat menghadapi kegagalan atau kesulitan, dan bagaimana kesuksesan atau kegagalan dalam suatu tugas tertentu mempengaruhi perilaku di masa depan.

Jika dibandingkan dengan pendapat Alwisol, ada sedikit perbedaan temuan Badura terkait efikasi diri. Alwisol dengan tegas menyatakan bahwa efikasi diri itu berbeda dengan cita-cita. Itu karena cita-cita menggambarkan sesuatu yang ideal yang seharusnya dapat dicapai, sedangkan efikasi

hanya menggambarkan penilaian kemampuan diri.

Memperkuat temuan Badura (2011) dan (Alwisol, 2010), Gadaam (Endi Sarwoko, 2011) memberikan kriteria skala *self-efficacy*. Indikator dalam pengukuran efikasi diri yaitu kepercayaan diri akan kemampuan mengelola usaha dan kepemimpinan dalam memulai usaha. Berdasarkan uraian-uraian pendapat para ahli tentang efikasi, dapat disimpulkan bahwa efikasi diri (*self-efficacy*) merupakan keyakinan pada kemampuan yang dimiliki oleh seseorang. Apabila seseorang tidak yakin dapat memproduksi hasil yang mereka inginkan, mereka memiliki sedikit motivasi untuk bertindak. Seseorang yang memiliki efikasi diri (*self-efficacy*) tinggi mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya, akan lebih mungkin untuk bertindak dan lebih mungkin untuk menjadi sukses daripada orang yang mempunyai efikasi diri (*self-efficacy*) yang rendah.

Kesimpulan mengenai efikasi diri tersebut, dapat diringkas dalam dua dimensi yaitu: (1) kepercayaan diri untuk kemampuan mengelola usaha, dan (2) Kepemimpinan dalam memulai usaha. Selanjutnya, dua dimensi tersebut jika dijabarkan menjadi indikator menjadi: (1) keyakinan akan keberhasilan dalam setiap usaha; (2) keyakinan memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk berwirausaha; (3) keyakinan untuk mengatasi persoalan yang akan dihadapi; (5) keyakinan memiliki pengetahuan yang cukup tentang berwirausaha; (6) keyakinan akan sukses jika berwirausaha; (7) keyakinan mampu mengendalikan sumberdaya yang dimiliki; (8) keyakinan mengarahkan sumberdaya yang dimiliki; (9) keyakinan merencanakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk berwirausaha, dan (10) keyakinan menghadapi setiap risiko yang menghadang dalam berwirausaha.

Sebagaimana efikasi diri, kajian orang mengenai intensi berwirausaha sudah sangat banyak dan bisa dijumpai di aneka laporan penelitian. Kendati demikian, kajian terkait intensi masih merupakan tema menarik, karena menyangkut perannya sebagai prediktor kelahiran wirausaha-

wirausaha baru. Ajzen (1991) lewat teori TPB (*Theory of Planned Behaviour*) dengan tegas menyatakan bahwa intensi merupakan kajian penting yang patut untuk terus dikaji. Intensi, simpul Ajzen, sangat ditentukan oleh tiga determinan penting yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku.

Intensi dalam kajian Agus Wibowo (2017), merupakan posisi seseorang dalam dimensi probabilitas subjektif yang melibatkan suatu hubungan antara dirinya dengan beberapa tindakan. Intensi merupakan faktor motivasional yang mempengaruhi tingkah laku. Intensi dipandang sebagai ubahan yang paling dekat dari individu untuk melakukan perilaku, maka dengan demikian intensi dapat dipandang sebagai hal yang khusus dari keyakinan yang obyeknya selalu individu dan atribusinya selalu perilaku.

Selanjutnya Sanjaya (2007) dengan tegas menyatakan bahwa intensi memainkan peranan yang khas dalam mengarahkan tindakan, yakni menghubungkan antara pertimbangan yang mendalam yang diyakini dan diinginkan oleh seseorang dengan tindakan tertentu. Selanjutnya intensi adalah kesungguhan niat seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu. Maka intensi kewirausahaan dapat diartikan sebagai niat atau keinginan yang ada pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan wirausaha (Tony Wijaya, 2007).

Senada dengan Wijaya (2007), Indarti & Kristiansen (2003) menyatakan bahwa intensi wirausaha seseorang terbentuk melalui tiga tahap yaitu motivasi (*motivation*), kepercayaan diri (*belief*) serta ketrampilan dan kompetensi (*skill & competence*). Setiap individu mempunyai keinginan (motivasi) untuk sukses. Individu yang memiliki *need for achievement* yang tinggi akan mempunyai usaha yang lebih untuk mewujudkan apa yang diinginkannya. Kebutuhan akan pencapaian membentuk kepercayaan diri (*belief*) dan pengendalian diri yang tinggi (*locus of control*). Pengendalian diri yang tinggi terhadap lingkungan memberikan individu keberanian dalam mengambil keputusan dan risiko yang ada.

Selanjutnya, Tony Wijaya (2007) sampai pada kesimpulan bahwa individu akan mempunyai kepercayaan atas kemampuannya dan kompetensinya dalam menyelesaikan pekerjaannya. Individu yang merasa memiliki *self efficacy* yang tinggi akan memiliki intensi yang tinggi untuk kemajuan diri melalui kewirausahaan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas dapat disimpulkan bahwa intensi berwirausaha merupakan keinginan, niat, atau tekad yang kuat terhadap dirinya sendiri untuk melakukan tindakan menjadi wirausaha. Intensi berwirausaha ini dapat diperas menjadi beberapa indikator yaitu: (1) keyakinan diri untuk menjadi seorang wirausaha; (2) memilih karir sebagai wirausaha akan lebih baik jika dibandingkan bekerja sebagai karyawan; (3) mencari segala informasi tentang kewirausahaan dan rela mengeluarkan dana; (4) mengikuti pelatihan-pelatihan kewirausahaan; (5) memperluas jaringan sosial untuk menjadi wirausahawan sukses, dan (6) mencari segala informasi tentang bagaimana memperoleh dana.

Mengulang temuan Carr & Sequeira (2007) dan Zhao dkk (2005) bahwa efikasi diri ini merupakan pendorong paling kuat mahasiswa untuk berwirausaha, maka penelitian ini berusaha melengkapi celah-celah yang masih belum dikaji. Terutama variabel kreativitas jarang disandingkan dengan efikasi diri. Jika penelitian-penelitian sebelumnya lebih fokus pada intensi dan efikasi diri, maka penelitian ini berusaha melihat seberapa besar pengaruh kreativitas menjadi variabel pendorong efikasi diri secara bersama sama terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan korelasi. Pendekatan korelasi digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel bebas, yaitu kreativitas dan efikasi diri yang mempengaruhi dan diberi simbol X_1 dan X_2 , dengan variabel teri-

kat intensi berwirausahaan sebagai yang dipengaruhi dan diberi simbol Y. Pengumpulan data kreativitas, efikasi diri, dan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ menggunakan kuesioner.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan model *cluster random sampling*. Menurut Sugiyono (2010:121), teknik *cluster random sampling* ini bisa digunakan dengan pertimbangan keterbatasan peneliti, sumber data sangat luas, serta tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat gambaran data dari masing-masing variabel yang dinyatakan melalui mean, median, modus, distribusi frekuensi dan histogram. Selanjutnya dengan menganalisa data parameter model regresi yang akan digunakan. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 22.0.

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan antara kreativitas dan efikasi diri dengan intensi berwirausaha, maka konstelasi kreativitas sebagai variabel X₁, efikasi diri sebagai variabel X₂, dan intensi berwirausaha sebagai variabel Y, dapat dilihat pada gambar 1.

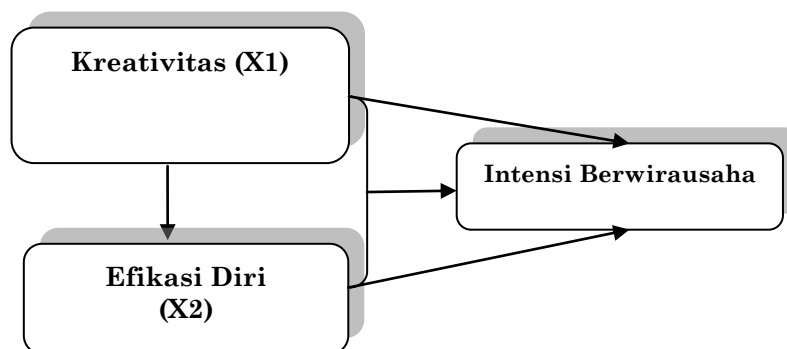
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi tentang kewirausahaan (X₁)

dengan intensi berwirausaha (Y). Signifikansi hubungan antara (X₁) dengan (Y) dipertegas dengan hasil pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yakni terdapat hubungan antara kreativitas dengan intensi berwirausaha. Dengan demikian, peningkatan kreativitas akan berdampak pada peningkatan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada korelasi signifikan antara kreativitas dengan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ, di mana bahwa koefisien korelasi ganda ($R_{y.12}$) = 0,545 dan F hitung (F Change) = 62,672 serta p-value = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H₀ = ditolak. Dengan demikian koefisien korelasi ganda antar X₁ dengan Y adalah berarti atau signifikan. Sedangkan koefisien determinasinya dari tabel di atas juga terlihat pada kolom kedua, yaitu R square = 0,297, yang mengandung makna bahwa kreativitas (X₁) berpengaruh sebesar 29,7% terhadap intensi berwirausaha (Y). Dengan demikian, hipotesis terdapat hubungan antara kreativitas terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ diterima.

Hasil penelitian ini logis, karena kreativitas terbukti sebagai aspek penting bagi intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ. Kreativitas ibarat jantung, bahkan merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kewirausahaan. Karakteristik kewirausahaan yang tidak mengenal zona nyaman, senantiasa membutuhkan asupan dari kreativitas. Baldacchino bahkan dengan tegas menyatakan bahwa kreativitas dan



Gambar 1. Desain Penelitian

inovasi merupakan kata kunci meraih sukses dalam berwirausaha. Kreativitas simpul Bal-dacchino (2008), merupakan inti dari kewirausahaan yang tidak boleh tidak ada.

Kreativitas merupakan suatu topik yang relevan tidak hanya bagi wirausaha yang baru memulai, tetapi juga kegiatan bisnis pada umumnya. Kreativitas merupakan sumber penting dalam penciptaan daya saing, khususnya untuk semua organisasi yang peduli terhadap *growth* (pertumbuhan) dan *change* (perubahan). Hadiyati (2011;8-16) sampai pada kesimpulan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh secara simultan tidak hanya pada intensi, tetapi juga praksis nyata berwirausaha. Singkatnya, baik kreativitas maupun inovasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kewirausahaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha. Kreativitas akan membantu seorang wirausaha menemukan masalah & peluang, memunculkan gagasan, kemudian mengolah gagasan tersebut untuk mendapatkan keuntungan, dan pada akhirnya untuk mempertahankan eksistensi seorang wirausaha. Jika kreativitas seseorang tinggi, maka yang bersangkutan tidak hanya terdorong tetapi juga bisa sukses dalam berwirausaha. Atau dengan kata lain, individu tersebut akan memiliki intensi yang kuat untuk berwirausaha. Sebaliknya, jika kreativitas seseorang rendah, maka yang bersangkutan tidak akan terdorong berwirausaha atau jika berwirausaha tidak akan sukses, bahkan menemui kegagalan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Yustina Evi Etriyani (2014), dengan judul "Pengaruh Kreativitas, Peran Orang-tua, dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Kompetensi Keahlian Administrasi Perkatoran SMK Negeri 1 Pengasih. Hasil penelitian ini juga mendukung dan mempertegas penelitian Larisa Yohanna Dan Harsoyo Dwijo Wijono (2016) yang berjudul "Intensi Berwirausaha Ditinjau Dari Kreativitas Dan Kecerdasan Emosional." Menurut hasil temuan Larisa Yohanna Dan

Harsoyo Dwijo Wijono, kesuksesan seorang wirausahawan tidak lepas dari kreativitas dan kecerdasan emosional. Dengan demikian, berdasarkan pembahasan hasil pengujian data dan kajian literatur di atas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu terdapat hubungan antara kreativitas terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ diterima.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara efikasi diri (X_2) dengan intensi berwirausaha (Y). Signifikansi hubungan antara (X_2) dengan (Y) dipertegas dengan hasil pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yakni terdapat hubungan efikasi diri (X_2) dengan intensi berwirausaha (Y). Dengan demikian, efikasi diri yang baik dan tinggi akan berdampak pada peningkatan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara efikasi diri (X_2) terhadap intensi berwirausaha (Y) mahasiswa FE UNJ, di mana koefisien korelasi ganda ($R_{y.12}$) = 0,581 dan F hitung (F Change) = 75,571, serta p-value = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H_0 = ditolak. Dengan demikian koefisien korelasi ganda antar X_1 dengan Y adalah berarti atau signifikan. Sedangkan koefisien determinasi (R square) = 0,388, yang mengandung makna bahwa 38,8 % variasi nilai pada variabel intensi berwirausaha (Y) dapat dijelaskan oleh efikasi diri (X_2).

Hasil penelitian ini logis, karena efikasi memiliki peran penting bagi intensi berwirausaha. Efikasi diri (*self-efficacy*) ini merupakan keyakinan pada kemampuan yang dimiliki oleh seseorang. Apabila seseorang tidak yakin dapat memproduksi hasil yang mereka inginkan, mereka memiliki sedikit motivasi untuk bertindak. Seseorang yang memiliki efikasi diri (*self-efficacy*) tinggi mempunyai potensi untuk dapat mengubah kejadian di lingkungannya, akan lebih mungkin untuk bertindak dan lebih mungkin untuk menjadi sukses daripada orang yang mempunyai efikasi diri (*self-efficacy*) yang rendah.

Ketika seseorang memiliki keper-

cayaan diri bahwa dia mampu mengelola usaha, mampu memimpin diri dan orang lain untuk memulai usaha, yakin bahwa akan berhasil dalam setiap usaha, yakin bahwa dirinya memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk berwirausaha, tentu saja akan semakin menambah intensi yang bersangkutan untuk berwirausaha. Apa lagi, dengan keyakinan bahwa seseorang mampu mengatasi persoalan yang akan dihadapi, memiliki pengetahuan yang cukup tentang berwirausaha, akan sukses jika berwirausaha, mampu mengendalikan sumberdaya yang dimiliki, yakin mampu mengarahkan sumberdaya yang dimiliki, yakin mampu merencanakan segala sesuatu yang dibutuhkan untuk berwirausaha, dan yakin mampu menghadapi setiap risiko yang menghadang dalam berwirausaha, maka intensi yang bersangkutan untuk berwirausaha juga akan semakin tinggi pula.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan Nurhidayah (2014). Penelitian ini sampai pada kesimpulan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha. Penelitian ini juga menemukan bahwa efikasi diri berpengaruh terhadap intensi berwirausaha sebesar 45,1%.

Penelitian yang dilakukan Edi Sarwoko (2011) juga menemukan bahwa intensi berwirausaha dipengaruhi oleh norma subjektif dan efikasi diri, dimana pengaruhnya positif, semakin tinggi dukungan pada mahasiswa, semakin tinggi rasa percaya diri dan kematangan mental, maka semakin tinggi pula niat berwirausaha. Kebutuhan berprestasi ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha. Temuan lain dari penelitian ini bahwa mahasiswa laki-laki memiliki tingkat intensi kewirausahaan yang lebih tinggi dibandingkan mahasiswa perempuan, mahasiswa dengan latar belakang keluarga atau saudara memiliki usaha ternyata memiliki tingkat intensi kewirausahaan yang lebih besar dibandingkan mahasiswa yang berasal dari keluarga atau saudara yang tidak memiliki usaha/bisnis.

Penelitian ini juga mempertegas temuan Caecilia Vemmy, S (2012) di mana ke-

butuhan akan prestasi, kreativitas, kemandirian, keberanian mengambil risiko, toleransi keambiguan, pengaruh orang tua dan *self efficacy* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha baik secara parsial maupun simultan pada siswa SMK Program studi Keahlian Teknik Otomotif di Kabupaten Tabalong-Kalimantan Selatan. Selain itu, *self efficacy* merupakan prediktor paling dominan yang mempengaruhi intensi berwirausaha pada siswa SMK Program studi Keahlian Teknik Otomotif di Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan.

Penelitian ini juga mendukung dan mempertegas temuan Agus Wibowo (2017) bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara persepsi tentang kewirausahaan dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ di mana hasil perhitungan uji korelasi ganda ($R_{y.12}$) = 0,635 dan F hitung (F Change) = 49,785, serta p-value = 0,000 < 0,05., dan koefisien determinasinya (R square) = 0,404. Demikian pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadi Sumarsono (2014), semakin mempertegas bahwa efikasi diri berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Dengan demikian, berdasarkan pembahasan hasil pengujian data dan kajian literatur di atas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu terdapat hubungan antara efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ diterima.

Berdasarkan penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas (X_1) dan efikasi diri (X_2) secara bersama-sama terhadap intensi berwirausaha (Y). Signifikansi hubungan antara (X_1) dan (X_2) terhadap (Y) dipertegas dengan hasil pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yakni terdapat hubungan antara kreativitas dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha. Dengan demikian, kreativitas yang baik dan efikasi diri yang tinggi akan berdampak pada peningkatan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kreativitas dan efikasi diri terhadap intensi

berwirausaha mahasiswa FE-UNJ di mana hasil perhitungan uji koefisien korelasi ganda ($R_{y.12}$) = 0,635 dan F hitung (F Change) = 49,785, serta p-value = 0,000 < 0,05. Hal ini berarti H_0 = ditolak. Dengan demikian koefisien korelasi ganda antar X_1 dan X_2 dengan Y adalah berarti atau signifikan. Sedangkan koefisien determinasinya dari tabel di atas juga terlihat pada kolom kedua, yaitu R square = 0,404, yang mengandung makna bahwa kreativitas (X_1) dan efikasi diri (X_2) secara bersama-sama berpengaruh sebesar 40,4 % terhadap intensi berwirausaha (Y).

Temuan ini logis, karena kreativitas memang berpengaruh terhadap intensi berwirausaha. Hal tersebut diperkuat dengan teori Hamidi et al (Zampetakis et al, 2011: 190) yang menyatakan bahwa “individu-individu yang kreatif semakin besar kemungkinannya untuk terlibat dalam kewirausahaan, oleh karena itu kreativitas telah diindikasikan sebagai pemicu intensi kewirausahaan.” Sehingga dapat disimpulkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh terhadap intensi berwirausaha, apabila tingkat kreativitas tinggi maka intensi berwirausaha siswa juga akan semakin tinggi, sebab sesuai dengan teori bahwa kewirausahaan sangat erat hubungannya dengan kreativitas, dimana wirausaha selalu dituntut untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan ide yang berguna untuk tetap bertahan dalam persaingan, dan menghasilkan sesuatu yang baru itulah yang disebut sebagai kreativitas.

Efikasi diri berpengaruh terhadap intensi berwirausaha diperkuat dengan teori Betz dan Hacket dalam Nurul Indarti & Rokhima Rostiani yang menyatakan bahwa “semakin tinggi tingkat efikasi diri seseorang pada kewirausahaan di masa-masa awal seseorang dalam berkarir (wirausaha), semakin kuat intensi kewirausahaan yang dimilikinya”.

Selain itu, Krueger et al berpendapat apabila “efikasi diri sangat mempengaruhi perilaku kewirausahaan dan persepsi kelayakan terhadap suatu tindakan, oleh karena itu efikasi diri dianggap penting untuk mendorong peningkatan intensi berwirausaha” Kreativitas dan efikasi diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap in-

tensi berwirausaha. Pernyataan ini memiliki kesesuaian dengan TPB (*Theory of Planned Behaviour*) yang dikemukakan oleh Ajzen. Intensi, simpul Ajzen, sangat ditentukan oleh tiga determinan penting yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Dalam penelitian ini, kreativitas merupakan determinan sikap terhadap perilaku, sedangkan kontrol perilaku memiliki arti yang sama dengan efikasi diri.

Penelitian ini juga dapat dimaknai bahwa peningkatan kreativitas dan efikasi diri, akan berdampak signifikan terhadap kenaikan intensi berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis terdapat hubungan antara kreativitas dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE-UNJ dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa: (1) terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas dengan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ; (2) terdapat hubungan yang signifikan antara efikasi diri dengan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ, dan (3) terdapat hubungan yang signifikan antara kreativitas dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ.

Berdasarkan hasil analisa data, pembahasan dan temuan empirik penelitian ini, menunjukkan bahwa kedua variabel yakni kreativitas dan efikasi diri berpengaruh langsung positif terhadap intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ. Hal ini menandakan jika akan meningkatkan intensi berwirausaha, maka kedua variabel yakni kreativitas dan efikasi diri harus dipertimbangkan, mengingat peningkatan kedua variabel tersebut akan meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ.

Upaya meningkatkan intensi berwirausaha bagi mahasiswa FE UNJ berdasarkan penelitian ini bisa dengan penyediaan

sarana dan prasarana yang mendukung kegiatan kewirausahaan. Misalnya melalui pengajaran kewirausahaan yang tidak hanya berkutat pada ranah kognitif semata, tetapi juga dibarengi dengan kegiatan “mengalami” sekaligus pembelajaran berbasis praktik. Dengan demikian, para dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan hendaknya terus kreatif menciptakan model-model pembelajaran yang mengakomodasi mahasiswa untuk lebih merangsang dan mendorong kreativitas mereka.

Berdasarkan penelitian diketahui bahwa kreativitas muncul dari proses pembelajaran yang mendukungnya. Itu artinya diperlukan pembelajaran yang mendorong kreativitas; di mulai dari pengembangan materi pembelajaran yang terus dikembangkan secara dinamis, merangsang berpikir kritis serta berpikir divergen. Selanjutnya kreativitas dapat dibangun dengan program intervensi yang spesifik dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan kreativitas ilmiah tersebut. Perancang dan pengembang kurikulum di fakultas harus bahu-membahu dengan para dosen sehingga menghasilkan bahan yang kongruen dengan kreativitas, kecerdasan emosional, dan strategi pembelajaran. Lebih dari itu, karena kreativitas sangat bergantung pada kemampuan dan kapabilitas sumber daya manusia dalam menghasilkan ide, gagasan dan metode untuk menghasilkan kebaruan maupun memperbaiki sesuatu hal yang sudah ada sebelumnya, maka pembelajaran harus mampu mengakomodasi faktor-faktor tersebut.

Penciptaan lingkungan belajar yang kondusif bagi efikasi diri mahasiswa perlu ditingkatkan. Misalnya dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan dalam kegiatan perkuliahan, atau dengan memberikan persuasi verbal yaitu senantiasa terus meyakinkan mahasiswa bahwa mereka mampu dan bisa untuk berwirausaha. Selain

itu, sekali waktu atau bahkan beberapa kali, perlu didatangkan pengusaha sukses di dalam perkuliahan. Pengusaha ini diminta untuk berbagi kisah suksesnya, sehingga akan semakin meningkatkan persepsi tentang kewirausahaan, efikasi diri dan intensi mahasiswa untuk berwirausaha.

Selanjutnya, agar tercipta budaya berwirausaha, maka mendesak dioptimalkan laboratorium ke-wirausahaan yang efektif, dengan melibatkan mahasiswa sebagai pengelolanya, dan senantiasa mendorong mereka untuk kreatif mencari terobosan-terobosan pengelolaan usaha/bisnis yang berkemajuan.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, simpulan dan implikasi yang telah diuraikan di atas, maka dalam upaya lebih meningkatkan intensi berwirausaha mahasiswa FE UNJ, peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut: (1) bagi FE UNJ, perlu lebih meningkatkan lagi kondisi dan budaya yang mendukung tumbuhnya efikasi diri dan intensi berwirausaha kondusif. Misalnya kegiatan pembelajaran kewirausahaan yang mengakomodir siswa “mengalami” praktik nyata berwirausaha, motivasi-motivasi tentang kewirausahaan yang konsisten, seminar-seminar tentang kewirausahaan yang terus diadakan, dan tentu saja optimalisasi laboratorium kewirausahaan sebagai tempat bagi inkubasi kewirausahaan mahasiswa FE UNJ; (2) Perancang dan pengembang kurikulum di FE UNJ harus bahu-membahu dengan para dosen sehingga menghasilkan materi yang kongruen dengan kreativitas, kecerdasan emosional, dan strategi pembelajaran. Lebih dari itu, karena kreativitas sangat bergantung pada kemampuan dan kapabilitas sumberdaya manusia dalam menghasilkan ide, gagasan dan metode untuk menghasilkan kebaruan maupun memperbaiki sesuatu hal yang sudah ada se-

belumnya, maka pembelajaran harus mampu mengakomodasi faktor-faktor tersebut, dan (3) Bagi para peneliti, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan dalam populasi yang lebih luas dalam kaitannya dengan persepsi tentang kewirausahaan, efikasi diri, dan intensi berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior : Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, pp 179-211. [http://courses.umass.edu / psyc661/pdf/tpb.obhdp.pdf](http://courses.umass.edu/psyc661/pdf/tpb.obhdp.pdf).
- Aini, S., Purwana ES., D., & Saptono, A. (2015). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Efikasi Diri Terhadap Motivasi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 22-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JPEB.003.1.2>
- Ajzen, Icek. (1991). The Theory of Planned Behavior: Organizational Behavior and Human Decision Process 50. *Journal of Psychology.*, 179-211.
- Alwisol. 2011. *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Armitage, C.J dan Conner, M. (1999). The Theory of Planned Behaviour: Assessment of Predictive Validity and Perceive Control. *British Journal of Social Psychology* 38: 35-54.
- Anggraini, Nenny. (2008). Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi* Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-151.
- Basrowi. (2011). *Kewirausahaan untuk Perguruan Tinggi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Buchari Alma. (2010). *Kewirausahaan*. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Caecilia Vemmy Susanti. 2012. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Berwirausaha Siswa SMK Program Studi Keahlian Teknik Otomotif di Kabupaten Tabalong-Kalimantan Selatan. *Jurnal Pendidikan Vokasi* (Vol. 2, No. 2). Hlm. 117-126.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as international influence and entrepreneurial intent: a theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60, 1090–1098.
- Culbertson, S. S., Smith, M. R., & Leiva, P. I. (2011). Enhancing entrepreneurship: the role of goal orientation and self-efficacy. *Journal of Career Assessment*, 19,115–129.
- De Clercq, D., Benson, H., & Martin, B. (2012). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. *International Small Business Journal*, 0(0), 1–25.
- Dewi Karyaningsih, R. P., Purwana ES., D., & Wibowo, A. (2017). Hubungan Pola Asuh, Kurikulum Kewirausahaan dan Intensi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*, 5(1), 1-22. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JPEB.005.1.1>
- Duwi Priyatno. (2010). *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta : MediaKom.
- Fayolle, A., & Gailly, B. (2008). From craft to science: teaching models and learning processes in entrepreneurship education. *Journal of European Industrial Training*, 32(7), 569–593.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720.

- Friedman & Schustack. (2008). *Kepribadian: Teori Klasik & Riset Modern*. (Alih Bahasa: Fransiska Dian Ekarini, S.Psi., Maria Hani dan Andrea Provita Prima). Jakarta: Erlangga.
- Fitzsimmons, J. R., & Douglas, E. J. (2011). Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 26(4), 431–440.
- Hamidi, D.Y., Wennberg K., & Berglund H. (2008). Creativity in Entrepreneurship Education. *Paper of Business Administration*. 4, 1-26.
- King, Laura A. (2010). *Psikologi Umum*. (Alih Bahasa: Brian Marwendys). Jakarta: Salemba Humanika.
- Krueger. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying The Theory Of Planned Behavior. *Journal Entrepreneurship & Regional Development*, Vol 5, Issue 4, p.315-330.
- Lambing, Peggy A. & Kuehl, Charles R. (2003). *Entrepreneurship 3rd edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Lieli Suharti. (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 124-133.
- Linan, F. (2004). *Intention-based Models of Entrepreneurship Education*. *Piccola Impresa/Small Business*, Iss. 3: 11-35.
- Purwana, Dedi. (2016). *Revolusi Kewirausahaan*. Tersedia di <http://www.koran-jakarta.com/revolusi-kewirausahaan/>.
- Purwana, Dedi & Wibowo, Agus. (2017). *Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi: Strategi, Sukses Membangun Karakter dan Kelola Usaha*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurial programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22, 566–591.
- Suruji, A. (2010). *Memandirikan anak bangsa*. Retrieved September 4, 2012, from http://cetak.kompas.com/read/2010/01/30/02391820/m_e-mandiri-kan..anak.bangsa.
- Tony Wijaya. 2007. Hubungan Adversity Intelligence dengan Intensi Berwirausaha (Studi Empiris pada Siswa SMK N 7 Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi-Universitas Kristen Petra* (Vol.9, No. 2). Hlm 119-122.
- Wibowo, A. (2017). Dampak Pendidikan Kewirausahaan Bagi Mahasiswa. *Asian Journal Of Entrepreneurship And Family Business*, 1(1), 1-14. Retrieved from <http://perwiraindonesia.com/ajefb/index.php/jurnalAJEFB/article/view/1>
- _____. 2016. *Kreativitas dan Pendidikan Kita*, <http://mediaindonesia.com/news/read/38101/kreativitas-dan-pendidikan-kita/2016-04-04>.
- Wibowo, Muladi. (2011). Pembelajaran Kewirausahaan dan Niat Wirausaha Lulusan SMK. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*, Vol.6 No.2.
- Yuyus Suryana & Kartib Bayu. (2011). *Kewirausahaan : Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Zampetakis, L. A. et.al. (2011). “Creativity and Entrepreneurial Intention in Young People: Empirical Insights from business School Students”.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.
- Zimmerer, Scarborough, & Wilson. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Buku 1*. (Alih Bahasa: Deny Arnos K dan Dewi Fitriasari).

Jakarta: Salemba Empat.

Yustina Evi Etriyani. (2015). *Pengaruh Kreativitas, Peran Orangtua, Dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Siswa Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK Negeri 1 Pengasih*. S1 Skripsi. Yogyakarta: FE-UNY.

Menangkan MEA, Jokowi: RI Perlu 5,8 Juta Pengusaha Muda Baru, selengkapnya dapat dilihat pada <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/23/092773404/menangkan-mea-jokowi-ri-perlu-5-8-juta-pengusaha-muda-baru>.

BPS: Pengangguran Terbuka di Indonesia Capai 7,02 Juta Orang, selengkapnya dapat dilihat pada <https://m.tempo.co/read/news/2016/05/04/173768481/bps-pengangguran-terbuka-di-indonesia-capai-7-02-juta-orang>.