

**Keterkaitan Pengalaman Kewirausahaan, Sikap, Norma Subyektif, Kontrol  
Perilaku terhadap Niat untuk menjadi Wirausahawan  
(Studi pada perajin batik di kota surakarta, kabupaten sragen dan  
kabupaten Karanganyar)**

**BAGUS FIRMANSYAH**

Universitas Sebelas Maret Surakarta

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to examine the influence of attitudes on perceived desirability, the influence of entrepreneurial experience on perceived desirability and perceived feasibility, the influence of subjective norm on perceived desirability and perceived feasibility, the influence of perceived behavior control on perceived feasibility, and than the influence of perceived desirability and perceived feasibility on the intention to become an entrepreneur. The existence of previous research is still little research on entrepreneurship intentions with planned behavior theory and the entrepreneurial event theory on crafters or workers, so it is motivating researchers to conduct this research. Sample was 120 batik artisans in Surakarta, Sragen and Karanganyar. Sampling technique with purposive sampling method. The statistical methods used to test the validity, reliability, and the research hypothesis is the approach to Structural Equation Modeling (SEM). Results of this study indicate that attitudes have no effect on the perceived desirability. Entrepreneurial experience has no influence on perceived desirability. Entrepreneurial experience has no influence on perceived feasibility. Subjective norm has a positive influence on perceived desirability. Subjective norm has a positive influence on perceived feasibility. Control behavior has an influence on perceived feasibility. Perceived desirability to have a positive influence on intentions to become entrepreneurs. Perceived feasibility has no effect on the intention to become an entrepreneur.*

**Keyword:** *entrepreneurial experience, attitude, subjective norm, perceived behavior control, perceived desirability, perceived feasibility, intention to become entrepreneur.*

Penciptaan lapangan kerja menjadi sangat relevan di tengah fenomena sekitar 200 juta orang di seluruh dunia tidak memiliki pekerjaan. Bank Dunia memperkirakan 600 juta pekerjaan harus diciptakan pada tahun 2020, terutama di beberapa negara berkembang, guna mengimbangi pertumbuhan populasi penduduk. Reaksi dunia dalam mengentaskan kemiskinan dan

---

---

pengangguran antara lain ditandai dengan Kampanye *Global Entrepreneurship Week*, yang dimulai di Amerika Serikat tahun 2007, melalui Entrepreneurship USA 2007. Inggris menyusul dengan Enterprise UK 2008, yang selanjutnya diadopsi oleh negara-negara di belahan dunia lainnya. Sepanjang tahun 2012 kampanye GEW telah digelar di 125 negara termasuk Indonesia. Kampanye GEW sebagai *global movement* pengembangan kewirausahaan diharapkan akan dapat berkontribusi dalam penurunan kemiskinan dan pengangguran. Melalui peran aktif *paraentrepreneur* membawa perubahan dan pembaharuan, sebagai strategi baru pembangunan ekonomi dalam penciptaan lapangan kerja. Drucker mengungkapkan bahwa dengan mengembangkan kewirausahaan maka akan tercipta sesuatu yang baru dan berbeda ([www.setkab.go.id](http://www.setkab.go.id) diakses tanggal 17 Februari 2013).

Upaya mengembangkan secara masif spirit *entrepreneur* bukanlah tanpa alasan, mengingat, keberadaan *entrepreneur* dalam sebuah negara, memiliki peran yang sangat besar bagi kemajuan pembangunan. Mereka adalah "motor penggerak" dalam pembangunan ekonomi suatu Negara (Ramayah *et al.*, 2012). Elmuti *et al.*, (2012) menyatakan bahwa *Entrepreneur* adalah tentang perubahan dan kompetisi karena mereka merubah pasar secara dinamis. Di Indonesia, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada tahun 2011, telah mencanangkan Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN), dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah wirausaha Indonesia, mengingat jumlah wirausaha Indonesia baru berkisar 0,24% dari populasi penduduk. Diharapkan dengan GKN dapat mencapai sekurang-kurangnya 1% dari populasi penduduk Indonesia pada tahun 2014 dan akhirnya mencapai rasio ideal 2% dari populasi penduduk ([Vivanews.com](http://Vivanews.com), diakses 15 Februari 2013).

Cruz *et al.*, (2009) menyatakan bahwa dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), niat untuk berwirausaha dan keputusan untuk melakukan operasi bisnis tergantung pada sikap kewirausahaan (*attitude*), kemudian bagaimana merasakan tekanan sosial berpengaruh terhadap perilaku kewirausahaan (*subjective norm*) dan bagaimana persepsi mengontrol perilaku (*perceived behavior control*). Selanjutnya, teori ini digunakan sebagai acuan pada penelitian ini. Secara

---

---

konseptual *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengemukakan 3 determinan niat yang bersifat independent (Dharmmesta, 1998). Pertama, *attitude* (sikap) terhadap perilaku yang menunjukkan tingkatan dimana seseorang mempunyai evaluasi yang baik atau kurang baik terhadap perilaku tertentu. Kedua, *subjective norm* (norma subyektif) sebagai faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Ketiga, *perceived behaviour control* (persepsi kontrol perilaku) yang dirasakan merupakan variabel yang menunjukkan mudah atau sulitnya melakukan tindakan yang dimaksud. Ketiga determinan niat yang bersifat independen tersebut berinteraksi dan menjadi determinansi bagi niat yang pada gilirannya akan menentukan apakah perilaku yang bersangkutan akan dilakukan atau tidak (Dharmmesta, 1998).

Teori *entrepreneurial event* (EET) yang disajikan oleh Shapero dan Sokol (1982). Teori ini menunjukkan bahwa individu melaporkan keinginan yang dirasakan tinggi dan kelayakan yang dirasakan tinggi memiliki kemungkinan lebih tinggi untuk menjadi pengusaha yang berkaitan dengan suatu peristiwa kewirausahaan (yaitu penciptaan usaha baru) (Shapero dan Sokol, 1982). Sosial (yaitu keluarga dan pengalaman kerja) dan faktor budaya dapat membentuk persepsi individu dari keinginan yang berkaitan dengan niat untuk menjadi seorang pengusaha. Kelayakan yang dirasakan individu dapat dibentuk oleh penyediaan sumber daya untuk membuat dan mengidentifikasi peluang bisnis (informasi yaitu, teknologi, tempat, keuangan, keterampilan, pengetahuan, modal sosial). Individu melaporkan keinginan yang dirasakan tinggi (yaitu daya tarik pribadi untuk memulai bisnis) dan kelayakan dirasakan (derajat yaitu dimana seseorang merasa mampu untuk memulai bisnis) telah ditemukan untuk menjadi lebih mungkin untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan.

Shapero dan Sokol (1982) berpendapat bahwa pengaruh sebelum aktivitas kewirausahaan akan memiliki efek positif pada persepsi kelayakan (dan keinginan yang dirasakan). Krueger (1993) menunjukkan dalam studinya pengalaman kewirausahaan yang luasnya secara signifikan dan secara langsung mempengaruhi kelayakan dirasakan, sedangkan *positiveness* dari pengalaman kewirausahaan

---

---

secara langsung dipengaruhi keinginan dirasakan. Secara khusus, orang yang mengamati model sosial (misalnya orang tua atau teman dekat) yang berhasil dalam tugas-tugas tertentu melalui upaya berkelanjutan cenderung untuk mengembangkan keyakinan yang kuat tentang kemampuan mereka untuk berhasil dalam tugas-tugas yang sebanding (Bandura, 1994). Oleh karena itu, individu yang terkena pengalaman kewirausahaan (melalui teladan) lebih mungkin untuk menunjukkan tingkat yang lebih tinggi *self-efficacy* (kelayakan) daripada individu tanpa pengaruh tersebut. Zhao *et al.*, (2005) menyatakan bahwa "keterampilan dan strategi kinerja yang berguna untuk peran kewirausahaan kemungkinan akan diperoleh dari pengalaman sebelumnya". Dalam studi mereka, Zhao *et al.*, (2005) menemukan bahwa pengalaman kewirausahaan sebelumnya memiliki dampak positif dan langsung terhadap kewirausahaan *self-efficacy*. Boyd dan Vozikis (1994) menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan fungsi dari pengalaman masa lalu, beberapa di antaranya termasuk kombinasi dari pengalaman langsung dan perwakilan.

Pada penelitian ini, peneliti mencoba menggabungkan TPB dengan EET seperti yang telah diusulkan oleh Solesvik *et al.*, (2012), ditambah variabel independent *entrepreneurial experience*. Kebutuhan untuk memperluas TPB dengan mempertimbangkan faktor-faktor tambahan yang dipahami (Ajzen dan Fishbein, 2005). Krueger (2010) telah menyarankan *link* berikut antara EET dan faktor TPB (yaitu keinginan yang dirasakan dan norma subyektif serta kelayakan dirasakan dan kontrol perilaku yang dirasakan dan kelayakan dirasakan). Penelitian ini dilakukan kepada perajin batik yang berada di Kabupaten Sragen, Kabupaten Karanganyar, dan Kota Surakarta. Diketahui bahwa selain Pekalongan dan Yogyakarta, Surakarta/Solo juga merupakan kota penghasil batik yang terkenal di Indonesia, dan kabupaten Karanganyar serta kabupaten Sragen masuk wilayah karisidenan Surakarta yang juga mempunyai potensi bagus akan industri batiknya. Responden dalam penelitian ini adalah pengrajin batik karena dianggap lebih mewakili dari orang-orang yang nyata (*real people*) yang akan mendirikan bisnis baru dan masih jarang penelitian yang mengidentifikasi pengrajin/pekerja (Brown dan Denny, 2009).

Batik pada mulanya hanya digunakan oleh keluarga keraton yang dibuat oleh para putri istana dan dibantu oleh para abdi dalem dengan motif atau corak yang mencerminkan pengaruh Hindu-Jawa. Seiring perkembangan zaman, motif batik sekarang lebih modern dan cara pembuatannya pun bermacam-macam, mulai dari baik tulis, cap, printing, dan yang baru-baru ini diperkenalkan adalah seni batik faktal. Sejak ditetapkannya batik sebagai warisan budaya dunia asli Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization atau UNESCO, geliat industri batik di Indonesia semakin gencar. Dengan terus majunya industri batik di Indonesia, diharapkan agar pengusaha-pengusaha batik di Indonesia terus menciptakan inovasi, baik itu dari aspek produk, bahan baku, pemasaran, maupun pengelolaan sumber daya manusianya.

## **TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh sikap terhadap persepsi keinginan**

Ajzen (2002) mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai "sejauh mana seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan atau penilaian dari perilaku yang bersangkutan". Hal ini juga diasumsikan bahwa individu melaporkan sikap terhadap perilaku yang tinggi akan lebih cenderung untuk berniat dan kemudian melakukan tindakan yang dipantau (yaitu tindakan untuk menjadi seorang pengusaha). Solvesik *et al.*, (2012) menguji pengaruh *attitude* terhadap *perceived desirability* dimana hasil pengujiannya menunjukkan bahwa siswa yang *attitude toward behavior* tinggi melaporkan keinginan yang dirasakan secara signifikan lebih tinggi (0.85;  $p < 0.001$ ). Berdasarkan pengaruh diatas, maka ditarik sebuah hipotesis berikut ini:

H1: Sikap berpengaruh positif terhadap persepsi keinginan

### **Pengaruh pengalaman kewirausahaan terhadap persepsi keinginan**

Krueger (1993) menawarkan perbedaan. Keinginan yang dirasakan mengacu pada tingkat daya tarik seseorang menemukan dalam memulai bisnis sendiri. Menurut Krueger (1993), variabel ini "mencerminkan ini salah satu

---

---

dukungan terhadap kewirausahaan". Persepsi mengenai keinginan kewirausahaan adalah sikap terhadap kewirausahaan (Krueger, 1993, 2000). Krueger *et al.*, (2000) menyatakan bahwa sikap sangat relevan untuk pemahaman kita tentang bagaimana faktor eksogen berbagai aplikasi (seperti model peran dan pengalaman sebelumnya) mempengaruhi niat kewirausahaan. Bahkan, telah berpendapat bahwa sikap merupakan mekanisme di mana faktor-faktor eksogen (pengalaman sebelumnya) dapat sangat mempengaruhi niat untuk menjadi seorang wirausaha (Krueger *et al.*, 2000). Selanjutnya, pada model Shapero dan Sokol (1982) dinyatakan bahwa persepsi kelayakan dan persepsi keinginan ditentukan oleh faktor-faktor eksogen seperti faktor personal dan situasional (dalam studi saat ini, pengalaman kewirausahaan). Berangkat dari pengaruh di atas, maka ditarik sebuah hipotesis berikut ini:

H2: Pengalaman kewirausahaan berpengaruh positif terhadap persepsi keinginan

### **Pengaruh pengalaman kewirausahaan terhadap persepsi kelayakan**

Shapero dan Sokol (1982) berpendapat bahwa pengalaman kewirausahaan akan memiliki efek positif pada persepsi kelayakan (keinginan yang dirasakan). Krueger (1993) menunjukkan dalam studinya pengalaman kewirausahaan yang luasnya secara signifikan dan secara langsung mempengaruhi kelayakan dirasakan, sedangkan positiveness dari pengalaman kewirausahaan secara langsung dipengaruhi keinginan dirasakan.

Bandura (1994) mengemukakan bahwa *self-efficacy* yang dirasakan dapat menjadi fungsi dari pengalaman dan penguasaan perwakilan. Secara khusus, orang yang mengamati model sosial (misalnya orang tua atau teman dekat) yang berhasil dalam tugas-tugas tertentu melalui upaya berkelanjutan cenderung untuk mengembangkan keyakinan yang kuat tentang kemampuan mereka untuk berhasil dalam tugas-tugas yang sebanding (Bandura, 1994). Oleh karena itu, individu yang terkena pengalaman kewirausahaan (melalui teladan) lebih mungkin untuk menunjukkan tingkat yang lebih tinggi *self-efficacy* (kelayakan) daripada individu tanpa pengaruh tersebut. Zhao *et al.*, (2005) menyatakan bahwa "keterampilan dan

---

---

strategi kinerja yang berguna untuk peran kewirausahaan kemungkinan akan diperoleh dari pengalaman sebelumnya". Dalam studi mereka, Zhao *et al.*, (2005) menemukan bahwa pengalaman kewirausahaan sebelumnya memiliki dampak positif dan langsung terhadap kewirausahaan *self-efficacy*. Boyd dan Vozikis (1994) menyatakan bahwa *self-efficacy* merupakan fungsi dari pengalaman masa lalu, beberapa di antaranya termasuk kombinasi dari pengalaman langsung dan perwakilan. Berdasarkan pengaruh di atas, logis apabila peneliti menarik hipotesis berikut:

H3: Pengalaman kewirausahaan berpengaruh positif terhadap persepsi kelayakan

#### **Pengaruh norma subyektif terhadap persepsi keinginan**

Norma subyektif berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan tindakan yang sedang dipantau. Pendapat orang lain yang penting (anggota keluarga yaitu, teman dekat dan orang-orang berpengaruh lainnya seperti guru, pengusaha sukses, penasihat perusahaan) yang diyakini membentuk pembentukan niat kewirausahaan (Ajzen, 2002). Solvesik *et al.*, (2012), siswa melaporkan norma subyektif yang tinggi maka keinginan yang dirasakan signifikan lebih tinggi (0.13;  $p < 0.05$ ). Berdasarkan pengaruh di atas, logis apabila peneliti menarik hipotesis berikut:

H4: Norma subyektif berpengaruh positif terhadap persepsi keinginan

#### **Pengaruh norma subyektif terhadap persepsi kelayakan**

Norma subyektif berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan tindakan yang sedang dipantau. Pendapat orang lain yang penting (anggota keluarga yaitu, teman dekat dan orang-orang berpengaruh lainnya seperti guru, pengusaha sukses, penasihat perusahaan) yang diyakini membentuk pembentukan niat kewirausahaan (Ajzen, 2002). Solvesik *et al.*, (2012), siswa melaporkan norma subyektif yang tinggi maka kelayakan yang dirasakan lebih tinggi (0.15;  $p < 0.1$ ). Berdasarkan pengaruh di atas, logis apabila peneliti menarik hipotesis berikut:

---

---

H5: Norma subyektif berpengaruh positif terhadap persepsi kelayakan

### **Pengaruh kontrol perilaku terhadap persepsi kelayakan**

Semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan maka semakin kuat akan niat untuk melakukan perilaku (Autio *et al.*, 2001). Kontrol perilaku yang dirasakan secara bergantian disebut *self-efficacy* (Davidsson, 1995; Krueger, 2003; Bandura, 1997). Kontrol keperilakuan yang dirasakan merupakan variabel yang menunjukkan mudah atau sulitnya melakukan tindakan yang dimaksud. Solvesik *et al.*, (2012), dalam penelitiannya menguji pengaruh variabel *perceived behaviour control* terhadap *perceived feasibility*, hasil pengujiannya menunjukkan bahwa siswa melaporkan kontrol perilaku lebih tinggi maka kelayakan yang dirasakan secara signifikan lebih tinggi (0.62;  $p < 0.001$ ). Berdasarkan pengaruh diatas, logis apabila peneliti menarik hipotesis berikut:

H6: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap persepsi kelayakan

### **Pengaruh persepsi keinginan terhadap niat untuk menjadi wirausahawan**

Keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*) didefinisikan sebagai tingkat daya pikat seseorang untuk membuat bisnis baru (Alfonso dan Cuevaz, 2012). Persepsi mengenai keinginan kewirausahaan adalah sikap terhadap kewirausahaan (Krueger, 1993, 2000). Berdasarkan teori perilaku terencana (Ajzen, 1991), sikap memiliki pengaruh yang signifikan dan langsung pada niat. Krueger (1993) menguji model konseptual Shapero tentang niat kewirausahaan dan menemukan bahwa keinginan dirasakan secara langsung dan positif mempengaruhi niat kewirausahaan. Uraian diatas dirasa cukup sebagai dasar untuk membuat suatu hipotesis:

H7: Persepsi keinginan berpengaruh positif terhadap niat untuk menjadi wirausahawan

### **Pengaruh persepsi kelayakan terhadap niat untuk menjadi wirausahawan**

Kelayakan yang dirasakan (*perceived feasibility*) menunjukkan persepsi mengenai kapasitas yang dia miliki untuk menjadi wirausahawan (Alfonso dan

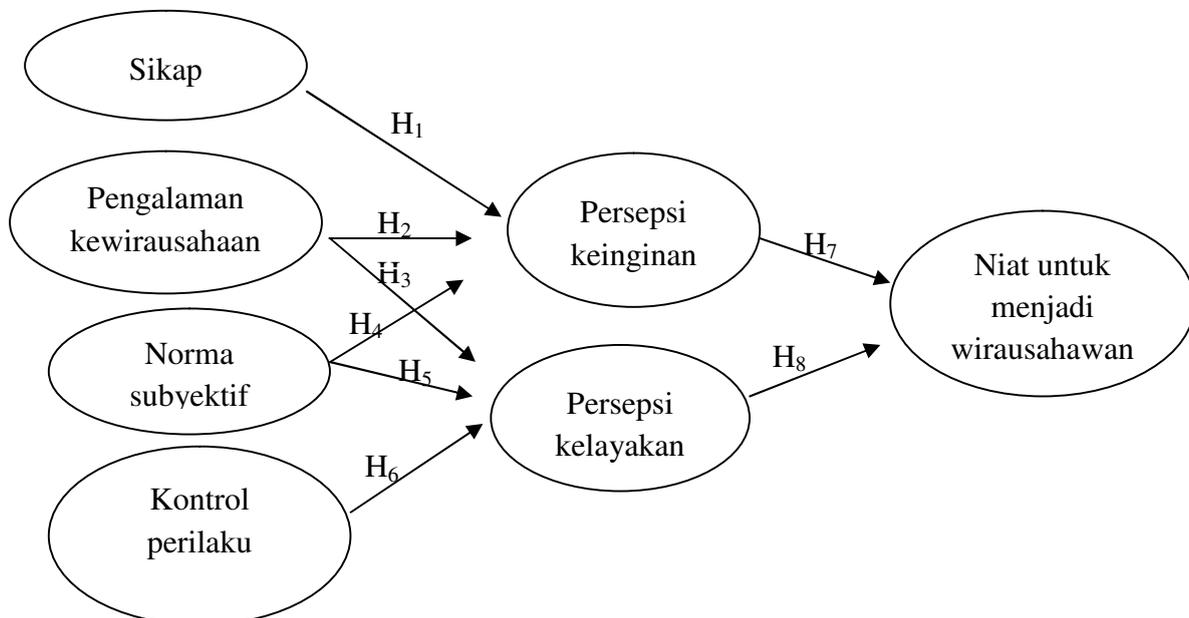
---

Cuevaz, 2012). Krueger (1993) mendeteksi bahwa niat untuk menjadi seorang pengusaha dibentuk oleh persepsi keinginan dan persepsi kelayakan, serta kecenderungan untuk bertindak. Krueger dan Dickson (1994), menemukan bahwa *self-efficacy* mempengaruhi peluang dan persepsi ancaman, dan menyatakan bahwa orang-orang dengan tingkat tinggi *self-efficacy* lebih cenderung untuk melihat lebih banyak kesempatan dalam situasi berisiko (yaitu memiliki positif atau optimis persepsi). Selain itu, Krueger dan Dickson (1994) menjelaskan bahwa *self-efficacy* memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi individu dan sikap (berdasarkan prinsip-prinsip sosial-kognitif teori), yang memberikan dukungan yang lebih besar untuk hubungan yang diusulkan. Berdasar pengaruh diatas, maka hipotesis yang dapat ditarik:

H8: Persepsi kelayakan berpengaruh positif terhadap niat untuk menjadi wirausahawan

### Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian yang telah dijelaskan tersebut, maka rerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Solvesik *et al.*, (2012) dan Devonish *et al.*, (2010)

Gambar 1  
Model Penelitian

---

## METODE PENELITIAN

### **Populasi, Sampel dan Teknik sampling**

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perajin batik di Kauman dan Laweyan (Surakarta), desa Girilayu (Karanganyar), dan desa Pilang (Sragen). Penelitian ini mengambil sampel perajin batik di Kauman dan Laweyan (Surakarta), desa Girilayu (Karanganyar), dan desa Pilang (Sragen). Penentuan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *convenience sampling*, yaitu mengambil sampel yang sesuai dengan ketentuan atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau atau didapatkan (Sekaran, 2006). Teknik analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis dengan pendekatan *structural equation modelling* (SEM), dimana jumlah sampel yang memenuhi tidak dapat ditentukan sebelum dilakukan analisis uji kecukupan sampel, maka jumlah sampel yang harus dipenuhi dalam permodelan ini berjumlah 100 hingga 200 sampel atau 5 kali indikator variabel laten yang digunakan (Hair *et al.* dalam Ferdinand, 2005), maka jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi dengan tujuh konstruk adalah 100 (Hair *et al.*, 2006). Supaya lebih aman, maka sampel yang diambil sebanyak 120 sampel, hal ini untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang rusak dan untuk memenuhi kecukupan sampel penelitian.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

#### **Pengalaman Kewirausahaan**

Secara khusus, orang yang mengamati model sosial (misalnya orang tua atau teman dekat) yang berhasil dalam tugas-tugas tertentu melalui upaya berkelanjutan cenderung untuk mengembangkan keyakinan yang kuat tentang kemampuan mereka untuk berhasil dalam tugas-tugas yang sebanding (Bandura, 1994), maka pengalaman kewirausahaan merupakan suatu bentuk pengetahuan yang diperoleh melalui keteladanan, pengetahuan yang diperoleh dari pengamatan model sosial (misalnya orang tua atau teman dekat) ataupun pengetahuan dari kewirausahaan sebelumnya. Pengalaman kewirausahaan diukur dengan 4

---

indikator yang berasal dari Shapero dan Sokol (1982) yang juga digunakan oleh Krueger (1993) untuk mengukur luasnya pengalaman kewirausahaan (Zhai, 2006). Item diberi skor dalam 5 skala Likert.

### **Sikap**

Ajzen (2002) mendefinisikan sikap terhadap perilaku sebagai "sejauh mana seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan atau penilaian dari perilaku yang bersangkutan". Sikap kewirausahaan (*attitude*) diukur dengan menggunakan 5 indikator yang dikembangkan oleh Linan, F dan Chen, Y.W, (2009). Item diukur dalam 5 skala Likert.

### **Norma Subyektif**

Norma subyektif berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan tindakan yang sedang dipantau. Pendapat orang lain yang penting (anggota keluarga yaitu, teman dekat dan orang-orang berpengaruh lainnya seperti guru, pengusaha sukses, penasihat perusahaan) yang diyakini membentuk pembentukan niat kewirausahaan (Solesvik *et al.*, 2012). Pengukuran norma subyektif menggunakan 3 indikator pengukuran Linan F dan Chen, Y.W (2009). Item diukur dalam 5 skala Likert.

### **Kontrol Perilaku**

Terjadinya sebuah perilaku tidak hanya tergantung pada besarnya niat seseorang tetapi perilaku tersebut harus berada dibawah kontrol keperilakuannya (Dharmmesta, 1998). Kontrol perilaku yang dipersepsikan mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung (melalui niat) terhadap perilaku (Ajzen, 2005). Kontrol perilaku diukur dengan menggunakan 6 indikator yang dikembangkan oleh Linan, F dan Chen, Y.W, (2009). Item diukur dalam 5 skala Likert.

### **Persepsi Kelayakan**

Kelayakan yang dirasakan (*perceived feasibility*) menunjukkan persepsi mengenai kapasitas yang dia miliki untuk menjadi wirausahawan (Alfonso dan Cuevaz, 2012). Krueger dan Dickson (1994), menemukan bahwa *self-efficacy* mempengaruhi peluang dan persepsi ancaman, dan menyatakan bahwa orang-orang dengan tingkat tinggi *self-efficacy* lebih cenderung untuk melihat lebih

banyak kesempatan dalam situasi berisiko (yaitu memiliki positif atau optimis persepsi). Selain itu, Krueger dan Dickson (1994) menjelaskan bahwa *self-efficacy* memainkan peran penting dalam mempengaruhi persepsi individu dan sikap (berdasarkan prinsip-prinsip sosial-kognitif teori). Dalam Kennedy *et al.*, (2003), kelayakan yang dirasakan diukur dengan 5 indikator Shapero dan Sokol (1982) yang diuji oleh Krueger (1993). Item diukur dalam 5 skala Likert.

### **Persepsi Keinginan**

Keinginan yang dirasakan (*perceived desirability*) didefinisikan sebagai tingkat daya pikat seseorang untuk membuat bisnis baru (Alfonso dan Cuevaz, 2012). Persepsi mengenai keinginan kewirausahaan adalah sikap terhadap kewirausahaan (Krueger, 1993, 2000). Keinginan yang dirasakan diukur dengan menggunakan 4 indikator Shapero dan Sokol (1982) yang diuji oleh Krueger (1993). Item diukur dalam 5 skala Likert.

### **Niat untuk menjadi Wirausahawan**

Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya (Wijaya, 2008). Niat untuk berwirausaha diukur dengan menggunakan 6 indikator yang dikembangkan oleh Linan, F dan Chen, Y.W, (2009). Item diukur dalam 5 skala Likert.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Berdasarkan tabel 1 dan 2 hasil uji validitas dengan jumlah 120 responden, terlihat semua item valid dengan nilai *factor loading* >0.50. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1**  
**Uji validitas variabel independent**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Factor Loading</b>	<b>Keterangan</b>
Pengalaman Kewirausahaan	Ex1	0.877	Valid
	Ex2	0.682	Valid
	Ex3	0.823	Valid
	Ex4	0.824	Valid
Sikap	Att1	0.832	Valid
	Att2	0.706	Valid
	Att3	0.825	Valid
	Att4	0.732	Valid
	Att5	0.774	Valid
Norma Subyektif	Sn1	0.753	Valid
	Sn2	0.737	Valid
	Sn3	0.749	Valid
Kontrol Perilaku	Pbc1	0.842	Valid
	Pbc2	0.853	Valid
	Pbc3	0.863	Valid
	Pbc4	0.895	Valid
	Pbc5	0.846	Valid
	Pbc6	0.813	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel dependent**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Factor Loading</b>	<b>Keterangan</b>
Persepsi Kelayakan	Fea1	0.917	Valid
	Fea2	0.907	Valid
	Fea3	0.896	Valid
	Fea4	0.860	Valid
	Fea5	0.903	Valid
Persepsi Keinginan	Dea1	0.789	Valid
	Dea2	0.860	Valid
	Dea3	0.723	Valid
	Dea4	0.737	Valid
Niat Berwirausaha	Ei1	0.837	Valid
	Ei2	0.799	Valid
	Ei3	0.863	Valid
	Ei4	0.842	Valid
	Ei5	0.838	Valid
	Ei6	0.862	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas konstruk dinilai dengan menghitung indeks reliabilitas instrument yang digunakan (*composite reliability*) dari model SEM yang dianalisis. Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah 0.70. Nilai reliabilitas konstruk dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Reliabilitas = \frac{(\sum Std.Loading)^2}{(\sum Std.Loading)^2 + \sum \epsilon_j}$$

**Tabel 3**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Construct Reliability
Pengalaman Kewirausahaan (EE)	0.879409932
Sikap (ATT)	0.882460778
Norma Subyektif (SN)	0.790470963
Kontrol Perilaku (PBC)	0.940916756
Persepsi Kelayakan (FEA)	0.953566121
Persepsi Keinginan (DEA)	0.860117432
Niat Berwirausaha (EI)	0.935157537

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

### Evaluasi *Goodness of Fit*

Dikarenakan sebelumnya model dinyatakan tidak *fit*, maka modifikasi model harus dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai *measurement error* indikator melalui “*modification indices*”nya. Adapun hasil *Goodness of fit* setelah dimodifikasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4**  
*Goodness of Fit*

<i>Goodness-of-fit Indices</i>	<i>Cut-off Value</i>	Hasil	Evaluasi Model
<i>Chi-Square</i> ( $\chi^2$ )	Diharapkan kecil	508.710	-
<i>Degrees of freedom</i>	positif	443	-
<i>Probability level (p)</i>	≥0,05	0.170	Baik
<i>CMIN/DF</i>	≤0	1.148	Baik
<i>GFI</i>	≥0,90	0.816	Buruk
<i>AGFI</i>	≥0,90	0.767	Buruk
<i>TLI</i>	≥0,90	0.976	Baik
<i>CFI</i>	≥0,90	0.980	Baik
<i>RMSEA</i>	≤0,08	0,035	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2013

---

Tabel 4 menunjukkan ringkasan hasil yang diperoleh dalam kajian dan nilai yang direkomendasikan untuk mengukur *fit*-nya model. Seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4, nilai *chi-square* harus *fit* (nilai probabilitas > 0.05) terpenuhi dengan nilai probabilitas sebesar  $0.170 > 0.05$ , dan disertai pengukuran *fit* model lainnya yang telah dinyatakan *fit*. Secara keseluruhan dari pengukuran *goodness of fit* model dinyatakan *fit* (empat pengukuran *fit*, hanya dua pengukuran yang buruk yaitu nilai GFI = 0.816 dan AGFI = 0.767). Namun, secara keseluruhan pengukuran *goodness of fit* tersebut mengindikasikan bahwa model yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh sikap pada persepsi keinginan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi keinginan. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang mempunyai sikap terhadap perilaku yang tinggi belum tentu orang tersebut mempunyai keinginan untuk berwirausaha. Di dalam sikap terhadap perilaku terdapat dua aspek pokok, yaitu : keyakinan individu (*behavioral beliefs*) bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu akan menghasilkan akibat atau hasil tertentu dan merupakan aspek pengetahuan individu tentang obyek sikap dapat pula berupa opini individu tentang hal yang belum tentu sesuai dengan kenyataan. Semakin positif keyakinan individu akan akibat dari suatu obyek sikap, maka akan semakin positif pula sikap individu terhadap obyek sikap tersebut demikian pula sebaliknya (Fisbein & Ajzen, 1975). Temuan peneliti di lapangan menjelaskan bahwa beberapa pengerajin memiliki sikap yang tinggi pada wirausaha namun mereka tidak atau belum ingin untuk memulai sebuah usaha sendiri. Hal ini dinilai karena kebanyakan perajin batik yang peneliti jumpai di daerah Pilang, Laweyan, Girilayu berpendidikan tingkat SD, SLTP, dan yang paling tinggi SLTA. Tingkat pendidikan diduga berpengaruh dalam hal ini. Robinson dan Sexton (1994) menemukan bahwa tingkat pendidikan formal meningkatkan kemungkinan menjadi wirausahawan. Sedangkan Ertuna dan Gurel (2011) menemukan bahwa mahasiswa senior 1.5 kali lebih besar kemungkinannya

menjadi wirausahawan dibanding mahasiswa baru. Tingginya pendidikan memberikan pencapaian seseorang dalam memahami bermacam-macam peluang bisnis. Kemudian, Arenius dan De Clercq (2005) menemukan bahwa ada hubungan positif antara lama pendidikan formal dengan pemahaman peluang. Dengan demikian, sikap tidak menjadi faktor penting yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Solvesik *et al.*, (2012) yang menunjukkan bahwa sikap secara signifikan mempunyai pengaruh terhadap keinginan para sarjana untuk berwirausaha.

### **Pengaruh pengalaman kewirausahaan pada persepsi keinginan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi keinginan. Berdasarkan penemuan peneliti di lapangan, fenomena ini terjadi karena pengalaman negatif yang dialami perajin pada masa lalu. Sebagian perajin yang ditemui peneliti mengaku bahwa dulunya orang tua mereka pernah mempunyai bisnis batik sendiri, namun tiba pada generasi anak maupun cucunya, modal usahanya semakin habis sejalan dengan semakin terpuruknya usaha yang dijalankan sehingga generasi yang sekarang sudah tidak mempunyai modal untuk mendirikan usaha sendiri. Selain itu, pengalaman negatif yang dialami seseorang akan mengurangi rasa kepercayaan diri sehingga menurunkan keinginannya untuk berwirausaha (Brown and Denny, 2009). Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pengalaman kewirausahaan belum tentu orang tersebut mempunyai keinginan untuk berwirausaha. Dengan demikian, pengalaman kewirausahaan tidak menjadi faktor penting yang mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Devonish *et al.*, (2010) yang menunjukkan bahwa pengalaman kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi keinginan siswa untuk memulai bisnis sendiri.

---

### **Pengaruh pengalaman kewirausahaan pada persepsi kelayakan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman kewirausahaan tidak memiliki pengaruh terhadap persepsi kelayakan. Fenomena ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki pengalaman kewirausahaan belum tentu orang tersebut mempunyai kelayakan untuk berwirausaha. Hal ini juga didukung oleh temuan peneliti di lapangan yaitu sebagian responden (perajin batik berusia lanjut) mengaku tidak mengetahui cara untuk memasarkan kerajinan batiknya serta mengatur segala sesuatu yang diperlukan dalam memulai bisnis sendiri. Mereka umumnya beralasan usia mereka sudah terlalu tua dan tidak mampu menjalankan segala sesuatunya. Brown dan Denny (2009) dalam penelitiannya menyatakan bahwa seseorang yang berusia  $> 35$  tahun memiliki rata-rata persepsi kelayakan yang lebih rendah dibandingkan seseorang yang berusia  $\leq 35$ , yang berarti semakin tua usia seseorang maka seseorang tersebut merasa semakin tidak layak. Dengan demikian, pengalaman kewirausahaan tidak menjadi faktor penting yang mempengaruhi kelayakan seseorang untuk berwirausaha. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Devonish *et al.*, (2010) yang menunjukkan bahwa pengalaman kewirausahaan secara signifikan mempengaruhi kelayakan untuk memulai bisnis sendiri.

### **Pengaruh norma subyektif pada persepsi keinginan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh positif terhadap persepsi keinginan. Fenomena ini dapat terjadi karena dengan adanya dukungan dari lingkungan dekat yaitu keluarga dekat, teman, maupun kolega, seseorang akan lebih mudah mempersiapkan segala sesuatu untuk memulai sebuah bisnis. Norma subyektif mengacu pada sejauh mana keluarga, teman, rekan kerja dan masyarakat pada umumnya mengharapkan atau menekan individu untuk melakukan perilaku yang bersangkutan. Ketika keinginan seseorang mendapatkan dukungan dari lingkungan dekatnya (keluarga, teman, atau kolega) maka akan timbul rasa optimis dalam menjalankannya. Ajzen (2005) menyatakan bahwa norma subjektif adalah fungsi dari *motivation to comply* yaitu pandangan individu terhadap faktor lingkungan yang mampu memberi referensi

---

untuk mewujudkan sebuah perilaku dan *normatif beliefs* adalah orang-orang yang memiliki pengaruh terhadap subjek dalam konteks perilaku yang dihadapinya. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Solvesik *et al* (2012) dan juga penelitian yang dilakukan oleh Kennedy *et al.*, (2003). Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh positif terhadap keinginan (*desirability*).

### **Pengaruh norma subyektif pada persepsi kelayakan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kelayakan. Hasil temuan peneliti di lapangan menunjukkan bahwa responden mengaku mudah untuk memulai bisnis sendiri dan mudah untuk berpikir memulai bisnis sendiri jika mendapatkan dukungan dari keluarga dekat maupun kolega (sesama perajin batik). Selain itu, mereka mengaku beban kerja yang akan ditanggung jika mereka memulai bisnis sendiri akan lebih ringan karena adanya dukungan dan bantuan dari teman-teman sesama perajin batik. Hal ini berarti norma subyektif menjadi faktor penting yang mempengaruhi kelayakan. Semakin tinggi norma subyektif maka semakin tinggi persepsi kelayakan. Dengan demikian, penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Solvesik *et al.*, (2012) dan juga penelitian yang dilakukan oleh Kennedy *et al.*, (2003). Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa norma subyektif memiliki pengaruh positif terhadap kelayakan (*feasibility*).

### **Pengaruh control perilaku pada persepsi kelayakan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh terhadap persepsi kelayakan. Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada sejauh mana individu merasa mampu untuk melakukan perilaku. Hal ini didasarkan pada bagaimana individu dan pengalamannya atau penilaian terhadap hambatan untuk cenderung melakukan perilaku. Krueger (2000) berpendapat bahwa kelayakan dirasakan secara konseptual terkait dengan *self-efficacy*. Sementara kontrol perilaku dalam beberapa penelitian dihubungkan dengan *self-efficacy* (Davidsson, 1995; Krueger, 2003; Bandura, 1997). Oleh karena itu, antara

---

kelayakan (*feasibility*) dengan kontrol perilaku akan saling berkaitan, sehingga semakin tinggi kontrol perilaku seseorang maka akan semakin tinggi kelayakannya. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Solvesik *et al.*, (2012) yang hasilnya menunjukkan bahwa kontrol perilaku signifikan berpengaruh pada persepsi kelayakan.

#### **Pengaruh persepsi keinginan pada niat untuk menjadi wirausahawan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keinginan memiliki pengaruh positif terhadap niat untuk menjadi wirausahawan. Seseorang yang memiliki keinginan pada sesuatu cenderung akan muncul niat dalam dirinya untuk mencapai apa yang diinginkannya tersebut. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kennedy *et al.*, (2003), Devonish *et al.*, (2010), serta Solvesik *et al.*, (2012). Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi keinginan mempengaruhi secara signifikan niat untuk menjadi wirausahawan.

#### **Pengaruh persepsi kelayakan pada niat untuk menjadi wirausahawan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kelayakan tidak memiliki pengaruh terhadap niat untuk menjadi wirausahawan. Berdasarkan temuan peneliti di lapangan, beberapa perajin mengaku tidak mempunyai niat untuk memiliki ataupun memulai usaha sendiri meskipun sebenarnya mereka punya kelayakan untuk membuat sebuah usaha sendiri. Mereka beralasan terkendala masalah modal. Modal telah menjadi kendala pada perkembangan kewirausahaan di beberapa Negara seperti Jamaika dan juga Barbados. Devonish *et al.*, (2010) menyebutkan bahwa akses ke modal, disorot sebagai penghalang terbesar bagi kewirausahaan di Jamaika. Hal ini mungkin karena masih banyak kekurangan pada sektor pembiayaan mikro (Knight dan Hossain, 2008). Pemerintah yang sangat intervensionis, terutama mengenai penetapan suku bunga, dapat mengganggu pasar sehingga merusak permintaan untuk keuangan mikro (Von Stauffenberg, 2000; Wenner dan Chalmers, 2001; Lashley, 2004; dalam Knight dan Hossain, 2008). Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kennedy *et al.*, (2003), Devonish *et al.*, (2010), serta Solvesik *et*

---

---

al., (2012). Ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa persepsi kelayakan mempengaruhi secara signifikan niat untuk menjadi wirausahawan.

## SIMPULAN

### Simpulan

Secara ringkas, hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) tidak berpengaruh pada persepsi keinginan (*perceived desirability*). Pengalaman kewirausahaan (*entrepreneurial experience*) tidak berpengaruh pada persepsi keinginan (*perceived desirability*). Pengalaman kewirausahaan (*entrepreneurial experience*) tidak berpengaruh pada persepsi kelayakan (*perceived feasibility*). Norma subyektif (*subjective norm*) mempunyai pengaruh positif pada persepsi keinginan (*perceived desirability*). Norma subyektif (*subjective norm*) mempunyai pengaruh positif pada persepsi kelayakan (*perceived feasibility*). Persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*) mempunyai pengaruh positif pada persepsi kelayakan (*perceived feasibility*). Persepsi keinginan (*perceived desirability*) mempunyai pengaruh positif pada niat untuk menjadi wirausahawan (*intention to become entrepreneur*). Persepsi kelayakan (*perceived feasibility*) tidak berpengaruh pada niat untuk menjadi wirausahawan (*intention to become entrepreneur*).

### Keterbatasan

Penelitian ini difokuskan pada perajin batik di wilayah kota Surakarta (Laweyan dan Kauman), wilayah kabupaten Sragen (Pilang), dan wilayah kabupaten Karanganyar (Girilayu), sehingga generalisasi dari temuan terbatas pada populasi di ketiga wilayah ini. Persepsi kelayakan tampaknya agak umum dalam pengukurannya, dan ukuran unidimensional yang digunakan di sini tidak bisa menangkap domain konstruk persepsi kelayakan secara penuh. Pengalaman kewirausahaan, juga membutuhkan perhatian pengukuran. Hal ini disarankan bahwa ukuran yang lebih spesifik (dan multidimensional) persepsi kelayakan dan pengalaman kewirausahaan dikembangkan di masa depan dengan tingkat normalitas yang lebih baik. Ini adalah tugas untuk penelitian masa depan.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ajzen, I. (2002). *Constructing a TPB questionnaire: conceptual and methodological considerations*. available at: [www.people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf](http://www.people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf) (accessed 15 Desember 2012).
- Ajzen, I. and Fishbein, M. (2005). *The influence of attitudes on behavior*. Dalam Albarracín, D., Johnson, B.T. and Zanna, M.P. (Eds), *The Handbook of Attitudes*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, pp. 173-221.
- Alfonso, C.G. and Cuevaz, J.G. (2012). Entrepreneurial intention models as applied to Latin America. *Journal of Organizational Change Management*. Vol. 25 Iss: 5 pp. 721 – 735
- Arenius, P. and De Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, Vol. 24 No. 3, pp. 249-65.
- Autio, E., Keeley, R.H., Klofsten, M., Parker, G.G.C. and Hay, M. (2001). Entrepreneurial intention among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*. Vol. 2 No. 2, pp. 145-60.
- Bandura, A. (1994). *Self-efficacy*. Dalam Ramachandran, V.S. (Ed.), *Encyclopedia of Human Behavior*, Vol. 4, Academic Press, New York, NY.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioural change. *Psychological Review*. Vol. 84 No. 2, pp. 191-215.
- Batik Indonesia. (2012). *Definisi batik menurut The Textile Museum di Washington DC Amerika*. (Online). ([http://www.batikindonesia.com/read/2012/08/23/1127685/Definisi batik menurut The Textile Museum di Washington DC Amerika](http://www.batikindonesia.com/read/2012/08/23/1127685/Definisi_batik_menurut_The_Textile_Museum_di_Washington_DC_Amerika), diakses tanggal 23 Agustus 2012).
- Boyd, N.G. and Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 18, pp. 64-77.
- Brown, C. and Denny, S. (2009). The impact of an entrepreneurship education programme on entrepreneurial intention. *Australian Graduate School of Entrepreneurship*.
- Cruz, N.M., Escudero, A.I.L, dan Leitao, F.S. (2009). The effect of entrepreneurship education programmes on satisfaction with innovation

- 
- behavior and performance. *Journal of European Industrial Training*. Vol. 33 No. 3, 2009, pp. 198 – 214.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*. 7(1), 41–62.
- Devonish, D. and Alleyne, P. (2010). Explaining entrepreneurial intentions in the Caribbean. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*. Vol. 16 Iss: 2 pp. 149 – 171.
- Dharmmesta, B.S. (1998). *Theory of Planned Behavior dalam penelitian sikap, niat dan perilaku konsumen*. Kelola Gadjah Mada University. Business Revisi Yogyakarta.
- Elmuti, D. Khoury, G. dan Omran, O. (2012). Does Entrepreneurship Education have a role developing entrepreneurial skills and ventures effectiveness?. *Journal of Entrepreneurship Education*. Vol.15, pp.83-99.
- Ertuna, Z.I. and Gurel, E. (2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship. *Education + Training*, Vol. 53 Iss: 5 pp. 387 – 402.
- Ferdinand, Augusty. 2005. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fishbein M, Ajzen I.(1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Menlo Park California: Addison-Wesley Publishing Company Inc.
- Hair, J.F., Bush, R.P., Ortinau, D.J. 2006. *Marketing Research within a Changing Information Environment*. Third Edition (Revised International Edition), McGraw-Hill/Irwin, New York
- Kennedy, J., Drennan, J., Renfrow, P., Wattson, B. (2003). Situational factors and entrepreneurial intention. *An Paper for the Small Enterprise Association of Australia and New Zealand*.
- Knight, T. and Hossain, F. (2008). Helping the Needy: Factors Influencing the Development of Microfinance in Barbados. *BWPI Working Papers 29*. University of Manchester, Institute for Development Policy and Practice, Manchester.
- Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 18 No. 1, pp. 5-21.
-

- 
- Krueger, N. (2000). The cognitive infrastructure of opportunity emergence. *Entrepreneurship Theory & Practice*. Vol. 24 No. 3, pp. 5-23.
- Krueger, N. and Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship and Regional Development*. Vol. 5, pp. 315-30.
- Krueger, N. and Dickson, P.R. (1994). How believing in ourselves increases risk taking: perceived self efficacy and opportunity recognition. *Decision Sciences*. Vol. 25, pp. 385-400.
- Linan, F. and Chen, Y.W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*. Vol. 33 No. 3, pp. 593-617.
- Ramayah, T., Ahmad, N.H., Fei, T.H.C. (2012). Entrepreneur education: does prior experience matter?. *Journal of entrepreneurship education*. Vol. 15. Pp. 65-81.
- Robinson, P.B. and Sexton, E.A. (1994). The effect of education and experience on self-employment success. *Journal of bisnis venturing*. Vol. 9 No. 2 pp. 141 – 56.
- Sekaran, U. 2006. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach Fourth Edition*. New York: John Wiley.
- Setkab. (2013). *Gerakan kewirausahaan nasional untuk menyebar virus wirausaha*. [Http://setkab.go.id/artikel-7434-gerakan-kewirausahaan-nasional-untuk-menyebar-virus-wirausaha.html](http://setkab.go.id/artikel-7434-gerakan-kewirausahaan-nasional-untuk-menyebar-virus-wirausaha.html) (tanggal akses 17 Februari 2013)
- Shapero, A. and Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. Dalam Kent, C.A., Sexton, D.L. and Vesper, K.L. (Eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Solesvik, M.Z., Westhead, P., Kolvereid, L., Matlay, H. (2012). Student intentions to become self-employed: the Ukrainian context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Vol. 19 Iss: 3 pp. 441 – 460.
- Viva News. 2013. *Gerakan Kewirausahaan Nasional (GKN)*. (online). ([http://bisnis.news.viva.co.id/print\\_detail/printing/252021-Gerakan-Kewirausahaan-Nasional-\(GKN\)](http://bisnis.news.viva.co.id/print_detail/printing/252021-Gerakan-Kewirausahaan-Nasional-(GKN))), diakses 15 Februari 2013)
- Wijaya, T. (2008). Kajian Model Empiris Perilaku Berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.10 No.2, pp. 93-104
-

Zhai, J. (2006). Prior exposure to entrepreneurial experience and risk perception: a comparative study of potential entrepreneurs in Canada and China. *Journal of Applied Psychology*.

Zhao, H., Hills, G.E. and Siebert, S.E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 90 No. 6. pp. 1265-72.