

PENGARUH OPTIMISME TERHADAP KEMAMPUAN IDENTIFIKASI PELUANG MAHASISWA STRATA SATU PADA PERGURUAN TINGGI DI SURABAYA

Andreas Dewantoro

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: andreaddewantoro13@gmail.com

Abstrak- Optimisme adalah pemikiran untuk mendorong seorang pebisnis dalam menjalankan usahanya untuk mencari tahu sesuatu atau informasi yang tepat, agar bisa mengidentifikasi sebuah peluang dalam bisnisnya. Maka itu, seorang pebisnis yang baik atau bagus harus selalu memiliki pemikiran yang positif dalam bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh optimisme terhadap kemampuan identifikasi peluang mahasiswa strata satu pada perguruan tinggi di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan bersifat kausal dan metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimisme secara parsial dan simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap identifikasi peluang.

Kata kunci- Optimisme, Identifikasi Peluang.

PENDAHULUAN

Entrepreneurship atau kewirausahaan merupakan suatu proses dalam memulai bisnis yang baru umumnya dalam menanggapi peluang yang ada, *entrepreneur* mengejar peluang dengan mengubah, mentransformasi atau memperkenalkan produk atau layanan baru (Robbin & Coulter, 2012, p. 537). Stevenson et al. (1985) mengatakan bahwa identifikasi peluang dalam suatu bisnis adalah hal yang penting bagi seorang *entrepreneur* (dalam Ardichvili, Cardozo, & Ray, 2003). Bila seorang *entrepreneur* tidak dapat mengidentifikasi peluang bisnis maka tidak akan dapat bisa memulai suatu bisnis. Menurut Carrier (2005) dan Corbett (2007), proses identifikasi peluang merupakan titik awal yang harus dilalui oleh seorang *entrepreneur* (dalam Muñoz, Mosey, & Binks, 2011). Muñoz, Mosey, & Binks (2011) menyimpulkan bahwa Ardichvili, Cardozo, dan Ray (2003) menganggap bahwa identifikasi peluang adalah sifat mendasar bagi seorang yang menjadi *entrepreneurship*. Identifikasi peluang yang dimaksud adalah investigasi dan sensitifitas terhadap kebutuhan pasar, dan kemampuan melihat adanya penggunaan sumberdaya alam yang tidak optimal yang dapat dijadikan menjadi peluang bisnis

(Ardichvili et al., 2003). Oleh karena itu, kemampuan dalam identifikasi peluang bisnis adalah hal yang penting untuk dibahas.

Sejumlah penelitian terdahulu membuktikan bahwa identifikasi peluang bisnis dapat dipengaruhi beberapa variabel, seperti *entrepreneur's personality traits* (kreativitas & optimisme), jaringan sosial, dan *prior knowledge* (Ardichvili et al., 2003), pengetahuan (Shane, 2000), imbalan finansial (Shepherd dan DeTienne, 2005), jaringan (Hills et al, 1997), kreativitas (Hills et al, 1998), *curiosity* (Jeraj, 2010), dan optimisme (Jeraj, 2014). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan dibahas yaitu optimisme, *curiosity*, dan identifikasi peluang bisnis.

Faktor optimisme berkaitan dengan kegigihan, pemecahan masalah yang efektif, berbagai macam bentuk keberhasilan, dan faktor-faktor penting lainnya maka wajar untuk mengatakan dan memprediksi bahwa optimisme juga dapat dihubungkan dengan *entrepreneurship* (Jeraj, 2014). Dalam ilmu psikologi, optimisme didefinisikan sebagai suatu pandangan secara menyeluruh, melihat hal yang baik, berpikir positif, dan mudah memberikan makna bagi diri sendiri (Seligman, 1991). Sebuah studi di Inggris terhadap 576 *entrepreneur*, menemukan bahwa mereka jauh lebih mungkin menemukan keberhasilan daripada *entrepreneur* yang menyerah setelah kegagalan pertama mereka. Rasa optimis itulah yang membuat seorang *entrepreneur* merasa bahwa gagal adalah kondisi permanen. Berlaku sebaliknya, mereka cenderung melihat setiap kegagalan sebagai dinding penghalang yang perlu dirobohkan untuk menuju kesuksesan tertinggi. Bagi mereka, kegagalan adalah sebuah pembelajaran (successbefore30.co.id, 2017). Optimisme juga dibutuhkan untuk menunjukkan keunggulan bersaing. Bahkan sekalipun kalah dalam bersaing, optimisme tetap dibutuhkan agar seseorang dapat bangkit untuk kembali bersaing. Seorang *entrepreneur* tanpa optimisme, tidak dapat berpikiran positif dan terbuka untuk menciptakan visi, misi, serta strategi usaha yang baik, tidak akan berani untuk menghadapi tantangan dalam dunia usaha, tidak akan memiliki semangat untuk maju berkompetisi, dan juga tidak memiliki keberanian untuk bangkit dari kegagalan.

Penjelasan mengenai optimisme terhadap kemampuan mengidentifikasi peluang, dapat kita lihat pada

salah satu orang yang bernama Mark Zuckerberg *owner* dari Facebook. Salah satu contoh program komputer yang berhasil dibuat adalah sebuah *plug-in* (sebuah program komputer yang bisa berinteraksi dengan aplikasi *host* seperti *web browser* atau email untuk keperluan tertentu) untuk MP3 *player* Winamp, pada saat sekola menengah di Phillips Exeter Academy. Saat melanjutkan ke perguruan tinggi Mark masuk ke perguruan tinggi Harvard, di sinilah Mark menemukan ide membuat sebuah buku direktori mahasiswa *online*. Karena perguruan tinggi Harvard ini tidak membagikan *facebook* (buku mahasiswa yang memuat foto dan identitas mahasiswa di perguruan tinggi itu) kepada mahasiswa baru sebagai ajang pertemanan di antara mereka. Tetapi, setiap kali Mark menawarkan diri untuk membuat direktori tersebut, Harvard menolaknya. Meski sering ditolak, Mark selalu mencari cara untuk mewujudkannya. Tahun kedua Mark mensabotase data mahasiswa Harvard dan memasukkan data tersebut kedalam website yang telah ia buat yaitu Facemash. Karena masalah mensabotase tersebut Mark diperkarakan oleh Harvard dan harus meminta maaf terhadap mahasiswa yang ia masukkan datanya di Facemash. Alih-alih tidak membuat ulah lagi atau jera, Mark malah membuat Facebook. *Website* ini ia luncurkan pada tahun Februari 2004, Facebook sendiri adalah penyempurnaan dari Facemash. Mark melihat ada sebuah peluang yaitu komunikasi yang lebih efisien, yang bisa ditawarkan kepada para mahasiswa untuk berkomunikasi baik rekan mahasiswa, keluarga, ataupun rekan kerja. Facebook inilah sebuah bisnis yang membuat Mark bisa menjadi terkenal dan pemuda terkaya di dunia (dalam El-Mira, 2018, pp. 29–57).

Fenomena serupa dapat kita lihat dalam kehidupan seorang *entrepreneur* dari Amerika, yaitu Bill Gates seorang pendiri Microsoft. Bill Gates sama seperti fenomena diatas yaitu Mark Zuckenber, sama-sama berkuliah di Harvard pada tahun 1973. Tetapi saat Bill mengambil kuliah ia tidak mengambil jurusan yang sesuai dengan minatnya, seperti ketertarikannya pada komputer. Tetapi berawal pada tahun 1975, Bill memberanikan diri untuk menghubungi MITS (pencipta Altair 8800 (cikal bakal dari PC)) bahwa ia memiliki sistem yang cocok dengan Altair 8800. Padahal saat itu Bill belum memiliki sistem tersebut. Namun karena Bill yakin dengan kemampuannya, ia dan sahabatnya Allen berhasil membuat sistem operasi berbasis *basic* dalam waktu hanya delapan minggu dan berhasil mendemonstrasikannya di depan petinggi MITS. Setelah sukses dengan hal tersebut. Setelah sukses dengan sistem operasi tersebut Bill merasa penasaran dengan dunia bisnis, sehingga pada tahun ketiganya saat berkuliah ia memutuskan untuk berhenti dan mendirikan Microsoft bersama Paul Allen. Microsoft menjadi sebuah bisnis atau perusahaan yang sukses karena memiliki Windows dan oleh karena itu Bill Gates sempat menjadi salah satu 100 tokoh paling berpengaruh pada abad ke 20 (Rahmawati, 2018, pp 156–164).

Penelitian tentang pengaruh optimisme terhadap kemampuan identifikasi peluang mahasiswa strata satu pada perguruan tinggi di Surabaya akan memiliki objek pada mahasiswa. Alasan mengapa mengambil mahasiswa karena menurut Menteri Koperasi dan UKM, Drs. Anak Agung Gede Ngurah Puspayoga mengatakan

bahwa mahasiswa adalah salah satu sasaran yang berpengaruh untuk menaikkan rasio *entrepreneurship* di Indonesia (Humas Kementerian Koperasi dan UKM, Maret 22, 2017). Menaikkan rasio tersebut, pemerintah menunjukkan dukungannya terhadap *entrepreneurship* mahasiswa dengan meluncurkan berbagai program *entrepreneurship*, yang diharapkan bisa mengembangkan kemampuan *entrepreneurship* seorang mahasiswa (Direktorat Jenderal Pembelajaran & Kemahasiswaan, 2017; Hardum, Oktober 29, 2016). Hal tersebut diinginkan agar dapat mengubah pola pikir mahasiswa dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*), sehingga dapat berkontribusi terhadap perekonomian dan dapat mengurangi jumlah pengangguran. Tingkat pengangguran terbuka di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik pada tahun 2015 cukup tinggi (1.008.660 orang) dengan jumlah pengangguran 6,40% berasal dari lulusan S1. Tahun 2018 sendiri diperkirakan oleh Presiden Joko Widodo perkembangan ekonomi Indonesia akan naik sebesar 5,4 persen, atau meningkat 0,3 persen dari target tahun 2017. Perkembangan tersebut akan dipengaruhi oleh mahasiswa yang sudah lulus untuk melihat atau mengidentifikasi sebuah peluang bisnis baru ataupun yang sudah ada (kompas.id, 2018). Apabila mahasiswa bisa menciptakan sebuah peluang dalam berbisnis maka secara tidak langsung masalah pengangguran dapat terselesaikan (Direktorat Jenderal Pembelajaran & Kemahasiswaan, 2017).

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah terdapat pengaruh antara optimisme pada mahasiswa yang memiliki bisnis terhadap kemampuan identifikasi peluang bisnis?

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui terdapat pengaruh antara optimisme yang dimiliki mahasiswa pemilik bisnis terhadap kemampuan identifikasi peluang bisnis.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain kausal.

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Indonesia yang memiliki bisnis dimanapun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah gabungan antara *insidental sampling* dan *purposive sampling*. *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan (Sugiyono, 2018, p. 138). Sedangkan *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018, p. 138). Kriteria responden yang dapat menjadi sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa strata satu pada perguruan tinggi di Surabaya.
2. Sedang menjalankan bisnis sendiri.

Jumlah sampel minimum dalam penelitian ini menggunakan panduan yang ditulis oleh Ferdinand (2006), yaitu:

$$n \text{ minimum} = 5 \times \text{jumlah indikator variabel} \\ = 5 \times 20 \\ = 100$$

Proses pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling* jenuh sehingga pada penelitian ini terdapat 60 responden yang diteliti (Sugiyono, 2016, p.85).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket.

Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1

Uji Validitas

Indikator	Optimisme	Identifikasi Peluang	r Tabel	Keterangan
X1.1	0,429	0	0,195	Valid
X1.2	0,353	0	0,195	Valid
X1.3	0,657	0	0,195	Valid
X1.4	0,323	0	0,195	Valid
X1.5	0,543	0	0,195	Valid
X1.6	0,586	0	0,195	Valid
X1.7	0,534	0	0,195	Valid
X1.8	0,619	0	0,195	Valid
X1.9	0,160	0	0,195	Tidak Valid
X1.10	0,606	0	0,195	Valid
X1.11	0,454	0	0,195	Valid
Y1.1	0	0,501	0,195	Valid
Y1.2	0	0,531	0,195	Valid
Y1.3	0	0,502	0,195	Valid
Y1.4	0	0,510	0,195	Valid
Y1.5	0	0,581	0,195	Valid

Sumber: Data primer, diolah

Uji Reliabilitas

Tabel 2

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	N of items	Kesimpulan
Optimisme	0,758	11	Reliabel
Identifikasi peluang	0,787	5	Reliabel

Sumber: Data primer, diolah

Uji Normalitas

Tabel 3

Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2 tailed)	0,240

Sumber: Data primer, diolah

Uji Linieritas

Tabel 4

Uji Linieritas

Y*X	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Combined	6,964	18	0,387	0,018
Between Groups	Linearity	2,866	1	2,867	0,000
	Deviation from Linearity	4,097	17	0,241	0,254
Within Groups		19,553	100	0,196	
Total		26,517	118		

Sumber: Data primer, diolah

Analisis Pengaruh

Tabel 5

Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	2,086	0,511	
Optimisme	0,457	0,121	0,329

Sumber: Data primer, diolah

Uji Hipotesis

Tabel 6

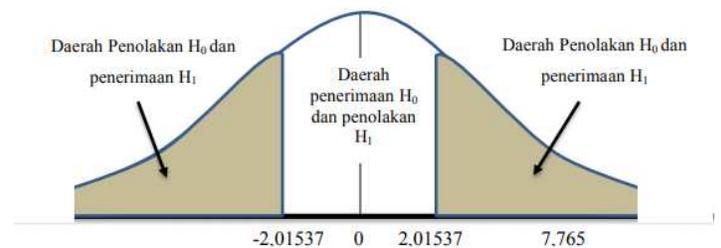
Uji t

Model	T	Sig.
(Constant)	5,059	0,029
Optimisme	5,152	0,000

Sumber: Data primer, diolah

Pembahasan

Pengaruh Optimisme Terhadap Identifikasi Peluang



Gambar 1 Kurva Distribusi Uji t Pengaruh Optimisme (X) terhadap Identifikasi Peluang (Y)

Hasil penelitian di atas dapat diketahui bahwa nilai t tabel sebesar 1,98405, sedangkan nilai uji t pada optimisme terhadap identifikasi peluang adalah sebesar 5,059 yang dapat disimpulkan bahwa optimisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap identifikasi peluang mahasiswa. Dalam suatu bisnis seseorang dapat mempercayai peluang yang didapatkan untuk dijadikan sebuah peluang dalam berbisnis. Dengan kemampuan optimisme ini seorang akan percaya pada setiap peluang yang dimiliki saat berbisnis.

Hal itu dapat kita lihat dari penelitian Segerstrom dan Solberg Nes (2006), sikap optimis cenderung membuat *entrepreneur* dapat mengidentifikasi sebuah peluang baru di mana mereka berada. Peluang usaha adalah kesempatan yang pasti bisa didapatkan seseorang atau lebih dengan

mengandalkan potensi diri yang ada. Juga dengan memanfaatkan berbagai kesempatan baik itu peluang usaha apapun, yang bisa dengan sigap kita ambil (Marnie, 2013). Menurut Schumpeter (dalam Alma, 2011), *entrepreneur* adalah individu yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Selain itu menurut James dan Gudmundson (dalam Jeraj, 2014), emosi psikologis yang positif seperti optimisme bermanfaat dalam memberikan perilaku memotivasi yang memungkinkan *entrepreneur* dapat berjuang dalam mengidentifikasi sebuah peluang usaha, evaluasi dan mengeksploitasi proses dalam usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil analisis yang telah dilakukan maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: Optimisme (X1) berpengaruh signifikan terhadap Identifikasi Peluang (Y).

Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat melanjutkan penelitian mengenai identifikasi peluang bisnis dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah diteliti seperti optimisme dan *curiosity* agar dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi identifikasi peluang bisnis mahasiswa strata satu pada perguruan tinggi di Surabaya.

2. Bagi Mahasiswa

Berdasarkan penelitian ini, variabel optimisme lebih rendah dibandingkan variabel *curiosity*. Saran dari penulis kepada mahasiswa yang sedang menjalankan bisnis adalah untuk meningkatkan pemikiran-pemikiran positif baik kepada diri sendiri dan bisnis yang sedang dijalankan, sebab dengan memiliki pikiran yang positif tersebut maka seorang pebisnis akan lebih mudah mendapatkan hal-hal yang bermanfaat pada bisnisnya.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Diharapkan dapat mendukung program pemerintah dalam mengembangkan *entrepreneurship* dengan mengadakan kegiatan yang dapat menambahkan sikap percaya diri dan kemampuan mahasiswa dalam mencari sebuah informasi. Contoh seperti memberikan seminar tentang cara berkomunikasi dengan orang lain.

DAFTAR REFERENSI

Alma, B. (2011). *Kewirausahaan* (17th ed.). Bandung: Alfabeta. Retrieved from <http://readgur.com/doc/1685803/buchari-alma---free-books-pdf>.

Ardichvili, A., Cardozo, R. & Ray, S. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, 18, pp. 105–123.

Arikunto & Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Barringer, B. R. & Ireland, R. D. (2008). *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures* (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Berlyne, D. E. (1954). A Theory of Human Curiosity. *British Journal of Psychology*, 45(3), pp. 180–191.

Brown, J. D., & Marshall, M. A. (2001). Self-Esteem and Emotion: Some Thoughts About Feelings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27, pp. 575–584.

Byman, R. (2005). Curiosity and Sensation Seeking: A Conceptual and Empirical Examination. *Personality and Individual Differences*, 38, pp. 1365–1379.

Carland, J. W., Hoy, F., & Carland, J. A. C. (1988). "Who Is An Entrepreneur?" Is A Question Worth Asking. *American Journal of Small Business*, 12(4), pp. 33–39.

Carver, C. S. (2007). *Optimisme*. Retrieved from: http://dccps.cancer.gov/brp/construct/dispositional_optimisme/disposition_optimisme.pdf.

Churchill Jr, G. A. (1979). A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), pp. 64–73.

Cronbach, L. J., (1951): Coefficient Alpha and The Internal Structure of Tests. *Psychometrika*, 16(3), pp. 297–334.

Dawis, R. V. (1987). Scale Construction. *Journal of Counseling Psychology*, 34(4), pp. 481–489.

DeVellis, R. F. (2003). *Scale development: theory and applications*, California: Sage Publications.

Drucker, P.F. (1985). *The Practice of Entrepreneurship: Innovation and Entrepreneurship Practice and Principles*. Harper & Row, New York, pp. 141–188.

El-Mira, I. (2018). *Jatuh-Bangun Mark Zuckerberg*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Checklist.

Farmer, S. M., Yao, X. & Kung-McIntyre, K. (2009). The Behavioral Impact of Entrepreneur Identity Aspiration and Prior Entrepreneurial Experience. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), pp. 245–273, Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00358.x>.

Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gonzalez-Alvarez, N., & Solis-Rodriguez, V. (2011). Discovery of Entrepreneurial Opportunities: A Gender Perspective. *Industrial Management & Data System*, 111(5), pp. 755–775.

Grossnickle, E. M. (2016). Disentangling Curiosity: Dimensionality, Definitions, and Distinctions from Interest in Educational Contexts. *Educational Psychology Review*, 28(1), pp. 23–60. Retrieved from: <https://doi.org/10.1007/s10648-014-9294-y>.

Handriyani, A. (2011). Analisis Pengaruh Motivasi, Stress, dan Rekan Kerja Terhadap Kinerja Auditor Di Kantor Akuntan Publik (KAP). *Jurnal Keuangan & Bisnis*. 3(1).

- Harimurti, A. (2018). *Cara Gila Meniru Sukses Jack Ma*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Araska.
- Hechavarría, D. M., Renko, M. & Matthews, C. H. (2012). The Nascent Entrepreneurship Hub: Goals, Entrepreneurial Self-Efficacy and Startup Outcomes. *Small Business Economics*, 39(3), pp. 685–701, <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-011-9355-2>.
- Heinrichs, S., & Walter, S. (2009). *Who becomes an entrepreneur? A 30-years-review of individual-level research and an agenda for future research*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10419/68590>.
- Hery. (2017). *Kewirausahaan*. Jakarta: Grasindo.
- Hinkin, T. R. (1995). A Review of Scale Development Practices In The Study of Organizations. *Journal of Management*, 21(5), pp. 967–988.
- Hmieleski, K., & Baron, R.A. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of Management Journal*, 5, pp. 473–488.
- Ihsanuddin. (2017, Desember 6). Jokowi Optimistis Pertumbuhan Ekonomi pada 2018 Capai 5,4 Persen. *Kompas*. Retrieved August 25, 2018, from <https://ekonomi.kompas.com/read/2017/12/06/173750926/jokowi-optimistis-pertumbuhan-ekonomi-pada-2018-capai-54-persen>.
- Izedonmi, F. & Okafor, C. (2007). *Assessment Of The Entrepreneurial Characteristics And Intentions Among Academics*, 12 930, pp. 96–127.
- Jeraj, M., & Prodan, I. (2010). Conceptualization of Entrepreneurial Curiosity. *Advances in Business-Related Scientific Research Conference*, Olbia: ABSRJ.
- Jeraj, M., & Antončič, B. (2013). A Conceptualization of Entrepreneurial Curiosity and Construct Development: A Multi-Country Empirical Validation, *Creativity Research Journal*, 25(4), pp. 426–435, Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.1080/10400419.2013.843350>.
- Jeraj, M. & Marič, M. (2013a). Relation between Entrepreneurial Curiosity and Entrepreneurial Self-Efficacy: A Multi-Country Empirical Validation. *Organizacija*, 46(6), pp. 264–273, Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.2478/orga-20130027>.
- Jeraj, M. & Marič, M. (2013b). Entrepreneurial Curiosity-The New Construct. In *High potentials, lean organization, internet of things: proceedings of the 32nd International Conference on Organizational Science Development*, Kranj: Moderna organizacija.
- Jeraj M. (2014). The Relationship between Optimisme, Pre-Entrepreneurial Curiosity and Entrepreneurial Curiosity. *Organizacija*, 47(3), pp. 199–209. doi: 10.2478/orga-20140018.
- Jeraj, M., Peljko, Z., Šavoiu, G., Marič, M. (2016). An Empirical Study of The Relationship Between Entrepreneurial Curiosity and Innovativeness. *Organizacija*, 49(3), pp. 172–182. doi: 10.1515/orga-2016-0016.
- Karwowski, M. (2012). Did Curiosity Kill the Cat? Relationship Between Trait Curiosity, Creative Self-Efficacy and Creative Personal Identity. *Europe's Journal of Psychology*, 8(4), pp. 547–558, doi:10.5964/ejop.v8i4.513.
- Kashdan, T. B., & Roberts, J. E. (2004). Social Anxiety's Impact on Affect, Curiosity, and Social Self-Efficacy During a High Selffocus Social Threat Situation. *Cognitive Therapy and Research*, 28, pp. 119–141.
- Kashdan, T. B., Gallagher, M. W., Silvia, P. J., Winterstein, B. P., Breen, W. E., Terhar, D., & Steger, M. F. (2009). The Curiosity and Exploration Inventory-II: Development, Factor Structure, and Psychometrics. *Journal of Research in Personality*, 43, pp. 987–998.
- Kashdan, T. B., DeWall, C. N., Pond, R. S., Silvia, P. J., Lambert, N. M., Fincham, F. D., Savostyanova, A. A. & Keller, P. S. (2013). Curiosity Protects Against Interpersonal Aggression: Cross-Sectional, Daily Process, and Behavioral Evidence. *Journal of Personality*, 81(1), pp. 87–102, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6494.2012.00783.x>.
- Kerley, D. C. (2006). *The optimist*. Retrieved August 23, 2010, From D. Craig Kerley. Psy. D: Licensed Psychologist 1(1). <http://www.drkerley.com/files/newsletter0523.pdf>.
- Key, S. (2013). *One Simple Idea for Startups and Entrepreneurs*. USA: The McGraw-Hill Companies.
- Krueger, A. B. (2003). Economic Consideration Abd Class Size. *Economic Journal*, 113(485), pp. 34–63.
- Latan, H., & Ghazali, I. (2012). *Partial Least Square: konsep, metode, dan aplikasi menggunakan program WarpPLS 2.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Liang, C. L., & Dunn, P. (2010). Entrepreneurial Characteristics, Optimisme, Realism and Pessimism: Correlation or Collision?. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22, pp. 1–22.
- Litman, J. A., & Spielberger, C. D. (2003). Measuring Epistemic Curiosity and Its Diverse and Specific Components. *Journal of Personality Assessment*, 80(1), pp. 75–86.
- Litman, J. A., Collins, R. P., Spielberger, C. D., (2005): The Nature and Measurement of Sensory Curiosity. *Personality and Individual Differences*, 39(6), pp. 1123–1133.
- Lopez & Snyder, C.R. (2003). *Positive Psychological Assessment a Handbook of Models & measures*. Washington. DC: APA.
- Luthans, F., & Youssef, C. M. (2004). Human, Social, and Now Positive Psychological Capital Management: Investing in People for Competitive Advantage. *Organizational Dynamics*, 33(2), pp. 143–160.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. 2006. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 36, pp. 132–152.

- Meredith, N. P., Horne, R. B., Iles, R. H. A., Thorne, R. M., Heynderickx, D., & Anderson, R. R. (2002a). Outer zone relativistic electron acceleration associated with substorm-enhanced whistler-mode chorus. *J. Geophys. Res.*, *107*(A7), pp. 11–44. doi:10.1029/2001JA900146.
- Muñoz, K. A., Mosey, S., & Binks, M. (2011). Developing Opportunity-Identification Capabilities in The Classroom: Visual Evidence for Changing Mental Frames. *Academy of Management Learning & Education*, *10*(2), pp. 277–295.
- Mussel, P. (2010). Epistemic Curiosity and Related Constructs: Lacking Evidence of Discriminant Validity. *Personality and Individual Differences*, *49*, pp. 506–510.
- Mussel, P. (2013). Introducing The Construct Curiosity for Predicting Job Performance. *Journal of Organizational Behavior*, *34*, pp. 453–472. doi: 10.1002/job.1809.
- Octavia, S. (2017, July 15). 8 Cara Orang Cerdas Menggunakan Kegagalan sebagai Keuntungan Bagi Mereka. Retrieved August 24, 2018, from <https://successbefore30.co.id/8-cara-orang-cerdas-menggunakan-kegagalan-sebagai-keuntungan-bagi-mereka/>.
- Peterson, C., & Bossio, L. M. (2001). Optimisme and physical well-being. In E. C. Chang (Ed.), *Optimisme & pessimism: Implications for theory, research, and practice*. pp. 127–145. Washington, DC: American Psychological Association.
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). Assessment and Applications. In C. Peterson & M. E. P. Seligman (Eds.), *Character strengths and virtues: a handbook and classification*, pp. 625–644. New York: Oxford University Press.
- Reiss, S. (2000). *Who Am I? The 16 Basic Desires That Motivate our Actions and Define our Personalities*. New York: Tarcher/Putnam.
- Riyanti, B. P. D. (2003). *Kewirausahaan dari sudut pandang psikologi kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Robbins, S.P., & Coulter. M. (2012). *Management* (11th Edition). NJ: Prentice Hall.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Scheier, M.F., & Carver, C. S. (1985). Optimisme, Coping, and Health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies. *Health Psychology*, *4*, pp. 219–247.
- Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1993). Distinguishing Optimisme from Neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): A reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, *67*(6), pp. 1063–1078. <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.67.6.1063>.
- Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (2001). Optimisme, pessimism, and psychological well-being. In E. C. Chang (Ed.), *Optimisme & pessimism: Implications for theory, research, and practice*, pp. 189–216. Washington, DC: American Psychological Association.
- Segerstrom, S.C., & Solberg Nes, L. (2006). When Goals Conflict But People Prosper: The Case of Dispositional Optimisme. *Journal of Research in Personality*, *40*, pp. 675–693.
- Seligman, M.E.P. (1991). *Learned Optimisme: How to Change Your Mind and Your Life*. NY: Pocket Books.
- Seligman, M. E. P. (1995). *The Optimistic Child*. Boston-New York: Houghton Mifflin Company.
- Seligman, M. E. P. (2008). *Menginstal optimisme*. Bandung: Momentum.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, *13*(2), pp. 257–279. Retrieved from: [http://dx.doi.org/10.1016/S10-534822\(03\)00017-2](http://dx.doi.org/10.1016/S10-534822(03)00017-2).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0 untuk hubungan non liner dalam penelitian sosial dan bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Siagian, C. M. (2011). *Pengaruh Motif Berprestasi Terhadap Kecenderungan Berusaha Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Sumatera Utara*. Retrieved from <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/23570>.
- Silvia, P. J. (2006). *Exploring the psychology of interest*. Oxford: Oxford University Press.
- Siregar, S.S. (2012). *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sobel, R.S. (2008). "Entrepreneurship" the concise encyclopedia of economics, *Library of Economics and Liberty*, Retrieved from: <http://www.econlib.org/library/Enc/Entrepreneurship.html>.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulistiyowati, E. (2012). *Implementasi Kurikulum Pendidikan Karakter*. Yogyakarta: Citra Aji Parama.
- Tujuh Kegagalan Bisnis dan Startup (Bukan Karena Ide!). (2017, May 15). Retrieved August 28, 2018, from <https://www.hitsss.com/7-alasan-kegagalan-bisnis-dan-startup-bukan-karena-ide/>.
- Van Stel, A., Carree, M. & Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics*, *24*(3), pp. 311–321, <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-005-1996-6>.
- Waspada, I. (2004). *Sukses usaha sukses profit*. Media Komunikasi dan Informasi Pengabdian kepada Masyarakat. Retrieved from: http://jurnal.upi.edu/file/Ika_P.pdf.
- Winardi. (2003). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: CV. Kencana.