

INISIATIF DIRI SEBAGAI KOTAK HITAM PENGHUBUNG PERILAKU BERWIRAUSAHA MAHASISWA

Oleh:

Wiwit Waluyo¹⁾, Pramono Hari Adi²⁾

E-mail: wiwitwaluyo2020@gmail.com

¹⁾ Mahasiswa Program Magister Sains Universitas Jenderal Soedirman

²⁾ Dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman

ABSTRACT

University has important role in resulting entrepreneur. Student is one of the entrepreneur resources. The key factor of entrepreneur intention was the self-initiative on every student. The self-initiative was the black box that determine as missing link on developing entrepreneur behaviour. Student has high entrepreneur intention, but sometimes it is disappeared when they face the reality life. Student prefers working as employee than implementing their entrepreneur intention. Student should be more proactive in order improving their entrepreneur intention. Realizing that student has self-initiative would improve student identity, and this is also the missing link why student did not has their entrepreneur intention change into entrepreneur behaviour.

Keywords: *Entrepreneur, self-initiative, proactive, identity, student.*

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan sebuah ide yang telah menyebar luas terutama di kalangan kaum muda. Mahasiswa sebagai bagian kaum muda, memiliki tempat khusus dalam pengembangan wirausaha. Sebagian besar ajang kompetisi wirausaha muda diperuntukkan dan dimenangkan oleh mahasiswa atau mantan mahasiswa. Posisi strategis mahasiswa dalam kewirausahaan dapat terlihat dalam sifatnya sebagai pekerja keras, penuh semangat, mampu bekerja cerdas serta berpengetahuan luas. Modal inilah yang diharapkan mampu menggerakkan wirausaha menjadi gaya hidup mahasiswa, tidak hanya sebagai tren musiman.

Deputi Bidang Restrukturisasi dan Pengembangan Usaha Kementerian Koperasi dan UKM, Chairul Djahhari menyebutkan, jumlah pengusaha di Indonesia hanya sekitar 1,26 persen. Sebuah negara bisa berkembang bila jumlah pengusahanya minimal 2 persen. Jauh tertinggal dari Singapura 7 persen dan Malaysia yang mencapai 4 persen jumlah penduduknya (Sindonews.com, 19/9/2013). Untuk mencapai jumlah ideal, dibutuhkan tambahan sekitar 4,18 juta wirausaha. Para wirausahawan inilah yang mampu bertahan dan menggerakkan roda perekonomian saat Indonesia mengalami krisis. Mahasiswa Indonesia sangat berpeluang mengisi kekosongan ini, sekaligus mengembangkan menjadi pengusaha besar. Sejauh mana potensi mahasiswa dalam berwirausaha, menjadi kajian dalam tulisan ini.

Peran perguruan tinggi salah satunya yakni meningkatkan jumlah dengan mencetak lulusan yang memiliki jiwa wirausaha. Beberapa peneliti telah melihat kewirausahaan sebagai

perilaku bawaan (Thompson, 1999) namun banyak pula yang percaya bahwa wirausaha merupakan sikap yang bisa dipelajari (Misalnya Robinson dan Hayes, 1991; Solomon *et al.*, 2002). Selanjutnya, wirausaha diharapkan menjadi identitas bagi mahasiswa. Identitas kewirausahaan ini dapat dibuat dan kembali dibuat sebagai sebuah proses berkelanjutan dari individu (Giddens, 1991), membentuk sebuah kerangka kerja negosiasi sosial melalui menggambarkan kesamaan dan perbedaan (Jenkins, 1996).

Identitas kewirausahaan menurut penulis dapat mengarahkan mahasiswa untuk berinisiatif menjadi wirausaha. Goffman (1959) menerangkan bahwa berpengaruh dalam mengembangkan lini berpikir, menempatkan penekanan pada peran yang tepat. Sedangkan Schumpeter (2002) menggambarkan sebagai "kehendak ekspresi energik" pada individu yang akan "menciptakan sesuatu yang baru dan menghancurkan hal yang lama. Jadi inisiatif wirausaha dipandang sebagai suatu kegiatan yang terkait dengan pertumbuhan dan perkembangan pribadi yang berasal dari praktek-praktek inisiatif. Selanjutnya inisiatif wirausaha diharapkan mampu mengelola sumber daya menjadi "organisme produktif" (Schumpeter, 2004).

Pengembangan inisiatif wirausaha mahasiswa akan terwujud ketika terdapat pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat atau sikap terhadap kewirausahaan. Kajian terhadap niat kewirausahaan ini penting karena niat adalah prediktor terhadap tindakan kewirausahaan (Krueger dkk., 2000). Banyak peneliti telah melakukan pengkajian tentang niat kewirausahaan. Teori perilaku terencana (TPB) (Ajzen, 1991), pada gilirannya, mungkin pendekatan yang paling banyak digunakan dalam studi niat kewirausahaan (Kolvereid, 1996; Alexei dan Kolvereid, 1999; Autio *et al.* 2001; Krueger dkk, 2000; Lin ~ AN, 2004; Moriano, 2005; Summers, 2000; Van Gelderen *et al.*, 2006), bahkan jika itu tidak difokuskan secara khusus pada perilaku kewirausahaan tetapi dalam semua jenis perilaku. Apabila dibandingkan dengan individu tanpa pendidikan universitas, mahasiswa mempunyai niat wirausaha dan lebih berpeluang untuk menjadi wirausaha yang memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan kewirausahaan (Robinson dan Sexton, 1994).

Secara umum, niat diasumsikan mempengaruhi perilaku serta berguna dalam memahami individu mahasiswa dalam kewirausahaan dan karir (Krueger dkk., 2000). Niat berfungsi untuk menangkap faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku. Semakin kuat niat semakin kuat pula keterlibatan dalam perilaku. Sosok wirausaha, menurut perspektif David C. McClelland (1961) dalam karyanya *The Achieving Society*, mengilhami pendekatan psikologis terhadap studi kewirausahaan melalui pencarian khas karakteristik psikologis dan kepribadian. Demikian pula Robinson *et al.* (1991), mulai menekankan pentingnya sikap dalam perilaku kewirausahaan atas ciri-ciri kepribadian.

Kepribadian proaktif sangat mendukung perilaku wirausaha. Bateman dan Crant (1993) mendefinisikannya sebagai kepribadian yang membangun identitas, berbeda dengan orang lain sertamampu mengambil tindakan untuk mempengaruhi lingkungan mereka. Perilaku proaktif dapat melakukan pendekatan yang dinamis terhadap pekerjaan (Frese dkk, 1996.; Parker, 2000). Efeknya telah ditemukan pada level individu seperti prestasi kerja (misalnya Ashford dan Northcraft, 1992; Crant, 1995), adaptasi pendatang baru (misalnya Chan dan Schmitt, 2000), pribadi inisiatif (Frese dkk., 1996) dan terkait erat dengan orientasi peran fleksibel (Parker *et al.*, 1997).

Sekian lama Schumpeter (1943), telah meneliti bahwa perubahan ekonomi yang efektif berasal dari dalam dan bahwa kehidupan ekonomi ditentukan oleh inisiatif diri. Pribadi inisiatif diharapkan memunculkan inisiatif kewirausahaan sebelum menjadi pelaku

wirausaha. Memahami apa penyebab perilaku kewirausahaan tetap menjadi salah satu pertanyaan yang paling penting yang diajukan dalam penelitian. Atau mungkinkah terdapat variabel yang menghantarkan antar niat hingga terbentuknya perilaku wirausaha.

Niat Wirausaha

Niat kewirausahaan didefinisikan sebagai keterlibatan atau niat seseorang untuk memulai usaha bisnis (Krueger dan Carsrud, 1993). Niat wirausaha juga dipandang sebagai suatu proses mental yang mengorientasikan perencanaan dan pelaksanaan rencana bisnis (Gupta et. all, 2008). Model niat wirausaha dalam konteks ini, berfungsi untuk memahami proses kewirausahaan sebagaimana mereka mendahului setiap upaya dalam perilaku kewirausahaan dan niat ini dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berbeda. Banyak peneliti telah melakukan pengkajian tentang niat kewirausahaan. Dua model utama niat kewirausahaan telah muncul dalam literatur yaitu: teori kewirausahaan (Shapiro dan Sokol, 1982) dan teori perilaku terencana (Ajzen, 1991).

Berkenaan dengan Shapiro dan Sokol (1982), meskipun mereka tidak mengusulkan modelnya sebagai kajian berbasis niat, namun banyak peneliti mengambilnya sebagai salah satu literatur sering digunakan (Kuehn, 2008). Shapiro Event Entrepreneur (SEE) Model, niat kewirausahaan bergantung pada tiga unsur: rasa keinginan, kecenderungan untuk bertindak, dan rasa kelayakan (Shapiro, 1982). Rasa keinginan didefinisikan sebagai daya tarik pribadi memulai bisnis, kelayakan dianggap dipahami sebagai keyakinan seseorang dalam mereka kemampuan untuk memulai bisnis (Krueger dkk, 2000.), dan, kecenderungan untuk bertindak mengacu pada seseorang disposisi untuk bertindak tegas ketika dihadapkan dengan kesempatan (Nabi et al., 2010).

Teori perilaku terencana/Planned Behaviour theory Ajzen (1991), berfokus pada sikap sebagai prediktor terbaik dari niat. Tiga faktor TPB digunakan untuk memprediksi kewirausahaan adalah sikap terhadap tindakan, norma-norma sosial dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap terhadap tindakan dapat disejajarkan dengan keinginan, perasaan atas kontrol perilaku mendekati rasa kelayakan (Autio et al., 2001). Teori ini menyatakan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niatnya, yang dikondisikan pada waktu yang sama oleh sikap terhadap perilaku dan norma subyektif. Sikap mengacu pada sejauh mana seseorang mempertimbangkan perilaku sebagai menguntungkan, dan terdiri oleh kedua elemen kognitif dan afektif yang dialami oleh individu sepanjang hidupnya. Norma subyektif, berkaitan dengan persepsi individu tentang pendapat/opini lingkungan sosial berkaitan dengan perilaku, sehingga peran penting terdapat pada keluarga dan teman-teman.

Sedangkan menurut Nabi (2010), untuk mendorong niat wirausaha di kalangan mahasiswa dapat terlihat dari besarnya inisiatif berwirausaha. Adapun asumsi yang mendasari ketentuan ini. Asumsi pertama adalah bahwa niat kewirausahaan yang dipelajari. Harris dan Gibson (2008), misalnya, berpendapat bahwa sikap yang mendukung niat kewirausahaan dapat diukur dan berubah, sehingga memungkinkan untuk kemungkinan mengubah sikap dan membentuk melalui paparan program pendidikan. Asumsi kedua adalah bahwa intensionalitas diterjemahkan menjadi perilaku kewirausahaan. Asumsi ketiga adalah bahwa pendidikan dan pelatihan menghasilkan peningkatan kemampuan wirausaha selanjutnya mampu meningkatkan kemungkinan keberhasilan wirausaha. Oleh karena itu berbagai inisiatif yang ada yang dirancang untuk membekali mahasiswa dan lulusan dengan keterampilan untuk menghasilkan dan mengembangkan ide wirausaha. Ada beberapa bukti untuk mendukung asumsi pertama, yaitu bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran positif untuk bermain pada

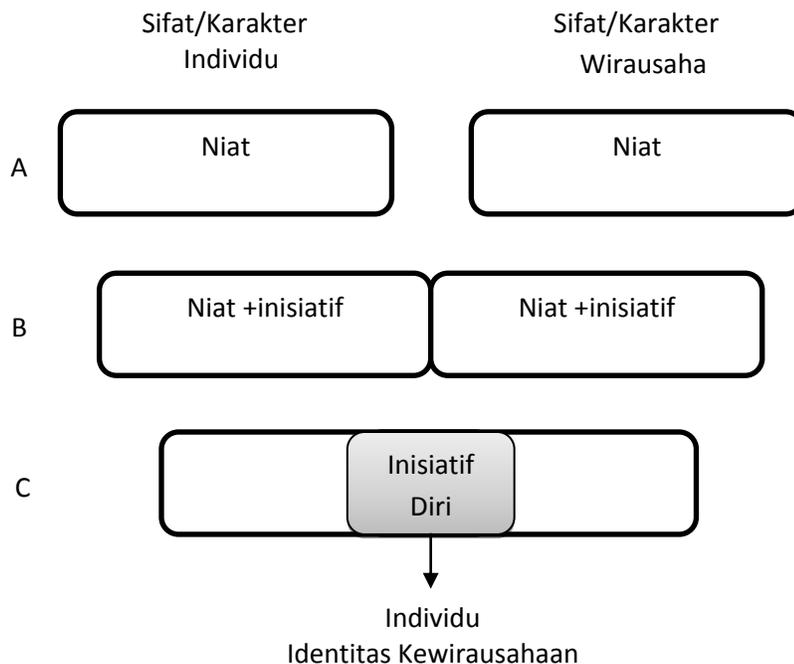
intensionalitas kewirausahaan mahasiswa (Pittaway dan Cope, 2007). Asumsi kedua dan ketiga secara empiris belum terbukti kuat dalam mendukung wirausaha.

Berdasarkan studi terhadap dari 35 calon wirausahawan selama periode tiga tahun, Henry dkk.(2003), menyimpulkan bahwa program pendidikan dan pelatihan dapat menjadi efektif dan menghasilkan manfaat yang signifikan bagi calon wirausahawan. Penelitian tersebut merupakan suatu pengecualian. Dampak pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi telah dipertanyakan, khususnya yang berkaitan dengan dampak pada transisi dari intensionalitas perilaku kewirausahaan atau keberhasilan wirausaha (misalnya Galloway dan Brown, 2002; Pittaway dan Cope, 2007). Bahkan Hannon et al. (2005) mengungkapkan "kebingungan tentang tujuan dan dampak dari pendidikan kewirausahaan.

Identitas Kewirausahaan Mahasiswa

Penelitian tentang faktor yang mempengaruhi niat untuk memulai wirausaha telah berkonsentrasi pada pendekatan yang berbeda. Dalam pendekatan fungsional (Baumol, 1993) wirausahawan digambarkan sebagai inovator dan dalam pendekatan psikologis (McClelland, 1961) didefinisikan oleh kepribadiannya, motivasi dan perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa faktor sifat/karakter individu tidak mutlak menjadi syarat sebagai anteseden dari perilaku wirausaha. David C. McClelland (1961) juga mengilhami pendekatan psikologis terhadap studi kewirausahaan melalui pencarian khas karakteristik psikologis dan kepribadian wirausaha dalam rangka untuk menentukan profil standar wirausahawan.

Proses terbentuknya identitas kewirausahaan dapat terlihat pada gambar 1. Setiap individu mempunyai sifat/karakter yang beragam. Menjadi wirausahawan juga membutuhkan karakter tertentu. Gambar 1A menunjukkan bahwa antara sifat/karakter pribadi dengan kebutuhan karakter wirausaha cenderung masih jauh atau tidak ada kesesuaian. Sebagai contoh, wirausaha membutuhkan karakter ulet dan pantang menyerah namun karakter pribadinya pemalas. Selanjutnya gambar 1B menunjukkan adanya kedekatan/kemiripan karakter keduanya. Sebagai contoh, sifat/karakter pribadi memang pekerja keras, ulet dan pantang menyerah namun tujuannya adalah agar individu mahasiswa mendapatkan nilai yang terbaik serta cepat lulus, bukan tujuan kewirausahaan. Sedangkan gambar 1C, menunjukkan adanya irisan/kesesuaian karakter antara individu dengan tujuan wirausaha. Bahwa sifat/karakter yang dimiliki individu memang dikembangkan untuk pembangunan kewirausahaan.



Gambar 1. Proses pembentukan identitas kewirausahaan

Identitas kewirausahaan merupakan elemen penting dalam proses wirausaha. Tidak diragukan lagi, identitas adalah sebuah konsep diperebutkan dalam literatur akademik (Jenkins, 1996) namun, perdebatan dalam filsafat (Foucault, 1982; Taylor, 1989; Dennett, 1993), sosiologi (Giddens, 1991; Jenkins, 1996), dan sosial psikologi (Lewis, 2003; Harre dan Gillet, 1994), telah mengakibatkan muncul konsensus bahwa identitas tidak terletak dalam kepribadian individu, tetapi merupakan hasil interaksi antara individu, masyarakat dan budaya. Pandangan ini memberikan gagasan tentang identitas sebagai proses menjadi (Giddens, 1991), identitas individu dinegosiasikan melalui interaksi dengan lingkungan budaya sekitar (Jenkins, 1996). Oleh karena itu, dikatakan bahwa identitas berkaitan dengan bentuk-bentuk sosial dan budaya, namun tidak ditentukan oleh mereka (Goffman, 1959; Holland et al, 1998;. Lash, 1999;. Creed et al, 2002). Dengan demikian, identitas diri dapat dibuat dan kembali dibuat sebagai sebuah proyek berkelanjutan dari diri (Giddens, 1991), membentuk sebuah kerangka kerja negosiasi sosial melalui menggambarkan kesamaan dan perbedaan (Jenkins, 1996).

Proaktif Mewujudkan Inisiatif Wirausaha

Menurut Oxford dictionaries, yang dimaksud dengan *initiative* adalah kesempatan untuk bertindak atau mengambil alih sebelum orang lain. Inisiatif wirausaha dipandang sebagai suatu kegiatan yang terkait dengan pertumbuhan dan perkembangan pribadi yang berasal dari praktek-praktek inisiatif. Selanjutnya inisiatif wirausaha diharapkan mampu mengelola sumber daya menjadi "organisme produktif" (Schumpeter, 2004). Hal ini diawali dengan adanya perubahan mendasar yang ditentukan oleh inisiatif diri (Schumpeter, 1943). Schumpeter menunjukkan bahwa ada perbedaan antara perubahan yang akan datang dari

dalam (disebut sebagai inovasi atau pengembangan) dan mengubah berasal dari faktor eksternal (disebut sebagai adaptasi atau perluasan).

Selanjutnya Schumpeter (2002) menggambarkan perpaduan keduanya sebagai "ekspresi kehendak energik" yang ditemukan dalam "individu" serta dapat "menciptakan sesuatu yang baru dan menghancurkan hal yang lama". Kehendak energik terwujud ketika orang menciptakan sesuatu melalui usaha mereka sendiri. Penerapan pada individu kewirausahaan bahwa teori ini menggambarkan usaha individu untuk membentuk suatu tatanan pribadi baru, mampu memicu pengembangan pribadi, yang berpuncak pada pembentukan identitas seseorang. Jika demikian, berarti bahwa individu kewirausahaan berubah melalui inisiatif pribadi dan keinginan pribadi yang datang dari dalam, dan menggunakan sumber daya pribadi.

Ciri-ciri kepribadian tersebut sesuai dengan kepribadian proaktif. Bateman dan Crant (1993) mendefinisikan sebagai membangun identitas, mengambil tindakan untuk mempengaruhi lingkungan mereka. Dengan kata lain bahwa pribadi proaktif mengambil inisiatif untuk menciptakan perubahan. Selain itu, Bateman dan Crant (1993) menunjukkan bahwa proaktif berbeda dari kesadaran diri, kebutuhan berprestasi, dan kebutuhan untuk dominasi. Peneliti telah mencoba untuk mengkaji kepribadian atau mencari sifat lain yang terkait dengan kewirausahaan, mencatat bahwa sifat-sifat saja tidak bisa menjelaskan mengapa orang terlibat dalam kewirausahaan atau apakah mereka akan sukses melakukannya. Gartner (1988) mempertanyakan apakah bisa menemukan prediktor kewirausahaan tingkat individu? Selanjutnya menyatakan bahwa sifat-sifat individu terlalu sederhana untuk menjelaskan fenomena kewirausahaan.

Krueger dan Carsrud (1993) mendesak para peneliti untuk mempertimbangkan "kecenderungan untuk bertindak" dalam eksplorasi mereka. Mengapa dan bagaimana orang memilih untuk berwirausaha. Selain itu, Seibert et al. (2001) menemukan bahwa kepribadian proaktif berhubungan positif dengan inovasi dalam pekerjaan, menerapkan ide-ide baru di tempat kerja. Di samping itu individu proaktif terlibat dalam inovasi, berkonsentrasi pada solusi dan bekerja untuk mengembangkan dan menerapkan ide-ide mereka sendiri.

Kewirausahaan dapat didefinisikan sebagai transformasi inovasi menjadi produk baru, jasa, atau bisnis untuk mengambil keuntungan dari peluang pasar (McGuire, 2003). Kewirausahaan menyiratkan pengakuan dan merebut peluang, baik berinovasi atau mengembangkan inovasi orang lain, sekaligus mengkonversi peluang menjadi ide-ide berharga dengan menambahkan waktu, tenaga, uang, keterampilan, serta dengan asumsi risiko yang terkait dengan kesempatan (Fiet, 2002; Jones dan Butler, 1992; Kuratko dan Hodgetts, 1998). Oleh karena itu wirausahawan harus mengenali peluang dan kemudian mengembangkannya secara kreatif.

Kepribadian proaktif sangat mendukung perilaku wirausaha. Bateman dan Crant (1993) mendefinisikannya sebagai kepribadian yang membangun identitas, berbeda dengan orang lain serta mampu mengambil tindakan untuk mempengaruhi lingkungan mereka. Perilaku proaktif dapat melakukan pendekatan yang dinamis terhadap pekerjaan (Frese dkk, 1996.; Parker, 2000). Efeknya telah ditemukan pada level individu seperti prestasi kerja (misalnya Ashford dan Northcraft, 1992; Crant, 1995), adaptasi pendatang baru (misalnya Chan dan Schmitt, 2000), pribadi inisiatif (Frese dkk., 1996).

KESIMPULAN

Berdasar uraian diatas, penulis berusaha untuk merekonstruksi variabel lain yang memprediksi perilaku kewirausahaan. Inisiatif wirausaha menjadi variabel hasil dari niat wirausaha dan menjadi anteseden dari perilaku kewirausahaan. Sedangkan komponen yang membangun inisiatif wirausaha adalah identitas kewirausahaan serta kepribadian proaktif. Studi ini memberikan ilustrasi bahwa dalam membangun perilaku berwirausaha dibutuhkan proses yang selama ini seringkali dilupakan sehingga menjadi rantai yang terputus antara niat dan perilaku, rantai penghubung tersebut adalah inisiatif diri yang akan mewujudkan identitas kewirausahaan pada diri mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991), "Teori perilaku terencana", Perilaku Organisasi dan Proses Keputusan Manusia, Vol. 50 No 2, hlm 179-211.
- Ashford, S.J. and Northcraft, G.B. (1992), "Conveying more (or less) than we realize: the role of impression management in feedback-seeking", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 53 No. 3, pp. 310-34.
- Autio, E., Keeley, R., Klofsten, M., Parker, G. and Hay, M. (2001), "Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA", *Enterprise and Innovation Management Studies*, Vol. 2 No. 2, pp. 145-60.
- Bateman, T.S. and Crant, J.M. (1993), "The proactive component of organizational behavior", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 14, pp. 103-18.
- Bateman, T.S. and Crant, J.M. (1999), "Proactive behavior: meanings, impact, and recommendations", *Business Horizons*, Vol. 42 No. 3, pp. 63-70.
- Baumol, W.J. (2004), "Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine", *Small Business Economics*, Vol. 23 No. 1, pp. 9-21.
- Chan, D. and Schmitt, N. (2000), "Interindividual differences in intraindividual changes in proactivity during organizational entry: a latent growth modeling approach to understanding newcomer adaptation", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 85 No. 2, pp. 190-210.
- Crant, M.J. (1996), "The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions", *Journal of Small Business Management*, Vol. 34 No. 3, pp. 42-9.
- Crant, M.J. (2000), "Proactive behavior in organizations", *Journal of Management*, Vol. 26 No. 3, pp. 435-62.
- Creed, W.E.D., Scully, M. and Austin, J.R. (2002), "Clothes make the person? The tailoring of legitimating accounts and the social construction of identity", *Organizational Science*, Vol. 13 No. 5, pp. 475-96.
- Dennett, D.C. (1993), *Consciousness Explained*, Penguin, London.

- Fiet, J.O. (2002), *The Systematic Search for Entrepreneurial Discoveries*, Quorum Books, Westport, CT.
- Foucault, M. (1982), "The subject and power", in Dreyfus, H.L. and Rabinow, P. (Eds), *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*, Harvester Press, Hemel Hempstead.
- Frese, M., Kring, W., Soose, A. and Zempel, J. (1996), "Personal initiative at work: differences between East and West Germany", *Academy of Management Journal*, Vol. 39 No. 1, pp. 37-63.
- Galloway, L. and Brown, W. (2002), "Entrepreneurship education at university: a driver in the creation of high growth firms", *Education þ Training*, Vol. 44 Nos 8/9, pp. 398-405.
- Gartner, W.B. (1988), "'Who is an entrepreneur?' is the wrong question", *American Journal of Small Business*, Vol. 12 No. 4, pp. 11-32.
- Giddens, A. (1991), *Modernitas dan Identitas Diri: Self dan Masyarakat di Akhir Zaman Modern*, Polity Press, Cambridge.
- Goffman, E. (1959), *Presentasi Diri dalam Kehidupan Sehari-hari*, Pelican Books, Harmondsworth.
- Gupta, V.K., Turban, D.B. and Bhawe, N.M. (2008), "The effect of gender stereotype activation on entrepreneurial intentions", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 93 No. 5, pp. 1053-1061.
- Hannon, P.D., Collins, L.A. and Smith, A.J. (2005), "Exploring graduate entrepreneurship: a collaborative co-learning based approach for student entrepreneurs and educators", *Industry & Higher Education*, Vol. 19 No. 1, pp. 11-24.
- Harre, R. and Gillett, G. (1994), *The Discursive Mind*, Sage, London.
- Harris, M.L. and Gibson, S.G. (2008), "Examining the entrepreneurial attitudes of US businessstudents", *Education þ Training*, Vol. 50 No. 7, pp. 568-81.
- Henry, C., Hill, F. and Leitch, C. (2003), *Entrepreneurship Education and Training*, Ashgate, maldershot.
- Holland, D.W., Lachicotte, D., Skinner, D. and Cain, C. (1998), *Identity and Agency in Cultural Worlds*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Jenkins, R. (1996), *Identitas Sosial*, Routledge, London.
- Jones, G.R. and Butler, J.E. (1992), "Managing internal corporate entrepreneurship: an agency theory perspective", *Journal of Management*, Vol. 18 No. 4, pp. 733-49.
- Krueger, NF dan Carsrud, AL (1993), "niat Wirausaha: menerapkan teori perilaku terencana ", *Kewirausahaan & Pembangunan Daerah*, Vol. 5 No 4, hal 315-330.
- Krueger, N.F. (1993), "The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability", *Entrepreneurship: Theory & Practice*, Vol. 18 No. 1, pp. 5-21.

- Krueger, N.F. and Brazeal, D.V. (1994), "Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 19 No. 3, pp. 91-104.
- Krueger, NF, Reilly, MD dan Carsrud, AL (2000), "Model Bersaing kewirausahaan niat ", *Jurnal Bisnis Mengawali*, Vol. 15 Nos 5-6, hlm 411-432.
- Krueger, N.F., Reilly, M.D.R. and Carsrud, A.L. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, pp. 411-32
- Kuratko, D.F. and Hodgetts, R.M. (1998), *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, Orlando, FL.
- Lash, S. (1999), *Another Modernity; a Different Rationality*, Blackwell, Oxford.
- Lewis, Y. (2003), "The self as a moral concept", *The British Journal of Social Psychology*, Vol. 42, pp. 225-37.
- McClelland, D.C. (1961), *The Achieving Society*, D. Van Nostrand Company, Princeton, NJ.
- McGuire, S. (2003), "Entrepreneurial organizational culture: construct definition and instrument development and validation", Publication No. AAT 3115858, PhD dissertation, The George Washington University, Washington, DC.
- McGuire, S. (2009), "Country effects and cultural values as antecedents of three types of entrepreneurial intent", presentation to the Academy of International Business 2009 Conference, San Diego, CA, June 27-30.
- Nabi, G., Holden, R. dan Walmsley, A. (2010), "niat Wirausaha di kalangan siswa: menuju agenda penelitian ulang fokus ", *Jurnal Bisnis Kecil dan Enterprise Pembangunan*, Vol. 17 No 4, hal 537-551.
- Parker, S.K. (2000), "From passive to proactive motivation: the importance of flexible role orientations and role breadth self-efficacy", *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 49, pp. 447-69.
- Pittaway, L. and Cope, J. (2007), "Entrepreneurship education – a systematic review of the evidence", *International Small Business Journal*, Vol. 25 No. 5, pp. 479-510.
- Robinson, P. dan Hayes, M. (1991), "Kewirausahaan pendidikan di universitas besar Amerika", *Kewirausahaan Teori & Praktek*, Vol. 15 No 3, hal 41-52.
- Shapiro, A. (1982), "Social dimensions of entrepreneurship", in Kent, C., Sexton, D. and Vesper, K. (Eds), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 72-90.
- Schumpeter, JA (1943), *Kapitalisme, Sosialisme, dan Demokrasi*, Allen & Unwin, London.
- Schumpeter, JA (2002), "terjemahan Baru: *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*",
- Schumpeter, JA (2003), "Teori pembangunan ekonomi", di Backhaus, J. (ed.), *Joseph Alois Schumpeter*, Kluwer, Boston, MA, hlm 61-116.
- Schumpeter, JA (2004), "Teori ekonomi dan sejarah kewirausahaan", di Clemence, RV (ed.), *Esai tentang Kewirausahaan, Inovasi, Siklus Bisnis, dan Evolusi Kapitalisme*, 7th ed., Transaksi Penerbit, New Brunswick, NJ, hlm 254-72.

Seibert, S.E., Kraimer, M.L. and Crant, J.M. (2001), "What do proactive people do? A longitudinal model linking proactive personality and career success", *Personnel Psychology*, Vol. 54 No. 4, pp. 845-74.

Sindonews.com, 19/9/2013. Jumlah pengusaha di Indonesia hanya 1,25 persen

Solomon, GT, Duffy, S. dan Tarabishy, A. (2002), "Keadaan pendidikan kewirausahaan di Amerika Serikat: survei nasional dan analisis ", *International Journal of Pendidikan Kewirausahaan*, Vol. 1 No 1, hlm 65-86.

Taylor, C. (1989), *Sources of the Self: The Making of the Modern Identity*, Harvard University Press, Cambridge, MA.

Thompson, J. (1999), "Dunia pengusaha - perspektif baru", *Journal of Workplace* Vol. 11 No 6, hlm 209-224.