

# Pengaruh *internal locus of control* terhadap intensi kewirausahaan pada orang Jawa



ISSN 2807-8764  
http://ejournal.umm.ac.id  
2021, Vol 1(2):50-55  
DOI:10.22219/pjssp.v1i2.18189  
©The Author(s) 2021  
© 4.0 International license

Moh. Sarifudin S. Auna<sup>1</sup>

## Abstract

Cultural influence on entrepreneurship has been an ongoing scientific interest for more than three decades. Indonesia as a multi-cultural country needs to internalize local values in entrepreneurship. One of the internal factors of individuals associated with local values is the internal locus of control in influencing the entrepreneurial intentions possessed by the Javanese. This research examines the influence of culture in entrepreneurship that has not been explored much by psychology research in the field of entrepreneurship. The purpose of this study tested the internal influence of locus of control on entrepreneurial intentions on Javanese. The research method uses a quantitative approach with ex-post facto design, the sample in the study as many as 66 respondents with incidental sampling techniques, instruments used internal locus of control and entrepreneurial intentions, data analysis used is linear regression analysis with a significance level of 0.05. The results of the hypothesis test showed the internal locus of control significantly affected the entrepreneurial intention with a value of  $p < 0.117$ .

## Keywords

internal locus of control, entrepreneurial intention, cultural, Javanese

## Pendahuluan

Pesatnya perkembangan ekonomi di era globalisasi yang bersamaan dengan padatnya jumlah penduduk menyebabkan persaingan untuk mendapat pekerjaan semakin ketat sehingga menimbulkan banyak pengangguran (Susanto, 2017). Di negara-negara yang sedang berkembang, pemerintah melihat kewirausahaan sebagai cara untuk merangsang pembangunan ekonomi dan mengatasi tantangan ekonomi dan sosial yang serius (Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Hal tersebut dianggap dapat memacu inovasi dan kemajuan teknologi, menimbulkan persaingan, dan menciptakan lapangan kerja, yang mengarah pada pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran nasional (Holmgren & From, 2005). Selain itu, kewirausahaan memberi dampak pada pribadi seperti dapat memfokuskan karir mereka pada motivasi pribadi terkait dengan kebutuhan untuk perubahan, kebebasan pribadi, tantangan, mengembangkan proyek sendiri, mengambil risiko untuk mendapatkan keunggulan pribadi, peningkatan kepuasan hidup, kesejahteraan ekonomi (Zbierowski, 2015; Matlay, 2005), dan meningkatkan kekayaan rumah tangga (Carter, 2011).

Besarnya jumlah pelaku wirausaha di Amerika Serikat menjadi penyumbang terbesar kemajuan ekonomi mereka, termasuk penciptaan lapangan kerja yang sangat tinggi (Decker et.al., 2014). Di Asia Tenggara, dukungan yang sama akan kewirausahaan juga terjadi. Anthony (2015) menyatakan bagaimana Singapura berupaya keras untuk

menjadi pusat pertumbuhan kewirausahaan di Asia Tenggara. Di Indonesia, pertumbuhan kewirausahaan masih rendah. Sejumlah data menyebutkan jumlah wirausaha di Indonesia masih jauh di bawah angka ideal (Kementerian Perindustrian, 2012; Riyanti, 2010) (Kementerian Perindustrian, 2012; Riyanti, 2014). Hatta Rajasa, mantan Menteri Koordinator Perekonomian, menyatakan jumlah wirausahawan di Indonesia masih di kisaran 1%, dari target 2% jumlah penduduk Indonesia, yang artinya Indonesia masih membutuhkan sekitar 4 juta wirausahawan baru (Margianto, 2012).

Banyak faktor yang mempengaruhi rendahnya wirausaha, seperti dipengaruhi oleh kehidupan sosial dan budaya. Budaya mempunyai peranan penting dalam membentuk pola pikir dalam masyarakat. Riyanti (2010) menyatakan bahwa sedikitnya jumlah wirausahawan di Indonesia disebabkan oleh tiga hal. Pertama, pola pikir masyarakat Indonesia yang lebih senang menjadi pegawai karena memberikan rasa aman. Kedua, pola pikir agraris yang lebih bergantung pada lingkungan dan alam sekitar, yang tidak sejalan dengan kewirausahaan yang mengedepankan kompetensi dan kreativitas individu. Ketiga, dimensi budaya

<sup>1</sup> Universitas Nahdlatul Ulama Gorontalo

## Korespondensi:

Moh. Sarifudin S. Auna, Psikologi, Universitas Nahdlatul Ulama Gorontalo  
Email: sarif.aunacenter@gmail.com

bangsa Indonesia yang kurang mendukung kewirausahaan antara lain *power distance* yang tinggi, *uncertainty avoidance* yang rendah, dan semangat kolektivistik (Riyanti, 2010).

Pengaruh budaya pada kewirausahaan telah menjadi minat ilmiah yang berkelanjutan selama lebih dari tiga decade (Guiso et.al., 2006). Para peneliti telah mengeksplorasi pengaruh budaya nasional, regional, dan organisasi terhadap penciptaan kekayaan melalui penciptaan usaha baru, inovasi, dan pengambilan risiko. Budaya digunakan untuk merujuk pada seperangkat nilai-nilai abadi dari suatu bangsa, wilayah, atau organisasi (George & Zahra, 2002). Sejumlah literatur juga menemukan bahwa setiap budaya memiliki nilai-nilai kearifan lokal terkait kewirausahaan. Salah satunya terdapat pada orang Jawa. Orang Jawa adalah orang-orang yang berasal dari garis keturunan Jawa, tinggal dalam ruang lingkup budaya Jawa, mengidentifikasi dirinya sebagai orang Jawa, serta dianggap demikian oleh lingkungannya (Panggabean, 2002).

Indonesia sebagai negara multi budaya yang sedang berkembang dan mengikuti arus pasar bebas, maka perlu adanya banyak generasi yang menekuni bidang kewirausahaan yaitu dengan upaya menumbuhkan intensi kewirausahaan (Adnyana & Purnami, 2016). Pemerintah Indonesia telah membuat program kewirausahaan ditujukan bagi semua masyarakat secara seragam tanpa mempertimbangkan keunikan masing-masing etnis budaya yang ada di Indonesia. Program ini diberi nama Gerakan Kewirausahaan Nasional yang bertujuan mencetak wirausaha-wirausaha baru. Gerakan tersebut merupakan program lintas kementerian berupa kampanye kewirausahaan, edukasi masyarakat, pelatihan, pendanaan, hingga pembinaan (Depkop, 2017).

Langkah awal untuk meningkatkan jumlah wirausaha yaitu dilakukan dengan menumbuhkan intensi sebagai wirausaha, dengan adanya intensi tersebut akan berpengaruh pada perilaku untuk berwirausaha (Maryati et.al., 2017). Intensi kewirausahaan adalah prediktor utama dan terkuat perilaku wirausaha. Selain itu, intensi berwirausaha berarti keadaan sadar pikiran yang mengarahkan perhatian ke arah karir kewirausahaan dan sarana untuk mencapainya (Mwakujonga & Sesabo, 2012). Intensi kewirausahaan menjelaskan kewirausahaan dan proses menjadi kewirausahaan, yang mengarah pada pembentukan bisnis baru dan peluang kerja (Keat et.al., 2011). Jika seseorang telah mempunyai intensi wirausaha, berarti ia mampu menciptakan lapangan pekerjaan sendiri tanpa mengandalkan orang lain atau perusahaan lain untuk mendapatkan pekerjaan lagi.

Beberapa faktor pemicu menjadi wirausaha yaitu perlu menginternalisasikan nilai-nilai wirausaha dan membangun semangat berwirausaha melalui faktor-faktor internal, eksternal dan kontekstual (Jahani & Efendy, 2017). Faktor internal berupa pengalaman sebelumnya, kepribadian, kemampuan dan faktor eksternal berupa variabel sosial, politik dan ekonomi (Bird, 1988; Rai, 2017). Penelitian kewirausahaan sebelumnya menemukan beberapa faktor internal seperti *big five model* seperti *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, dan *openness to*

*experiences* (Soumyaja & Alexander, 2016; Obschonka & Stuetzer, 2017), *passion* kewirausahaan (Bao et.al., 2017), kreativitas (Biraglia & Kadile, 2016), *self-efficacy* (Wang et.al., 2016), *locus of control* (Molino et.al., 2018). Faktor-faktor external seperti status perkawinan, dukungan keluarga dan teman, agama, dan budaya (Remeikiene et.al., 2013; Molino et.al., 2018; Kristiansen & Indarti, 2004).

Hasil penelitian Indarti & Kristiansen (2003) bahwa *locus of control* tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi kewirausahaan. Hasil penelitian lainnya menyatakan faktor-faktor utama yang memiliki dampak signifikan pada intensi kewirausahaan salah satunya adalah *locus of control* (George & Zahra, 2002; Molino et.al., 2018). Kutanis et.al. (2011) mengemukakan *locus of control* adalah keyakinan seseorang untuk mampu mengontrol peristiwa dalam kehidupan.

Gap hasil penelitian sebelumnya dipengaruhi oleh faktor budaya. Nilai-nilai lokal yang dimiliki oleh etnis tertentu sangat mempengaruhi *locus of control* terhadap intensi kewirausahaan, misalnya etnis Cina, Arab, cenderung pada eksternal, mereka memperoleh kewirausahaan secara turun temurun dari generasi sebelumnya (Sujadi & Setioningsih, 2018). Menurut Rauch & Frese (2017) bahwa faktor yang berkaitan dengan keberhasilan kewirausahaan adalah *internal locus of control*. Individu yang memiliki *locus of control*, berpikir jika dirinya mempunyai peran besar untuk mempengaruhi peristiwa yang terkait dengan kehidupan.

Karakteristik *internal locus of control* sangat terkait dengan nilai-nilai kearifan lokal orang Jawa seperti nilai-nilai profesionalitas, kerja keras, mandiri, memiliki kesabaran, ketelitian, tidak menyuap, tidak ingkar janji, dan tidak ketergantungan (Setiyadi & Putut, 2012). Nilai-nilai tersebut mengajak individu untuk giat bekerja, yang merupakan warisan leluhur, seperti pepatah Jawa yaitu "*sopo ubet ngliwet*" yang bermakna "siapa yang berusaha, maka ia akan berhasil" (Endraswara, 2005; Kriyantono, 2014). Berdasarkan uraian latar belakang, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu ada pengaruh *internal locus of control* terhadap intensi kewirausahaan pada orang Jawa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor internal yang terkait nilai-nilai kearifan orang Jawa terhadap intensi kewirausahaan. Manfaat penelitian ini untuk menambah referensi pada psikologi kewirausahaan ditinjau dari budaya.

## Metode

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimen dengan desain *ex-post facto*. Penelitian *ex-post facto* merupakan penelitian yang dilakukan pada peristiwa yang sudah terjadi, sehingga tidak perlu memanipulasi atau diberikan intervensi (Cresswell, 2014). Pendekatan survei *cross sectional* menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu *internal locus of control*

sebagai variabel bebas, intensi kewirausahaan sebagai variabel terikat.

### Subjek Penelitian

Subjek penelitian berjumlah 66 orang yang berasal dari Jawa yang berada di kota Malang. Laki-laki 18 orang, perempuan 48 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability incidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti yang dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Kriteria yang cocok sebagai sumber data yaitu orang Indonesia yang asal usulnya dari Jawa, atau memiliki garis keturunan orang Jawa dan mengidentifikasi dirinya sebagai orang Jawa.

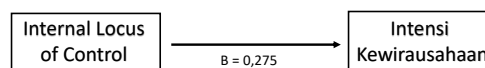
### Instrumen Penelitian

Skala Intensi kewirausahaan diukur dengan kuesioner intensi kewirausahaan yang diadopsi dari penelitian oleh Perwitasari (2017) dengan jumlah aitem 5. Pengukuran aitem menggunakan skala *likert* dengan lima pilihan jawaban, yaitu "Sangat Tidak Setuju" (1), "Tidak Setuju" (2), "Cukup" (3), "Setuju" (4), "Sangat Setuju" (5). Contoh aitem adalah "Saya memilih berwirausaha daripada bekerja pada orang lain". Tingkat sebaran datanya (*standard deviation*) sebesar 3,856. Hasil dari mean keseluruhan dari variabel ini yaitu (18,98/5) 3,79. Artinya rata-rata untuk indikator variabel intensi berwirausaha memiliki kategori tinggi. Lima aitem sudah dinyatakan valid dan dinyatakan reliabel yaitu sebesar  $\alpha$  0,941.

Skala *locus of control* diukur dengan kuesioner *internal locus of control* yang diadopsi dari penelitian oleh Afifah (2015) dengan berjumlah 5 aitem *internal locus of control*, Pengukuran aitem menggunakan skala *likert* dengan lima pilihan jawaban, Pengukuran aitem menggunakan skala *likert* dengan lima pilihan jawaban, yaitu "Sangat Tidak Setuju" (1), "Tidak Setuju" (2), "Cukup" (3), "Setuju" (4), "Sangat Setuju" (5). Contoh aitem adalah "Bisa atau tidaknya menjadi wirasusaha tergantung pada kemampuan saya". Lima aitem sudah dinyatakan valid dan dinyatakan reliabel yaitu sebesar  $\alpha$  0,823.

### Prosedur Penelitian

Pelaksanaan penelitian tahap awal terlebih dahulu melakukan proses pemilihan skala sesuai dengan tujuan penelitian yang terlampir berupa pengantar penelitian dan persetujuan menjadi responden. Proses penelitian dilakukan pada orang Jawa yang berada di kota Malang yang bertepatan bertemu dengan peneliti yang dianggap cocok sebagai responden, kemudian peneliti melakukan wawancara singkat untuk mendapatkan informasi apakah calon responden adalah orang Jawa, setelah sesuai kriteria, lalu peneliti menjelaskan tujuan penelitian yang dilakukan kepada responden yang telah bersedia mengisi kuesioner. Setelah responden mengisi kuesioner peneliti langsung mengecek kembali lembar kuesioner agar tidak ada yang



**Gambar 1.** Hubungan internal locus of control dengan intensi kewirausahaan

terlewat. Alat-alat digunakan sebagai penunjang dalam penelitian berupa pulpen, kamera.

### Analisa Data

Analisis data menggunakan analisis regresi linear (Bao et.al., 2017). Analisis data dalam penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung variabel bebas (*internal locus of control*) terhadap variabel terikat (intensi kewirausahaan). Analisis dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software SPSS (statistical program for social science) versi 21 for windows*.

### Hasil

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa *internal locus of control* tidak berpengaruh terhadap intensi kewirausahaan ( $B = 0,275; p = 0,117$ ). Hal tersebut berarti tidak ada pengaruh *internal locus of control* terhadap intensi kewirausahaan dengan nilai  $R^2=0,038$  yang artinya *internal locus of control* menjelaskan varian intensi kewirausahaan sebesar 3,8%.

### Pembahasan

Penelitian ini menemukan bahwa *internal locus of control* tidak mempengaruhi intensi kewirausahaan. Artinya walaupun orang Jawa telah memiliki *internal locus of control* tinggi dan percaya sepenuhnya dipengaruhi oleh kendali dirinya maka belum tentu dapat mendorong intensi berwirausaha. Penelitian oleh Indarti & Kristiansen (2003) dilakukan pada mahasiswa menemukan *internal locus of control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensi kewirausahaan.

Menurut (Sumartono, 2009) ciri khas orang Jawa adalah suka mengelompok. (As'ad, 2003) mengatakan orang Jawa lebih mementingkan hubungan dengan orang lain daripada percaya pada kemampuan dirinya sendiri. Orang Jawa memiliki falsafah "*mangan oran mangan asal kumpul*" yang berarti makan atau tidak bukan suatu masalah, yang penting bisa selalu bersama-sama. Hal tersebut menimbulkan ketergantungan dengan orang lain. Falsafah-falsafah orang Jawa dapat mempengaruhi pola pikir *locus for control* dan intensi dalam berwirausaha.

Menurut Kristiansen & Indarti (2004) bahwa norma-norma sosial yang berkaitan dengan *locus of control* sangat mempengaruhi intensi kewirausahaan pada masyarakat Indonesia yang kolektivistis. Faktor-faktor tersebut seperti latar belakang keluarga, modal sosial, persepsi-persepsi kontekstual (Indarti & Rostiani, 2008). dukungan keluarga

dan teman (Tong et al., 2011; Denanyoh et al., 2015; Molino et al., 2018).

Penelitian oleh Setyorini (2002) mengatakan bahwa *locus of control* orang Jawa tidak bisa dilepaskan dari lingkungan dimana ia berada. Meskipun dalam dirinya ada keyakinan bahwa ia mampu berhasil atau mencapai prestasi yang baik, namun terkadang faktor di luar dirinya memiliki peran yang lebih besar untuk sukses. Faktor eksternal seperti keluarga, teman-teman sebaya, keyakinannya pada nasib dan kekuatan - kekuatan cenderung datang dari luar dirinya. Oleh sebab itu orang Jawa menganggap untuk menjadi seorang pengusaha sangat bergantung pada faktor eksternal. Hasil penelitian oleh (Sujadi & Setioningsih, 2018) menemukan orang Jawa lebih berorientasi pada *external locus of control* bukan pada *internal locus of control* dalam berwirausaha.

Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB) bahwa *locus of control* orang Jawa dipengaruhi oleh normal subjektif yang mengacu pada faktor eksternal yaitu tekanan sosial. Selain itu konstruk TPB oleh (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa dalam berperilaku seorang individu tidak dapat mengontrol sepenuhnya perilaku yang dibawah kendali individu tersebut. Artinya individu tidak dapat menentukan nasib sepenuhnya. Maka perlu adanya dukungan dari luar untuk mendorong seseorang untuk memiliki intensi kewirausahaan. Hal tersebut yang menyebabkan *internal locus of control* tidak signifikan mempengaruhi intensi kewirausahaan pada orang Jawa. Penelitian ini juga menemukan orang Jawa lebih cenderung memilih menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan bekerja di perusahaan daripada berwirausaha.

Perbedaan gender orang Jawa juga berkontribusi dalam hubungan yang tidak signifikan antara *internal locus of control* dan intensi kewirausahaan. Menurut Laily & Wahyuni (2020) dalam budaya Jawa perempuan diposisikan sebagai *konco wingking* yang artinya perempuan sebagai pengikut suami mereka. Perempuan harus bisa menjadi istri yang taat dan hormat kepada suami mereka (Agustina, 2014). Oleh karena itu *locus of control* perempuan Jawa sangat bergantung pada suaminya. Hal tersebut yang bisa menghambat perempuan Jawa memiliki intensi kewirausahaan.

## Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara *internal locus of control* terhadap intensi kewirausahaan. Artinya seseorang yang memiliki *internal locus of control* tinggi, belum tentu dapat mempengaruhi secara langsung intensi seseorang untuk berwirausaha. Nilai-nilai lokal internal yang dimiliki oleh orang Jawa belum tentu dapat mendorong intensi berwirausaha. Oleh karena itu, dalam penelitian ini diduga ada variabel moderator untuk memperkuat pengaruh *locus of control* terhadap intensi kewirausahaan. Saran penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi variabel yang dapat berkontribusi pada intensi kewirausahaan.

## Referensi

- Adnyana, I. L., & Purnami, N. M. (2016). Pengaruh pendidikan kewirausahaan, *self efficacy*, *locus of control* pada niat berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1160-1188.
- Afifah, S. H. (2015). *Pengaruh need for achievement dan locus of control terhadap intensi berwirausaha siswa smk negeri 1 surakarta*. Digilib UNS.
- Agustina, T.S. (2014). Mengungkap perilaku inovatif 3 etnis wanita pedagang di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. 7(1), 23-37.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anthony, S. D. (2015, Februari 25). *How singapore became an entrepreneurial hub*. Retrieved June 22nd, 2019, from Harvard Business Review: <https://hbr.org/2015/02/how-singapore-became-an-entrepreneurial-hub>
- As'ad, M. (2003). *Psikologi Industri*. Liberty, Yogyakarta.
- Azwar, S. (2017). *Metode penelitian psikologi* (2nd ed.). Pustaka Pelajar.
- Bao, J., Zhou, X., & Chen, Y. (2017). Entrepreneurial passion and behaviors: opportunity recognition as a mediator. *Social Behaviour and Personality*, 7(45), 1211-1220. <https://doi.org/10.2224/sbp.6492>
- Biraglia, A., & Kadile, V. (2016). The role of entrepreneurial passion and creativity in developing entrepreneurial intentions: insights from American homebrewers. *Journal of Small Business Management*, 5(1), 170-188. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12242>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas; the case for intention. *Academic of Management Review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Carter, S. (2011). The rewards of entrepreneurship: Exploring the incomes, wealth, and economic well-being of entrepreneurial households. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 39-55. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00422.x>
- Cresswell, J. (2014). *Research design qualitative, quantitative, and mix methods approaches* (4th ed.). Sage Publication.
- Decker, R., Haltiwanger, J., Jarmin, R., & Miranda, M. (2014). The role of entrepreneurship in us job. *Creation and Economic Dynamism*, 28(3), 3-24. <https://doi.org/10.1257/jep.28.3.3>
- Depkop. (2017, Mei 19). *Kewirausahaan nasional seluruh stakeholder dilibatkan dalam program GKN*. Retrieved Juni 22, 2019, from Kementerian Koperasi dan UKM. <http://www.depkop.go.id/read/kewirausahaan-nasional-seluruh-stakeholder-dilibatkan-dalam-program-gkn>
- Denanyoh, R., Adjei, K., & Nyemekye, G. E. (2015). Factors that impact on entrepreneurial intention of tertiary students in Ghana. *International Journal of Business and Social Research*, 5(3), 19-29. <https://doi.org/10.18533/ijbsr.v5i3.693>
- Endraswara, S. (2005). *Tradisi Lisan jawa, warisan abadi budaya leluhur*. Narasi.
- George, G., & Zahra, S. A. (2002). Culture and its consequences for entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 5-9. <https://doi.org/10.1177/104225870202600403>

- Guiso, L., Sapienza, P., & Zingales, L. (2006). Does culture affect economic outcomes?. *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 23-48. <https://doi.org/10.1257/jep.20.2.23>
- Holmgren, C., & From, J. (2005). Taylorism of the mind: Entrepreneurship education from a perspective of educational research. *European Educational Research Journal*, 4(4), 382-390. <https://doi.org/10.2304/eej.2005.4.4.4>
- Indarti, N., & Kristiansen, S. (2003). Determinants of entrepreneurial intention the case of norwegian student. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 5(1), 79-95. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5392>
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi kewirausahaan mahasiswa: studi perbandingan antara indonesia, jepang dan norwegia. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Indonesia*, 23(4), 1-27. <https://doi.org/10.22146/jieb.6316>
- Jahani & Efendy, H. (2017). Developing of entrepreneurial spirit in the era of asean economic community in vocational high school. *International Journal of Learning and Development*, 7(3), 188-209.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer, D. (2011). Inclination towards entrepreneurship among university students: An empirical study of Malaysian university students. *International Journal of Business and Social Science*, 2(4), 206-220. <https://doi.org/10.30845/ijbss>
- Kementerian Perindustrian. (2012, April). *Kemenerperin mengembangkan wirausaha baru yang berdaya saing global*. Retrieved from Kementerian Perindustrian Republik Indonesia: <http://www.kemenerperin.go.id/artikel/3241/kementerian-mengembangkan-wirausaha-baru-yang-berdaya-saing-globaltanggal26januari2022>
- Kriyantono, R. (2014). *Teori-teori public relations perspektif barat & lokal: aplikasi penelitian dan praktik*. Kencana.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial intention among indonesian and norwegian students. *Journal of Enterprising Culture*, 12(1), 55-78. <https://doi.org/10.1142/S021849580400004X>
- Kutanis, R. O., Mesci, M., & Ovdur, Z. (2011). The effects of locus of control on learning performance: a case of an academic organization. *Journal of Economic and Social Studies*, 1(2), 113-136.
- Laily, N., & Wahyuni, D. U. (2020). The effects of personality, self-efficacy, and locus of control on the success of javanese female merchants in Surabaya. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(1), 66-73. <https://doi.org/10.17358/ijbe.6.1.66>
- Margianto, H. (2012, April). *Indonesia butuh 4 juta wirausaha*. Retrieved Juni 22, 2019, from Kompas.com: <https://money.kompas.com/read/2012/04/29/18332038/Indonesia.Butuh.4.Juta.Wirausaha>
- Maryati, L., Indriayu, M., & Totalia, S. A. (2017). Pengaruh pengetahuan kwirausahaan dan lingkungan keluarga terhadap niat berwirausaha siswa di smk negeri 4 surakarta. *Skripsi. UNS-FKIP Jurusan Pendidikan Ekonomi*.
- Matlay, H. (2005). Researching entrepreneurship and education: Part 1: What is entrepreneurship and why does it matter? *Education and Training*, 47(8), 665-667.
- Molino, M., Dolce, V., Cortese, C. G., & Ghislieri, C. (2018). Personality and social support as determinants of entrepreneurial intention. Gender differences in Italy. *Plos One*, 13(6), 1-19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0199924>
- Mwakujonga, J., & Sesabo, Y. (2012). *Entrepreneurship Education*. Saarbrucken, Deutschland: Lap Lambert Academic Publishing.
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the entrepreneurial personality system (EPS). *Small Bus Econ*(49), 203-231. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9821-y>
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1), 1-32. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Panggabean, H. (2002). Proses modifikasi kultural pada karakteristik intercultural sensitivity dalam kelompok kerja Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 14(2), 72-91.
- Perwitasari, C. (2017). *Pengaruh sikap, norma subyektif, efikasi dan lingkungan keluarga terhadap intesni berwirausaha dengan pendidikan kewirausahaan sebagai variabel intervening pada mahasiswa UMY*. UMY Research Respository.
- Rai, R. S. (2017). A review on intention models for predicting entrepreneurial behavior. *Journal of Entrepreneurship Education*, 20(2), 1-9.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Meta-analysis on the relationship between business owner personality trait, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4). <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Remeikiene, R., Startiene, G., & Dumciuviene, D. (2013). Explaining entrepreneurial intention of university students: the role of entrepreneurial education. *Knowledge Management & Innovation*, 299-307.
- Riyanti, B. P. D. (2010). *Kontribusi psikologi dalam penciptaan kewirausahaan di indonesia*. Buku pidato pengukuhan guru besar tetap Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Jakarta: Penerbit Universitas Atma Jaya.
- Riyanti, B. P. D. (2014). Factor influencing the success of creative industry business in Jakarta. *Transaksi: Jurnal Bisnis, Ekonomi, dan Sosial*, 6(1), 45-53.
- Setiyadi, & Putut, D. (2012). Pemahaman kembali local wisdom etnik jawa dalam tembang macapat dan pemanfaatannya sebagai media pendidikan budi pekerti bangsa. *Magistra*, 24(79), 71-76.
- Soumyaja, D., & Alexander, L. (2016). A study on the influence of personality traits on entrepreneurial intention among working professionals in the indian technical organizations. *Pacific Business Review International*, 9(5), 12-19.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Setyorini, T.,D. (2002). Tradisional-non tradisional wanita dan locus of control terhadap motivasi berprestasi pada wanita

- pedagang batik etnis Jawa, Cina; dan Arab di Pasar Klewer Kotamadya Surakarta. *Tesis*. Universitas Indonesia
- Sujadi, E., & Setioningsih, L. (2018). Perbedaan locus of control ditinjau dari etnis. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Terapan*, 02(02), 128-138. <http://dx.doi.org/10.30598/jbkt.v2i2.371>
- Susanto, S. C. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 277-286.
- Sumartono. (2009). *Sifat, perilaku dan pandangan masyarakat jawa dalam kehidupan bermasyarakat yang multikultural*. Makalah disajikan pada Seminar Internasional PIBSI-XXXI, Universitas Pancasakti Tegal.
- Tong, X. F., Tong, D. Y., & Loy, C. L. (2011). Factors influencing entrepreneurial intention among university students. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 3(1), 487-496.
- Wang, J. H., Chang, C. C., Yao, S. N., & Liang, C. (2016). The contribution of self-efficacy to the relationship between personality traits and entrepreneurial intention. *High Educ*(72), 209-224. <https://doi.org/10.1007/s10734-015-9946-y>
- Zbierowski, P. (2015). Positive antecedents and consequences of entrepreneurship theoretical considerations. *Journal of positive management*, 6(3), 16-28. <https://doi.org/10.12775/JPM.2015.013.2>