

PENGARUH MODAL FINANSIAL, MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN, DAN LINGKUNGAN MASYARAKAT TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA

Oleh

Fayola Issalillah¹, Rafadi Khan Khayru¹, Muhammad Sukron Djazilan²

¹Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,

²Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

ABSTRACT

This study aims to investigate the effect of financial capital, entrepreneurial motivation, and the community environment on entrepreneurial intentions. The main objective of this study is to understand the factors that can influence an individual's desire to engage in entrepreneurial activities. This study will use quantitative research methods and collect data through questionnaires. The research sample will consist of 100 respondents in the community in Kedungrejo Village, Waru, Sidoarjo City who have the potential to become entrepreneurs. This study uses accidental sampling method in sampling. The collected data will be analyzed using multiple linear regression analysis techniques to test the influence relationship between the variables of financial capital, entrepreneurial motivation, and the community environment on entrepreneurial intentions. The results of data analysis using multiple linear regression methods show that financial capital, entrepreneurial motivation, and the community environment significantly influence entrepreneurial intentions. The research findings show that the higher the financial capital owned by individuals, the higher their intention to become entrepreneurs. In addition, strong entrepreneurial motivation is also positively related to high entrepreneurial intentions. A conducive social environment for entrepreneurship also has a positive impact on individual entrepreneurial intentions.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial intention, financial capital, entrepreneurial motivation, social environment.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. Keberadaan wirausaha yang aktif dapat mendorong inovasi, penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan kemajuan sosial. kewirausahaan telah diakui sebagai sarana untuk mengubah masyarakat, terutama dalam menghadapi perubahan ekonomi dari satu era teknologi ke era berikutnya (Hall *et al.*, 2010; Mardikaningsih & Arifin, 2021). Kegiatan kewirausahaan bergantung pada pengusaha yang mengenali, mengevaluasi dan memanfaatkan peluang (Ardichvili *et al.* 2003; Shane *et al.*, 2003). Oleh karena itu, menjadi semakin penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha (Halizah, 2022; Mardikaningsih, 2022; Nurmalasari, 2022).

Semakin banyak penelitian yang mengindikasikan bahwa niat memiliki peran krusial dalam proses pengambilan keputusan untuk memulai usaha baru (Liñán *et al.*, 2013; Schlaegel & Koenig, 2014). Niat berwirausaha sendiri

merupakan keinginan dari dalam diri individu untuk melakukan usaha baru (Krueger *et al.*, 2000). Niat berwirausaha menjadi elemen utama dalam memahami proses kewirausahaan (Darmawan, 2013; Djaelani & Putra, 2021; Mardikaningsih *et al.*, 2021). Hal ini menekankan pentingnya motivasi dan keinginan individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan sebagai faktor penentu utama yang mempengaruhi tindakan dan keputusan mereka (Darmawan, 2023). Pembentukan niat kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong tindakan kewirausahaan. Setelah seseorang membentuk niat untuk menjadi seorang wirausaha, langkah-langkah nyata dan tindakan konkret dapat diambil untuk memulai dan menjalankan bisnis (Douglas, 2013).

Modal finansial termasuk faktor utama yang harus dipertimbangkan untuk memulai usaha. Modal finansial mencakup sumber daya finansial yang tersedia untuk individu, seperti tabungan, pinjaman, atau dukungan keuangan lainnya yang dapat digunakan untuk memulai atau mengembangkan usaha (Chandler & Hanks, 1998). Modal finansial yang mencukupi memberikan kesempatan bagi seseorang untuk memulai bisnis mereka sendiri (Aldrich & Cliff, 2003). Dengan modal yang cukup, individu dapat membayar biaya awal, seperti sewa tempat usaha, pembelian inventaris, pemasaran, dan biaya operasional lainnya. Modal yang cukup memberikan kesempatan bagi seseorang untuk menjalankan rencana bisnis mereka tanpa hambatan keuangan. Ketersediaan sumber daya finansial yang memadai dapat memberikan individu dengan kepercayaan diri dan kemampuan untuk berniat memulai usaha mereka (Basu & Parker, 2001).

Motivasi kewirausahaan juga diidentifikasi sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha seseorang (Alam *et al.*, 2019). Motivasi kewirausahaan mencakup dorongan individu untuk menciptakan, mengembangkan, atau mengelola usaha mereka sendiri (Carsrud & Brännback, 2011; Halizah *et al.*, 2020). Dorongan ini dapat berasal dari berbagai faktor, seperti keinginan untuk meraih kesuksesan, mencapai kemandirian, menghadapi tantangan, atau bahkan mengejar tujuan tertentu. Motivasi kewirausahaan dapat memberikan dorongan dan semangat kepada seseorang untuk memulai usaha sendiri (Eijdenberg & Masurel, 2013). Motivasi ini dapat muncul dari hasrat untuk mencapai kebebasan finansial, meraih kesuksesan, mengambil kontrol atas hidup pribadi, atau memiliki dampak yang positif (Gani, 2022; Irfan, 2022). Memulai dan menjalankan bisnis dapat menjadi perjalanan yang sulit dan penuh dengan tantangan. Motivasi kewirausahaan dapat membantu seseorang memiliki ketahanan mental dan emosional yang diperlukan untuk tetap bertahan dan melanjutkan upaya mereka dalam menghadapi kegagalan, hambatan, dan tekanan (Cardon *et al.*, 2009). Motivasi yang kuat dapat mendorong individu untuk menciptakan dan mengembangkan usaha mereka sendiri (Achchuthan & Nimalathan, 2013).

Selain itu, lingkungan masyarakat juga dianggap sebagai faktor yang dapat mempengaruhi niat berwirausaha (Ajzen, 1991). Lingkungan masyarakat mencakup faktor-faktor eksternal yang ada di sekitar individu, seperti norma sosial, dukungan sosial, dan budaya kewirausahaan yang berkembang (Lee & Peterson, 2000). Budaya masyarakat dapat mempengaruhi pandangan terhadap wirausaha. Jika masyarakat menghargai dan menghormati wirausaha, individu

cenderung lebih terdorong untuk menjalankan usaha sendiri. Pandangan masyarakat terhadap kewirausahaan dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap wirausaha (Darmawan, 2016; Mardikaningsih & Putra, 2021; Putra, 2022). Jika masyarakat menghargai dan memberikan pengakuan terhadap pengusaha, individu cenderung memiliki intensi yang lebih tinggi untuk menjadi wirausaha. Lingkungan sosial yang memperhatikan kewirausahaan juga dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap risiko dan keberhasilan dalam berwirausaha. Lingkungan masyarakat yang kondusif bagi kegiatan wirausaha dapat memberikan individu dengan sumber daya, jaringan, dan peluang yang diperlukan untuk berhasil dalam wirausaha (Krueger 2000).

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat terhadap niat berwirausaha. Faktor-faktor ini dipilih karena memiliki peran yang signifikan dalam membentuk keinginan individu untuk memulai atau mengembangkan usaha mereka sendiri.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas *accidental sampling* dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden di Desa Kedungrejo, Waru, Sidoarjo. Skala respons lima poin digunakan mulai dari 1 sampai 5. Alat uji yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kevalidan setiap instrumen pertanyaan pada kuesioner. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dapat diandalkan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Fatoki (2011) mendefinisikan modal finansial dalam kewirausahaan merujuk pada sumber daya keuangan yang diperlukan untuk memulai dan mengoperasikan bisnis baru. Ini mencakup dana yang digunakan untuk membeli aset, membayar biaya operasional awal, dan membiayai kegiatan pemasaran dan pengembangan bisnis. Menurut Barringer & Ireland. (2010), terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai indikator atau variabel untuk menilai modal finansial, yaitu (a) pembelian inventaris; (b) membayar gaji karyawan; dan (c) memenuhi kebutuhan operasional.

Taormina dan Lao (2007) mendefinisikan motivasi kewirausahaan adalah kebutuhan dan dorongan individu untuk mencapai keberhasilan dalam situasi bisnis yang memotivasi mereka untuk menciptakan, memulai, dan mengembangkan usaha. Menurut Bartha *et al.* (2019), terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai indikator atau variabel untuk menilai motivasi kewirausahaan. Faktor-faktor tersebut meliputi (a) misi sosial; (b) fokus pelanggan; (c) persaingan (fokus pasar); (d) tujuan individu; dan (e) tujuan kolektif (komunitas).

Definisi lingkungan masyarakat dalam konteks kewirausahaan mengacu pada faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi dan menciptakan kondisi yang mendukung atau menghambat perkembangan dan kesuksesan kegiatan kewirausahaan di suatu wilayah atau komunitas (Meek *et al.*, 2010). Menurut Baron dan Tang (2011), terdapat beberapa faktor yang dapat digunakan sebagai

indikator atau variabel untuk menilai lingkungan sosial yang mencakup (a) persepsi; (b) sikap; dan (c) perilaku terkait dengan kewirausahaan.

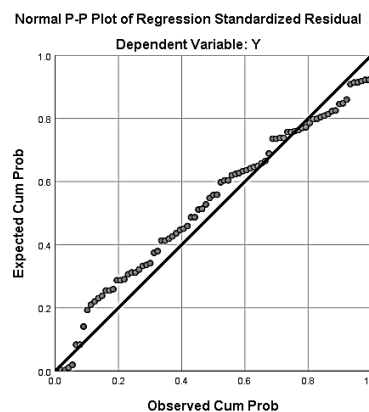
Saeed *et al.* (2015) mendefinisikan niat berwirausaha adalah kemauan dan komitmen individu untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha, yang mencakup keinginan yang kuat untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Menurut Schlaegel dan Koenig (2014), terdapat beberapa indikator atau variabel yang dapat digunakan untuk mengukur niat berwirausaha. Beberapa indikator tersebut meliputi (a) keinginan yang dirasakan; (b) kecenderungan untuk bertindak; dan (c) kelayakan yang dirasakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam studi ini, kami mengedarkan 100 kuesioner kepada masyarakat di Desa Kedungrejo, Waru, Sidoarjo. Dari jumlah tersebut, 85 responden memberikan tanggapan. Mayoritas responden terdiri dari perempuan (69%) dan laki-laki (16%). Usia rata-rata responden berada di kisaran 34 hingga 41 tahun. Sebagian besar responden sudah menikah (47%). Pendapatan perbulan responden dominan kurang dari tiga juta rupiah (51%).

Untuk memeriksa validitas data, Program SPSS digunakan dan hasilnya menunjukkan bahwa semua pernyataan yang diajukan kepada responden untuk setiap variabel independen dan dependen memiliki skor di atas 0,3, menunjukkan kevalidan dari seluruh pernyataan yang mewakili variabel pada penelitian ini. Reliabilitas instrumen penelitian diuji menggunakan metode alpha Cronbach. Koefisien alpha Cronbach digunakan untuk menguji reliabilitas, dan jika nilainya lebih dari 0,6, maka dianggap reliabel. Hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki skor reliabilitas yang memadai, yaitu modal finansial (0,866), motivasi kewirausahaan (0,791), lingkungan masyarakat (0,812), dan niat berwirausaha (0,825). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat diandalkan.

Selanjutnya, dilakukan uji normalitas menggunakan plot probabilitas normal. Hasilnya menunjukkan bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal, menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas terpenuhi dalam model regresi.



Gambar 1.
Uji Normalitas

Autokorelasi dalam analisis regresi diuji menggunakan uji Durbin-Watson (DW). Nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,637, yang berada di antara rentang -2 hingga 2. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dalam model data penelitian.

Tabel 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.889 ^a	.790	.783	6.541	1.637

Sumber: Output SPSS

Koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh dari analisis SPSS adalah 0,790, sedangkan nilai Adjusted R Square adalah 0,783. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 78,3% variasi dalam variabel terikat (niat berwirausaha) dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel bebas (modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat) yang telah dipertimbangkan dalam penelitian ini. Sisanya, sekitar 22,2%, kemungkinan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model yang diteliti.

Tabel 2
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13068.509	3	4356.170	101.817	.000 ^b
	Residual	3465.539	81	42.784		
	Total	16534.047	84			

Sumber: Output SPSS

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F-hitung adalah 101,817 dengan signifikansi 0,000. Karena probabilitasnya kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi memiliki tingkat signifikansi yang cukup. Dengan kata lain, variabel modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat secara bersama-sama dapat digunakan untuk memprediksi variabel niat berwirausaha. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat berwirausaha dapat diterima.

Tabel 3
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.397	4.404		2.361	.021		
	X.1	4.840	.848	.375	5.706	.000	.599	1.669
	X.2	4.389	.938	.322	4.677	.000	.545	1.836
	X.3	4.334	.724	.371	5.985	.000	.674	1.483

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS, nilai t-hitung (t-value) variabel modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat menunjukkan bahwa secara parsial variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat kewirausahaan.

Berdasarkan analisis SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 10,397 + 4,840X_1 + 4,389X_2 + 4,334X_3$. Dalam konteks ini, jika nilai variabel bebas (modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat) konstan, maka nilai niat berwirausaha akan meningkat sebesar 10,397.

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan, ditemukan bahwa terdapat hubungan pengaruh signifikan antara modal finansial dan niat berwirausaha. Hasil tersebut konsisten dengan temuan yang telah dilakukan dalam penelitian sebelumnya oleh Chang *et al.* (2009); Sieger dan Minola (2017); Kurniawan *et al.* (2021) yang mengemukakan bahwasannya modal finansial memiliki pengaruh yang penting dalam membentuk niat individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat modal finansial yang dimiliki individu, semakin besar kemungkinan individu tersebut memiliki niat yang kuat untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Modal finansial yang mencukupi dapat memberikan kepercayaan dan keyakinan kepada individu untuk melangkah ke dalam dunia wirausaha, karena mereka memiliki sumber daya keuangan yang dibutuhkan untuk memulai dan menjalankan bisnis (Brown *et al.*, 2011). Penting bagi individu yang berminat untuk berwirausaha untuk mengelola modal finansial dengan baik dan mempertimbangkan sumber daya keuangan yang tersedia. Upaya untuk memperoleh pendanaan tambahan atau mengoptimalkan penggunaan modal yang ada dapat membantu meningkatkan niat berwirausaha dan kesempatan sukses dalam bisnis.

Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara motivasi kewirausahaan dan niat berwirausaha. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Solesvik, (2013); Achchuthan & Nimalathan, (2013); Malebana (2014); Darmawan (2019); Mardikaningsih (2019); Halizah *et al.* (2022); Khayru *et al.* (2022); Mardikaningsih *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa tingkat motivasi kewirausahaan yang tinggi secara positif mempengaruhi niat individu untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki motivasi kewirausahaan yang kuat cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Motivasi kewirausahaan dapat menjadi pendorong utama yang memotivasi individu untuk mengatasi tantangan dan mengambil risiko dalam menjalankan usaha (Ghalwash *et al.*, 2017; Issalillah & Khayru, 2021). Hasil ini penting dalam konteks pengembangan kebijakan dan program pendukung kewirausahaan. Dengan memahami hubungan yang signifikan antara motivasi kewirausahaan dan niat berwirausaha, pihak terkait dapat fokus pada upaya untuk meningkatkan motivasi kewirausahaan individu melalui pelatihan, pendampingan, dan pengembangan keterampilan kewirausahaan. Hal ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan sektor wirausaha serta menciptakan lingkungan yang kondusif bagi individu untuk meraih kesuksesan dalam bisnis mereka.

Dari analisis data yang dilakukan, ditemukan adanya pengaruh secara signifikan antara lingkungan masyarakat dengan niat berwirausaha. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ekpe dan Mat (2012); Khayru *et al.* (2021); Darmawan (2022); Djazilan (2022); dan Halizah dan Mardikaningsih (2022) yang menunjukkan bahwa faktor-faktor yang terkait dengan lingkungan sosial dan kondisi sekitar individu dapat mempengaruhi tingkat motivasi dan minat individu dalam berwirausaha. Hasil yang signifikan ini menunjukkan bahwa lingkungan masyarakat yang mendukung kewirausahaan, seperti adanya dukungan sosial, norma positif terkait dengan kewirausahaan, dan keberadaan sumber daya dan jaringan yang relevan, dapat berkontribusi secara positif terhadap niat individu untuk terlibat dalam kegiatan berwirausaha. Perilaku produktif merupakan ciri khas dari kewirausahaan (Mardikaningsih *et al.*, 2020; Kurniawan *et al.*, 2021; Sinambela *et al.*, 2021). Meski demikian, para pengusaha memandang modal menjadi tantangan terbesar bagi perkembangan bisnis (Mardikaningsih *et al.*, 2022; Putra *et al.*, 2022). Banyak bisnis menjadi tidak berkembang karena hambatan modal (Aisyah & Hamzah, 2022; Arifin *et al.*, 2022; Hariani, 2022). Selain itu juga karena kurangnya kreasi dari para pengusaha (Infante, 2022; Hariani & Irfan, 2023). Oleh karena itu perlu dukungan dari lingkungan sekitar agar kewirausahaan tetap tumbuh berkembang. Penemuan ini memiliki implikasi penting dalam pengembangan kebijakan dan program yang berfokus pada pembangunan ekosistem kewirausahaan yang kondusif. Dengan memperhatikan faktor-faktor lingkungan sosial yang mendukung, seperti menciptakan kesadaran tentang kewirausahaan, menyediakan pelatihan dan pendampingan, serta membangun jaringan bisnis yang solid, masyarakat dapat mendorong peningkatan niat dan partisipasi dalam berwirausaha.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berwirausaha individu. Berdasarkan penelitian ini, ada beberapa saran yang dapat diberikan mengenai pengaruh modal finansial, motivasi kewirausahaan, dan lingkungan masyarakat terhadap niat berwirausaha di masyarakat Kedungrejo, Kota Sidoarjo adalah:

1. Meningkatkan akses terhadap modal finansial dengan meningkatkan akses masyarakat Kedungrejo terhadap modal finansial. Ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi dan akses ke lembaga keuangan yang menyediakan pinjaman usaha, program pembiayaan khusus untuk wirausahawan, atau memfasilitasi kemitraan dengan investor atau mitra yang tertarik.
2. Mendorong motivasi kewirausahaan, dilakukan upaya untuk meningkatkan motivasi kewirausahaan di masyarakat Kedungrejo. Ini dapat melibatkan penyuluhan dan pelatihan yang meningkatkan kesadaran akan potensi dan manfaat kewirausahaan, memperkuat keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan, serta memberikan contoh peran dari wirausahawan yang sukses.

3. Membangun lingkungan masyarakat yang mendukung kewirausahaan, dengan menciptakan lingkungan masyarakat yang kondusif untuk berwirausaha di Kedungrejo. Hal ini dapat melibatkan penguatan norma dan budaya yang mendukung kewirausahaan, pengembangan jaringan dan komunitas bisnis, serta menyediakan dukungan sosial dan sumber daya bagi calon wirausahawan.

Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan dapat meningkatkan niat dan partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan di masyarakat Kedungrejo, Kota Sidoarjo, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Achchuthan, S., & B. Nimalathan. (2013). Relationship Between Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Intention: A Case Study of Management Undergraduates of the University of Jaffna, Sri Lanka. *ICBM*, 42-50.
- Aisyah, N. & M. Z. Hamzah. (2022). Business Strategy for Clothing Outlets in the Era of The Covid-19 Pandemic, *Journal of Marketing and Business Research*, 2(2), 135-142.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Alam, M. Z., S. Kousar., & C. A. Rehman. (2019). Role of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Intentions and Behaviour: Theory of Planned Behaviour Extension on Engineering Students in Pakistan. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-20.
- Aldrich, H. E., & J. E. Cliff. (2003). The Pervasive Effects of Family on Entrepreneurship: Toward A Family Embeddedness Perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596.
- Ardichvili, A., R. Cardozo., & S. Ray. (2003). A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. *Journal of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Arifin, S., M. Khairi & A. Rahman. (2022). Conventional Traders' Survival Strategies in the Middle of Online Shop Development (Case Study of Clothing Selling), *Journal of Social Science Studies* 2(2), 31 – 34.
- Baron, R. A., & J. Tang. (2011). The Role of Entrepreneurs in Firm-Level Innovation: Joint Effects of Positive Affect, Creativity, and Environmental Dynamism. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 49-60.
- Barringer, B. R., & R. D. Ireland. (2010). *Successfully Launching New Ventures*. Boston: Pearson.
- Bartha, Z., A. S. Gubik., & A. Bereczk. (2019). The Social Dimension of the Entrepreneurial Motivation in the Central and Eastern European Countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(1), 9-27.
- Basu, A., & S. C. Parker (2001). Family Finance and New Business Start-Ups. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 63(3), 333-358.
- Brown, A., S. Garguilo., & K. Mehta. (2011). The Relentless Pursuit of Financial Capital for Micro-Enterprises: Importance of Trust and Social Capital.

- International Journal for Service Learning in Engineering, Humanitarian Engineering and Social Entrepreneurship, 6(2), 78-97.
- Cardon, M. S., J. Wincent., J. Singh., & M. Drnovsek. (2009). The Nature and Experience of Entrepreneurial Passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.
- Carsrud, A., & M. Brännback. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need To Know?. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9-26.
- Chandler, G. N., & S. H. Hanks. (1998). An Examination of the Substitutability of Founders Human and Financial Capital in Emerging Business Ventures. *Journal of Business Venturing*, 13(5), 353-369.
- Chang, E. P., E. Memili., J. J. Chrisman., F. W. Kellermanns., & J. H. Chua. (2009). Family Social Capital, Venture Preparedness, and Start-Up Decisions: A Study of Hispanic Entrepreneurs in New England. *Family Business Review*, 22(3), 279-292.
- Darmawan, D. (2013). Pengaruh Tekanan Peran Wirausaha dan Karakteristik Individu terhadap Efektivitas Kerja, *Jurnal Media Informasi Ilmiah*, 59(9), 60-69.
- Darmawan, D. (2016). Pengaruh Keterlibatan Kerja dan Sikap Profesionalisme terhadap Intensi Berwirausaha, *Management & Accounting Research Journal*, 1(1), 22-29.
- Darmawan, D. (2019). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Berwirausaha, *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*, 1(1), 16-21.
- Darmawan, D. (2019). Profesionalisme, Motivasi Berprestasi, Komitmen Organisasi dan Pengaruhnya terhadap Intensi Berwirausaha, *Ekuitas, Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(3), 344-364.
- Darmawan, D. (2022). Pengaruh Lokus Kendali, Lingkungan Sosial dan Perilaku Produktif Mahasiswa terhadap Intensi Berwirausaha. *Justek: Jurnal Sains dan Teknologi*, 5(2), 422-430.
- Darmawan, D. *et al.* (2023). Wirausaha bidang teknologi : peluang dan ide-ide bisnis menggunakan teknologi informasi, *Sonpedia Publishing Indonesia*
- Djaelani, M. & A. R. Putra. (2021). Youth Empowerment to Grow Creative Business Interest, *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 52-54.
- Djazilan, M.S. & D. Darmawan. (2022). Entrepreneurship Education and Family Support: The Determinants that Appear Entrepreneurship Interest for Students, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 60 – 64.
- Eijdenberg, E. L., & E. Masurel. (2013). Entrepreneurial Motivation in a Least Developed Country: Push Factors and Pull Factors Among MSEs in Uganda. *Journal of Enterprising Culture*, 21(01), 19-43.
- Ekpe, I., & N. Mat. (2012). The Moderating Effect of Social Environment on the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Entrepreneurial Intentions of Female Students at Nigerian Universities. *International Journal of Management Sciences and Business*, 1(4), 1-16.
- Fatoki, O. O. (2011). The Impact of Human, Social and Financial Capital on the Performance of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in South Africa. *Journal of Social Sciences*, 29(3), 193-204.

- Gani, A. (2022). The Influence of Perceptions of Organizational Support and Interpersonal Abilities on Employee Achievement Motivation, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(3), 1 – 4.
- Ghalwash, S., A. Tolba., & A. Ismail. (2017). What Motivates Social Entrepreneurs to Start Social Ventures? An Exploratory Study in the Context of a Developing Economy. *Social Enterprise Journal*, 13(3), 268-298.
- Gunawan, A., Y. Yuliana, D. Darmawan, & S. Arum. (2012). *Manajemen Terapan dan Bisnis*, Spektrum Nusa Press, Jakarta.
- Halizah, S.N., J. Jahroni, M. Munir, U. P. Lestari & N. Masithoh, Tri Seno Anjanarko, Ernawati. (2020). Pengaruh Pengalaman Kerja Dan Efikasi Diri Terhadap Niat Berwirausaha Pada Generasi Muda, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 25-33.
- Halizah, S. N. & R. Mardikaningsih. (2022). The Role of Family Support, Learning Achievement and Student Entrepreneurial Intention, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(3), 13 – 18.
- Halizah, S. N. & D. Darmawan. (2022). Development Entrepreneurship Intention as an Effort to Improve the Level of the Consumer Household Economy, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(1), 30-34.
- Halizah, S. N., E.A. Sinambela, D. Darmawan & R. Mardikaningsih. (2022). The Influence of Entrepreneurship Education, Self-Efficacy, Locus of Control and Achievement Motivation on Entrepreneurial Intention, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(2), 47-58.
- Hall, J. K., G. A. Daneke., & M. J. Lenox. (2010). Sustainable Development and Entrepreneurship: Past Contributions and Future Directions. *Journal Of Business Venturing*, 25(5), 439-448.
- Hariani, M. (2022). Determination of a Marketing Strategy to Develop Shrimp Crackers MSMEs Using the Swot Method, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 24–30.
- Hariani, M. & M. Irfan. (2023). Study on Efforts to Increase Sales Through The Use of Social Media and E-Commerce for MSMEs, *Journal of Marketing and Business Research*, 3(1), 49-60.
- Hutomo, S. & D. Darmawan. (2011). Optimalisasi Manajemen Sumber Daya Manusia Menuju Keunggulan Bersaing, *Jurnal Ilmu Sosial*, 5(1), 13-22.
- Infante, A. & R. Mardikaningsih. (2022). The Potential of social media as a Means of Online Business Promotion, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-49.
- Irfan, M. (2022). The Influence of Work Discipline, Work Motivation and Leadership Style on Employee Performance, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 31–36.
- Irfan, M., D. S. Sigita & M. Hariani. (2023). Optimizing Employee Performance through Work Motivation and Job Satisfaction: A Case Study in a Surabaya-based Company. *Bulletin of Science, Technology and Society*, 2(1), 12-15.
- Issalillah, F. & R. K. Khayru. (2021). Stress and Reference Group Contribution to Achievement Motivation of Student, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 13-28.

- Khayru, R.K., Nichen, A Chairunnas, Safaruddin, & M. Tahir. (2021). Study on The Relationship Between Social Support and Entrepreneurship Intention Experienced by Adolescents, *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 47-51.
- Khayru, R.K., R. N. K. Kabalmay, M. W. Amri & R. Mardikaningsih. (2022). The Role of Psychological Capital and Entrepreneurship Education on Student Entrepreneurial Intention, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(1), 49-60.
- Krueger Jr, N. F., M. D. Reilly., & A. L. Carsrud. (2000). Competing Models of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Kurniawan, Y., E. Retnowati, D. Darmawan, N. S. Wisnujati & A. Hardianingsih. (2021). The Influence of Economic Income Level and Knowledge on Students' Consumption Level, *Journal of Science, Technology and Society*, 2(1), 25-34.
- Kurniawan, Y., I. Setiawan, R. K. Khayru, & D. Darmawan, S. N. Halizah. (2021). Kajian Faktor-Faktor yang Membentuk Intensi Berwirausaha Mahasiswa, *Jurnal Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 41 – 48.
- Lee, S. M., & S. J. Peterson. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416.
- Lestari, U. P. & D. Darmawan. (2014). Studi Tentang Hubungan Motivasi dan Lingkungan Kerja Dengan Kinerja Karyawan, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 1-6.
- Liñán, F., G. Nabi. & N. Krueger. (2013). British and Spanish Entrepreneurial Intentions: A Comparative Study. *Revista De Economia Mundial*, 33, 73-103.
- Malebana, M. J. (2014). Entrepreneurial Intentions and Entrepreneurial Motivation of South African Rural University Students. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 6(9), 709-726.
- Mardikaningsih, R. (2019). Hubungan Motivasi Berprestasi Dan Lingkungan Sosial Dengan Intensi Mahasiswa Berwirausaha, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 7-13.
- Mardikaningsih, R., E.A. Sinambela, D. Darmawan & D. Nurmalasari. (2020). Perilaku Konsumtif dan Minat Mahasiswa Menggunakan Jasa Pinjaman Online. *Jurnal Simki Pedagogia*, 3(6), 98-110.
- Mardikaningsih, R., E. A. Sinambela, D. Darmawan & S.N. Halizah. (2021). Hubungan Perilaku Produktif dan Minat Mahasiswa Berwirausaha. *Jurnal Manajemen, Bisnis, dan Kewirausahaan*, 1(1), 121-130.
- Mardikaningsih, R & S. Arifin. (2021). Study on Education Level and Consequences of Licensing and Interest in Making Small Business Licensing, *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 19-24.
- Mardikaningsih, R., & A. R. Putra. (2021). Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau dari Konsep Diri. *Jurnal Pendidikan, Sosial, Budaya (IDEAS)*, 7(3), 173-178.
- Mardikaningsih, R., E. I. Azizah, N. N. Putri, M. N. Alfian, M. M. D. H. Radiansyah. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 1 – 4.
- Mardikaningsih, R. (2022). Reinforcement of Students' Entrepreneurial Intentions through Soft Skills and Hard Skills Empowerment, *Bulletin of Science, Technology and Society*, 1(3), 6-14.

- Mardikaningsih, R., S. N. Halizah, D. Darmawan, & A. H. R. Fuady. (2023). Studi Empiris Tentang Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Intrinsik dan Intensi Berwirausaha, *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 58-63.
- Meek, W. R., D. F. Pacheco., & J. G. York. (2010). The Impact of Social Norms on Entrepreneurial Action: Evidence from the Environmental Entrepreneurship Context. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 493-509.
- Nurmalasari, D. & R. Mardikaningsih. (2022). Utilization of Waste Paper Through Recycling and Entrepreneurial Spirit Development, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(2), 35 – 37.
- Putra, A.R., S. Arifin, R. Mardikaningsih, & M Hariani. (2016). Peran Karakteristik Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kota Sidoarjo, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 29-34.
- Putra, A.R., Ernawati, Jahroni, T.S. Anjanarko, & E. Retnowati. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 21 – 26.
- Putra, A.R. & D. Darmawan. (2022). Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology Orientation and Entrepreneurship Competence, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 15–20.
- Saeed, S., S. Y. Yousafzai., M. Yani-De-Soriano., & M. Muffatto. (2015). The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business Management*, 53(4), 1127-1145.
- Schlaegel, C. & M. Koenig. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Sintegration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 38(2), 291-332.
- Shane, S., E. A. Locke., & C. J. Collins. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257-279.
- Sieger, P., & T. Minola. (2017). The Family's Financial Support as a “Poisoned Gift”: A Family Embeddedness Perspective on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Small Business Management*, 55, 179-204.
- Sinambela, E. A., R. Mardikaningsih, S. Arifin, & H. D. Ayu. (2020). Development of Self Competence and Supervision to Achieve Professionalism, *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 1(2), 33-42.
- Sinambela, E. A. D. Nurmalasari, D. Darmawan, & R. Mardikaningsih. (2021). The Role of Business Capital, Level of Education, and Technology in Increasing Business Income, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 77-92.
- Solesvik, M. Z. (2013). Entrepreneurial Motivations and Intentions: Investigating the Role of Education Major. *Education & Training*, 55(3), 253-271.
- Taormina, R. J., & S. K. M. Lao. (2007). Measuring Chinese Entrepreneurial Motivation: Personality and Environmental Influences. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(4), 200-221.