

Pengaruh Dimensi Kepribadian Big Five terhadap Pola Pikir Kewirausahaan Mahasiswa

Farhanaz Safira^{*1}, Siti Zahreni²

^{1,2} Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Sumatera Utara, Indonesia.

^{*})Corresponding author, e-mail: frhnzsfra98@gmail.com

Received:	Accepted:	Published:
29 July 2021	20 October 2021	31 December 2021

Abstract

This study was conducted to determine the effect of the big five personality dimensions on the entrepreneurial mind-set. The subjects in the study were 100 university students (38% male, 62% female) with age range of 18-25 Year ($M = 20$, $SD = 1.528$). Sampling was done by using proportioned random sampling method. The instrument used is the big five personality dimension scale and the entrepreneurial mind-set scale. The data examined by multiple regression analysis test. The results of data analysis indicated that there was an influence of the big five personality dimensions on the entrepreneurial mind-set ($R^2 = .58$, $F (5,94) = 25.98$, $p = .000$). The dimensions of extraversion, openness to experience and conscientiousness have a significant effect on the entrepreneurial mind-set. Future research is expected to be carried out on different subjects to see the consistency of research results.

Keywords: Mindset, Entrepreneurship, Personality, Big Five, Student

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap pola pikir kewirausahaan. Subjek dalam penelitian adalah 100 mahasiswa (38 % laki-laki, 62% Perempuan) dengan rentang usia 18-25 Tahun ($M= 20$, $SD = 1.528$). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *proportioned random sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah skala dimensi kepribadian *big five* dan skala pola pikir kewirausahaan. Data diolah dengan uji analisa regresi berganda. Hasil analisa data menunjukkan terdapat pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap pola pikir kewirausahaan ($R^2= .58$, $F (5,94)= 25.98$, $p = .000$). Dimensi *extraversion*, *opennes to experience* dan *conscientiousness* berpengaruh signifikan terhadap pola pikir kewirausahaan. Hasil kajian ini bermanfaat bagi konselor di perguruan tinggi dalam merumuskan program kewirausahaan bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Pola Pikir, Kewirausahaan, Kepribadian, *Big Five*, Mahasiswa



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

PENDAHULUAN

Tingginya angka pengangguran merupakan fenomena empiris yang terjadi di Indonesia (Wijaya, 2008). Namun, pada awal tahun 2020, terjadi penyebaran virus

Covid-19 yang membawa risiko sangat buruk bagi perekonomian Indonesia (Nasution, Erlina, & Muda, 2020). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran di

Indonesia pada Agustus 2020 mencapai 9,77 juta orang yang mana jumlah pengangguran tersebut naik 2,67 juta orang dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Data ini mengkonfirmasi bahwa penambahan pengangguran turut dipengaruhi pandemi Covid-19 (Kurniati, 2020). Dengan demikian, kondisi ini membuat tingkat pengangguran menjadi masalah mendasar dalam ketenagakerjaan di Indonesia.

Salah satu alasan tingginya angka pengangguran dikarenakan terbatasnya lapangan pekerjaan. Rasio lapangan pekerjaan dan jumlah penduduk yang tidak sesuai menyebabkan persaingan yang ketat dalam mencari pekerjaan (Indayani & Hartono, 2020). Terlebih lagi Wijaya (2008) menyatakan penduduk Indonesia cendurung memilih pekerjaan sebagai pegawai negeri ataupun swasta dikarenakan adanya kecendurungan menghindari risiko gagal dan pendapatan yang tidak tetap. Sehingga menyebabkan angka pengangguran di Indonesia terus meningkat.

Pesatnya jumlah pengangguran di Indonesia ini terjadi pada kalangan tidak berpendidikan maupun yang berpendidikan tinggi. Salah satu permasalahan yang dihadapi kalangan berpendidikan tinggi adalah mahasiswa. Hal ini terjadi karena adanya keterbatasan kesempatan kerja. Pada umumnya para mahasiswa hanya terpaku pada keinginan untuk mencari pekerjaan pada perusahaan-perusahaan besar maupun instansi pemerintah guna menjamin masa depan mereka (Ustha, 2018). Hal ini tercermin dari tingkat pengangguran terbuka (TPT)

lulusan universitas dengan rentang pendidikan S1 hingga S3 yang mencapai 737.000. Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan BPS, per Agustus 2019, jumlah pengangguran lulusan universitas mencapai 5,67 persen dari total angkatan kerja sekitar 13 juta orang. Meski persentasenya turun dibandingkan Agustus 2018 yang 5,89 persen, angkanya di atas rata-rata pengangguran nasional yang sebesar 5,28 persen (Rahayu, 2019). Meningkatnya jumlah pengangguran lulusan terdidik terjadi karena bertambahnya angkatan kerja yang tidak terserap sepenuhnya oleh lapangan pekerjaan.

Adapun salah satu cara untuk menurunkan angka pengangguran adalah dengan berwirausaha. Kegiatan berwirausaha akan memiliki dampak yang positif untuk meningkatkan kesejahteraan pada masyarakat. Kewirausahaan merupakan kemampuan yang kreatif dan inovatif, jeli dalam melihat peluang dan berpikiran terbuka untuk setiap masukan perubahan yang positif (Saragih, 2017). Selanjutnya, Sumardi (2007) menjelaskan bahwa pengusaha atau wirausahawan (*entrepreneur*) merupakan seorang yang menciptakan sebuah usaha atau bisnis yang diharapkan dengan risiko dan ketidakpastian untuk memperoleh keuntungan dan mengembangkan bisnis dengan cara membuka kesempatan. Dengan begitu, seorang wirausahawan memiliki kemampuan dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan serta memiliki sikap mandiri dan mampu memanfaatkan setiap peluang yang ada

dengan mengoptimalkan potensi dalam membuat keputusan (Aprilianty, 2013).

Keputusan seseorang untuk berwirausaha dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, salah satunya adalah pola pikir kewirausahaan (Suaidy & Lewenussa, 2019). McGrath dan MacMillan (2000) mendefinisikan pola pikir kewirausahaan sebagai kemampuan dengan cepat merasakan, bertindak, dan memobilisasi bahkan dalam kondisi dengan ketidakpastian serta mau belajar dari dampak yang dihasilkan oleh risiko yang dihadapi. McGrath dan MacMillan (2000) juga mengajukan beberapa karakteristik pada individu yang memiliki pola pikir kewirausahaan seperti, memiliki pemikiran sederhana, berorientasi pada tindakan, penuh semangat mencari peluang yang baru, memiliki disiplin tinggi, fokus pada eksekusi, serta pandai bersosialisasi dan membangun jaringan.

Individu yang memiliki pola pikir kewirausahaan diprediksi dapat meningkatkan keberhasilan dalam berwirausaha dan mampu mengatasi risiko yang dihadapi serta mampu melihat peluang dalam keadaan yang tidak pasti (Naumann, 2017). Memiliki pola pikir kewirausahaan dapat mengubah cara berpikir dari mencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan pekerjaan (*job creator*) serta dapat menjadi pengusaha yang tangguh dan sukses dalam menjalankan usahanya (Hutagalung & Hutagalung, 2018).

Dalam ruang lingkup berwirausaha, pola pikir ditentukan oleh faktor eksternal dan internal. Faktor internal meliputi kepribadian, persepsi,

motivasi dan pembelajaran (Larviatmo & Ratnawati, 2018). Hal ini juga disampaikan oleh Karabulut (2016) yang menguraikan bahwa sifat kepribadian memiliki efek positif pada kewirausahaan. Evaluasi mengenai kepribadian seseorang memiliki pengaruh pada keberhasilan dalam melakukan kewirausahaan (Larviatmo & Ratnawati, 2018). Adapun Suryana (2006) mengatakan bahwa keberhasilan atau kegagalan wirausaha sangat dipengaruhi oleh sifat dan kepribadian individu. Sehingga disimpulkan bahwa pola pikir wirausaha dipengaruhi oleh kepribadian seseorang yang kemudian menentukan berhasil atau tidaknya seseorang dalam melakukan usahanya.

Menurut Dorland (2002) kepribadian merupakan pola khas seseorang dalam berpikir, merasakan dan berperilaku yang relatif stabil dan dapat diperkirakan. Kepribadian tersebut kadang kala membedakannya dari kebanyakan orang (Nugrahaningsih & Muslim, 2016). Para psikolog berpendapat bahwa kepribadian berhubungan dengan jenis karir yang dipilih seseorang dan bagaimana mereka berfungsi dalam pekerjaan ini (Pervin, Cervone, & John, 2010). Banyak pendekatan yang dilakukan untuk mengkaji kepribadian. Salah satu diantaranya adalah dengan menggunakan pendekatan teori kepribadian *big five* (*big five personality*) (Sarinah, 2017). Menurut Goldberg dalam John & Soto, 2007 merupakan salah satu pengembang tipe kepribadian, *big five personality* dibangun dengan meneliti dasar-dasar kepribadian dan menganalisis perkataan yang kerap digunakan dalam kehidupan sehari-hari

untuk menggambarkan tipe kepribadian seseorang. Goldberg menemukan adanya lima dimensi utama yaitu *extraversion*, *openness to experience*, *neuroticism*, *conscientiousness*, dan *agreeableness* (John & Soto, 2007).

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap pola pikir kewirausahaan. Selain itu penelitian terkait pola pikir kewirausahaan dan kepribadian masih belum banyak diteliti di Indonesia. Sehingga, penelitian ini menjadi sesuatu yang penting untuk diteliti. Terdapat beberapa hipotesis dalam penelitian ini yaitu, pertama terdapat pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap pola pikir kewirausahaan. Kedua, terdapat pengaruh dimensi *openness to experience* terhadap pola pikir kewirausahaan. Ketiga, terdapat pengaruh dimensi *conscientiousness* terhadap pola pikir kewirausahaan. Keempat, terdapat pengaruh dimensi *extraversion* terhadap pola pikir kewirausahaan. Kelima, terdapat pengaruh dimensi *agreeableness* terhadap pola pikir kewirausahaan dan yang terakhir terdapat pengaruh dimensi *neuroticism* terhadap pola pikir kewirausahaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif non-eksperimen yaitu pendekatan kausalitas dengan teknik analisis regresi linier berganda.

Partisipan

Partisipan pada penelitian ini adalah 100 (Laki-laki: 38%, Perempuan: 62%) Mahasiswa aktif S1 Fakultas Psikologi

Universitas Sumatera Utara angkatan 2015 s/d 2020 dengan rentang usia 18-25 tahun ($M : 20$, $SD : 1,589$) yang dipilih dengan menggunakan teknik *proportioned random sampling*. Semua partisipan terlebih dahulu mengisi *informed consent* sebelum berpartisipasi, untuk memastikan bahwa dalam pengisiannya secara sukarela dan dalam keadaan sadar.

Alat Ukur

Skala Pola Pikir Kewirausahaan

Skala Pola Pikir Kewirausahaan disusun menggunakan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh McGrath & MacMillan (2000) yaitu, orientasi pada aksi, berpikir sederhana, berkreasi mencari alternatif peluang baru, memiliki integritas dalam mengejar peluang, mengambil peluang yang terbaik, fokus pada eksekusi dan memfokuskan energi setiap orang di wilayah mereka. Aitem-aitem dalam skala Pola Pikir Kewirausahaan merupakan pernyataan yang terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Netral = 3, Tidak Setuju = 2 dan Sangat Tidak Setuju = 1. Sedangkan bobot penilaian untuk pertanyaan *unfavorable* yaitu Sangat Setuju = 1, Setuju = 2, Netral = 3, Tidak Setuju = 4, dan Sangat Tidak Setuju = 5). Berdasarkan uji Cronbach's alpha coefficient, didapatkan reliabilitas skala Pola Pikir Kewirausahaan sebesar 0.923 sehingga dapat disimpulkan bahwa skala Pola Pikir Kewirausahaan reliabel untuk digunakan.

Skala Dimensi Kepribadian Big Five

Skala dimensi kepribadian *big five* disusun menggunakan dimensi-dimensi yang dikemukakan oleh Goldberg dalam (John & Soto, 2007) yaitu, *extraversion*,

agreeableness, neuroticism, openness to experience dan *conscientiousness*. Aitem-aitem dalam skala dimensi kepribadian *big five* merupakan pernyataan yang terdiri dari lima pilihan jawaban, Sangat Setuju = 5, Setuju = 4, Netral = 3, Tidak Setuju = 2 dan Sangat Tidak Setuju = 1. Sedangkan bobot penilaian untuk pertanyaan *unfavorable* yaitu Sangat Setuju = 1, Setuju = 2, Netral = 3, Tidak Setuju = 4, dan Sangat Tidak Setuju = 5). Skala pada penelitian ini menggunakan *Big Five Inventory Scale* yang diadaptasi secara bahasa dan budaya oleh Neila Ramdhani dari Universitas Gadjah Mada Versi Bahasa Indonesia yang terstandarisasi (Ramdhani, 2012). Berdasarkan uji *Cronbach's alpha coefficient* didapatkan reliabilitas skala untuk masing-

masing dimensi kepribadian *big five* yaitu : 0,875 untuk dimensi *extraversion*, 0,723 untuk dimensi *agreeableness*, 0,907 untuk dimensi *neuroticism*, 0,809 untuk dimensi *openness to experience*, 0,764 untuk dimensi *conscientiousness*. Dapat disimpulkan bahwa skala Dimensi Kepribadian *Big Five* reliabel untuk digunakan.

HASIL TEMUAN

Analisa deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai data dari variabel yang diperoleh dari subjek penelitian. Berikut tabel kategorisasi yang bertujuan untuk menempatkan subjek ke dalam setiap kelompok yang posisinya berjenjang menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2012).

Tabel 1. Distribusi partisipan pada variabel dimensi kepribadian *big five* dan pola pikir kewirausahaan

Variabel	Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Percentase
<i>Extraversion</i>	X<16,33	Rendah	20	20%
	16,34≤X<25,65	Sedang	44	44%
	25,66	Tinggi	36	36%
	Total		100	100%
<i>Agreeableness</i>	X<18,66	Rendah	9	9%
	18,67≤X<29,32	Sedang	67	67%
	29,33	Tinggi	24	24%
	Total		100	100%
<i>Agreeableness</i>	X<18,66	Rendah	9	9%
	18,67≤X<29,32	Sedang	67	67%
	29,33	Tinggi	24	24%
	Total		100	100%
<i>Neuroticism</i>	X<16,33	Rendah	43	43%
	16,34≤X<25,65	Sedang	31	31%
	25,66	Tinggi	26	26%
	Total		100	100%
<i>Opennes to Experience</i>	X<18,66	Rendah	1	1%
	18,67≤X<29,32	Sedang	54	54%
	29,33	Tinggi	45	45%
	Total		100	100%

	X<18,66	Rendah	11	11%
Conscientious ness	18,67≤X<29,32	Sedang	72	72%
	29,33	Tinggi	17	17%
	Total		100	100%
	X<69,5	Rendah	1	1%
Pola pikir kewirausahaan	70 ≤X<109,5	Sedang	56	56%
	110	Tinggi	43	43%
	Total		100	100%

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisa data ditemukan bahwa terdapat pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap pola pikir kewirausahaan.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Berganda

Model	R	R Square	β	t	p
Constant	-	-	41.503	6.313	.000
<i>Extraversion</i>	.659	.434	.170	.400	.021
<i>Agreeableness</i>	.691	.478	.026	.072	.616
<i>Neuroticism</i>	.694	.481	.665	1.644	.104
<i>Openness</i>	.754	.569	1.163	3.343	.005
<i>Conscientiousness</i>	.762	.580	.594	1.584	.022

Berdasarkan dari nilai koefisien regresi didapatkan nilai β sebesar 41.503 t= 6.313, $p=0,000<0,05$ yang berarti nilai signifikansi kurang dari 0,05. Maka dapat diartikan bahwa Ha diterima.

Tabel 3. Hasil Uji F		
Model	F	Sig.
Regression	25.980	.000

Berdasarkan tabel uji F ditunjukkan nilai $p = .000$ yang berarti bahwa dimensi kepribadian *big five* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir kewirausahaan pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara.

Selanjutnya, berdasarkan dari nilai koefisien determinan (*R-square*) sebesar 0,434 pada dimensi *extraversion* yang mengandung pengertian bahwa pengaruh *extraversion* terhadap pola pikir kewirausahaan sebesar 43,4%, dimensi *agreeableness* sebesar 0,478 mengandung

pengertian bahwa pengaruh *agreeableness* terhadap pola pikir kewirausahaan sebesar 47,8%, dimensi *neuroticism* sebesar 0,481 bermakna bahwa pengaruh *neuroticism* terhadap pola pikir kewirausahaan sebesar 48,1%, dimensi *openness to experience* sebesar 0,569 mengandung pengertian bahwa pengaruh *openness to experience* terhadap pola pikir kewirausahaan sebesar 56,9%, dan dimensi *conscientiousness* sebesar 0,580 mengandung pengertian bahwa pengaruh *conscientiousness* terhadap pola pikir kewirausahaan sebesar 58,0% pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak ada dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap pola pikir kewirausahaan. Dari hasil analisis penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh positif pada dimensi *extraversion* terhadap pola pikir kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis awal penelitian yang mengatakan bahwa ada pengaruh dimensi *extraversion* terhadap pola pikir kewirausahaan. Hasil ini diperkuat dengan Antoncic, Kregar, Singh, & Denoble (2015), yang menyatakan bahwa orang-orang yang memiliki skor rendah pada *extraversion* mungkin sangat kecil kemungkinannya untuk menjadi seorang wirausaha dibandingkan dengan orang yang memiliki skor tinggi pada *extraversion*. Hal ini sesuai dengan teori Goldberg dalam John & Soto (2007) bahwa individu dengan kepribadian *extrovert* cenderung lebih sosial dan dapat menjalin

hubungan yang akan sangat penting untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis.

Dimensi *openness to experience* berpengaruh terhadap pola pikir kewirausahaan. Hal ini sesuai dengan hipotesis awal penelitian yang mengatakan ada pengaruh dimensi *openness to experience* terhadap pola pikir kewirausahaan. Hasil penelitian ini diperkuat dengan yang ditemukan oleh Antoncic, Kregar, Singh, & Denoble (2015) yang menemukan hubungan positif antara dimensi *openness to experience* dengan pola pikir kewirausahaan. Orang-orang dengan kepribadian *openness to experience* dapat digambarkan sebagai orang yang kreatif, imajinatif, filosofis, intelektual, dan mungkin cenderung memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menjadi pengusaha daripada orang lain (Goldberg dalam John & Soto, 2007).

Dimensi *conscientiousness* berpengaruh terhadap pola pikir kewirausahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis awal penelitian yang mengatakan bahwa ada pengaruh dimensi *conscientiousness* terhadap pola pikir kewirausahaan. Hal ini didukung oleh Goldberg dalam John & Soto, 2007) menyatakan karakteristik positif yang dimiliki individu pada dimensi ini disiplin, pekerja keras serta memiliki tujuan. Sehingga hal ini berkaitan dengan karakteristik memiliki integritas dalam mengejar peluang, mengambil peluang yang terbaik, *action oriented*, serta berpikir sederhana (McGrath & MacMillan, 2000). Individu dengan karakteristik pola pikir kewirausahaan ini memiliki integritas dan

disiplin yang tinggi terhadap apa yang sedang dikerjakan.

Selanjutnya, terdapat dua dimensi terakhir yaitu dimensi *neuroticism* dan *agreeableness*. Pada dimensi *neuroticism* tidak berpengaruh terhadap pola pikir kewirausahaan. Hal ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh dimensi *neuroticism* terhadap pola pikir kewirausahaan. Dimensi *neuroticism* memiliki karakteristik yang mencakup perasaan-perasaan negatif, seperti kecemasan, kesedihan, mudah marah, dan tegang (Goldberg dalam John & Soto, 2007). Hasil penelitian ini diperkuat dengan yang ditemukan oleh Hachana, Berraies, & Ftiti (2018) yang menyatakan bahwa seorang dengan skor rendah pada *neuroticism* akan mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah dengan cepat.

Dimensi *agreeableness* tidak memiliki pengaruh terhadap pola pikir kewirausahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian yang menyebutkan bahwa ada pengaruh antara dimensi *agreeableness* terhadap pola pikir kewirausahaan. Individu dengan dimensi *agreeableness* yang dominan memiliki ciri-ciri perilaku seperti lebih patuh dengan individu lainnya dan menghindari konflik. Namun, hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Ismail, Mahmud, Khalid, Jusoff, Rahman, Kassim & Zain (2009), yang menemukan bahwa *agreeableness* tidak memiliki korelasi dengan minat berwirausaha.

Meskipun demikian masih ada faktor lain yang mempengaruhi pola pikir kewirausahaan mahasiswa yang belum dikaji dalam penelitian ini. Hasil kajian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan pada penelitian selanjutnya agar dapat memperkaya teori tentang psikologi kewirausahaan, khususnya mengenai faktor kepribadian yang mempengaruhi pola pikir kewirausahaan serta dapat digunakan dalam proses konseling karir, yang dapat membantu konselor dan konseli dalam proses menentukan karir dengan mempertimbangkan aspek kepribadian.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian disimpulkan bahwa dimensi kepribadian *big five* berpengaruh terhadap pola pikir kewirausahaan mahasiswa. Hal ini berarti bahwa dimensi kepribadian merupakan salah satu yang perlu menjadi perhatian bagi mahasiswa dalam menentukan minat kewirausahaan untuk sungguh-sungguh menentukan bidang berwirausaha sesuai dengan dimensi kepribadian yang dimiliki.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada partisipan Mahasiswa Program Studi S1 Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara yang telah berpartisipasi dan bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Antoncic, B., Kregar, T. B., Singh, G., & Denoble, A. F. (2015). The big five personality-entrepreneurship

- relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12089>
- Aprilianty, E. (2013). Pengaruh kepribadian wirausaha, pengetahuan kewirausahaan, dan lingkungan terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(3), 311–324. <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i3.1039>
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas* (Empat ed). Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Pelajar.
- Dorland, W. A. N. (2002). *Kamus kedokteran Dorland*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Hachana, R., Berraies, S., & Ftit, Z. (2018). Identifying personality traits associated with entrepreneurial success: does gender matter? *Journal of Innovation Economics & Management*, (3), 169. <https://doi.org/10.3917/jie.027.0169>
- Hutagalung, B., & Hutagalung, A. Q. (2018). Pengaruh adversity quotient terhadap keberhasilan usaha pusat industri kecil medan denai. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 1(1), 60–69.
- Indayani, S., & Hartono, B. (2020). Analisis pengangguran dan pertumbuhan ekonomi sebagai akibat pandemi Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 18(2), 201–208.
- Ismail, M., Khalid, S. A., Othman, M., Jusoff, H. K., Rahman, N. A., Kassim, K. M., & Zain, R. S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of Business and Management*, 4(10). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v4n10p54>
- John, O. P., & Soto, C. J. (2007). The importance of being valid: Reliability and the process of construct validation. In *Handbook of research methods in personality psychology* (In R. W. R). New York, NY: Cambridge University Press.
- Karabulut, ahu T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kurniati, D. (2020). Duh , jumlah pengangguran bertambah ! Ini data terbaru BPS. Retrieved December 12, 2020, from DDTC News website: https://news.ddtc.co.id/duh-jumlah-pengangguran-bertambah-ini-data-terbaru-bps-25295?page_y=0
- Larviatmo, M. H. D., & Ratnawati, I. (2018). Pengaruh sifat kepribadian terhadap intensi menjadi wirausaha dengan efikasi diri sebagai variabel intervening (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 15, 51–65.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty. In *The entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press. <https://doi.org/10.2307/259188>
- Nasution, D. A. D., Erlina, & Muda, I.

- (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefitia*, 5(2), 212–224.
- Naumann, C. (2017). Entrepreneurial mindset : A synthetic literature review. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(3), 149–172.
- Nugrahaningsih, H., & Muslim, R. (2016). Pengaruh kepribadian, pengetahuan dan motivasi terhadap minat berwirausaha dengan perencanaan strategis sebagai variabel moderating pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 3(2), 1–20.
- Pervin, L. A., Cervone, D., & John, O. P. (2010). Psikologi kepribadian teori dan penelitian ed.9. In *Psikologi Kepribadian Teori dan Penelitian edisi kesembilan*. Jakarta:Kencana.
- Rahayu, I. R. S. (2019). Agustus 2019 , Pengangguran lulusan universitas 737.000 orang.
- Ramdhani, N. (2012). Adaptasi bahasa dan budaya inventori big five. *Jurnal Psikologi*, 39(2), 189–207. [https://doi.org/10.1016/S0143-4004\(97\)90091-6](https://doi.org/10.1016/S0143-4004(97)90091-6)
- Saragih, R. (2017). Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.
- Sarinah. (2017). Minat berwirausaha ditinjau dari kepribadian Extraversion pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan. *Jurnal Diversita*, 3(1), 32–39.
- Suaidy, H., & Lewenussa, R. (2019). Pengaruh pola pikir (Mindset) kewirausahaan terhadap motivasi dan keterampilan wirausaha mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong. *Jurnal Sentralisasi*, 8(1), 1–17.
- Sumardi, K. (2007). *Menakar jiwa wirausaha Mahasiswa Teknik Mesin Angkatan 2005*. IV(10).
- Suryana. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta,Salemba.
- Ustha, E. (2018). Analisis faktor-faktor yang memotivasi mahasiswa berkeinginan menjadi wirausaha di Pekanbaru (Studi kasus pada empat universitas di Pekanbaru) Endrianto. *Jurnal Tansiq*, 1(2), 138–157. Retrieved from <http://library1.nida.ac.th/termpaper6/sd/2554/19755.pdf>
- Wijaya, T. (2008). Kajian model empiris perilaku berwirausaha UKM DIY dan Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 10(2), 93-104–104. <https://doi.org/10.9744/jmk.10.2.pp.93-104>

