

PERAN IDENTITAS DIRI MAHASISWA SEBAGAI MODERATOR DALAM KERANGKA KERJA KEWIRAUSAHAAN

Antonius Satria Hadi

*Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram
Jl. Tata Bumi Selatan, Banyuraden, Gamping Sleman Yogyakarta
e-mail: antonius_satria@widyamataram.ac.id*

ABSTRACT

Entrepreneurship is believed to be able to create jobs and generate economic growth. The entrepreneurial spirit is the most significant economic development in the history of business. New businesses built by entrepreneurs can maintain market growth and contribute to the national economy. This research aims to examine the variables of attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and tendency to act influencing entrepreneurial intentions which are moderated by self-identity variables. This research has four hypotheses. Data was collected from 100 respondents obtained from an online questionnaire distributed to students in Yogyakarta who were studying in the entrepreneurship department/study program or had taken entrepreneurship courses with a sampling technique using purposive sampling. The data was then analyzed using structural equation modeling techniques with the help of SmartPLS 3 software.

Keywords — *personal attitudes, subjective norms, perceived behavioral control, propensity to act, entrepreneurship intention, self-identity*

ABSTRAK

Wirausaha diyakini dapat menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Semangat kewirausahaan merupakan perkembangan ekonomi yang paling signifikan dalam sejarah bisnis. Bisnis baru yang dibangun oleh wirausahawan dapat menjaga pertumbuhan pasar dan berkontribusi pada ekonomi nasional. Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel sikap, norma subyektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, dan kecenderungan untuk bertindak mempengaruhi niat berwirausaha yang dimoderasi oleh variabel identitas diri. Penelitian ini memiliki empat hipotesis. Data dikumpulkan dari 100 responden yang diperoleh dari kuesioner daring yang dibagikan kepada mahasiswa di Yogyakarta yang kuliah di jurusan/program studi kewirausahaan atau telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data kemudian dianalisis menggunakan teknik model persamaan struktural dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.

Kata Kunci — *sikap personal, norma subjektif, kontrol perilaku yang dipersepsikan, kecenderungan untuk bertindak, keinginan untuk berwirausaha, identitas diri*

1. PENDAHULUAN

Wirausaha diyakini dapat menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan pertumbuhan ekonomi. Semangat kewirausahaan merupakan perkembangan ekonomi yang paling signifikan dalam sejarah bisnis. Bisnis baru yang dibangun oleh wirausahawan dapat menjaga pertumbuhan pasar dan berkontribusi pada produksi nasional (Doern et al., 2019),(Galindo-Martín et al., 2021). Selain perusahaan besar dan mapan, para

wirausahawan ini semakin dianggap sebagai pelaku ekonomi, dengan memanfaatkan peluang pasar yang semakin terbuka yang didukung munculnya kemudahan distribusi pemasaran (Jiménez-Marín, 2021), (Rumangkik & Wahyudi, 2022). Kewirausahaan sekarang ini juga merupakan alternatif pilihan karir yang mulai diminati oleh berbagai lapisan masyarakat.

Berdasarkan laporan Global Entrepreneurship and Development Institute (GEDI) tahun 2020, negara peringkat teratas yang memiliki skor GEI (Global Entrepreneurship Index) tinggi ternyata didominasi oleh negara maju seperti negara Amerika dan negara-negara di Eropa Barat (GEDI, 2020). Di kawasan Asia Pasifik, Australia menempati urutan pertama dengan peringkat global pada posisi keenam. Indonesia bersama Malaysia dan Thailand mengalami peningkatan skor tertinggi pada tahun 2020 jika dibandingkan dengan tahun 2019. Namun, skor Indonesia masih rendah secara global dengan skor GEI 26,0 sementara Malaysia dan Thailand masing-masing memiliki skor 40,1 dan 33,5.

Perlu dicatat bahwa GEI ini mengukur kualitas kewirausahaan suatu negara serta peningkatan dan kedalaman dukungan terhadap ekosistem kewirausahaan. Penguatan ekosistem kewirausahaan dapat dilakukan dengan kemitraan publik-swasta (public-private partnership), bank, universitas, yayasan amal, pemerintah, dan lembaga bantuan (GEDI, 2020). Mengenai dukungan pendidikan di Indonesia terhadap kewirausahaan penanaman jiwa kewirausahaan sejak dini telah dilakukan sejak sekolah menengah pertama dan pendidikan tinggi. Namun, skor GEI yang diperoleh Indonesia berdasarkan pemeringkatan GEDI 2020 memunculkan pertanyaan tentang keberhasilan mendukung ekosistem wirausaha di Indonesia, termasuk dari lembaga pendidikan.

Oleh karena itu, pemerintah Indonesia harus memiliki cara untuk meningkatkan jumlah entrepreneur muda, karena membawa dampak positif bagi perekonomian nasional. Pada tahun 2009, Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan mencatat bahwa, hanya 6,14% lulusan perguruan tinggi yang menjadi wirausahawan, sedangkan 83,18% lulusan perguruan tinggi lebih senang mencari pekerjaan (*job seeker*) dibandingkan menjadi entrepreneur. Pada tahun 2017, Badan Pusat Statistik mencatat bahwa terjadi peningkatan jumlah lulusan perguruan tinggi yang menjadi entrepreneur, yaitu sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa, lulusan perguruan tinggi memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi seorang entrepreneur muda.

Kewirausahaan atau penciptaan usaha berdampak signifikan pada pertumbuhan ekonomi. Kewirausahaan dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan revolusi teknologi melalui kemajuan teknologi, ekspansi bisnis, dan penciptaan lapangan kerja baru (Parker, 2004), (Zahra, 2021). Sebuah bisnis yang baru akan membawa kedinamisan ke dalam ekonomi negara yang bersangkutan. Dinamika dapat mencakup berbagai aspek pembangunan ekonomi, seperti peningkatan pendapatan per kapita warga suatu negara atau penurunan tingkat pengangguran (Manaa & Muhammad Abrar, 2020).

Model penelitian yang dipilih peneliti untuk memprediksi fenomena minat berwirausaha khususnya kepada para mahasiswa adalah Theory of Planned Behavior (Armstrong, 1988). Menurut (Krueger et al., 2000), memulai bisnis baru adalah perilaku terencana dan dipengaruhi oleh minat, sehingga prediksi terbaik adalah melalui minat terhadap perilaku, bukan melalui sikap, keyakinan, kepribadian, atau demografis. TPB yang berasal dari psikologi sosial merupakan salah satu teori yang paling sering dikutip dalam publikasi ilmiah dalam menjelaskan minat berwirausaha (Choe et al., 2021).

2. TEORI DAN HIPOTESIS

Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha

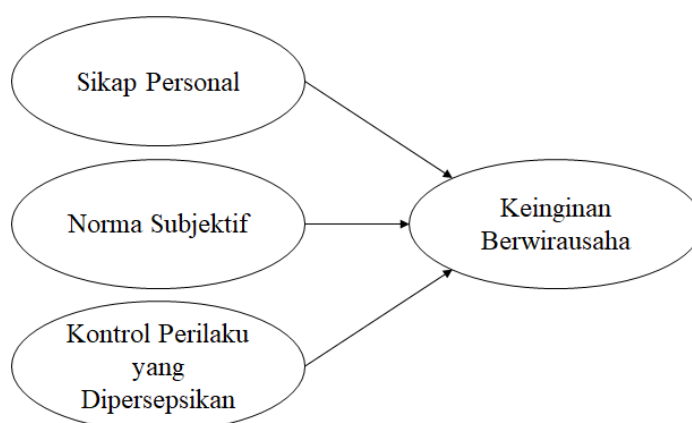
Kewirausahaan telah menjadi fokus utama dalam pembentukan kebijakan publik dan pembangunan ekonomi sejak teori yang diperkenalkan oleh Schumpeter pada era 1930-an (Roy et al., 2017) (Bignetti et al., 2021). Selama beberapa dekade terakhir, peran kewirausahaan semakin diakui secara global sebagai alat yang sangat vital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Definisi kewirausahaan atau jiwa kewirausahaan, seperti yang diuraikan oleh para peneliti terdahulu, merujuk pada proses inovatif dalam menciptakan hal baru dengan dedikasi waktu dan upaya yang signifikan, yang pada gilirannya membawa dampak positif berupa pendapatan, kemandirian, dan kepuasan finansial (Baumol, 2010).

Theory of Planned Behavior

Teori yang paling kuat digunakan dalam studi kewirausahaan dan niat berwirausaha adalah Model Intensi Berwirausaha Shapero dan Theory of Planned Behavior (Mwange, 2018), (Hadi et al., 2022). TPB menjadi pusat dalam studi psikologi sosial yang berkaitan dengan menjelaskan perilaku (Lucas, 2008). Menurut (Ajzen, 2011), para peneliti memperluas Theory of Reasoned Action ke Theory of Planned Behavior yang berkaitan

dengan jenis perilaku yang orang-orang memiliki kendali terbatas atas upaya untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. TPB bergantung pada niat untuk menentukan intensitas upaya untuk melakukan perilaku tertentu.

Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) mengemukakan bahwa terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi niat seseorang, yaitu sikap personal, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, baik dari faktor internal maupun eksternal ((Ajzen, 2011)). Sikap personal merujuk pada penilaian individu terhadap hasil dari perilaku tertentu serta tingkat kesukaannya terhadap perilaku tersebut. Sedangkan kontrol perilaku yang dipersepsikan mengacu pada sejauh mana individu merasa memiliki kemampuan untuk melaksanakan perilaku tertentu dan seberapa besar mereka merasa dapat mengontrol perilaku tersebut. Dalam konteks psikologis, niat diakui sebagai prediktor utama dari perilaku yang direncanakan. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam terhadap niat kewirausahaan menjadi kunci dalam memahami proses kewirausahaan yang kompleks serta menjelaskan perilaku kewirausahaan secara menyeluruh (Miranda et al., 2017)



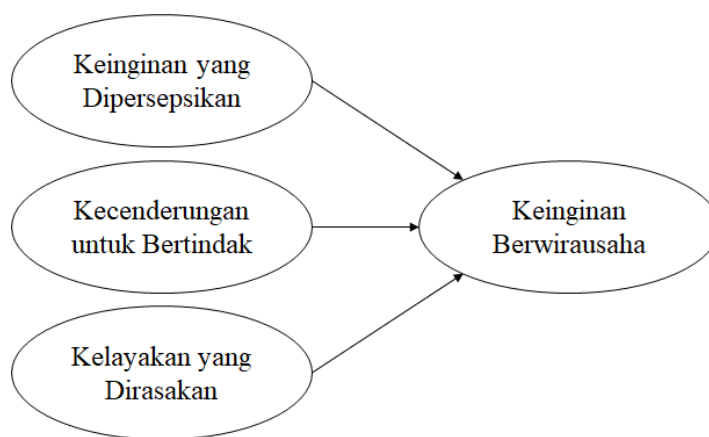
Gambar 1. Model Entrepreneurial Intention Berbasis Theory of Planned Behavior

Theory of Entrepreneurial Event

Teori lain yang menggambarkan dorongan untuk menjadi seorang wirausaha adalah Teori Peristiwa Kewirausahaan. Menurut (Shapero & Sokol, 1982), dorongan yang dirasakan (perceived desirability) merujuk pada daya tarik personal untuk memulai usaha, yang mencakup pengaruh internal dan eksternal. Sementara itu, kelayakan yang dirasakan (perceived feasibility) mencerminkan sejauh mana seseorang yakin akan kemampuannya sendiri untuk memulai bisnis (Krueger et al., 2000). Kemauan untuk bertindak (propensity to act) dapat diartikan sebagai kecenderungan alami seseorang untuk mengambil langkah-

langkah berdasarkan pada keputusan mereka, yang mencerminkan kemauan dalam niat mereka. Secara konseptual, kemauan untuk bertindak dalam menghadapi peluang tergantung pada persepsi kontrol – yaitu keinginan untuk mengambil kendali melalui tindakan-tindakan yang diambil.

Model dari teori ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi entrepreneurial intention meliputi faktor situasional dan sosial. Faktor situasional menyatakan bahwa entrepreneurial terbentuk karena suatu situasi yang mengharuskan individu berbuat sesuatu, sedangkan faktor sosial menyatakan bahwa entrepreneurial terbentuk karena pengalaman-pengalaman masa lalu. Model dari teori entrepreneurial event dapat dilihat pada Gambar .2



Gambar 2

Model Entrepreneurial Intention Berbasis Theory of Entrepreneurial Event

Beberapa penelitian sebelumnya ((Gómez-Ramirez et al., 2019), (Shalender & Sharma, 2021)) bertujuan untuk menguji model *entrepreneurial intention* dengan melihat tiga variabel dari Theory of Planned Behavior, yaitu *attitudes*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control* terhadap *entrepreneurial intention*. Sedangkan para peneliti lainnya ((Kaffka & Krueger, 2018), (Ranga et al., 2019), (Soomro et al., 2020)) melakukan penelitian untuk menguji model *entrepreneurial event* terhadap *entrepreneurial intention*. Temuan penelitian tersebut adalah model entrepreneurial event terbukti mempengaruhi entrepreneurial intention. (Krueger et al., 2000) menambahkan bahwa adanya kesamaan variabel antara kedua teori tersebut yakni attitude dan perceived desirability serta perceived behavioral control dan perceived feasibility.

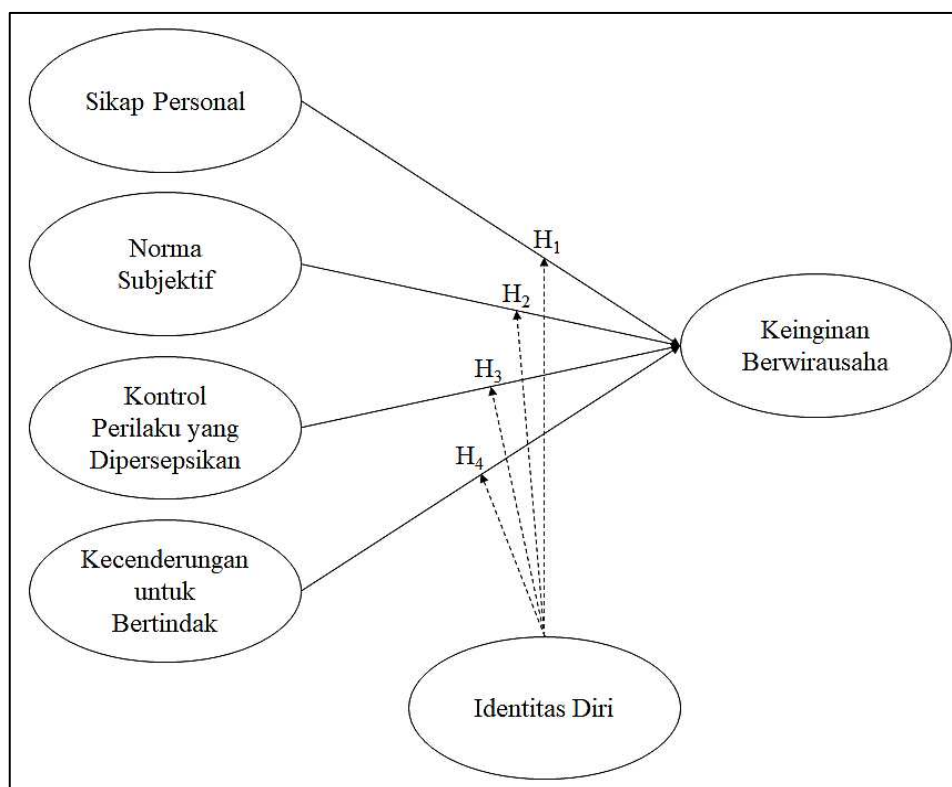
Identitas Diri

Perkembangan identitas merupakan sebuah perjalanan yang rumit dalam mengadopsi, mempertahankan, atau menolak keyakinan, nilai, dan tujuan hidup. Proses ini sering kali melibatkan periode ketidakpastian dan kebingungan mengenai konsep diri seseorang (Mmbaga et al., 2020). Pembentukan identitas terjadi saat individu mengamati perilaku dari tokoh-tokoh teladan yang sesuai dengan konteks budaya dan tingkat kesamaan karakteristik pribadi. Oleh karena itu, peran tokoh teladan sangatlah penting karena kemampuannya untuk menginspirasi individu yang memiliki kesamaan karakteristik dengan mereka (Leitch & Harrison, 2016).

Menurut (Stryker & Burke, 2000), pemilihan peran dipengaruhi oleh identitas yang membentuk konsep diri, yang disusun dalam struktur hirarkis berdasarkan tingkat kepentingannya (salience). Konsep diri individu terdiri dari berbagai identitas, seperti hubungan keluarga, hubungan profesional, dan lainnya, yang melengkapi identitas kewirausahaan mereka. (Murnieks & Mosakowski, 2007) serta (Conger et al., 2018) menekankan bahwa individu terdorong untuk terlibat dalam kewirausahaan karena sesuai dengan konsep diri yang penting bagi mereka, yang memicu emosi positif dan motivasi. Fokus pada identitas wirausaha memungkinkan pemahaman lebih baik tentang mengapa beberapa orang menunjukkan semangat kewirausahaan yang tinggi sementara yang lain tidak, meskipun melakukan aktivitas yang sama. Terlebih lagi, identitas kewirausahaan bisa naik atau turun seiring dengan perubahan dalam konsep diri individu, menjelaskan variasi dalam motivasi untuk menjalankan peran kewirausahaan dari waktu ke waktu.

Dalam konteks kewirausahaan, kontrol perilaku yang dipersepsikan adalah persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam mewujudkan minat menjadi seorang pengusaha (Liñán et al., 2011), (Dana et al., 2021). Konsep ini serupa dengan persepsi efikasi diri menurut (Perrig & Grob, 2000) dan kelayakan yang dirasakan menurut (Shapero & Sokol, 1982). (Perrig & Grob, 2000) menjelaskan persepsi efikasi diri sebagai penilaian kemampuan seseorang untuk mengatur dan mencapai kinerja tertentu. Dengan kata lain, ini mencerminkan penilaian individu terhadap kemampuannya untuk menjalankan perilaku tertentu. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa identitas diri dapat memoderasi hubungan antara kontrol perilaku dan perilaku kewirausahaan (Obschonka et al., 2015).

- H₁: Sikap personal berpengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha yang dimoderasi oleh identitas diri
- H₂: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha yang dimoderasi oleh identitas diri
- H₃: Kontrol perilaku yang dipersepsikan berpengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha yang dimoderasi oleh identitas diri
- H₄: Kecenderungan untuk bertindak berpengaruh positif terhadap keinginan berwirausaha yang dimoderasi oleh identitas diri



Gambar 3. Kerangka Kerja (*framework*) Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berakar pada pendekatan positivisme dalam riset, yang menekankan pada pencarian realitas sosial melalui logika sistematis yang memanfaatkan keterkaitan fakta, konsep, dan definisi. Filosofi ini juga mengandalkan penggunaan bukti dan data yang ada untuk memvalidasi teori yang telah ada (Taylor et al., 2010). Proses penelitian ini meliputi beberapa langkah, yakni observasi langsung terhadap realitas sosial, pembentukan hipotesis berdasarkan teori yang terkait, pengumpulan data yang teliti guna menguji hipotesis tersebut, serta analisis hasil pengujian yang akan mengonfirmasi atau

mengembangkan model dan teori yang telah ada sebelumnya. Jenis penelitian ini dapat disebut sebagai penelitian kuantitatif, di mana pengujian hipotesis dilakukan melalui metode survei untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam (Cahya, 2017).

Sebanyak 100 mahasiswa di Yogyakarta menjadi responden dalam penelitian ini, dipilih melalui metode non-probability – purposive sampling. Mereka merupakan mahasiswa yang sedang mengambil jurusan/program studi kewirausahaan atau telah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan, serta berusia antara 18 hingga 24 tahun, sesuai dengan kriteria dewasa muda (Auter, 2007). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah dimodifikasi dari penelitian sebelumnya sebagai alat pengumpulan data. Skala Likert digunakan untuk mengukur data, di mana responden menilai tingkat persetujuan mereka dengan jawaban dari "sangat setuju" yang diberi skor 5, "setuju" diberi skor 4, "netral" diberi skor 3, "tidak setuju" diberi skor 2, dan "sangat tidak setuju" yang diberi skor 1.

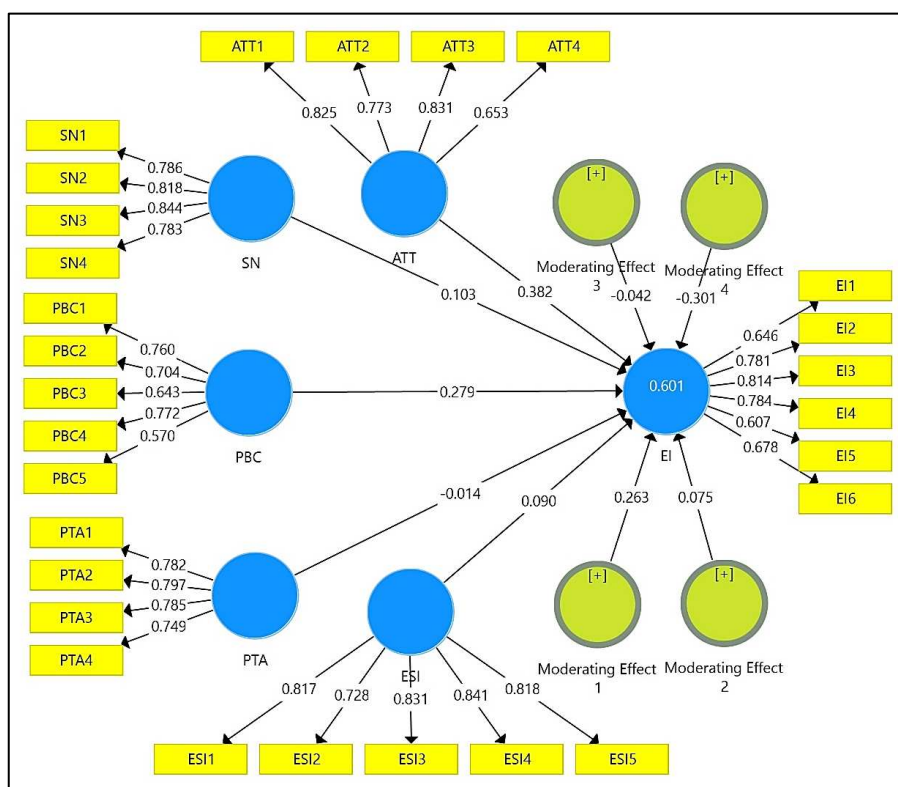
Variabel penelitian mengandung beberapa item yang perlu diukur dan dianalisis untuk menguji hubungan antara masing-masing variabel. Kemudian uji validitas menggunakan analisis faktor konfirmatori sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha (Civelek, 2018)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Keseluruhan, sebanyak 100 survei telah disebar secara daring melalui aplikasi Google Form, dengan tautan yang dibagikan kepada para responden. Dari jumlah tersebut, 56% di antaranya adalah wanita, sementara 44% sisanya adalah pria. Mayoritas responden berusia antara 21 hingga 24 tahun, mencapai 60%, sedangkan 40% sisanya berusia antara 18 hingga 20 tahun. Analisis terhadap semua variabel penelitian, termasuk sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, kecenderungan bertindak, niat berwirausaha, dan identitas diri berwirausaha, menunjukkan reliabilitas konstruk yang baik, dengan nilai Cronbach's Alpha dan reliabilitas komposit melebihi 0,70. Validitas konvergen yang baik juga terlihat pada semua variabel penelitian, dengan nilai faktor muat standar dan nilai AVE yang melebihi 0,50. Uji hipotesis dilakukan menggunakan analisis jalur, dan hasilnya disajikan dalam Tabel 1 melalui pengujian bootstrapping SmartPLS.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Construct Validity					
	Convergent Validity				Discriminant Validity	
	Standardize d Loading Factor ≥ 0,50	AVE ≥ 0,50	Construct Reliability		Rotated Component Matrix	AVE > R²
			Standardized Cronbach's Alpha ≥ 0,7	Composite Reliability (CR) ≥ 0,7		
Sikap	≥ 0,50	0,74	0,86	0,93	<i>no cross loading</i>	Yes
Norma Subjektif	≥ 0,50	0,65	0,87	0,88	<i>no cross loading</i>	Yes
Persepsi Kontrol Perilaku	≥ 0,50	0,58	0,86	0,85	<i>no cross loading</i>	Yes
Kecenderung an untuk Bertindak	≥ 0,50	0,62	0,75	0,78	<i>no cross loading</i>	Yes
Niat Berwirausah a	≥ 0,50	0,67	0,82	0,81	<i>no cross loading</i>	Yes
Identitas Diri	≥ 0,50	0,76	0,85	0,94	<i>no cross loading</i>	Yes
Kesimpulan			GOOD		GOOD	
	GOOD					
	GOOD					



Gambar 4. Standardized Loading Factor

Analisis koefisien jalur pada Tabel 2 menunjukkan bahwa sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan kecenderungan untuk bertindak memiliki dampak yang kuat dan positif terhadap niat untuk berwirausaha. Hasil ini menggambarkan bahwa semakin positif sikap seseorang, semakin kuat norma subyektif yang mereka miliki, semakin tinggi persepsi mereka terhadap kontrol perilaku, dan semakin besar kecenderungan mereka untuk bertindak, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Selain itu, analisis menunjukkan bahwa identitas diri sebagai seorang wirausaha memiliki peran yang signifikan dalam memoderasi hubungan antara sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan kecenderungan untuk bertindak terhadap niat berwirausaha. Faktanya, identitas diri wirausaha juga secara langsung berkontribusi pada peningkatan niat berwirausaha. Hal ini menunjukkan bahwa identitas diri wirausaha tidak hanya mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel lain dan niat berwirausaha, tetapi juga memiliki pengaruh langsung terhadap niat tersebut. Dengan demikian, peran identitas diri wirausaha dapat dikategorikan sebagai quasi moderator yang penting dalam konteks ini, karena tidak hanya mempengaruhi hubungan antara variabel-variabel lain, tetapi juga secara langsung memengaruhi niat berwirausaha. Hal ini menegaskan pentingnya memperhatikan faktor identitas diri dalam memahami perilaku kewirausahaan seseorang.

Tabel 2. Koefisien Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistic	P-Values
ATT → EI	0.204	0.180	0.183	1.116	0.018
PBC → EI	0.312	0.316	0.132	2.365	0.008
SN → EI	0.167	0.167	0.163	1.023	0.012
PTA → EI	0.321	0.198	0.174	2.231	0.009
ESI → EI	0.251	0.262	0.094	2.666	0.046
Mod. Effect 1 → EI	0.390	0.377	0.155	2.513	0.048
Mod. Effect 2 → EI	-0.342	-0.361	0.178	1.992	0.000
Mod. Effect 3 → EI	0.025	0.013	0.103	0.240	0.019
Mod. Effect 4 → EI	0.039	0.021	0.134	0.275	0.047

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh sikap, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan kecenderungan bertindak terhadap niat berwirausaha yang dimoderasi oleh identitas diri, ditemukan bahwa semua faktor tersebut secara positif dan signifikan memengaruhi niat berwirausaha, dengan pengaruh yang dipengaruhi oleh identitas diri. Penemuan ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Roy et al., 2017). Namun, berbeda dengan temuan ini, studi oleh (Purusottama, 2019) menunjukkan bahwa norma subyektif secara statistik tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, meskipun sikap dan persepsi kontrol perilaku memiliki dampak yang signifikan. Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian oleh (Al-Jubari, 2019). Ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha mahasiswa dapat bervariasi, mungkin disebabkan oleh kompleksitas ekosistem wirausaha dan faktor mediasi lainnya. Pengalaman belajar di kampus juga dapat memainkan peran penting dalam memperkuat minat wirausaha mahasiswa.

Beberapa saran untuk penelitian selanjutnya tentang minat berwirausaha harus lebih mengintegrasikan theory of planned behaviour (TPB) dengan faktor kontekstual lainnya sebagai bentuk perbaikan dari kekurangan analisis TPB dalam penelitian ini. Dalam konteks tanggung jawab pendidikan tinggi, penelitian Rengiah & Sentosa (2014) mencoba menghubungkan analisis TPB dengan dukungan universitas dan program pendidikan kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. In *Psychology and Health* (Vol. 26, Issue 9). <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Al-Jubari, I. (2019). College students' entrepreneurial intention: Testing an integrated model of SDT and TPB. *SAGE Open*, 9(2). <https://doi.org/10.1177/2158244019853467>
- Auter, P. J. (2007). Portable social groups: Willingness to communicate, interpersonal communication gratifications, and cell phone use among young adults. *International Journal of Mobile Communications*, 5(2). <https://doi.org/10.1504/IJMC.2007.011813>

- Baumol, W. J. (2010). The microtheory of innovative entrepreneurship. In *The Microtheory of Innovative Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1093/ajae/aar056>
- Bignetti, B., Santos, A. C. M. Z., Hansen, P. B., & Henriqson, E. (2021). The influence of entrepreneurial passion and creativity on entrepreneurial intentions. *Revista de Administracao Mackenzie*, 22(2). <https://doi.org/10.1590/1678-6971/ERAMR210082>
- Cahya, W. A. P. (2017). Penerapan Metode Kuantitatif Terhadap Jumlah Permintaan Tenaga Kerja Perhotelan Di Denpasar. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 3(1).
- Choe, J. Y., Kim, J. J., & Hwang, J. (2021). Innovative marketing strategies for the successful construction of drone food delivery services: Merging TAM with TPB. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 38(1). <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1862023>
- Civelek, M. E. (2018). Essentials of Structural Equation Modeling. *Zea Books*. <https://doi.org/10.13014/k2sj1hr5>
- Conger, M., McMullen, J. S., Bergman, B. J., & York, J. G. (2018). Category membership, identity control, and the reevaluation of prosocial opportunities. *Journal of Business Venturing*, 33(2). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.11.004>
- Dana, L. P., Tajpour, M., Salamzadeh, A., Hosseini, E., & Zolfaghari, M. (2021). The impact of entrepreneurial education on technology-based enterprises development: The mediating role of motivation. *Administrative Sciences*, 11(4). <https://doi.org/10.3390/admsci11040105>
- Doern, R., Williams, N., & Vorley, T. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: business as usual? An introduction and review of the literature. In *Entrepreneurship and Regional Development* (Vol. 31, Issues 5–6). <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1541590>
- Galindo-Martín, M. Á., Castaño-Martínez, M. S., & Méndez-Picazo, M. T. (2021). Effects of the pandemic crisis on entrepreneurship and sustainable development. *Journal of Business Research*, 137. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.053>
- Gómez-Ramírez, I., Valencia-Arias, A., & Duque, L. (2019). Approach to M-learning Acceptance Among University Students. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 20(3). <https://doi.org/10.19173/irrodl.v20i4.4061>
- Hadi, A. S., Sentosa, I., & Wahid, R. A. (2022). AN EXTENDED MODEL OF ENTREPRENEURIAL INTENTION IN INDONESIA: ROLE OF ENTREPRENEURIAL SELF-IDENTITY AS MODERATOR. *International Journal of*

Management & Entrepreneurship Research, 4(8).
<https://doi.org/10.51594/ijmer.v4i8.366>

- Jiménez-Marín, G. (2021). SOCIAL MEDIA MARKETING AND GAMER EVENTS: THE CASE OF THE LAUNCH OF APEX LEGENDS AS A MODEL OF ENTREPRENEURSHIP. *International Journal of Entrepreneurship*, 25.
- Kaffka, G., & Krueger, N. (2018). The entrepreneurial “mindset”: Entrepreneurial intentions from the entrepreneurial event to neuroentrepreneurship. In *Foundational Research in Entrepreneurship Studies: Insightful Contributions and Future Pathways*.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-73528-3_10
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5). [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Leitch, C. M., & Harrison, R. T. (2016). Identity, identity formation and identity work in entrepreneurship: conceptual developments and empirical applications. *Entrepreneurship and Regional Development*, 28(3–4).
<https://doi.org/10.1080/08985626.2016.1155740>
- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Lucas, W. (2008). Theories of Entrepreneurial Intention and the Role of Necessity. *Isbe.Org.Uk*.
- Manaa, A., & Muhammad Abrar, ul H. (2020). The Effects of SMEs, Population and Education level on Unemployment in Kingdom of Bahrain. *IKSP Journal of Business and Economics*, 1(2).
- Miranda, F. J., Chamorro-Mera, A., & Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2).
<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Mmbaga, N. A., Mathias, B. D., Williams, D. W., & Cardon, M. S. (2020). A review of and future agenda for research on identity in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 35(6). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106049>
- Murnieks, C. Y., & Mosakowski, E. M. (2007). Who am I? Looking inside the “entrepreneurial identity.” *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 27(5).

- Mwange, A. (2018). An Evaluation of Entrepreneurship Intention Theories. *IJRDO - Journal of Social Science and Humanities Research*, 3(9).
- Parker, S. C. (2004). The economics of self-employment and entrepreneurship. In *The Economics of Self-Employment and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511493430>
- Perrig, W. J. [Ed], & Grob, A. [Ed]. (2000). Control of human behavior, mental processes, and consciousness: Essays in honor of the 60th birthday of August Flammer. In *Control of human behavior, mental processes, and consciousness: Essays in honor of the 60th birthday of August Flammer*.
- Purusottama, A. (2019). REVISITING STUDENTS' ENTREPRENEURIAL INTENTION IN INDONESIA: A THEORY OF PLANNED BEHAVIOR APPROACH. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 21(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.21.1.64-74>
- Ranga, V., Jain, S., & Venkateswarlu, P. (2019). Exploration of Entrepreneurial Intentions of Management Students Using Shapero's Model. *Theoretical Economics Letters*, 09(04). <https://doi.org/10.4236/tel.2019.94062>
- Roy, R., Akhtar, F., & Das, N. (2017). Entrepreneurial intention among science & technology students in India: extending the theory of planned behavior. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4). <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0434-y>
- Rumangkit, S., & Wahyudi, A. (2022). ANTESEDEN ENTREPRENEURIAL INTENTION MELALUI PENDEKATAN THEORY PLANNED BEHAVIOR. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 8(1). <https://doi.org/10.30873/jbd.v8i1.3160>
- Shalender, K., & Sharma, N. (2021). Using extended theory of planned behaviour (TPB) to predict adoption intention of electric vehicles in India. *Environment, Development and Sustainability*, 23(1). <https://doi.org/10.1007/s10668-020-00602-7>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship, in *The Encyclopaedia of Entrepreneurship*. In *Encyclopedia of Entrepreneurship*.
- Soomro, B. A., Lakhan, G. R., Mangi, S., & Shah, N. (2020). Predicting entrepreneurial intention among business students of public sector universities of Pakistan: an application of the entrepreneurial event model. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(3). <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-11-2019-0092>

- Stryker, S., & Burke, P. J. (2000). The past, present, and future of an identity theory. *Social Psychology Quarterly*, 63(4). <https://doi.org/10.2307/2695840>
- Taylor, K., Nettleton, S., Harding, G., & Bartholomew's, S. (2010). Social Research Methods. In *Sociology for Pharmacists*. https://doi.org/10.4324/9780203381175_chapter_9
- Zahra, S. A. (2021). International entrepreneurship in the post Covid world. *Journal of World Business*, 56(1). <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101143>