

**IMPLEMENTASI GENERAL ENTERPRISING TEST (GET2) DAN
KONTRIBUSINYA UNTUK MENDORONG SISTEM EDUKASI GEN-Z
INDONESIA BERDASARKAN *LOCUS OF CONTROL***

Nur Amalya Yusrin
Universitas Pradita
nur.amalya@pradita.ac.id

ABSTRACT

The world is not okay even the COVID-19 pandemic has passed. The global economy has experienced a sharp contraction since 2020. This has an impact on depreciation in household consumption which has an impact on decreasing people's welfare. The increase number of jobs is expected to be able to increase economic welfare for the Indonesian people affected by layoffs. However, the number of business in Indonesia is still low. Where the level of public awareness tendency to become entrepreneurs compared to intrapreneurs is still minimal. Education is one of the stakeholder to increase the awareness about the importance of building a business. Higher education as a scientific institution is required to be more innovative in carrying out the learning process. An integrated learning ecosystem is needed that suits Gen-Z as the growing Indonesian population. In this study, The General Enterprising Test (GET2) method was implemented to measure the dominant tendencies of 111 students as respondents. Based on research, the tendency of an internal locus of control is the main character by Gen-Z. By creating an appropriate ecosystem it will be able to increase the number of university graduates who become entrepreneurs.

Keywords: *General Enterprising Test, Internal Locus of Control, Gen-Z, Entrepreneurship Education*

ABSTRAK

Paska COVID-19 dunia tidaklah baik-baik saja. Perekonomian global semenjak 2020 mengalami kontraksi tajam. Hal ini berimbas kepada depresiasi konsumsi rumah tangga yang berdampak kepada penurunan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan jumlah lapangan kerja diharapkan mampu memberikan harapan untuk masyarakat Indonesia yang terdampak pemutusan hubungan kerja (PHK). Namun, jumlah pebisnis di Indonesia masih rendah. Dimana tingkat tendensi kesadaran masyarakat untuk menjadi *entrepreneur* dibandingkan *intrapreneur* masih minim. Pendidikan menjadi salah satu media untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya membangun bisnis. Perguruan tinggi sebagai lembaga ilmiah dituntut semakin inovatif dalam menjalankan proses pembelajaran. Dibutuhkan ekosistem pembelajaran terintegrasi yang sesuai dengan Gen-Z sebagai dominasi masyarakat Indonesia yang betumbuh. Metode General Enterprising Test (GET2) diimplementasikan untuk mengukur dominasi tendensi dari 111 mahasiswa sebagai

responden. Berdasarkan penelitian, tendensi *internal locus of control* menjadi karakter utama yang dimiliki oleh Gen-Z. Diharapkannya, dengan membangun ekosistem yang sesuai mampu meningkatkan jumlah lulusan perguruan tinggi yang menjadi *entrepreneur*.

Kata kunci: *General Enterprising Test, Internal Locus of Control, Generasi-Z, Pendidikan Kewirausahaan*

PENDAHULUAN

Perekonomian global paska pandemi COVID-19 dinilai tidak baik-baik saja. Semenjak 2020, terdapat kontraksi tajam hingga 4,9% yoy (WEO Juni) (IMF, 2020). Kondisi ini menjadi bukti bahwa kondisi ekonomi global cukup mengkhawatirkan ditambah diringi dengan angkat inflasi yang cenderung tinggi (Kemenkeu (a), 2022). Berdasarkan survey kementerian ketenagakerjaan kepada 1.105 perusahaan di 32 provinsi, pada 2020 terdapat 88% perusahaan terdampak pandemi COVID-19 (Biro Humas Kemnaker, 2020). Dampak tertinggi adalah berkurangnya permintaan produksi hingga 90% yang dialami oleh UMKM terutama dalam bidang akomodasi makan dan minum, real estate dan konstruksi (ibid.). Kondisi ini memaksa 17,8% perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK), 25,6% merumahkan karyawan dan 10% melakukan keduanya (ibid.). Selain itu, konsumsi rumah tangga di Indonesia juga menurun masyarakat mulai berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki diakibatkan simpang siur ekonomi di masa depan (Pratiwi, 2022). Indonesia Nampak “kebal” dengan resesi ekonomi tahun 2023. Suahasil Nazara, Wakil Menteri Keuangan menyatakan bahwa pada kuartal II tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Indonesia cukup baik yaitu 5,4%. (Kemenkeu (b), 2022). Namun, fakta menunjukan hal lain. Ancaman resesi global secara langsung mampu menggoyahkan prediksi keseimbangan ekonomi Indonesia 2023 (CNN Indonesia, 2022). Gelombang PHK masuk ke Indonesia ditandai dengan PHK masal 10.000 karyawan secara bergilir yang dilakukan oleh perusahaan startup teknologi sepanjang tahun 2022 (Respati, 2022). Tsunami PHK juga terjadi pada industri kreatif. Berkurangnya permintaan luar negeri sebanyak 50%, yang merupakan target market pabrik garmen Subang, terhadap produk *fashion* menyebabkan 25 manajemen pabrik di Subang melakukan PHK terhadap 10.000 karyawan (Hasbullah, 2022; Yanwardhana, 2022). Komoditas Indonesia

juga terancam. Penurunan harga dan permintaan komoditas dunia menjadi sinyal berbahaya bagi perekonomian Indonesia yang dapat membahayakan penerimaan negara yang selama ini cukup mengandalkan penerimaan dari sektor komoditas (CNBC Indonesia, 2022). Berdasarkan diskusi di atas, jelas bahwa UMKM adalah tulang punggung pemulihan ekonomi nasional. Ketika UMKM goyah, perekonomian Indonesia pun melemah. Pengalaman membuktikan bahwa selama masa-masa sulit sebelumnya, seperti krisis 1998, UMKM menjadi garda terdepan yang dapat bertahan dan menjadi solusi dalam menghadapi masalah ekonomi (itsojt, 2022). Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara (BKPM, 2022). Terdapat 64,19 juta UMKM di Indonesia per 2022 dengan kontribusi PDB sebesar 8.573,89 triliun rupiah, menghimpun 60,4% total investasi (ibid). Di lihat dari profil pelaku UMKM di Indonesia, 60% adalah di atas 35 tahun dan 40% di bawah 35 tahun. Tiga sektor paling diminati adalah eceran (26,2%), manufaktur (24,8%) dan layanan makanan dan minuman (22,6%) (Khurniawan, Rivai, & Turijin, 2019). Tingginya jumlah usia produktif dan semakin sedikit lapangan pekerjaan menciptakan fakta bahwa dibutuhkannya lapangan pekerjaan yang *problem-solution fit* di Indonesia. Indonesia menghadapi kondisi bonus demografi (Universitas Ahmad Dahlan, 2022). Generasi Z memiliki karakteristik yang inovatif dan *savvy technology*, namun berpotensi menjadi ancaman ketika lingkungan gagal memahami dan memfasilitasi potensi serta *passion* yang dimiliki (Munawaroh & Kurniawan, 2018; Khurniawan, Rivai, & Turijin, 2019). Berdasarkan UU No.12 Tahun 2012, Indonesia memiliki sistem pendidikan *entrepreneurship* berlandaskan pada pengembangan otonomi kurikulum masing-masing sekolah dimana tim pengajar diberikan kemampuan untuk mengembangkan kurikulum, metode dan materi pembelajaran (Kamis & Faraz, 2012). Pada tahun 2013, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan mengeluarkan modul pembelajaran *entrepreneurship* menekankan kepada pembagunan karakter dan kompetensi, interpersonal, kreativitas, manajemen dan SDM (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2013). Dibutuhkannya program pendidikan *entrepreneurship* yang sesuai untuk meningkatkan kualitas bisnis UMKM sehingga tidak babak belur dihajar oleh

kondisi paska COVID-19 (Tagor, 2020). Sayangnya, terdapat 80% lulusan perguruan tinggi Indonesia belum mau menjadi pengusaha dan memilih untuk bekerja sebagai pegawai di perusahaan (Zuraya, 2016). Rasa ketakutan akan ancaman situasi gagal serta persepsi bahwa memulai bisnis memerlukan modal menjadi penghambat pembangunan bisnis di Indonesia (Husna, 2020). Untuk itu peningkatan semangat *entrepreneurship* pada mahasiswa perlu untuk ditingkatkan, mahasiswa sebagai kalangan generasi muda, terdidik, produktif dan penuh dengan inovasi harus dapat menjadi golongan yang dapat menjadi *pioneer* dalam dunia *entrepreneurship* di Indonesia. *Entrepreneur* yang memiliki latar belakang pendidikan memiliki *skill* dan kapasitas dalam meningkatkan kegiatan usahanya agar lebih maju dan kuat, bahkan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan berat di tengah era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) (Kholifah & Nurtanto, 2016). Peran perguruan tinggi dalam mewadahi mahasiswa Indonesia dalam menuntut ilmu dan memperkaya pengalaman dalam bidang *entrepreneurship* semakin sentral, dan mahasiswa diharapkan untuk lebih proaktif dalam memperkaya pengetahuan mereka mengenai dunia *entrepreneur* sebagai bekal mereka setelah lulus nanti (ibid). Penelitian kali ini berfokus kepada mengembangkan ekosistem pendidikan sebagai laboratorium hidup untuk pendidikan *entrepreneurship* Indonesia berdasarkan metode General Enterprising Test (GET2) (Sally, 2013). GET2 merupakan metode untuk mengukur tendensi berwirausaha berdasarkan lima atribut yaitu: (1) *Need for achievement*, (2) *Need for Autonomy*, (3) *Creative Tendency*, (4) *Calculate d Risk taking and* (5) *Locus of control*. Penting untuk mempertimbangkan *dominant tendency* untuk menciptakan rekomendasi pendidikan *entrepreneurship* yang sesuai untuk diimplementasikan di perguruan tinggi Indonesia. Penelitian GET2 sebelumnya hanya meneliti di luar Indonesia, yaitu Sarawak dan Peninsular Malaysia. Kali ini penelitian menggunakan metode GET2 untuk diimplementasikan kepada Gen-Z Indonesia yang memiliki perbedaan latar belakang segmentasi berbeda.

TELAAH LITERATUR

Pengertian *Entrepreneur* dan *Entrepreneurship*

Pengertian *entrepreneurship* sendiri telah dibahas dalam berbagai macam penelitian dari berbagai bidang ilmu *economist, sociologists, psychologists, anthropologists, business administrators, strategists, marketers, financiers, historians* dan *geographers* (Henrekson & Sanandaji, 2014). Definisi nya sendiri masih terus berkembang seiring dengan kemajuan teknologi serta inovasi yang dibutuhkan masyarakat dan menitikberatkan kepada perspektif peneliti yang akan dibahas. Hoppe (2016) menyatakan bahwa ketika membahas mengenai *entrepreneurship*, dibutuhkan perspektif sintesis secara lugas sehingga tidak berputar dalam limbo. Perspektif yang sama dibutuhkan untuk mampu membantu penelitian fokus kepada faktor penting yang akan dibahas (Hoppe, 2016). Menyelami tendensi pengusaha, penting memahami perbedaan antara ‘*entrepreneur*’, ‘*intrapreneur*’ dan ‘*voluntrapreneur*’ (Caird & Hallet, 2022). *Entrepreneur* melekat kepada individu seseorang yang membangun bisnis, sementara *entrepreneurship* merupakan kumpulan aktivitas *entrepreneur* dalam membangun bisnis (Cadar & Badulescu, 2015). *Entrepreneur* memulai dan menjalankan bisnis mereka sendiri, mereka adalah pemilik sekaligus pemimpin. Orang yang paling inovatif dan memiliki mindset growth oriented. *Intrapreneur* merupakan seseorang yang mampu membangun dan menjalankan proyek inovatif sebagai karyawan di dalam sebuah organisasi. Chang&Wyszomirski (2015) mendefinisikan bahwa *entrepreneurship* merupakan seni dalam mengeksplorasi kreativitas dan autonomi sehingga individu mampu beradaptasi sehingga menimbulkan nilai ekonomi serta nilai social (Chang & Wyszomirski, 2015). Croci (2016) mengintepretasikan *entrepreneurship* merupakan bagian terpisah dari ilmu disiplin lainnya yang mampu berjalan sendiri namun dapat dikolaborasikan dengan ilmu lainnya (Croci, 2016). Alam (2021) menyatakan bahwa *entrepreneurship* merupakan sebuah proses dari inovasi dimana mampu mengidentifikasi kesempatan untuk menciptakan produk&/pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan imbalan keuntungan. Waktu, tenaga, usaha dan modal ekonomi menjadi dasar dalam perjalanan membangun sebuah bisnis yang seluruh kegiatannya melibatkan risiko tidak terduga (Alam, 2021).

Entrepreneurship Traits

Menurut teori empiris, karakter individu dibentuk berdasarkan lingkungannya (Faizah, 2018). Penelitian sebelumnya membahas karakteristik pengusaha berdasarkan etnis-nya. Berdasarkan etnis Jawa, latar belakang mereka berbisnis adalah keselarasan dengan kepribadian individu, sebagai pemberdayaan masyarakat serta penyaluran hobi (Sutanto & Nurrachman, 2018). Bagi etnis tionghoa, *family business* lebih mendominasi pembentukan individu menjadi wirausaha (ibid.). Etnis Minang condong membawa semangat cinta kampung halaman yang berlandaskan agama (ibid.). Walaupun latar belakang membangun bisnis bervariasi, satu benang merah yang menyatukan mereka bahwa menjadi seorang *entrepreneur* merupakan pekerjaan yang berhadapan dengan ketidakpastian. Dibutuhkan pribadi bertanggung jawab dalam setiap putusan aktivitas bisnis. Rauch and Frese (2012) berargumen bahwa *entrepreneur* diklasifikasikan sebagai manusia yang kompleks, *diverse*, tidak konsisten sehingga ketika membahas apa karakter utama yang dibutuhkan dalam menjadi *entrepreneur*, interkoneksi antar *personality traits* dan *personal dynamic* berperan penting dalam kognisi ability. *Need for achievement, risk-taking, innovativeness, autonomy, locus of control and self-efficacy* menjadi karakter utama dalam membangun sebuah bisnis yang sukses (Rauch & Frese, 2012). Frese dan Glenik (2014) mengungkapkan bahwa pengusaha dituntut untuk cerdas dalam berbagai macam kemampuan bertujuan untuk meminimalisir kegagalan. Poin penting yang ditekankan adalah cakap sebagai inventor yang kreatif, akuntan dan *investor, savvy technology*, berjiwa pemimpin serta menguasai teknik pemasaran yang handal (Frese & Glenik, *The Psychology of Entrepreneurship*, 2014). Sankhla dan Bhatt (2018) meneliti bahwa kemampuan *risk taking*, komunikasi serta investasi yang baik yang didukung oleh kemampuan mengelola SDM yang baik merupakan karakteristik penting yang berimbas kepada kesuksesan bisnis. Hal ini berkaitan dengan karakteristik lainnya yaitu kemampuan untuk mengantisipasi perubahan sehingga mampu menerima ide baru untuk mencapai tujuan bersama dalam kondisi tidak menentu (Bhatt & Sankhla, 2018). Kompetensi dan karakteristik memiliki pengertian berbeda. Kompetensi merupakan gabungan dari karakteristik-karakteristik unggul yang menjadi dasar kesuksesan dalam membangun bisnis

(Suryana, 2022). Karakteristik merupakan sifat-sifat yang membentuk kompetensi, terbentuk atas factor internal dan eksternal lingkungan individu (ibid.).

General Enterprising Test (GET2)

General Enterprising Test (GET2) merupakan alat ukur karakteristik *entrepreneur* yang dikembangkan oleh Durham University pada 1987 – 1988 (Caird & Hallet, 2022; Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011; Holienka & Holienkova, 2014). GET2 bertujuan untuk mengukur tendensi karakteristik utama *entrepreneur* yang berasosiasi dengan tingkah laku, terdiri dari: *strong motivation, highly need for achievement and need for autonomy, creative tendency, calculated risk-taking, dan internal locus of control*. GET2 menekankan pada refleksi tendensi personal *entrepreneur*. GET2 membantu agar pengguna mampu memahami diri sendiri serta membuka pintu untuk mengembangkan kemampuan personalnya dalam berbisnis (Caird & Hallet, 2022). *Personality* dapat berubah berdasarkan proses individu yang dilewati sehingga individu dituntut mampu mengenali diri dan melakukan pengembangan personal untuk mencapai tujuan hidup yang diinginkannya, termasuk dalam menjadi *entrepreneur*. (Bleidorn, et al., 2021). Setiap individu memiliki 5 (lima) *characteristic tendency* yang berguna untuk menghadapi berbagai situasi yang tidak menentu, namun karakteristik dominan lah yang mampu menggerakkan individu dan menjadi pondasi dasar dalam berwirausaha (Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011; Holienka & Holienkova, 2014). GET2 Test melihat bahwa mayoritas masyarakat membangun bisnis didasarkan oleh keyakinan bahwa mereka memiliki ide yang inovatif, serta mampu mengelola risiko, informasi dan ketidakpastian, yang terpenting adalah keyakinan untuk sukses (Holienska & Holienkova, 2014). Menjadi *entrepreneur* diindikasikan sebagai salah satu karir yang ditekuni selain menjadi pegawai (Caird S. , 2013). *Entrepreneur* yang sukses memiliki karakteristik unik. Hal ini mendasari bahwa setiap tendensi memberikan pola pikir dan cara yang berbeda untuk mencapai sukses. Hal ini tidak hanya berlaku untuk menjadi *entrepreneur* namun juga berlaku untuk *intrapreneur* dan *sociopreneur*. Walaupun *characteristic tendency* tersebut menonjol pada pengusaha yang sukses, bukan berarti profesi lain tidak membutuhkannya (Caird S. , 2013). *Intrapreneur* dan *sociopreneur* yang *highlighy enterprising* condong

mampu memimpin dan lebih sukses dalam karirnya (Sudarti, Ayuni, & Wasitowati, 2021).

Need for achievement

Konsep *Need for Achievement* (N-Ach) merupakan keinginan individu untuk memiliki pencapaian yang signifikan, nyatanya *trait* berikut mendominasi sifat yang dimiliki oleh *entrepreneur* yang sukses (Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011). Sifat ini condong mengarah kepada keinginan kuat untuk mengatur atau mencari kesempatan sebesar-besarnya sehingga kepuasan individu dalam pencapaian dapat dipenuhi (ibid). Terdapat indikasi positif antara N-Ach dengan *entrepreneurship*, ini menjawab mengapa karakteristik ini selalu ditemukan pada *entrepreneur* yang sukses (Pinilos & Reyes, 2011). Alessio Lorusso, Founder and CEO of Roboze, mengatakan bahwa beliau tidak pernah merasa puas dan selalu berorientasi untuk memperbaiki atau berinovasi untuk menghasilkan yang terbaik (Carosa, Chris, 2022). Hal ini dilatarbelakangi pengalaman telah membangun bisnis semenjak remaja (ibid.). N-Ach menggambarkan sifat gigih, dimana *entrepreneur* mempercayai kemampuannya sendiri serta berkeyakinan dalam memiliki orientasi jangka panjang (Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011). N-Ach merupakan bagian dari motivasi yang dipengaruhi oleh situasi dan kesempatan yang tersedia (Hauser, 2014). N-Ach bagaikan virus yang mampu mendorong pencapaian manusia lebih cepat serta efisien (ibid.). Individu yang menekankan kepada N-Ach menginginkan kesuksesan dalam berbagai macam situasi kompetitif. Mereka lebih mengutamakan kepada pencapaian dibandingkan *reward* yang didapatkan dari pencapaian tersebut. Selain itu, *feedback* menjadi hal penting yang mereka harapkan dari pencapaiannya (Sudarti, Ayuni, & Wasitowati, 2021). Di sisi lain, N-Ach cenderung mengesampingkan pencapaian orang lain karena dianggap bukanlah kewajibannya (ibid). Motivasi N-Ach dibutuhkan tidak hanya oleh *entrepreneur* namun untuk manajer dalam organisasi besar, dalam jiwa pemimpin dibutuhkan motivasi untuk mencapai kesuksesan sehingga mampu mendominasi seluruh tim (ibid.). Seorang individu yang memiliki tendensi N-Ach memiliki kualitas sebagai berikut bersemangat dan optimis, serta baik dalam mengelola waktu (Caird & Hallet, 2022).

Need for Autonomy

Pada awalnya, autonomi dipelajari untuk memahami konteks hubungan antar karyawan (Stephan, 2018). Pengertian autonomi berkembang meliputi bagaimana individu memiliki *decisional freedom* mengenai apa, bagaimana dan kapan putusan mengenai bisnis dapat diselesaikan, termasuk bagaimana melakukan perencanaan strategi perusahaan. Pada beberapa penelitian sebelumnya, *need for autonomy* dapat diartikan dengan *independence of freedom*, yang biasanya ditemukan di tenedensi pengusaha untuk memulai dan menjalankan bisnis di negara maju dan berkembang (Dawson & Henley, 2012; Stephan, 2018). Selain menjadi faktor dominan dalam motivasi *entrepreneur*, *need for autonomy* juga mendominasi alasan utama seseorang merasa puas dan sejahtera. *Need for autonomy* tidak bisa diwariskan namun bisa dipelajari (Gelderen, Shirokova, Shchegolev, & Beliaeva, 2019). *Need for autonomy* merupakan tendensi karakteristik individu yang memiliki motivasi tinggi, *energetic*, memiliki jiwa pemimpin, dan mengerjakan pekerjaan berdasarkan caranya sendiri. Individu yang tergolong *need for autonomy* biasanya lebih nyaman bekerja sendiri karena termasuk *independent*. Beberapa kualitas yang dimiliki oleh *need for autonomy* adalah *Independent*, lebih memilih bekerja sendiri jika mereka tidak mampu menjadi “ikan besar” dalam tim dan orientasi memimpin. (Caird & Hallet, 2022). Bahwasanya *entrepreneurship* memacu pertumbuhan ekonomi dan pengembangan sosial. Namun, membangun bisnis bukanlah hal yang mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi individu untuk membangun bisnis. Di India, *need for autonomy* menjadi faktor tertinggi pendorong *entrepreneurship*. Hal ini tercipta untuk memuaskan keinginan diri serta berkontribusi kepada ekonomi dengan membuka lapangan kerja (Kumar & Santhi, 2011) (Gelderen M. v., 2016). Mahajan & Aurora (2018) menyatakan bahwa terjadi kenaikan tendensi untuk factor *need for autonomy* terutama pada masyarakat non-metropolitan. Hal ini disebabkan karena keinginan aspirasi yang meningkat di kawasan tersebut. (Mahajan & Arora, 2018). Metropolitan berindikasi untuk mengikuti organisasi dan memiliki aspirasi rendah untuk menjadi pengusaha (Beirnsstein & Carayannis, 2012). Hal ini merupakan indikasi dari lebih fokus dan terarah nya *policy framework* yang ada di non-metropolitan.

Creative tendency

Kreativitas membantu individu untuk berinovasi dan mengembangkan produk. Kreativitas berperan sebagai *competitive advantage*, yaitu pembeda yang membuat bisnis tampak unggul diantara competitor lainnya sehingga konsumen rela pindah ke brand tersebut. Kreativitas menjadi senjata rahasia yang menempel kepada filosofi karyawan untuk meningkatkan *performance* (Fillis & Rentschler, 2010). Akbar Fadaee (2014), mengatakan bahwa kreativitas melekat pada manusia semenjak lahir dengan berbagai macam tingkatan yang berbeda. *Creative tendency* mampu menghasilkan bisnis baru yang *original* (Fadaee & Haitham Obaid, 2014). Kreativitas merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan kerja keras dari segala pihak untuk improvisasi ide dan solusi secara terus-menerus (Mazla, Jabor, Tufail, Yakim, & Zainal, 2019). Pengusaha yang tergolong *creative tendency* merupakan individu yang imajinatif, tiada henti menelurkan ide untuk menyelesaikan permasalahan (Mazla, Jabor, Tufail, Yakim, & Zainal, 2019). Mereka melihat hidup dengan kacamata yang berbeda, sehingga mampu menemukan kesempatan yang ada di sekitar mereka. *Innovative tendency* yang ada padanya membantu nya untuk mengembangkan ide produk serta pelayanan baru, *intellectual property* dan luaran yang mengandung nilai *artistic*. Individu *creative tendency* memiliki kualitas tinggi imajinasi dan *agile* serta tahan banting (Caird & Hallet, 2022).

Calculated risk taking

High risk, high return. Ketika keuntungan terlalu kecil, tidak akan setimpal dengan risiko yang harus diambil. Jika keuntungan cukup besar, maka akan dibutuhkan kemauan untuk mengambil risiko yang lebih besar untuk mencapainya. Teori ini yang disebut dengan *Risk-Return Tradeoff* (Hongdiyanto, 2018; Carosa, Chris, 2022). Risiko dan keuntungan bagaikan kedua sisi mata koin, kita tidak dapat mengetahui sisi mana yang akan muncul ketika dimainkan. *Entrepreneur* yang memiliki *tendensi calculated risk takers*, selalu memperhatikan kemungkinan yang akan terjadi setiap mengambil putusan dan berfokus kepada bagaimana memaksimalkan keuntungan dengan minimum risiko yang terjadi. Antoncic et al.

(2018) menambahkan bahwa *risk-taking* setiap individu dapat berbeda-beda tergantung dari budaya sosial masyarakat yang terdiri dari *avoidance*, *individualism*, *long term orientation*, *masculinity* dan *indulgence* yang secara tidak langsung menjadi *power distance* yang mempengaruhi perbedaan cara individu mengambil putusan berisiko (Antoncic, et al., 2018). *Calculated risk-taker* merupakan individu yang *oportunist* dan mampu mengidentifikasi tujuan yang akan mereka raih beserta apa saja tantangan dan risiko yang akan dihadapi oleh nya, terutama eaktu, keuangan dan hubungan personal (Mawardi & Sujarwoto, 2021; Caird & Hallet, 2022). Perencanaan yang mereka bentuk tergolong matang, dimana individu *calculated risk taking* akan mencari bantuan kepada informan serta ekspertis untuk melakukan evaluasi apakah perencanaannya layak dijalankan atau tidak. Seorang *calculated risk-taking* sangat sulit diinfluensi, dibutuhkan data yang detail dan persiapan yang jelas untuk meyakinkan nya. Pengusaha *calculated risk-taking* memiliki kualitas tegas dan penentu serta berorientasi kepada tujuan, sehingga individu menetapkan tujuan di awal demi mencapai tujuan (ibid). Penelitian Mawardi & Sujarwoto (2021) menyakan bahwa Indonesia mengalami kenaikan signifikan dalam keberanian mengambil risiko untuk membangun bisnis. Karakteristik tendensi *risk taker* yang dominan adalah adanya indikasi keterbukaan, kesadaran dan ekstraversi yang terdapat dalam dirinya (Mawardi & Sujarwoto, 2021). Dalam penelitian tersebut, membahas juga latar belakang *entrepreneur* di Indonesia yang mayoritas berumur dewasa, pria, menikah dan berasal dari keluarga berjumlah besar. Hal ini berpengaruh kepada jumlah *networking* yang dibutuhkan untuk membangun bisnis.

Internal Locus of Control

Internal Locus of Control merupakan tendensi karakteristik individu yang meyakini bahwa dirinya yang menentukan nasib nya, yang membangun keberuntungannya sendiri (Kerr, Kerr, & Xu, 2017). Mereka percaya diri bahwa mereka mampu mengontrol hidupnya dan membentuk sumber daya internal miliknya. Mereka yakin bahwa kesuksesan yang diraihinya dikarenakan oleh kerja keras dan seluruh usaha nya sendiri. (Caird & Hallet, 2022). Beberapa penelitian menyebutkan bahwa locus of control merupakan fenomena *control of reincofrcement*. Pada tahun 1966,

Julan B. Rotter membahas mengenai factor Internal dan External (I-E scale) untuk mengukur *Locus of Control*, dimana individu yang memiliki spektrum Internal tinggi, condong menganggap bahwa dialah penentu takdir dan nasib, begitupun sebaliknya (Rotter, 1966; Carosa, Chris, 2022; Sudarmanto, et al., 2021). Individu yang diberikan tanggung jawab 100% merasa bahwa memiliki kontrol penuh dan *power*. (Ogunleye & Osagu, 2014). Kondisi ini memberikan kekuatan dan kepuasan individu untuk mencapai kesuksesan dan kebahagiaan. (Saputra, 2012; Ogunleye & Osagu, 2014). Fokus paling menonjol sebagai *internal locus of control tendency*, dimana individu tersebut tidak berorientasi kepada proses, melainkan orientasi pada hasil (Saputra, 2012). Pengusaha dengan tendensi *drive and determination* memiliki kualitas oportunistik dan tidak percaya kepada takdir, yakin bahwa individu lah yang mengontrol hidup (Caird & Hallet, 2022).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian kali ini menggunakan dua metodologi yaitu (a) kuantitatif dan (b) kualitatif. Kedua metode tersebut dianggap saling melengkapi dan secara valid mampu memberikan data yang dapat dipercaya untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian (Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011; Holienka & Holienkova, 2014; Yulastri, 2020). Sampel penelitian ini adalah 111 mahasiswa yang terdiri dari 62 wanita dan 49 pria antar jurusan di Universitas Pradita, Banten, Indonesia. 64 mahasiswa (57,66%) berasal dari jurusan *Culinary Arts*, 17 mahasiswa (15,32%) berasal dari jurusan *Information System* dan 30 mahasiswa (27,03%) berasal dari jurusal Desain, komunikasi, visual (DKV). Sampel ini diyakinkan merupakan sampel yang baik karena mewakili mayoritas mahasiswa yang mengikuti pembelajaran *entrepreneurship* di Universitas Pradita periode ganjil TA 2022/2023. Tahapan pertama dalam penelitian ini adalah melakukan *review* studi literatur. *Review* dari beberapa literatur studi dan *update* pemberitaan baru yang relevan menjadi dasar perkembangan metodolodi dalam studi ini. Langkah kedua adalah mengimplementasikan Durham University General Enterprising Tendency (GET2) untuk mengetahui tendensi 110 mahasiswa yang mengikuti pembelajaran *entrepreneurship*. Mahasiswa diminta untuk mengisi setuju atau tidak setuju 54 pernyataan. Pernyataan tersebut mamampu mengidentifikasi berbagai macam aspek mengenai tendensi *entrepreneurship* antara: (1) *Need for achievement*, (2)

Need for autonomy, (3) *Creative tendency*, (4) *Calculated risk-taker*, dan (5) *Internal locus of control*. Tidak ada jawaban salah atau benar dari pernyataan tersebut sehingga mahasiswa mampu menjawab dengan jujur. Setelah mengisi pernyataan tersebut, mahasiswa dapat mengalokasikan jawaban mereka dengan cara melingkari lembar hitung yang tersedia dari baris 1 (satu) hingga 9 (sembilan). Responden akan mendapatkan nilai 1 (satu) jawaban setuju terhadap nomor genap dan mendapat nilai 1 (satu) untuk menjawab negatif pada pernyataan nomor ganjil. Setelah pengerjaan diselesaikan, hasil bisa didapatkan. Langkah ketiga adalah dengan menjumlah nilai yang didapatkan dari Langkah kedua. Nilai maksimal adalah 54, dimana merepresentasikan GET2 tertinggi. Nilai 44 – 54 mengartikan bahwa individu tergolong *very enterprising* (high), 27 – 43 adalah individu memiliki beberapa kualitas *enterprising* (medium) dan nilai 0 – 26 menandakan bahwa individu condong nyaman bekerja di bawah arahan atasan (low). Nilai antara 44 – 54, memiliki tendensi untuk membangun dan mengelola bisnis sendiri dengan organisasi dan komunitas yang dibentuk. Individu ingin dikenal mampu membuktikan diri sendiri. Beberapa kualitas yang dimiliki antara lain: (1) tendensi memimpin, (2) aktif mencari peluang, (3) yakin dapat sukses, dan (4) inovatif dan mampu mengkalkulasikan risiko. Golongan kedua yaitu 27 – 43, individu memiliki karakteristik *entrepreneur*. Nilai 0 – 26 merupakan golongan individu yang memiliki tendensi berbisnis yang rendah. Mereka lebih condong untuk menyupport organisasi dibandingkan membangun bisnis. Langkah terakhir GET2 yaitu menggolongkan tendensi mahasiswa adalah dengan mengukur *mean* serta standar deviasi (Mishra & Alok, 2018). Metodologi kedua adalah kualitatif, dimana melibatkan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan mahasiswa. Tujuan FGD adalah untuk mengidentifikasi kesempatan dan tantangan mengenai ketertarikan mereka dalam membangun bisnis, partisipan dapat menjawab sesuai konteks dengan bebas untuk menyampaikan pengalaman mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan data responden yaitu terdapat 62 mahasiswa wanita (56%) dan 49 mahasiswa pria (44%) yang berasal dari tiga jurusan yaitu *culinary arts*, *information system* dan *DKV*, sebagai berikut:

Tabel 1. Profil Responden

Major	Female	Male	Number of students	%Female	%Male	%
Culinary Arts	39	25	64	35,1%	22,5%	57,66%
Information System	5	12	17	4,5%	10,8%	15,32%
DKV	18	12	30	16,2%	10,8%	27,03%
TOTAL	62	49	111	56%	44%	100%

Tabel 1, menunjukkan hasil *mean* dan standar deviasi yang berasosiasi terhadap kelima tendensi. Nilai *mean* untuk NACH (7,018), *Need for autonomy* (2,243), *creative tendency* (5,811) dan *locus of control* (9,198) dengan standar deviasi untuk masing-masing adalah 1,735; 1,403; 2,374; 1,961; dan 2,747 secara berurutan. Nilai standar deviasi tergolong rendah di bawah nilai masing-masing mean dari tendency, sehingga data nilai mean mampu merepresentasikan nilai baik secara keseluruhan (Mishra & Alok, 2018). Sebanyak 7,28% mahasiswa yang tergolong *tendency need for autonomy*, 18,85% *calculated risk*, 21,25% *creative tendency*, 22,77% *need for achievement*. Ke empat tendensi tersebut tergolong rendah. *Internal locus of control* menjadi mayoritas hasil yang mencerminkan tendensi mahasiswa dengan sebanyak 29,85% dengan nilai 9,198 tergolong tinggi.

Tabel 2. Hasil GET2 Responden

Tendency	Standard Deviation	Mean	Mean (%)	Description
1 <i>Need for Achievement</i>	1,735	7,018	22,77%	<i>low need for achievement</i>
2 <i>Need for Autonomy</i>	1,403	2,243	7,28%	<i>low need for autonomy</i>
3 <i>Creative Tendency</i>	2,374	6,550	21,25%	<i>low creative tendency</i>
4 <i>Calculated Risk Taking</i>	1,961	5,811	18,85%	<i>low calculated risk taking</i>
5 <i>Internal Locus of control</i>	2,747	9,198	29,85%	<i>high locus of control</i>
TOTAL	10,220	30,820	100%	

Legenda:

Need for achievement (0–9: low need for achievement; 10–12: high need for achievement)

Need for autonomy (0–4: low need for autonomy; 5–6: high need for autonomy)

Creative tendency (0–8: low creative tendency; 9–12: high creative tendency)

Calculated risk taking (0–8: low calculated risk taking; 9–12: high calculated risk taking)

Internal locus of control (0–8: low drive and determination; 9–12: high drive and determination)

Focus Group Discussion (FGD) dilakukan kepada masing-masing jurusan untuk mengetahui ketertarikan mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur* berdasarkan kelima tendensi. Berdasarkan penelitian (Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011), dirumuskan lima pertanyaan. Berikut hasil FGD sebagai berikut:

1. Seberapa tertarik Anda untuk menjadi pengusaha?

Mayoritas responden menjawab bahwa mereka ingin menjadi pengusaha namun bingung memulai dari mana, mereka takut untuk memulai karena alasan membutuhkan modal, beberapa jawaban sebagai berikut:

“Saya ingin memulai bisnis namun saya bingung harus memulai dari mana”

“Modal awal untuk berbisnis sulit didapatkan terutama untuk mahasiswa yang belum pernah memiliki pengalaman serta koneksi”

“Tergantung apakah ada kesempatan, ketika ada kesempatan dan kemampuan tentu saja saya mau mencoba berbisnis”

2. Apa yang mendorong Anda untuk merespon kesempatan?

Mahasiswa memberikan jawaban yang menarik ketika ditanya mengenai kesempatan, mereka akan menimbang apakah mereka bisa melakukannya sebelum menerima tantangan dan kesempatan, beberapa jawaban mayoritas sebagai berikut:

“Saya mengikuti beberapa kegiatan dari kampus sehingga dapat terinfo mengenai kesempatan yang ada, lumayan bisa menambah pengalaman juga”

“Saya menimbang dahulu apakah ‘capability’ saya sanggup mengerjakan, jika tidak, saya akan menolak karena takut tidak terselesaikan”

“Tergantung siapa tim dan partner yang bisa saya ajak Kerjasama, terkadang jika sendirian saya malah tidak berani”

3. Manakah yang Anda pilih: posisi yang stabil dengan gaji yang standar atau gaji yang besar dengan risiko tidak menentu?

Mayoritas mahasiswa menjawab bahwa mereka lebih memiliki posisi yang stabil dengan gaji standar dibandingkan gaji besar dengan risiko tak pasti, kegagalan dan tidak terkontrol menjadi momok yang ditakuti. Jawaban mahasiswa sebagai berikut:

“Saya memiliki tanggung jawab untuk sukses di keluarga dan mandiri, saya takut untuk mengambil risiko gagal dan tidak menentu”

“.. Untuk pertama, saya akan bekerja dahulu di perusahaan, ketika modal ilmu dan uang cukup, mungkin saya akan berani berbisnis dan mengambil risiko tidak pasti.”

4. Apa yang Anda lakukan jika Anda menghadapi masalah dengan posisi tidak menentu, apakah Anda akan menyelesaikan yang Anda mulai?

Mahasiswa memilih untuk menyelesaikan tantangan walaupun hasilnya akan buruk dibandingkan meninggalkan pekerjaan tersebut, sebagai contoh hasil respon sebagai berikut:

“.. Ketika sudah dimulai, seharusnya dihadapi dengan maksimal ketika ada masalah. Ketika tidak diselesaikan, nama kita akan buruk.”

“Ketika ada masalah, selesaikan semampunya dan coba mencari bantuan sehingga tidak menjadi beban pikiran”.

5. Apakah Anda akan menjadikan hobi sebagai profesi?

Mayoritas responden berharap pekerjaan yang mereka miliki merupakan hal yang mereka gemari, beberapa respons responden sebagai berikut:

“Saya harap, saya bisa melakukan pekerjaan yang saya sukai. Sehingga bekerja tidak terasa lelah”.

“Saya memulai bisnis saya dari hal yang saya sukai dan minati, dengan begitu, akan lebih mudah untuk saya mengembangkan bisnis serta bertahan di masa-masa sulit”.

“Saya memilih pekerjaan yang ‘saya banget’, karena masih muda, saya rela untuk mencoba banyak hal dan menambah pengalaman sehingga saya tau apa yang saya sukai”.

Hasil dari penelitian ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa berada dalam tendencies *internal locus of control* dengan nilai mean 9,198. Berdasarkan penelitian sebelumnya, *internal locus of control* merupakan tendensi kepribadian dimana individu merasa mampu menentukan nasib nya sendiri (Saputra, 2012; Kerr, Kerr, & Xu, 2017; Sudarmanto, et al., 2021; Caird & Hallet, 2022; Carosa, Chris, 2022). Individu menganggap bahwa pencapaian yang mereka dapatkan merupakan hasil kerja kerasnya sendiri (Kreitner & Kinicki, 2016). Robbins & Judge (2014) menetapkan 5 (lima) indikator dari *internal locus of control*, yaitu: (1) pekerja keras, (2) inisiatif tinggi, (3) *problem solver*, (4) berpikir efektif dan (5) yakin atas usaha nya sendiri jika ingin berhasil. Hal ini tercermin dari hasil FGD mahasiswa yang mencerminkan keinginan bekerja sesuai dengan minat dan hobi (Sawukir, Syamtoro, Warasto, Nurhamdi, & Dana, 2021). Pertanyaan ke empat dalam hasil FGD menyimpulkan bahwa mahasiswa lebih memilih untuk menyelesaikan masalah dan mengontrol risiko dibandingkan meninggalkan tantangan yang terjadi, hal ini merupakan karakteristik internal locus of control yaitu bertanggung jawab dan mandiri (Dwijayanti, 2017). Individu yang memiliki tendensi *internal locus of control* cenderung lebih percaya diri dan bersikap pantang menyerah. Pribadi *internal locus of control* berfokus kepada strategi untuk mencapai tujuan dan bagaimana individu mampu berperan di dalamnya (Triana, Muttaqien, & Rahman, 2021). Hal menarik adalah, individu yang memiliki *internal locus of control* cenderung lebih sukses dibandingkan individu yang memiliki tendensi *eksternal locus of control*. *Internal locus of control* lebih mampu mengelola stress serta cenderung bekerja lebih untuk mengejar tujuannya. Sehingga, etos kerja akan lebih tinggi. Triana, Muttaqies & Rahman (2021) menambahkan bahwa individu *locus of control* tidak melarikan diri dari permasalahan walaupun tetap diselimuti kekhawatiran. Julianingtyas (2012) mengukur *locus of control* dari dua indicator yaitu struktur inisiatif dan konsiderasi. Berdasarkan penelitian yang dijalankan, gaya pemimpin mampu mempengaruhi intensitas tendensi *internal locus of control*. Pemimpin yang mampu memberikan contoh dan kepercayaan kepada karyawan, mampu menciptakan ekosistem yang mendukung kepercayaan diri serta komitmen karyawan untuk memberikan kinerja diri yang terbaik (Julianingtyas, 2012). Terdapat sisi negatif dari *internal locus of*

control, dimana dianggap lebih tidak stabil dan tidak sehat dari sisi psikologi (Mikey, 2023). Individu yang condong berorientasi internal, membutuhkan *partner* yang memiliki kompetensi serupa, keyakinan diri yang tinggi dan personal sense untuk mencapai kesuksesan. Sehingga, individu tendensi *internal locus of control* ketika memiliki kekurangan kemampuan kompetensi akan merasa depresi, mudah cemas dan gelisah. Sehingga, individu yang memiliki *internal locus of control*, membutuhkan perasaan realistis dari lingkungan sekitarnya sehingga mampu mencapai kesuksesan. *External locus control* lebih cenderung memiliki hidup yang bahagia dan rileks. Hasil FGD menerangkan bahwa responden yang diberikan kepercayaan dalam mengerjakan pekerjaannya lebih menunjukkan kedewasaan kepribadian (*maturity personality*) yang merupakan cerminan *emotional stability*. Emosi stabil menunjukkan kedewasaan yang mampu membedakan antara masalah pribadi dan pekerjaan (Ratnawili, 2020). Berdasarkan penelitian, *Need for achievement* (7,018), *Need for autonomy* (2,243), *Creative tendency* (6,550), *Calculated risk taking* (5,811) berada di bawah nilai < 9 yang termasuk kategori rendah. Artinya, mahasiswa tidak terlalu merasa penting memiliki pencapaian di atas segalanya, mereka berfokus kepada proses (Asmara, Djatmika, & Indrawati, 2016). Dari sisi kepemimpinan, mahasiswa cenderung membutuhkan arahan dalam memimpin dan membangun bisnis. Terutama langkah-langkah untuk mendirikan bisnis serta mengembangkan bisnis. Dari sisi inovasi yang masih rendah, menandakan bahwa produk dan pelayanan mahasiswa cenderung *red ocean* dan kurang inovatif. Seluruh hal ini menjadi ancaman individu dan perguruan tinggi agar menyediakan ekosistem pendukung yang mampu meningkatkan tendensi tersebut. Membahas mengenai metode dalam meningkatkan *entrepreneurship* mahasiswa berdasarkan hasil *enterprising tendency*, seperti yang kita pahami bahwa dunia pendidikan tidak dapat terlepas dari lembaga sekolah, dari jenjang dasar hingga perguruan tinggi. Perguruan tinggi menjadi ekosistem Pendidikan formal mahasiswa untuk melaksanakan serangkaian kegiatan terencana dan terorganisir (Syatiradin, 2017). Sebagai ekosistem mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, memupuk *softskill* dan *hardskill* yang dibutuhkan dalam hidup. Terutama menjadi laboratorium hidup mahasiswa bereksplorasi dan berani mencoba, hal terpenting adalah menjadi tempat untuk berani gagal serta

belajar dari pengalaman mereka. Peran dunia pendidikan menjadi krusial untuk mendorong ekonomi dan meningkatkan lapangan pekerjaan. Berdasarkan landasan teori, *entrepreneurship* merupakan proses cipta dan inovasi untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat, membutuhkan kolaborasi antara kemampuan kasar dan halus untuk mencapai kesuksesan. Namun, keinginan mahasiswa untuk membangun bisnis paska lulus dari perguruan tinggi tergolong rendah. Pendidikan *entrepreneurship* dianggap menjadi solusi untuk menumbuhkan keinginan berbisnis. Pendidikan *entrepreneurship* di perguruan tinggi membutuhkan kolaborasi dengan DUDI sebagai katalis pertumbuhan ekonomi. Pendekatan metode *holistic* menjadi penting dengan menanamkan pembelajaran *entrepreneurship* sebagai pembelajaran wajib di kurikulum perguruan tinggi. Pemanfaatan teknologi dalam membangun bisnis dibutuhkan untuk efisiensi dan inovasi. Tantangan dalam edukasi dan teknologi semakin kompleks. Filosofi tentang proses mengajar tidak bisa disamakan dengan masa lalu. Kelas konvensional tidak mampu menginspirasi mahasiswa untuk menjadi kreatif. Pembangunan *incubator start-up* dalam kurikulum akademik, menjadi kesempatan untuk mahasiswa mempelajari *hardskill* serta *softskill* seperti di dunia nyata.

Tendensi *internal locus of control* merupakan tendensi karakteristik dimana mahasiswa yakin bahwa apa yang terjadi di hidupnya berkat kerja kerasnya sendiri, bukan karena keberuntungan. Generasi Z lebih menekankan kepada proses dan penurunan kepercayaan untuk dapat bereksplorasi di *entrepreneurship*. Perguruan tinggi dituntut untuk mengubah persepsi konvensional menjadi *enterprise university* (Suranto & Rahmawati, 2013). Ini artinya, memperkenalkan proses pembelajaran yang mampu melibatkan mahasiswa ke dalam proses pembangunan bisnis. Dalam konteks ini, perguruan tinggi mampu membagi beberapa tujuan dalam *incubator* yaitu: 1) membangun dan meningkatkan kesadaran berbisnis mahasiswa, 2) melatih dan mengembangkan *hardskill* dan *softskill entrepreneurship*, 3) menciptakan laboratorium hidup eksplorasi mahasiswa berbisnis. Konsep aktivitas dalam *incubator* yang dapat diimplementasikan untuk tendensi *locus of control* adalah *Doing, Empowering, Facilitating dan Evaluation* (DEFE) (Suranto & Rahmawati, 2013).

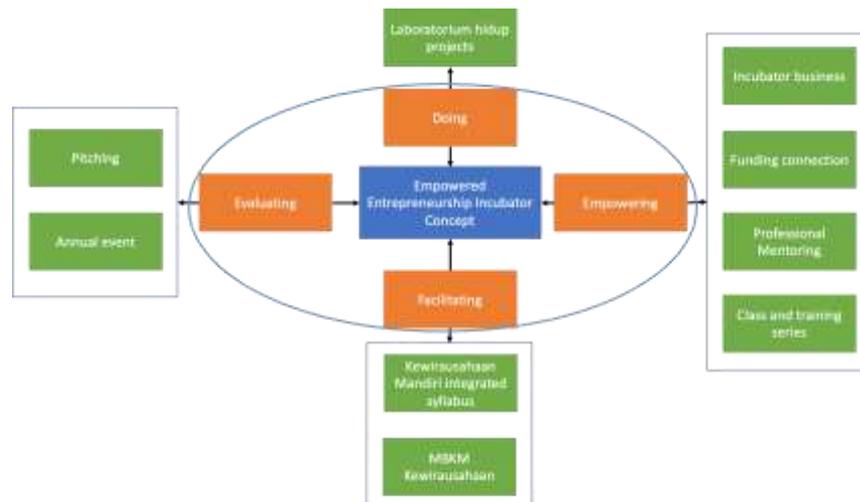
Doing artinya menjadi laboratorium hidup untuk mahasiswa melakukan aksi langsung dalam menghadapi kesempatan. Dalam hal ini, *project based learning* digerakkan untuk memaksimalkan tujuan *entrepreneurship*. Mahasiswa yang diberikan proyek *entrepreneurship* menunjukkan nilai signifikan terhadap *perceived enjoyment* dalam proses pengerjaan proyek (Yusrin & Sugianto, 2021; Sari, Divinagracia, & Wardhani, 2021). Hal yang mampu diperhatikan adalah bagaimana proses pengerjaan proyek, dari segi navigasi, *compability* karena berhubungan langsung dengan kepuasan mahasiswa (ibid.). Proyek laboratorium hidup harus disesuaikan dengan latar belakang jurusan mahasiswa yang ditempuh sehingga mampu meningkatkan ketertarikan, ambisi serta kepercayaan diri mahasiswa (Fernandes, Regueiro, Magalhaes, Dinis-Carvalho, & Costa-Lobo, 2017).

Empowering artinya perguruan tinggi mampu menyediakan arahan untuk membangun bisnis serta membekali mahasiswa dengan *softskill* dan *hardskill* dalam berbagai tahapan bisnis. Integrasi antara perguruan tinggi, industri dan pemerintahan menjadi kunci dalam *framework* penelitian ini. Industri berperan menjadi mentor yang mampu bertukar pikiran dengan mahasiswa. Inkubasi yang baik mampu memberikan perhatian kepada setiap anggota dan peran-nya, serta terukur dalam perencanaan dengan KPI tertentu (Hassan, 2020). Membangun trend inter-disiplin dalam inkubator mampu mendorong *entrepreneurship* dalam perguruan tinggi. Pendanaan menjadi salah satu alasan penting mahasiswa tidak berkeinginan berbisnis, sehingga dibutuhkan perpanjangan tangan dalam proses inkubator (Fernandes, Regueiro, Magalhaes, Dinis-Carvalho, & Costa-Lobo, 2017).

Facilitating memberikan edukasi *entrepreneurship* yang mudah untuk diikuti. Edukasi menjadi dasar mahasiswa yang dimasukan dalam tiga kategori yaitu *knowledge, skills dan attitudes* (Martin, 2015). Dasar tersebut menjadi wadah untuk berkreasi, membangun nilai, membangun bisnis sehingga mampu memicu emosional, situasi dan aktivitas mahasiswa untuk berinteraksi, memecahkan masalah dan menghasilkan kepercayaan diri, toleransi terhadap risiko, kreativitas, identitas berbisnis dan kemampuan *entrepreneurship* terutama pemasaran (ibid).

Evaluasi artinya proses evaluasi tahapan dan pekerjaan bisnis sehingga membantu mahasiswa untuk melakukan *pivoting business* dan *growing* (Maurya, 2016)

Gambar 1. Konsep Framework DEFE berdasarkan Internal *Locus of Control*



Peran keluarga dan orang tua tidak kalah penting dibandingkan ekosistem inkubator perguruan tinggi. Orang tua merupakan guru pertama anak dimana motivasi intrinsik ditanamkan (Maurya, 2016). Menstimulasi anak untuk berani dan percaya diri menghadapi tantang merupakan dasar membangun bisnis. Selain itu dukungan mental yang paling utama dalam membangun bisnis terutama dari *family, friend and fools* (3F) (Maurya, 2016). Maka dari itu, kerjasama antar pendidik dan orang tua krusial (ibid.). Hal yang perlu diperhatikan adalah hambatan internal institusi itu sendiri, dimana multi disiplin masing-masing jurusan memiliki cara pendekatan masing-masing dalam membangun bisnis. Maka dari itu, *mentoring* industri menjadi inti utama untuk mendukung berjalannya proses inkubator sebagai *expert* dalam dunia bisnis (Ha, Ling, Muniapan, & Gregory, 2011)

SIMPULAN

Penelitian kali ini bertujuan untuk menganalisis tendensi *entrepreneurship* mahasiswa di Indonesia menggunakan metode GET2. Hasil temuan menjelaskan bahwa seluruh mahasiswa memiliki kelima tendensi tersebut namun hanya satu tendensi yang terindikasi tinggi yaitu *internal locus of control*. Maka dari itu,

membangun ekosistem pembelajaran yang sesuai dengan tendensi *entrepreneurship* mahasiswa menjadi penting sehingga proses pembelajaran efektif dan berkelanjutan. Diharapkannya, penelitian selanjutnya mampu mengevaluasi kembali menggunakan GET2 selama berkala serta mampu menganalisis tingkat kedalaman *internal locus of control* yang dimiliki mahasiswa sehingga pembelajaran semakin terarah. Selain itu, diharapkannya penelitian ini mampu memberikan kontribusi untuk Pendidikan perguruan tinggi di Indonesia untuk membangun sistem laboratorium hidup *entrepreneurship*.

DAFTAR PUSTAKA

- Antoncic, J. A., Antoncic, B., Gantar, M., Hisrich, R. D., Marks, L. J., Bachkirov, A. A., . . . Coelho, A. (2018). Risk-Taking Propensity and Entrepreneurship: The Role of Power Distance. *Journal of Enterprising Culture*, 26(1), 1-26.
- Asmara, H. W., Djatmika, E. T., & Indrawati, A. (2016). The Effect of Need for Achievement and Risk Taking Propensity on Entepreunerial Intention through Entepreunerial Attitude. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 117-126.
- Beirnstien, A., & Carayannis, E. (2012). Exploring the value proposition of the undergraduate entrepreneurship major and elective based on student's self-efficacy and outcome,. *Portland International Center for Management of Engineering and Technology (PICMET)*,, 265-279.
- Bhatt, K., & Sankhla, P. (2018). A Study on Impact of Entreprneurial Characteristics on Success of Business. *International Journal of Trend in Scientific and Development*, 2(5), 1112-1115.
- Biro Humas Kemnaker. (2020, November 24). *Survei Kemnaker : 88 Persen Perusahaan Terdampak Pandemi Covid-19*. Retrieved from Kementrian Ketenagakerjaan Republik Indonesia: <https://kemnaker.go.id/news/detail/survei-kemnaker-88-persen-perusahaan-terdampak-pandemi-covid-19>
- BKPM. (2022, Desember 1). *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. Retrieved from Kementrian Investasi BKPM: <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- Bleidorn, W., Hopwood, C. J., Back, M. D., Denissen, J. J., Hennecke, M., Hill, P., . . . Zimmerma. (2021). Personality Trait Stability and Change. *Personality Science*, 1-20.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222-230.
- Cadar, O., & Badulescu, D. (2015). Entrepreneur, Entrepreneurship and Intrapreneurship. Literature Review. *The Annals of the University of Oradea. Economic Sciences*, 14(2), 658-664.
- Caird, S. (2013). *General measure of Enterprising Tendency test*. Retrieved from GET2 Test: www.get2test.net

- Caird, S., & Hallet, S. (2022, December 27). *What is an enterprising person?* Retrieved from Get2Test: <http://www.get2test.net/>
- Carosa, Chris. (2022, October 22). *Why Is 'Need For Achievement' Important To Entrepreneurship?* Retrieved from Forbes: <https://www.forbes.com/sites/chriscarosa/2022/10/22/why-is-need-for-achievement-important-to-entrepreneurship/?sh=709f38d74e1e>
- Carosa, Chris. (2022, Desember 29). *Why Successful Entrepreneurs Need To Be Calculated Risk Takers.* Retrieved from forbes: <https://www.forbes.com/sites/chriscarosa/2020/08/07/why-successful-entrepreneurs-need-to-be-calculated-risk-takers/?sh=34935e582f5b>
- Chang, W. J., & Wyszomirski, M. (2015). What Is Arts Entrepreneurship? Tracking the Development of its Definition in Scholarly Journals. *Artivate: A Journal of Entrepreneurship in the Arts*, 4(2), 11-31.
- CNBC Indonesia. (2022, Oktober 22). *RI Kebal Dari Resesi 2023, Kata Siapa? Ini Bukti Ngerinya..* Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20221022122053-17-381788/ri-kebal-dari-resesi-2023-kata-siapa-ini-bukti-ngerinya>
- CNN Indonesia. (2022, November 21). *Alasan Raksasa Teknologi Amazon, Meta dan Twitter PHK Besar-besaran Baca artikel CNN Indonesia "Alasan Raksasa Teknologi Amazon, Meta dan Twitter PHK Besar-besaran" selengkapnya di sini:* <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221118191825-92-875726/alasa>. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20221118191825-92-875726/alasan-raksasa-teknologi-amazon-meta-dan-twitter-phk-besar-besaran>
- Croci, C. (2016). Is Entrepreneurship a Discipline? *Honors Theses and Capstones*.
- Cunha, J., Ferreira, C., Araújo, M., & Nunes, M. L. (2021). The Mediating Role of Entrepreneurial Intention between Creativity and Social Innovation Tendency. *Social Enterprise Journal*, 18(2), 383-405.
- Darlin, E. (2018). Penerapan Program "Smart Entrepreneur" dalam Perkuliahan di Politeknik: Studi Kasus Politeknik LP31 Jakarta. *Institusi Politeknik LP31 Jakarta*, 1-9.
- Darmawan, R., & Pamungkas, A. H. (2021). Relationship between SEM Training (Smart Entrepreneur Model) with Attitude PMW Participants Students in Running Business. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*, 9(2), 266-275.
- Dawson, C., & Henley, A. (2012). Push' versus 'pull' entrepreneurship: An ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(6), 697-719.
- Driessen, M. (2022). *Need for autonomy; one of the competencies of a business owner.* Retrieved from entrepreneurscan.com: <https://entrepreneurscan.com/blog/need-for-autonomy/#:~:text=Need%20for%20autonomy%20definition,-Independence%20is%20a&text=The%20need%20to%20make%20their,their%20tasks%20on%20their%20own>.
- Dwijayanti, R. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Locus of Control, dan Kebutuhan Berprestasi terhadap Pembentukan Sikap Kewirausahaan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 3(2), 170-

180.

- Fillis, I. R., & Rentschler, R. (2010). The Role of Creativity in Entrepreneurship. *Journal of Enterprising Culture*, 18(1), 49-81.
- Fadee, A., & Haitham Obaid, A. (2014). Explaining the Relationship between Creativity, Innovation and Entrepreneurship. *Journals International Journal of Economy, Management and Social Sciences*, V.
- Faizah, N. (2018). Pembentukan Karakter Siswa melalui Disiplin Tata Tertib Sekolah di SMA Negeri 2 Klaten. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL : Kebijakan dan Pengembangan Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0.*, 108-115.
- Fernandes, S., Regueiro, A., Magalhaes, M., Dinis-Carvalho, & Costa-Lobo, C. (2017, Maret). Developing Transferrable Skills Through Entrepreneurship Projects: Student's Experiences and Challenges. *Proceedings of INTED2017 Conference* , pp. 935-945.
- Frese, M. (2009). Towards a psychology of entrepreneurship: An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5, 437-496.
- Frese, M., & Glenik, M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413-418.
- Gelderen, M. v. (2016). Entrepreneurial Autonomy and its Dynamics. *International Association of Applied Psychology.*, 65(3), 541-567.
- Gelderen, M. V., Shirokova, G., Shchegolev, V., & Beliaeva, T. (2019). Striving for Entrepreneurial Autonomy: A Comparison of Russia and the Netherlands. *Management and Organization Review*, 1-32.
- Ha, L. M., Ling, E. L., Muniapan, B., & Gregory, M. L. (2011). General Enterprising Tendency (GET) and Recommendations to Boost Entrepreneurship Education in Sarawak. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 32-47.
- Hasbullah, A. H. (2022, November 11). *Gelombang Tsunami PHK Buruh Pabrik Subang, 10 Ribu Pekerja Garmen jadi Pengangguran Total*. Retrieved from Pikiran Rakyat: <https://beritasubang.pikiran-rakyat.com/seputar-subang/pr-1335825639/gelombang-tsunami-phk-buruh-pabrik-subang-10-ribu-pekerja-garmen-jadi-pengangguran-total?page=3>
- Hassan, N. (2020). University business incubators as a tool for accelerating entrepreneurship: theoretical perspective. *Review of Economics and Political Science*, 1-21.
- Hauser, L. (2014). Work Motivation in Organizational Behavior. *Economics, Management and Financial Markets*, 9(4), 239-246.
- Henrekson, M., & Sanandaji, T. (2014). Small Business Activity does not Measure Entrepreneurship. *PNAS*, 1-6.
- Holienka, M., & Holienkova, J. (2014). Enterprising tendencies of management and psychology students: differences and common attributes. *Comenius Management Review*, 8(1), 39-52.
- Hongdiyanto, C. (2018). Exploration of Opportunity Creation and Calculated Risk Taker Characteristics of Entrepreneur (Case Study of UD X). *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9(3), 130-134.
- Hoppe, M. (2016). The Entrepreneurship Concept – A Short Introduction. *Högre Utbildning*, 6(2), 95-108.

- Husna, A. N. (2020). Memetakan Kognisi Wirausaha: Konseptualisasi dan Potensi Riset di Indonesia. *Conference: The 11th University Research Colloquium 2020 Universitas Aisyiyah Yogyakarta*. Yogyakarta, Indonesia, 118-126.
- IMF. (2020). *Perkembangan Ekonomi Keuangan dan Kerja Sama Internasional - Edisi IV 2020*. Jakarta: International Monetary Fund (IMF).
- itsojt. (2022, November 5). *Ancaman Resesi 2023, UMKM Bisa jadi Solusi Jitu*. Retrieved from ITS: <https://www.its.ac.id/news/2022/11/05/ancaman-resesi-2023-umkm-bisa-jadi-solusi-jitu/>
- Julianingtyas, B. N. (2012). Pengaruh Locus of Control, Gaya Kepemimpinan dan Komitmen Organisasi terhadap kinerja Auditor. *Accounting Analysis Journal*, 1(1), 4-14.
- Kamis, H., & Faraz, N. J. (2012). Developing Model for Teaching and Learning Entrepreneurship in Vocational School Based on Comparative Study between Indonesia and The Malaysia. *The Journal of Social Studies Education*, 1-13.
- Kaur, G. (2022, July 27). *How To Use Entrepreneurial Creativity For Innovation*. Retrieved from Entrepreneur: <https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/how-entrepreneurial-creativity-leads-to-innovation/430221#:~:text=Entrepreneurial%20creativity%20is%20the%20ability,even%20realize%20the%20problem%20exists.>
- Kemendikbud. (2022, Desember 23). *Karakter*. Retrieved from Kementerian Pendidikan dan kebudayaan: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/karakter>
- Kemenkeu (a). (2022, November 2). *Hingga Kuartal Ketiga 2022, Kondisi Ekonomi Indonesia Masih Resilien dan Kuat*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Kuartal-Ketiga-Kondisi-Ekonomi-Resilien-dan-Kuat>
- Kemenkeu (b). (2022, September 21). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Cukup Impresif Pada Kuartal II 2022*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/pertumbuhan-ekonomi-Indonesia>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2013). *Modul Kewirausahaan*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2017). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. *National Bureau of Economic Research*, 1-51.
- Khurniawan, A. W., Rivai, M., & Turijin. (2019). Pengembangan Kewirausahaan SMK: Profil Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Vocational Education Policy*, 1-7.
- Kholifah, N., & Nurtanto, M. (2016). Pengembangan Pendidikan Kewirausahaan dalam Menanamkan Nilai-Nilai Entrepreneurship untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). *Prosiding Seminar Nasional Inovasi Pendidikan* (pp. 411-418). FKIP UNS Journal Systems.
- Kreitner, & Kinicki. (2016). *Perilaku Organisasi Ed.5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kumar, S., & Santhi, N. (2011). Entrepreneurship challenges and opportunities in India. *Bonfring International Journal of Industrial Engineering and Management Science*, 14-16.
- Mahajan, T., & Arora, V. (2018). Analysis of Autonomy Factor of Entrepreneurship Intention with Reference to Students of Selected Universities of North-

- India. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(2), 80-91.
- Martin, L. (2015). *OECD*. Retrieved from Entrepreneurship in Education What Why When How: https://www.oecd.org/cfe/leed/BGP_Entrepreneurship-in-Education.pdf
- Maurya, A. (2016). *Scaling Lean: Mastering the Key Metrics for Startup Growth*. London: Penguin Books Limited.
- Mawardi, M. K., & Sujarwoto. (2021). Risk-taking Behavior and Entrepreneurship Intention in Indonesia. *Proceedings of the 3rd Annual International Conference on Public and Business Administration (AICoBPA 2020)*. Atlantis Press.
- Mazla, M. B., Jabor, M. B., Tufail, K., Yakim, A. N., & Zainal, H. (2019). The Roles of Creativity and Innovation in Entrepreneurship. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 213-217.
- Mikey. (2023, Januari 5). *What is Locus of Control*. Retrieved from Marine Corps University (USMCU): <https://www.usmcu.edu/Portals/218/What%20is%20Locus%20of%20Control%20by%20James%20Neill.pdf>
- Mishra, S. B., & Alok, S. (2018). *Handbook of Research Methodology*. New Delhi: Educreation Publishing.
- Munawaroh, E., & Kurniawan, K. (2018). Analisis Karakteristik Generasi Alpha dan Implikasinya Terhadap Layanan bimbingan Karir di Era Disrupsi. *Strategi Pelayanan Bimbingan dan Konseling di Era Disrupsi*, 182-187.
- Ogunleye, A., & Osagu, J. (2014). Self-Efficacy, Tolerance for Ambiguity and Need for Achievement as Predictors of Entrepreneurial Orientation among Entrepreneurs in Ekiti State, Nigeria. *European Journal of Business and Management*, 6(17), 240-250.
- Oswaldo, I. G. (2022, Oktober 19). *Lewat Cara Ini, Mahasiswa Didorong Jadi Pengusaha Sejak di Bangku Kuliah* Baca artikel detikfinance, "Lewat Cara Ini, Mahasiswa Didorong Jadi Pengusaha Sejak di Bangku Kuliah" selengkapnya <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6358107/lewat-ca>. Retrieved from detik finance: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6358107/lewat-cara-ini-mahasiswa-didorong-jadi-pengusaha-sejak-di-bangku-kuliah>
- Pettijohn, T. (2004, Januari 5). *The Locus of Control*. Retrieved from University of Virginia: https://faculty.darden.virginia.edu/clawsonj/General/Self_Assessment_Tools/Ob-786_Locus_Of_Control.Pdf
- Pinilos, M., & Reyes, L. (2011). Relationship between individualist–collectivist culture and entrepreneurial activity: *Global entrepreneurship monitor data. Small Business Economics*, 37(1), 23-37.
- Pratiwi, Y. R. (2022, Februari 24). *Pemulihan Perekonomian Indonesia Setelah Kontraksi Akibat Pandemi Covid-19*. Retrieved from Kementerian Keuangan Republik Indonesia: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn-banjarmasin/baca-artikel/14769/Pemulihan-Perekonomian-Indonesia-Setelah-Kontraksi-Akibat-Pandemi-Covid-19.html>
- Rauch, A., & Frese, M. (2012). Entrepreneurship as a Key Element in Advancing the Psychology of Competitive Advantage. *Industrial and Organizational Psychology: Perspectives on Science and Practice*(1), 108-111.

- Ratnawili, A. (2020). Pengaruh Locus of Control, Self Efficacy dan Self Esteem Terhadap Kinerja Perawat. *Hasil Penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis UM. Bengkulu*, 1.
- Respati, A. R. (2022, November 30). *Daftar PHK Massal Startup Bertambah Panjang, Kini Jadi 17 Perusahaan hingga November 2022* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "*Daftar PHK Massal Startup Bertambah Panjang, Kini Jadi 17 Perusahaan hingga November 2022*", *Klik untuk baca: ht.* Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2022/11/30/072641326/daftar-phk-massal-startup-bertambah-panjang-kini-jadi-17-perusahaan-hingga?page=all>
- Rosariana, B. (2021, September 28). *Generasi "Milenial" Dan Generasi "Kolonial"* . Retrieved from Kemenkeu: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pontianak/baca-artikel/14262/Generasi-Milenial-Dan-Generasi-Kolonial.html#:~:text=Adapun%20Gen%20Z%2C%20merupakan%20gen erasi,berusia%2040%2D55%20tahun>).
- Rotter, J. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1-28.
- Sally, C. (2013). General measure of Enterprising Tendency test.
- Saputra, K. A. (2012). Pengaruh Locus of Control terhadap Kinerja dan Kepuasan Kerja Internal Auditor dengan Kultur lokal Tri Hita Karana sebagai Variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, 3(1), 86-100.
- Sari, E. T., Divinagracia, M. R., & Wardhani, P. S. (2021). Entrepreneurial Project-based Education through E-Learning among Employed College Students. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 464-470.
- Sawukir, Syamtoro, B., Warasto, H. N., Nurhamdi, M., & Dana. (2021). Mengembangkan Hobi Masak menjadi Bisnis F dan B disaat COVID-19. *Dedikasi PKM Unpam*, 175-180.
- Sembiring, L. J. (2022, Maret 21). *Ekonomi Dunia Melesat di 2021, Tapi Awas Ada Masalah Serius!* Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20220321150205-4-324586/ekonomi-dunia-melesat-di-2021-tapi-awas-ada-masalah-serius>
- Stephan, U. (2018). . Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290-322.
- Sudarmanto, E., Sari, D. P., Tjahjana, D., Wibowo S, E., Mardiana, S. S., Purba, B., . . . Arfandi, S. (2021). *Manajemen Konflik*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Suranto, & Rahmawati. (2013). Developing the Entrepreneurship Incubator Model to Increase Students Independence of Entrepreneurship Mentality. Dissertation. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 1-2.
- Sudarti, K., Ayuni, S., & Wasitowati, W. (2021). Need for Achievement Theory: An Islamic Lens of Review. *Proceedings of the 37th International Business Information Management Association (IBIMA)*, 9071-9075.
- Suryana, A. T. (2022). BAB 13: Kompetensi Utama Untuk Kesuksesan Usaha Kecil Dan Menengah. In *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil* (pp. 230-

- 246). Bandung: Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Sutanto, O., & Nurrachman, N. (2018). Makna Kewirausahaan Pada Etnis Jawa, Minang, Dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosia. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(1), 86-108.
- Syatiradin. (2017). Locus of Control: Teori Temuan Penelitian dan Reorientasinya dalam Manajemen Penanganan Kesulitan Belajar Peserta Didik. *Fondatia: Jurnal Pendidikan Dasar*, 144-164.
- Tagor, S. (2020, November 16). *Pemulihan Ekonomi Nasional Dimulai dari UMKM*. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/13495/Pemulihan-Ekonomi-Nasional-Dimulai-dari-UMKM.html>: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-sumut/baca-artikel/13495/Pemulihan-Ekonomi-Nasional-Dimulai-dari-UMKM.html>
- Triana, N., Muttaqien, & Rahman, B. (2021). Analisis pengaruh Locus of Control terhadap Kinerja Karyawan dan Etika Kerja Islam sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Karyawan Bank Aceh Syariah Kota Lhokseumawe). *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan*, 215-234.
- Universitas Ahmad Dahlan. (2022, Juni 15). *Bonus Demografi Dampak Positif atau Negatif?* Retrieved from Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah V Yogyakarta: <https://ildikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/bonus-demografi-dampak-positif-atau-negatif>
- Yanwardhana, E. (2022, Desember 1). *'Tsunami PHK' di Pabrik Tekstil, Ini Respons Anak Buah Jokowi*. Retrieved from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20221201124644-4-392885/tsunami-phk-di-pabrik-tekstil-ini-respons-anak-buah-jokowi>
- Yulastri, A. (2020). Pengembangan Model Pelatihan Kewirausahaan "Smart Entrepreneur Model" (SEM) di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Pendidikan dan Keluarga*, 12(1), 12-29.
- Yusrin, N. A., & Sugianto, N. (2021). Analisis Hubungan Enjoyment, Entertainment, Education, Flow Dan Design Background Dalam Virtual Tourism Selama Covid-19. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 13(1), 99-102.
- Zuraya, N. (2016, Mei 23). *Hipmi: 83 Persen Mahasiswa Ingin Jadi Karyawan*. Retrieved from [Republika: https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/05/23/o7mb4z383-hipmi-83-persen-mahasiswa-ingin-jadi-karyawan](https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/16/05/23/o7mb4z383-hipmi-83-persen-mahasiswa-ingin-jadi-karyawan)