
**BONUS DEMOGRAFI: PERAN LINGKUNGAN KELUARGA UNTUK
PENGOPTIMALAN JUMLAH WIRAUSAHAWAN DI MASA DEPAN****Oleh****Muhammad Tafdhil Amanda¹, Myrtana Pusparisti², Yohanes Wien Tineka³, Deswita
Auraliyani Fatolah Putri⁴****^{1,2,3,4}Sekolah Vokasi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia****Email: 1tafdhiamanda@staff.uns.ac.id****Abstract**

This study is motivated by the demographic bonus phenomenon both in terms of benefits and threats in the future. Increasing the number of entrepreneurs in the future is one way to take advantage of the demographic bonus because at least it will open up many opportunities to become a producing country and reduce unemployment. Focusing on entrepreneurial intentions, this research examines one of the factors that can influence it from an early age, namely the family environment. Quantitative sampling methods were used with students majoring in business, and provided assumptions of validity and reliability. The research results show that there is a significant positive impact between the family environment and entrepreneurial intentions, which also implies that to take advantage of the demographic boom phenomenon by creating many entrepreneurs in the future, encouragement and education can be targeted at the family environment from an early age

Keywords: Entrepreneurial Intentions, Family Environment, Demographic Bonus

PENDAHULUAN

Bonus demografi adalah suatu keadaan atau masa di mana penduduk usia produktif yaitu rentang 15-64 tahun akan lebih besar jika dibandingkan dengan usia nonproduktif (65 tahun ke atas), dengan proporsi lebih dari 60% dari total jumlah penduduk [1]. Hal ini menunjukkan bahwa bonus demografi diproyeksikan akan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan suatu negara. Kondisi ini tentunya akan membuat suatu negara memasuki fase berlimpahnya sumber daya manusia produktif yang dalam sudut pandang normative memberikan keuntungan strategis kedepannya. Namun sebaliknya, apabila momentum tersebut gagal untuk dimanfaatkan akan berdampak buruk karena akan memasuki fase di mana usia non-produktif nantinya akan lebih banyak dibandingkan dengan masyarakat usia produktif.

Indonesia sendiri merupakan sebuah negara berkembang dengan jumlah penduduk terbanyak ke-4 dunia [2]. Dilansir dari laman

yang sama, jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2024 (Juni) adalah sebesar 279,615,922 jiwa. Pertumbuhan ini sebenarnya mengalami penurunan dalam persentase yaitu 1.22% pada tahun 2021, 1.17% pada tahun 2022, dan 1.13% pada tahun 2023 [3]. Meski demikian, sejatinya Indonesia tetap digadang-gadang berpotensi menjadi negara yang akan memperoleh bonus demografi pada 10 hingga 20 tahun mendatang karena berdasarkan pertumbuhan dalam kelompok rentang usia, di masa depan Indonesia akan memasuki momentum tersebut [4]. Namun layaknya pisau bermata dua, tingkat pertumbuhan penduduk tidak selalu berkonotasi positif. Nyatanya hal ini berpotensi meningkatkan angka pengangguran.

Berdasarkan data yang dihimpun dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2024, Indonesia pada bulan Februari 2024 memiliki tingkat pengangguran sebanyak 4.82%, menurun dari tahun sebelumnya yaitu 5.45%,

dan tentu saja akan diusahakan untuk terus menurun. Hal ini mengindikasikan bahwa populasi di Indonesia mulai bertambah dengan komposisi usia produktif yang lebih banyak dibandingkan dengan usia non-produktif. Potensi ini akan terus bertambah jelas seiring dengan berjalannya waktu. Namun yang perlu digaris bawahi adalah bagaimana caranya agar tujuan utama beberapa tahun ke depan dapat terwujud.

Meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan merupakan salah satu upaya yang perlu digaris bawahi. Tidak hanya populasi usia produktif, namun keseimbangan dengan tersedianya lapangan pekerjaan yang memadai tentunya akan menangani dan dapat menekan laju atau tingkat pengangguran di suatu negara. Penurunan angka pengangguran ini tentunya akan berdampak pada tingkat perekonomian negara [5], [6], [7].

Pemenuhan lapangan pekerjaan tentunya dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya adalah meningkatkan investasi, mendorong pertumbuhan UMKM, meningkatkan kemampuan kewirausahaan, meningkatkan akses ke pendanaan, dan masih banyak lainnya. Salah satu aspek yang patut dipertimbangkan adalah dengan menciptakan lapangan pekerjaan itu sendiri, yaitu menjadi wirausaha.

Wirausaha adalah praktik yang dimulai dengan tindakan dan penciptaan organisasi baru[8]. Kewirausahaan merupakan kunci keberhasilan dan setiap individu yang menciptakan organisasi usaha baru berarti memasuki paradigma baru kewirausahaan. Meskipun demikian, berwirausaha merupakan suatu kegiatan yang mengubah kebiasaan lama menjadi kebiasaan baru dengan penuh disiplin dan mandiri. Meskipun banyak studi yang membahas terkait pengertian kewirausahaan [9], siapa itu wirausaha [10], adakah identitas atau ciri khususnya [11], namun pada intinya menjadi seorang wirausaha tidak hanya akan menurunkan angka pengangguran untuk diri sendiri, namun juga berpotensi untuk

menurunkan tingkat pengangguran secara keseluruhan karena terciptanya lapangan-lapangan pekerjaan baru.

Berwirausaha tentunya dapat dimulai dari tingkat yang paling sederhana, yaitu pada level UMKM. UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah sebuah bisnis atau usaha produktif yang dijalankan secara perorangan, kelompok, rumah tangga, atau badan usaha kecil yang memenuhi standar sebagai usaha mikro, atau dengan kata lain UMKM merupakan sebuah unit bisnis yang bahkan bisa dijalankan oleh masyarakat kecil atau kalangan menengah kebawah. Berdasarkan hal tersebut, UMKM sejatinya dapat dimulai oleh siapa saja dan kapan saja, serta UMKM dapat tumbuh dan berkembang tanpa perlu melalui banyak persyaratan. Sehingga meningkatnya jumlah UMKM akan dapat mempengaruhi tingkat pengangguran di Indonesia yang berakibat pada perekonomian suatu negara tu sendiri.

Faktanya, Indonesia saat ini sangat bergantung dengan pertumbuhan UMKM. Berdasarkan data yang dihimpun dari Kadin.id menyatakan bahwa peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan kontribusi mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun, serta menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja [12]. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan UMKM akan memperbaiki negara kedepannya, ditambah dengan potensi demografi yang telah diproyeksikan atau diramalkan.

Namun meningkatkan jumlah UMKM saja tidak cukup, perlu ada batu pijakan yang kokoh sehingga tidak hanya minat dalam berbisnis tetapi juga keberlangsungan bisnis itu sendiri. Beberapa permasalahan yang dihadapi adalah adanya keterbatasan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan yang sulit, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data Tunggal [12]. Hal ini juga diperparah

dengan adanya gagasan bahwa niat berwirausaha itu sendiri yang telah menurun atau rendah. Hal ini diperkuat dengan adanya gagasan bahwa Indonesia merupakan negara konsumen bukan merupakan produsen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [13] terdapat beberapa factor sehingga minat berwirausaha menjadi menurun, diantaranya adalah ketidakpercayaan diri seperti takut gagal, merasa tidak berbakat, gengsi, dan hal-hal teknis seperti merasa tidak memiliki modal, serta bahkan tidak adanya dukungan dari keluarga. Hal ini tentunya akan meruntuhkan logika yang telah dibangun untuk memperbaiki perekonomian negara.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi karakteristik kewirausahaan, diantaranya adalah pendidikan, nilai pribadi, usia (termasuk lingkungan keluarga masa kecil), dan riwayat pekerjaan [14]. Jika dilihat lebih dalam, maka pola pikir untuk tidak menjadi wirausahawan tentunya akan diperoleh dari lingkungan kedua manusia, yaitu pergaulan. Namun jika dilihat lebih dalam, sebelum seseorang memasuki lingkungan pergaulan terdapat lingkungan pertama yang dapat membentuk pribadi seseorang, yaitu lingkungan keluarga.

Menurut [15] lingkungan keluarga khususnya orang tua memegang peranan penting sebagai pedoman masa depan anak-anaknya, sehingga secara tidak langsung orang tua dapat mempengaruhi minat bekerja anak di masa depan, termasuk dalam hal berwirausaha. Menurut [16], sikap dan niat berwirausaha dapat dipengaruhi oleh keluarga dan sosialisasinya. Hal tersebut telah dibahas oleh [14] jauh sebelum itu yang menerangkan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi karakteristik kewirausahaan, yaitu pendidikan, nilai pribadi, usia (dijelaskan tentang lingkungan keluarga masa kecil), dan riwayat pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut, lingkungan keluarga pada masa kecil dengan peran orang tua dapat mempengaruhi terbentuknya jiwa wirausaha dan niat

berwirausaha di masa depan. Logika tersebut tentunya tidak berjalan tanpa alasan, pengalaman orang tua merupakan suatu dorongan berupa pendapat terhadap sesuatu berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya, hal ini berguna untuk memberikan masukan sehingga pada akhirnya mempengaruhi keputusan yang akan diambil [17]. Sehingga pada penelitian ini akan mencoba untuk menggali kembali pengaruh antara lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha.

Artikel ini memiliki empat bagian. Pertama, ini meninjau literatur yang relevan dengan minat berwirausaha dan lingkungan keluarga. Bagian kedua membahas terkait metodologi penelitian disajikan dan teknik analisis data. Bagian ketiga membahas temuan penelitian serta diakhiri dengan diskusi tentang implikasi teoritis dan manajerial. Artikel ini juga menyajikan saran untuk penelitian lebih lanjut.

LANDASAN TEORI

Menurut [18], kewirausahaan merupakan hasil dari manifestasi dan upaya individu, sifat-sifat individu. Pada satu sisi, seseorang dengan efikasi diri yang tinggi menunjukkan adanya potensi yang tinggi dan sering kali menunjukkan upaya kewirausahaan, hal ini terkait dengan keinginan, aksi, hingga nilai yang dibawa sehari-hari. Individu seperti ini diketahui memiliki hasil yang lebih baik karena mereka lebih bergantung pada faktor internal dibandingkan faktor eksternal [19]. Namun di sisi yang lain terdapat pemahaman bahwa anak-anak dari keluarga dengan latar belakang wirausaha lebih besar kemungkinannya untuk memulai bisnis mereka sendiri atau bergabung dengan bisnis keluarga [20], [21], [22]. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Sørensen [23] menemukan bahwa anak-anak yang orangtuanya bekerja mandiri atau sebagai wirausaha mempunyai kemungkinan dua kali lebih besar untuk menjadi wirausaha. Menurut [15], [16], lingkungan keluarga khususnya orang tua memegang peranan penting sebagai pedoman masa depan anak-anaknya, sehingga

secara tidak langsung orang tua dapat mempengaruhi minat bekerja anak di masa depan, termasuk dalam hal berwirausaha.

Menurut [24], dalam konteks identifikasi peran dan teori pembelajaran social [25], dapat dirumuskan empat fungsi teladan kewirausahaan yang saling berkaitan: inspirasi dan motivasi, peningkatan efikasi diri, pembelajaran melalui keteladanan, dan pembelajaran melalui dukungan. Mekanisme pengaruh sosial melalui orang tua dapat mencakup transmisi keterampilan yang diperoleh melalui pengalaman, pengetahuan diam-diam, dan pemodelan pilihan karir [26]. [27] berpendapat bahwa jaringan sosial memainkan peran penting dalam mentransfer pengetahuan yang bersifat tacit mengenai bagaimana meraih peluang kewirausahaan, dengan teladan orang tua berfungsi sebagai pengganti pengetahuan tacit yang diperoleh melalui pengalaman kewirausahaan [28]. Orang tua dengan pekerjaan yang membutuhkan keterampilan manajerial, pelatihan dan keterampilan komunikasi mampu mentransfer keterampilan ini kepada anak-anak mereka melalui sejumlah sumber daya langsung dan perilaku tidak langsung [29].

Penelitian terdahulu dalam konteks pelajar menunjukkan bahwa siswa yang orang tuanya adalah wirausaha menunjukkan preferensi yang jauh lebih tinggi untuk bekerja mandiri atau sebagai wirausaha dibandingkan bekerja sebagai pegawai, hal ini dapat dikaitkan dengan perubahan sikap dan meningkatnya keyakinan terhadap kemampuan yang dirasakan [30]. Paparan sebelumnya dalam bentuk pengalaman langsung, seperti latar belakang kewirausahaan keluarga, diduga mempengaruhi sikap dan persepsi tentang kewirausahaan sebagai karier [31]. Hasil penelitian yang dilakukan oleh [32] di kalangan pelajar dengan latar belakang keluarga yang juga merupakan wirausaha menunjukkan hubungan yang positif terhadap intensi atau niat untuk menjadi wirausaha. Berdasarkan hal tersenut, maka penelitian ini menurunkan menjadi sebuah hipotesis:

Ha: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lingkungan keluarga dengan niat berwirausaha.

METODE PENELITIAN

Partisipan dalam survei ini adalah mahasiswa jurusan bisnis pada salah satu Universitas Negeri di Kota Surakarta. Jurusan tersebut dipilih karena merupakan salah satu jurusan dengan minat dan tingkat keketatan yang cukup tinggi beberapa tahun terakhir. Rumus Slovin digunakan untuk menarik jumlah sampel dari populasi satu angkatan tahun pertama. Formulir survei online telah dibuat dan dikirimkan melalui email kepada siswa sebanyak 50 partisipan menggunakan sampel acak sederhana [33]. Secara keseluruhan, responden yang diperoleh adalah laki-laki sebanyak 13 (26%) orang dan perempuan sebanyak 37 (74%) orang dari berbagai latar belakang keluarga.

Instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, diantaranya adalah [34], [35], [36]. Kuesioner terdiri dari 12 item pernyataan yang diukur pada skala Likert 5 poin, dengan rincian yaitu 6 item pengukur variable lingkungan keluarga dan 6 item pengukur variable niat berwirausaha.

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori, yaitu pengujian pada suatu hipotesis. Penelitian ini melibatkan satu variable bebas dan satu variabel terikat, sehingga dalam pengujiannya berdasarkan hipotesis yang dikembangkan adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS. Pengujian dilakukan setelah memenuhi asumsi validitas dan reliabilitas pada item pernyataan yang telah dibuat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari degree of freedom (df) = $n-2$ yang diperoleh nilai sebesar

0.2787, serta uji statistic Cronbach's Alpha \geq 0.70. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa kuesioner yang dibangun valid dan reliabel (Tabel 1).

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Skala Lingkungan Keluarga	Pearson Correlation	Cronbach's Alpha
X1	.653**	
X2	.743**	
X3	.664**	
X4	.569**	
X5	.294*	
X6	.411**	
Skala Niat Berwirausaha	Pearson Correlation	0.809
Y1	.831**	
Y2	.831**	
Y3	.873**	
Y4	.859**	
Y5	.802**	
Y6	.873**	

Tabel 2 Koefisien Determinasi

Tabel 3 Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.648	3.168		4.624	.000
Lingkungan Keluarga	.499	.141	.455	3.540	.001

a. Dependent Variable: Niat Berwirausaha

Analisis regresi dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan, apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada tabel koefisien regresi (**Error! Reference source not found.**) nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ yang berarti bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel

Y. Artinya, uji ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif diterima atau menolak hipotesis 0. Pengujian ini menunjukkan adanya korelasi positif dengan nilai konstantanya yaitu $Y = 14.658 + .0499X$ (Tabel). Selain itu, nilai R^2 pada *model summary* (Tabel) menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan oleh lingkungan keluarga untuk menciptakan minat berwirausaha adalah 20.7%. Sisanya yaitu sebanyak kurang lebih 79.3% merupakan faktor-faktor lain diluar lingkungan keluarga yang dapat memengaruhi minat berwirausaha seseorang.

Berdasarkan hasil uji pengaruh yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara lingkungan keluarga dengan minat berwirausaha mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengaruh yang diberikan oleh lingkungan keluarga maka semakin tinggi pula minat berwirausaha seseorang kedepannya, begitupun sebaliknya. Namun, yang perlu digaris bawahi tentunya bukan hanya hasil uji pengaruh dalam penelitian ini,

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 ^a	.207	.190	3.291

a. Predictors: (Constant),

Lingkungan Keluarga

melainkan implikasi yang bisa ditarik kedepannya. Lingkungan keluarga merupakan lingkungan awal tumbuh dan berkembangnya seseorang, lingkungan ini tentunya memiliki peran vital bagi tumbuh kembangnya seseorang. Edukasi pada Tingkat ini juga akan menjadi krusial, tidak hanya untuk seorang anak namun juga keluarga yang bertanggung jawab dalam hal tersebut.

Seperti yang telah dibahas di latar belakang penelitian, minat berwirausaha dalam beberapa tahun mendatang khususnya di negara dengan potensi adanya bonus demografi seharusnya menjadi perhatian khusus bagi pemerintah negara. Bayangkan saja terdapat jumlah satu

generasi yang sama dengan jumlah yang terbilang tinggi akan memasuki fase matang di waktu yang bersamaan. Peningkatan minat berwirausaha yang dimulai dari sekarang tentunya dapat diupayakan, memberikan edukasi bagi lingkungan awal seseorang yaitu keluarga juga dapat dijadikan salah satu langkah strategis dalam waktu dekat ini. Jika hal ini berhasil, maka potensi bonus demografi yang sering dibahas akan lebih terbuka, meningkatnya lapangan pekerjaan, menurunkan angka pengangguran, meningkatkan pendapatan individu, serta berujung pada peningkatan pendapatan bagi suatu negara itu sendiri.

Hal tersebut tentunya akan berbalik menjadi ancaman jika bonus demografi yang dielukan hanyalah berupa angka saja tanpa adanya pengelolaan sejak dini. Jika satu generasi akan matang di waktu yang relative bersamaan, maka sebaliknya juga akan mengalami degradasi di waktu yang bersamaan. Menumbuhkan minat berwirausaha tentunya menjadi salah satu Langkah kecil untuk memanfaatkan momentum yang akan segera tiba.

Penelitian ini tentunya bukan penelitian baru yang dilakukan, banyak penelitian yang sama telah dilakukan sebelumnya. Namun, penelitian ini mencoba untuk membuka arah baru kemana implikasi penelitian ini berujung. Lingkungan keluarga merupakan salah satu aspek yang terbukti dapat mempengaruhi minat untuk menjadi seorang wirausaha. Penelitian berikutnya dapat mengidentifikasi beberapa factor selain lingkungan keluarga sebagai variable independent, membandingkan factor mana yang paling mempengaruhi akan sangat direkomendasikan untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif terutama dalam topik bonus demografi yang dibahas dalam penelitian ini.

PENUTUP

Kesimpulan

Keluarga merupakan lingkungan awal bagi setiap individu, sehingga apapun itu peran keluarga akan menjadi fondasi dasar pembentukan seseorang dalam perkembangannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga menjadi salah satu factor yang menjadikan seseorang memiliki intensi untuk menjadi seorang wirausaha, terlepas dari apakah latar belakang keluarga tersebut merupakan wirausahawan atau tidak. Penelitian ini membawa arah yang jauh agar mengeksplorasi factor-faktor yang mendorong seseorang ingin menjadi wirausaha. Hal tersebut akan meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan, menurunkan angka pengangguran, meningkatkan angka produksi dalam negeri, serta lebih jauh lagi yaitu memaksimalkan bonus demografi beberapa puluh tahun mendatang.

Saran

Penelitian ini menggunakan ruang lingkup yang terbilang sempit, penelitian berikutnya dapat memperlebar ruang tersebut dengan mengganti populasi yang diteliti serta menambah ukuran sampel penelitian. Asumsi lingkungan keluarga dalam penelitian ini hanya sebatas keluarga pertama atau keluarga Ketika masa pertumbuhan yang normalnya diindikasikan dengan peran orang tua, pengujian yang lebih luas dapat dilakukan di masa depan. Pengujian beberapa variable bebas lainnya perlu dilakukan mengingat bahwa niat berwirausaha masih dapat dieksplorasi lebih lanjut lagi. Meskipun konteks penelitian ini masih seputar niat, namun hal ini dapat menjadi Langkah strategis bagi pemerintah untuk peningkatan lahirnya aksi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kominfo, “Komitmen Pemerintah Wujudkan Bonus Demografi yang Berkualitas,” kominfo.go.id. Accessed:

- Jul. 15, 2024. [Online]. Available: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/27423/komitmen-pemerintah-wujudkan-bonus-demografi-yang-berkualitas/0/berita>
- [2] Worldometer, “Indonesia Population,” worldometers.info. Accessed: Jul. 15, 2024. [Online]. Available: <https://www.worldometers.info/world-population/indonesia-population/>
- [3] Badan Pusat Statistik, “Laju Pertumbuhan Penduduk (Persen), 2021-2023,” bps.go.id. Accessed: Jul. 15, 2024. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NiMy/laju-pertumbuhan-penduduk.html>
- [4] Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan, *Proyeksi Penduduk Indonesia 2020–2050 Hasil Sensus Penduduk 2020*. Badan Pusat Statistik, 2023.
- [5] L. T. Sari and L. W. Fisabilillah, “Pengaruh Pertumbuhan UMKM dan Tingkat Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia,” *Independent: Journal of Economics*, vol. 1, no. 3, pp. 178–190, Dec. 2021, doi: 10.26740/independent.v1i3.43584.
- [6] A. T. Ramadani, A. Junaidi, and Z. Eliza, “Pengaruh Pertumbuhan UMKM, Inflasi, dan Tingkat Pengangguran terhadap Pertumbuhan Pkonomi di Indonesia,” *Jurnal Investasi Islam*, vol. 5, no. 2, pp. 153–173, Jan. 2021, doi: 10.32505/jii.v5i2.2392.
- [7] N. Hartati, “Pengaruh Inflasi dan Tingkat Pengangguran Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia Periode 2010 – 2016,” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, vol. 5, no. 01, pp. 92–119, Apr. 2020, doi: 10.37366/jespb.v5i01.86.
- [8] H. Barot, “Entrepreneurship - A Key to Success,” *The International Journal of Business and Management*, vol. 3, no. 1, pp. 163–165, 2015.
- [9] D. Diandra and A. Azmy, “Understanding Definition of Entrepreneurship,” *International Journal of Management, Accounting and Economics*, vol. 7, no. 5, pp. 2383–2126, 2020.
- [10] S. Ramoglou, W. B. Gartner, and E. W. K. Tsang, “‘Who is an entrepreneur?’ is (still) the wrong question,” *Journal of Business Venturing Insights*, vol. 13, pp. 2352–6734, Jun. 2020, doi: 10.1016/j.jbvi.2020.e00168.
- [11] M. Radu-Lefebvre, V. Lefebvre, E. Crosina, and U. Hytti, “Entrepreneurial Identity: A Review and Research Agenda,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 45, no. 6, pp. 1550–1590, Nov. 2021, doi: 10.1177/10422587211013795.
- [12] Kadin Indonesia, “UMKM Indonesia,” kadin.id. Accessed: Jul. 15, 2024. [Online]. Available: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,%2C%20setara%20Rp9.580%20triliun>.
- [13] Y. Anjanika, S. Suhartini, A. Widowati, F. Diana, G. Decheline, and A. Setiowati, “Faktor Kurangnya Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Jambi,” *Unimuda Sport Journal*, pp. 28–32, 2023, Accessed: Jul. 15, 2024. [Online]. Available: <https://unimuda.e-journal.id/unimudasportjournal/index>
- [14] R. D. Hisrich, M. P. Peters, and D. A. Shepherd, *The Entrepreneurial Perspective*. McGraw Hill, 2008.
- [15] M. E. Syafii, Murwatiningsih, and S. D. Prajanti, “Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga Dan Kepribadian Wirausaha Terhadap

- Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xii Smk Se-Kabupaten Blora,” *Journal of Economic Education*, vol. 4, no. 2, pp. 66–74, 2015.
- [16] A. K. Lingappa, A. Shah, and A. O. Mathew, “Academic, Family, and Peer Influence on Entrepreneurial Intention of Engineering Students,” *Sage Open*, vol. 10, no. 3, pp. 1–12, Jul. 2020, doi: 10.1177/2158244020933877.
- [17] A. Rasyid, “Effects of ownership structure, capital structure, profitability and company’s growth towards firm value,” *International Journal of Business and Management Invention*, vol. 4, no. 4, pp. 25–31, 2015.
- [18] S.-H. Chang, Y. Shu, C.-L. Wang, M.-Y. Chen, and W.-S. Ho, “Cyber-entrepreneurship as an innovative orientation: Does positive thinking moderate the relationship between cyber-entrepreneurial self-efficacy and cyber-entrepreneurial intentions in Non-IT students?,” *Comput Human Behav*, vol. 107, p. 105975, Jun. 2020, doi: 10.1016/j.chb.2019.03.039.
- [19] M. C. Pérez-López, M. J. González-López, and L. Rodríguez-Ariza, “Applying the social cognitive model of career self-management to the entrepreneurial career decision: The role of exploratory and coping adaptive behaviours,” *J Vocat Behav*, vol. 112, pp. 255–269, Jun. 2019, doi: 10.1016/j.jvb.2019.03.005.
- [20] C. E. Eesley and Y. Wang, “The Effects of Mentoring in Entrepreneurial Career Choice,” *SSRN Electronic Journal*, 2014, doi: 10.2139/ssrn.2387329.
- [21] R. W. Fairlie and A. Robb, “Families, Human Capital, and Small Business: Evidence from the Characteristics of Business Owners Survey,” *ILR Review*, vol. 60, no. 2, pp. 225–245, Jan. 2007, doi: 10.1177/001979390706000204.
- [22] S. Laspita, N. Breugst, S. Hebllich, and H. Patzelt, “Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions,” *J Bus Ventur*, vol. 27, no. 4, pp. 414–435, Jul. 2012, doi: 10.1016/j.jbusvent.2011.11.006.
- [23] J. SORENSEN, “Closure and Exposure: Mechanisms in the Intergenerational Transmission of Self-employment,” in *The Sociology of Entrepreneurship*, Elsevier, 2007, pp. 83–124. doi: 10.1016/S0733-558X(06)25003-1.
- [24] N. Bosma, J. Hessels, V. Schutjens, M. Van Praag, and I. Verheul, “Entrepreneurship and role models,” *J Econ Psychol*, vol. 33, no. 2, pp. 410–424, Apr. 2012, doi: 10.1016/j.joep.2011.03.004.
- [25] A. Bandura, *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1977.
- [26] C. E. Eesley and Y. Wang, “The Effects of Mentoring in Entrepreneurial Career Choice,” *SSRN Electronic Journal*, 2014, doi: 10.2139/ssrn.2387329.
- [27] S. G. Walter and D. Dohse, “The interplay between entrepreneurship education and regional knowledge potential in forming entrepreneurial intentions,” 1549, 2009.
- [28] N. Bosma, J. Hessels, V. Schutjens, M. Van Praag, and I. Verheul, “Entrepreneurship and role models,” *J Econ Psychol*, vol. 33, no. 2, pp. 410–424, Apr. 2012, doi: 10.1016/j.joep.2011.03.004.
- [29] C. Faas, M. J. Benson, and C. E. Kaestle, “Parent resources during adolescence: effects on education and careers in young adulthood,” *J Youth Stud*, vol. 16, no. 2, pp. 151–171, Mar. 2013, doi: 10.1080/13676261.2012.704989.
- [30] H. Van Auken, F. L. Fry, and P. Stephens, “The Influence of Role Models On Entrepreneurial Intentions,” *Journal of Developmental Entrepreneurship*, vol. 11, no. 02, pp.

- 157–167, Jun. 2006, doi: 10.1142/S1084946706000349.
- [31] A. Basu and M. Virick, “Assessing entrepreneurial intentions amongst students: A comparative study,” in *National Collegiate Inventors and Innovators Alliance Conference*, Dallas, TX, 2008.
- [32] M. Farrukh, A. A. Khan, M. Shahid Khan, S. Ravan Ramzani, and B. S. A. Soladoye, “Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy,” *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, vol. 13, no. 4, pp. 303–317, Sep. 2017, doi: 10.1108/WJEMSD-03-2017-0018.
- [33] D. Cooper and P. Schindler, *Business Research Methods*. Florida: McGraw Hill, 2014.
- [34] A. Buchori, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.
- [35] T. W. Zimmerer, N. M. Scarborough, and D. Wilson, *Essentials of entrepreneurship and small business management*. New Jersey: Pearson Education International, 2008.
- [36] W. S. Winkel, *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN