

Pengaruh *Social Capital* Dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada Pengusaha *Start Up* di Kota Denpasar

I Kadek Surya Wibawa¹, I Ketut Merta², I Made Anom Arya Pering³,

Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mahendradatta, Bali, Indonesia.

Email: suryawibawa659@gmail.com

Citation: Wibawa, I.K.S., Merta, I.K., & Pering, I.M.A.A. (2022). Pengaruh *Social Capital* Dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada Pengusaha *Start Up* Di Kota Denpasar. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 2(4), 625–632.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/155>

Received: 27 Juli 2022

Accepted: 7 Agustus 2022

Published: 22 Agustus 2022

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2022 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

The condition of a person's motivation is based more on what they believe than what is objectively true. Personal perception like this plays an important role in the development of one's intention to become an entrepreneur (Entrepreneurial Intention). This data analysis technique uses quantitative analysis, classical assumption test, correlation analysis, determination analysis, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (F-test and t-test). The results of this study, 1) Social capital has a significant positive effect on Entrepreneurial Intention in start-up entrepreneurs. 2) Entrepreneurial Self-Efficacy has a significant positive effect on Entrepreneurial Intention in start-up entrepreneurs. 3) Social capital, Entrepreneurial Self-Efficacy variable simultaneously has a significant effect on Entrepreneurial Intention in start-up entrepreneurs.

Keywords: *Social Capital, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention.*

Abstrak.

Kondisi motivasi seseorang yang lebih didasarkan pada apa yang mereka percaya daripada apa yang secara objektif benar. Persepsi pribadi seperti ini memegang peranan penting dalam pengembangan niat seseorang untuk berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*). teknik analisis data ini menggunakan analisis kuantitatif, uji asumsi klasik, analisis korelasi, analisis determinasi, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (Uji F dan Uji_t). hasil dari penelitian ini, 1) *Social capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*. 2) *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*. 3) *Social capital*, variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*.

Kata Kunci: *Social Capital, Entrepreneurial Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention.*

PENDAHULUAN

Peran kewirausahaan atau *entrepreneur* bagi pertumbuhan ekonomi tidak hanya sekedar meningkatkan *output* dan pendapatan perkapita, namun juga melibatkan pengenalan atau penerapan perubahan dalam struktur bisnis maupun dalam masyarakat. Selain itu, kewirausahaan juga turut ambil bagian dalam membuka lapangan pekerjaan baru. Hal inilah yang dapat membuat keberadaan kewirausahaan di suatu negara sangatlah penting, terutama di negara Indonesia yang memiliki angka pengangguran yang cukup tinggi. Menjadi seorang *entrepreneur* merupakan salah satu faktor terpenting dalam perekonomian suatu negara, ketika suatu negara dikondisi yang lemah atau belum bisa menyediakan lapangan kerja kepada masyarakat, maka *entrepreneur* dapat menyediakan sumber pendapatan dan menjadi suatu alternatif untuk mendapatkan penghasilan. Dalam artian bahwa *entrepreneur* dapat membantu negara menyediakan lapangan kerja.

Entrepreneurial intention atau niat berwirausaha pada masyarakat tidak mungkin muncul secara instan, melainkan perlu proses, setelah ada niat, maka diharapkan perilaku sebenarnya akan terjadi (Amanda, 2020: 198). Namun demikian, meskipun pemerintah sudah mendorong pada intensi masyarakat menjadi seorang *entrepreneur*, intensi tersebut juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Berbagai jurnal menyatakan bahwa terdapat faktor internal yang mempengaruhi intensi menjadi wirausaha, yaitu modal sosial (*Social Capital*) dan efikasi diri (*self-efficacy*). Seorang wirausaha memerlukan modal hubungan sosial (*Social Capital*), dan peluang untuk mencapai keberhasilan usaha, tetapi keyakinan diri atau efikasi diri juga diperlukan dalam melakukan pekerjaannya untuk dapat meraih keberhasilan dalam usaha. Efikasi diri (*self-efficacy*) adalah kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan (Zulkosky, 2009).

Modal sosial atau *social capital* juga turut mempengaruhi keputusan penciptaan usaha baru. Penciptaan usaha baru tidak dapat dibuat sendiri sendiri, tapi juga melibatkan berbagai pihak yang mendukung usaha tersebut. Wirausaha mendapat dukungan, pengetahuan, gagasan, dan sebagainya melalui jejaring sosial mereka

Selain modal sosial atau *social capital*, *entrepreneurial intention* pada masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu *self-efficacy*. Dalam proses *entrepreneurial intention* tentunya tidak luput dari efikasi diri atau *self-efficacy* yang dimiliki oleh setiap masyarakat. *Self-efficacy* dapat mengembangkan sebuah motivasi yang akan mempengaruhi pilihan aktivitas, tujuan, ketekunan, dan kinerja seseorang dalam konteks yang berbeda. Siapapun yang berani mengambil resiko dan memiliki *self-efficacy* yang tinggi, itulah yang membedakannya dari wirausahawan biasa (Budiman, 2013: 34).

Kota Denpasar merupakan ibu kota Provinsi Bali dimana perekonomian Bali sangat tergantung dari kemajuan pariwisata. Pandemi covid-19 membuat perekonomian di Kota Denpasar mengalami krisis sehingga perputaran roda ekonomi menjadi tidak stabil yang diakibatkan tidak adanya kunjungan wisatawan yang datang ke Bali. Menurut Taufik dan Ayuningtyas (2020) pandemi covid-19 memunculkan *economic shock*, yang mempengaruhi ekonomi pada individu, rumah tangga serta perusahaan mikro maupun makro yang berhubungan dengan pariwisata seperti perhotelan, transportasi, rumah makan, dan berbagai jenis usaha yang berkaitan dengan pariwisata lainnya. Permasalahan ekonomi di perusahaan memberikan dampak besar kepada penduduk usia kerja di Bali yang mengalami perubahan dalam bekerja, yang pada awalnya diberlakukan pergantian kerja dan pada akhirnya karyawan dirumahkan yang diakibatkan bisnis pariwisata berada pada titik terendah. Pandemi covid-19 memberikan dampak terhadap perusahaan, salah satu dampaknya yaitu perusahaan mengalami krisis. Krisis yang dialami perusahaan mengharuskan mereka untuk

melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) terhadap para pekerjanya. PHK yang dilakukan perusahaan-perusahaan di di Bali dan Kota Denpasar pada khususnya, sebagai pilihan oleh pelaku usaha untuk menekan pengeluaran perusahaan agar perusahaan bisa kembali stabil.

Untuk memulihkan perekonomian di Kota Denpasar pemerintah berupaya untuk memberikan dorongan kepada setiap masyarakat untuk berupaya mendirikan usaha baru yang potensial dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih baik sebagai ajang promosi maupun pemasaran produk yang dijual. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk menumbuhkan niat berwirausaha pada masyarakat untuk menciptakan usaha baru berbasis teknologi (*startup*). *Start Up* identik dengan usaha yang baru berdiri serta memiliki ide kreatif dan inovatif. Pengusaha *startup* memiliki kemampuan dalam menghadapi masalah dan tantangan yang ada, sebagai kesempatan untuk belajar dan mengembangkan potensi diri agar mencapai tujuan berwirausaha.

Perkembangan pesat bisnis *startup* menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk mulai berwirausaha, apalagi masyarakat secara umum tidak lepas dari perkembangan teknologi digital. Ketertarikan masyarakat untuk berwirausaha menjadi langkah awal dalam memunculkan niat berwirausaha serta menjadi dasar untuk munculnya perilaku wirausaha. Intensi berwirausaha menjadi sesuatu yang tepat untuk menganalisis niat seseorang menjadi pengusaha. *Entrepreneur* yang mengelola faktor internal dengan baik seperti *social capital* dan *entrepreneurial self-efficacy* maka secara otomatis memiliki pondasi bisnis yang kuat sehingga mudah untuk berkembang dan memenangkan persaingan di pasar.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh *Social Capital* dan *Entrepreneurial Self-Efficacy* Terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada Pengusaha *Start Up* di Kota Denpasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi pada Shoppe Express Hub Denpasar yang beralamat di Jalan Padang Lepas No. 9X Padangsambian, Denpasar Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah salah satu pengusaha start-up yaitu Shoppe Express Hub Denpasar yang beralamat di Jalan Padang Lepas No. 9X Padangsambian, Denpasar Barat. Jumlah pegawai yaitu sebanyak 156 orang. Menurut Sugiyono (2011) dalam menggunakan rumus Slovin ditentukan terlebih dahulu batas toleransi kesalahannya. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan bentuk prosentase. Apabila prosentase toleransi kesalahannya semakin kecil maka data jumlah sampel semakin akurat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah pegawai yang akan dijadikan sampel berjumlah 61 orang. Teknik analisis data ini menggunakan analisis kuantitatif, uji asumsi klasik, analisis korelasi, analisis determinasi, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (Uji F dan Uji t).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik responden adalah data responden yang dikumpulkan untuk mengetahui profil responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengaruh *social capital* dan *entrepreneurial self-efficacy* terhadap *entrepreneurial intention* pengusaha *start-up* di Kota Denpasar dapat diketahui karakteristik respondennya meliputi jenis kelamin, Usia, pendidikan terakhir, yang dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki – Laki	45	73,8%
		Perempuan	16	26,2%
		Jumlah	61	100%
2	Usia	20-25 Tahun	28	46%

		26-30 Tahun	18	29,5%
		31-35 Tahun	15	24,5%
		36-40 Tahun	-	
	Jumlah		61	100%
3	Pendidikan Terakhir	SMA	11	18%
		Diploma	14	23%
		Sarjana	36	59%
	Jumlah		61	100%

Sumber: *Data diolah, 2022*

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa dari responden yang berjumlah 61 orang diantaranya 45 orang (73,8%) adalah laki-laki dan sisanya 16 orang (26,2%) adalah wanita. Dari tabel dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang ada Shoppe Express Hub Denpasar lebih banyak laki-laki. Dari tabel dapat dilihat bahwa dari responden yang berjumlah 61 orang diantaranya usia 20-25 sebanyak 28 orang (46%), usia 26-30 sebanyak 18 orang (29,5%) dan usia 31-35 sebanyak 15 orang (24,5%). Dari tabel dapat disimpulkan bahwa jumlah responden yang ada Shoppe Express Hub Denpasar lebih didominasi oleh pegawai dengan usia produktif. Dari tabel dapat dilihat bahwa seluruh responden karyawan paling banyak dari tamatan Sarjana sebanyak 36 orang (59%), sedangkan diploma sebanyak 14 orang yaitu (23%) dan SMA sebanyak 11 orang (18%). Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa latar belakang pendidikan responden yang paling banyak berasal dari tamatan Sarjana.

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor faktor dengan skor total dan bila korelasi tiap faktor tersebut bernilai positif ($r > 0,3$), maka instrumen penelitian tersebut dapat dikatakan *valid*. Instrumen yang *valid* adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Tinggi rendahnya validitas menunjuk kan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Hasil uji validitas penelitian ini ditunjukkan dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Korelasi Item Total	Keterangan
1	<i>Social capital</i>	X1.1	.683	Valid
		X1.2	.610	Valid
		X1.3	.809	Valid
		X1.4	.697	Valid
		X1.5	.426	Valid
		X1.6	.317	Valid
2	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	X2.1	.580	Valid
		X2.2	.575	Valid
		X2.3	.801	Valid
		X2.4	.769	Valid
		X2.5	.712	Valid
		X2.6	.757	Valid
		X2.7	.603	Valid
		X2.8	.599	Valid
		X2.9	.691	Valid
3	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Y1	.642	Valid
		Y2	.853	Valid
		Y3	.854	Valid
		Y4	.867	Valid
		Y5	.789	Valid
		Y6	.599	Valid

Sumber : *Data diolah, 2022*

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel yang diuji nilainya lebih besar dari 0,30 ($r > 0,3$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang terdapat pada penelitian ini terbukti *valid*.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	6
.902	9
.912	6

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 3 menunjukkan masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* pada tiap instrumen tersebut adalah 0,813, 0,902, dan 0,912 dimana nilai lebih *Cronbach's Alpha* besar dari 0,60 (*Cronbach's Alpha* $> 0,60$). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

Model analisis regresi linear berganda digunakan untuk mendapat koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Hasil analisis ini mengacu pada hasil pengaruh variabel *Social capital* (X_1), *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X_2) terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y) Pada Pengusaha *Start Up* Di Kota Denpasar. Adapun hasil analisis regresi dengan program *Statistical Package of Social Science (SPSS) versi 25.0 for Windows* dapat dilihat pada Tabel 4 berikut.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.939	4.478		.081
	X1_SC	.422	.157	.312	.009
	X2_ESE	.220	.078	.328	.006

a. Dependent Variable: *Entrepreneurial Intention*

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi maka dapat disusun persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 7.939 + 0.422X_1 + 0.220X_2$$

Dimana :

Y = *Entrepreneurial Intention*

X_1 = *Social capital*

X_2 = *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Persamaan regresi linear berganda tersebut menunjukkan arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Nilai constant 7.939 menunjukan apabila *Social capital*, *Entrepreneurial Self-Efficacy*, bernilai sama dengan 0 (nol) maka *Entrepreneurial Intention* Pada Pengusaha *Start Up* bernilai sebesar 7.939.

$\beta_1 = + 0.422$ menunjukkan bahwa *Social capital* memiliki arah pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada Pengusaha *Start Up*, apabila *Social capital* meningkat maka *Entrepreneurial Self-Efficacy* akan mengalami peningkatan sebesar 0.422.

$\beta_2 = +0.220$, menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki arah pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada Pengusaha *Start Up*, apabila *Entrepreneurial Self-Efficacy* meningkat maka *Entrepreneurial Intention* akan mengalami peningkatan sebesar 0.220.

Analisis determinasi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variasi variabel bebas yaitu X1 (*Social capital*), X2 (*Entrepreneurial Self-efficacy*) terhadap variabel *Entrepreneurial Intention* (Y). berdasarkan hasil spss yang dapat dilihat pada Tabel 5. Berikut:

Tabel 5. Hasil Analisis determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.479 ^a	.230	.203	4.227

a. Predictors: (Constant), *Entrepreneurial Self-efficacy*, *Social Capital*

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa nilai $R^2 = 20,3$ persen, yang berarti bahwa sebesar 20,3 persen *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up* dipengaruhi oleh variabel *Social capital* (X1), *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X2), dan sisanya sebesar 79,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara serempak (simultan) seluruh variabel bebas (variabel *Social capital*, variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*) memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (*Entrepreneurial Intention*). Tabel 6 menunjukkan hasil perhitungan uji F dengan program *Statistical Package of Social Science (SPSS) versi 25.0 for Windows*.

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.954	2	154.477	8.646	.001
	Residual	1036.292	58	17.867		
	Total	1345.246	60			
a. Dependent Variable: <i>Entrepreneurial Intention</i>						
b. Predictors: (Constant), <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> , <i>Social Capital</i>						

a. Dependent Variable: *Entrepreneurial Intention*

b. Predictors: (Constant), *Entrepreneurial Self-Efficacy*, *Social Capital*

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas di atas, diketahui $F_{hitung} (78,665) > F_{tabel} (3,156)$ dengan nilai signifikansi F adalah $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel *Social capital* (X₁), variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y) Pada pengusaha *start up*.

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (variabel *Social capital*, variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*,) terhadap variabel terikat (*Entrepreneurial Intention*). Tabel 7 menunjukkan hasil perhitungan uji t dengan program *Statistical Package of Social Science (SPSS) versi 25.0 for Windows*:

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.939	4.478		.081
	X1_SC	.422	.157	.312	.009
	X2_ESE	.220	.078	.328	.006

a. Dependent Variable: *Entrepreneurial Intention*

Sumber : Data diolah, 2022

Pengaruh Variabel *Social capital* (X1) terhadap *Entrepreneurial Intention*

Berdasarkan Uji t dapat dijelaskan bahwa $t_{hitung}(2,693) > t_{tabel}(1,672)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel *Social capital* berpengaruh positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Koefisien regresi β_1 (variabel *Social capital*) sebesar 0,631, menunjukkan bahwa meningkatnya *Social capital* maka akan meningkatkan *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*.

Pengaruh Variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* (X2) terhadap *Entrepreneurial Intention* (Y)

Berdasarkan Uji t dapat dijelaskan bahwa $t_{hitung}(2,828) > t_{tabel}(1,672)$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention*. Koefisien regresi β_2 (variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy*) sebesar 0,407, menunjukkan bahwa meningkatnya *Entrepreneurial Self-Efficacy* maka akan meningkatkan *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat simpulan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

Social capital berpengaruh positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*.

Entrepreneurial Self-Efficacy berpengaruh positif signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*.

Social capital, variabel *Entrepreneurial Self-Efficacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurial Intention* Pada pengusaha *start up*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. I.. (1991). The Theory Of Planned Behaviour. In: Organizational Behaviour And Human Decision Process. Amherst. Ma: Elsevier. 50: 179-211
- Burt, R.S. 1992. *Excerpt from The Sosial Structure of Competition, in Structure Holes: The Social Structure of Competition*. Cambridge and London: Harvard University.
- Chen, C. C., Greene, P.G., & Crick, A.(1998). Does entrepreneurial selfefficacy distinguish entrepreneurs from managers *Journal of Business Venturing*. 13(4), 295-316.
- Coleman, J. 1999. *Social Capital in the Creation of Human Capital*. Cambridge: Harvard University Press.
- Field, John. 2010. *Modal Sosial*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Fukuyama, Francis. 1996. *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press Paperback
- Hasbullah, J. 2006. *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. Jakarta: MR-United Press.
- Indarti & Rostiani. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa : Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang Dan Norwegia. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Indonesia*, Vol.23.Universitas Gadjah Mada
- Krueger, N. 1993. The Impact Of Prior Entrepre-Neurial Exposure On Perceptions Of New Venture Feasibility And Desirability. *Entrepreneurial Theory Practice*, 18(1): 5-21.
- Lee, S.H. & Wong, P.K. 2004. An Exploratory Study Of Technopreneurial Intentions: A Career Anchor Perspective. *Journal Of Business Venturing*, 19(1): 7-28.
- Mawardi, M.J. 2007. *Peranan Social Capital Dalam Pemberdayaan Masyarakat*. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*.

- Meisa Amanda, S. I. (2020). Pengaruh Kepribadian, Efikasi Diri dan Anticipatory Entrepreneurial Cognitions Dalam Membentuk Niat Berwirausaha
- Partha D., Ismail S. 1999. *Social Capital A Multifaceted Perspective*. Washington DC: The World Bank.
- Robison, LJ, Marcelo, E.S. dan Songqing, J. 2011. *Social Capital and Then Distribution of Household Income in The United States: 1980, 1990, and 2000*. The Jurnal of Socio Economics 40.
- Setiadi, Elly M dan Kolip, Usman. 2011. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Kencana.
- Sumarsono, Hadi. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensi Wirausaha Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo. 11 (2), H: 1-22.
- Zulkosky, 2009. Self-Efficacy: A Concept Analysis