



PENGARUH BUDAYA BISNIS MASYARAKAT, LITERASI KEUANGAN, SELF EFFICACY, DAN LINGKUNGAN KELUARGA TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA MASYARAKAT DI KOTA YOGYAKARTA

Dewi Kusuma Wardani*
 Srilestari Grensi Woli *

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa
 *email: grensiwoli24@gmail.com

ABSTRACT

community business culture on the interest in community entrepreneurship in Yogyakarta City; to test the positive influence of finance on the interest in entrepreneurship in the city of Yogyakarta; to test the positive effect of self efficacy on the interest in entrepreneurship in the city of Yogyakarta; and to test the positive influence of the family environment on the entrepreneurial interest in the community in Yogyakarta City.

This type of research is quantitative research, namely empirical research where the data is in the form of numbers or something that can be calculated. When viewed from the research objectives, this research includes causal associative research, which is research that aims to see the influence between one variable and another. The sample taken in this study is the entrepreneurial community in the city of Yogyakarta with a total of 97 people. Data analysis using multiple linear regression analysis.

The results showed that culture has a positive effect on the interest in entrepreneurship in the city of Yogyakarta; Financial literacy has a positive effect on people's interest in entrepreneurship in Yogyakarta City; self-efficacy has a positive effect on the interest in entrepreneurship in the city of Yogyakarta; and the family environment has a positive effect on the interest in entrepreneurship in the city of Yogyakarta.

INFO ARTIKEL

Diterima: 11 Januari 2021
 Direview: 18 Januari 2021
 Disetujui: 19 Januari 2021
 Terbit: 30 Juni 2021

Keywords:

Community Business Culture, Financial Literacy, Self Efficacy, Family Environment, Entrepreneurial Interest, Yogyakarta City

PENDAHULUAN

Di Indonesia banyaknya para pencari kerja tidak diimbangi dengan banyaknya lapangan kerja yang mengakibatkan banyak orang tidak mendapatkan kesempatan kerja, akibatnya jumlah pengangguran semakin bertambah. Setiap tahun banyak mahasiswa yang lulus dari perguruan tinggi maupun swasta yang dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia di Indonesia. Hal ini harusnya dapat memberikan keuntungan besar untuk perekonomian di Indonesia. Namun masih banyak pengangguran di Indonesia karena dunia usaha tidak mampu menampung seluruh calon tenaga kerja yang ada (Yanti, dkk, 2014) .

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah angkatan kerja pada Februari 2019

sebanyak 136,18 juta orang, naik 2,24 juta orang dibanding Februari 2018. Sejalan dengan naiknya jumlah angkatan kerja, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) juga meningkat sebesar 0,12 persen poin. Dalam setahun terakhir, pengangguran berkurang 50 ribu orang, sejalan dengan TPT yang turun menjadi 5,01 persen pada Februari 2019. Dilihat dari tingkat pendidikan, TPT untuk Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) masih tertinggi diantara tingkat pendidikan lain, yaitu sebesar 8,63 persen. Penduduk yang bekerja sebanyak 129,36 juta orang, bertambah 2,29 juta orang dari Februari 2018. Lapangan pekerjaan yang mengalami peningkatan persentase penduduk yang bekerja terutama pada Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum (0,43 persen poin), Perdagangan (0,39 persen poin), dan Konstruksi (0,34 persen poin). Sementara lapangan pekerjaan yang mengalami penurunan utamanya pada Pertanian (1,00 persen poin); Administrasi Pemerintahan (0,23 persen poin); serta Informasi dan Komunikasi (0,06 persen poin). Sebanyak 74,08 juta orang (57,27 persen) bekerja pada kegiatan informal. Selama setahun terakhir (Februari 2018–Februari 2019), pekerja informal turun sebesar 0,95 persen poin. Namun demikian, tingkat pengangguran di Indonesia masih tinggi.

Pada awal tahun 2000-an, pemerintah mulai menggalakkan kegiatan berwirausaha, sehingga diharapkan mampu menciptakan jiwa-jiwa wirausaha sehingga masyarakat dan menciptakan lapangan kerja yang setiap tahun bertambah terus. Subandono (2007) menguraikan bahwa minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut. Minat wirausaha berasal dari dalam diri seseorang untuk menciptakan sebuah bidang usaha.

Minat berwirausaha dapat dilihat dari kesediaan untuk bekerja keras dan tekun untuk mencapai kemajuan usahanya, kesediaan menanggung macam-macam resiko berkaitan dengan tindakan berusaha yang dilakukannya, bersedia menempuh jalur dan cara baru, kesediaan untuk hidup hemat, kesediaan dari yang dialaminya. Minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan individu untuk bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa takut dengan resiko yang akan terjadi (Anggraeni, 2015). Sedangkan minat menurut Evaliana (2015) merupakan suatu keinginan yang dapat mendorong individu untuk melakukan suatu kegiatan karena adanya rasa suka dan ketertarikan.

Dalam mendirikan usaha atau berwirausaha diperlukan modal usaha yang digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha. Semakin mudah mendapatkan modal usaha, akan membuat seseorang memiliki minat berwirausaha karena dengan kemudahan dalam mendapatkan modal usaha akan memudahkan seseorang dalam membuka usaha, namun sebaliknya jika tidak memiliki modal akan semakin menyulitkan seseorang dalam menyalurkan ide-ide berwirausaha atau membuka usaha (Purnamasari, 2018).

Minat berwirausaha pada masyarakat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa di antaranya adalah budaya bisnis pada masyarakat, literasi keuangan, *self efficacy* dan lingkungan keluarga.

Nilai budaya merupakan tingkat yang paling abstrak dari adat atau kebudayaan suatu masyarakat. Suatu sistem nilai budaya terdiri dari konsep-konsep yang hidup di dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat mengenai hal-hal yang mereka anggap bernilai, berharga dalam hidup sehingga dapat berfungsi sebagai suatu pedoman yang memberi arah dan orientasi pada para warga masyarakatnya (Koentjaraningrat, 1990:25). Nilai budaya pada masyarakat dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada masyarakat karena dari budaya tersebut, seseorang dapat mempelajari dan memotivasi dirinya untuk berwirausaha. Yulanda (2018) menemukan bahwa nilai budaya bisnis pada masyarakat dapat mempengaruhi minat atau perilaku berwirausaha pada masyarakat Minangkabau.

Selain budaya bisnis masyarakat, faktor lain yang mempengaruhi minat berwirausaha masyarakat adalah literasi keuangan. Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen

dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Krishna, Rofaida, dan Sari (2010) menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan sangat berperan penting dalam pengambilan keputusan investasi. Semakin tinggi pengetahuan mengenai bagaimana cara mengelola keuangan agar dapat bermanfaat dimasa yang akan datang semakin tinggi pula keinginan untuk berwirausaha. Literasi memiliki kecenderungan besar dalam mempengaruhi keputusan investasi (Fachrudin & Fachrudin, 2016) penelitian yang mendukung bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi dipasar modal ialah penelitian yang dilakukan oleh Sharma dan Pandey (2017), Dalam hal ini literasi keuangan sangat berpengaruh penting terhadap keputusan seseorang dalam berwirausaha.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat atau perilaku berwirausaha pada masyarakat adalah *self-efficacy*. merupakan suatu keyakinan atau kepercayaan diri individu mengenai kemampuannya untuk mengorganisasi, melakukan suatu tugas, mencapai suatu tujuan, menghasilkan sesuatu dan mengimplementasi tindakan untuk mencapai kecakapan tertentu.

Dalam membuka sebuah usaha diperlukan kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri bahwa usahanya akan berhasil, hal inilah yang dapat memotivasi seseorang untuk berani memulai suatu usaha. Apabila seseorang tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya, maka kecil kemungkinan orang tersebut akan berminat dalam berwirausaha. Efikasi diri juga dapat memberikan pengaruh terhadap kognitif, motivasi, afeksi dan fungsi selektif individu yang diproyeksi ke dalam pemilihan perilaku. Dimensi tersebut sejalan dengan nilai-nilai kewirausahaan, dimana setiap individu yang memiliki minat kewirausahaan yang tinggi akan mampu berdiri sendiri, berani mengambil keputusan dan menerapkan tujuan.

Efikasi diri telah banyak diteliti dan memiliki konsekuensi positif untuk meningkatkan kemampuan diri. Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bullock, Andrews dan Buzetta (2011) individu dengan efikasi diri yang tinggi akan memiliki keyakinan yang besar bahwa dirinya mampu menyelesaikan tugas-tugas yang terkait dengan keputusan karirnya. Seseorang yang telah memiliki kecenderungan untuk menyakini kemampuan dirinya dalam merencanakan dan memilih aktivitasnya agar dapat mencapai kesuksesan dalam bidang kewirausahaan.

Faktor terakhir yang mempengaruhi minat berwirausaha masyarakat adalah lingkungan keluarga. juga sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Prihantoro dan Hadi, 2016). Pendidikan berwirausaha dapat berlangsung sejak usia dini dalam lingkungan keluarga dimana seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan (Aprilianty, 2012). Berdasarkan hasil penelitian (Yanti, dkk, 2014) dan Lestari dkk (2012), diperoleh hasil dalam penelitiannya bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat wirausaha. Ayodele (2014), Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh yang signifikan, terhadap minat wirausaha. Hal ini berarti lingkungan keluarga berperan dalam upaya menumbuhkan minat wirausaha. Paulina dan Wardono (2012), hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel lingkungan keluarga tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha Permasalahan yang dihadapi oleh Negara berkembang khususnya tingkat wirausaha yang masih rendah seperti yang terjadi di Indonesia menyebabkan peneliti tertarik untuk mengangkat hal tersebut dalam penelitian.

Berdasarkan uraian di atas, masih terdapat perdebatan dari hasil masing masing penelitian sebelumnya, sehingga minat berwirausaha masyarakat masih menjadi topik yang menarik untuk diteliti kembali. Untuk mengetahui seberapa tinggi minat masyarakat dalam berwirausaha, maka pada peneltian kali ini penulis melakukan peneltian mengenai pengaruh budaya bisnis masyarakat literasi keuangan *self efficacy* dan lingkungan keluarga terdhap minat berwirausaha dikota yogyakarta perbedaan dengan penelitian ini dengan penelitian penelitian sebelumnya yaitu peneliti menggunakan empat variabel independen yang berbeda dengan penelitian sebelum yang terdiri dari budaya bisnis masyarakat, literasi keuangan, *self efficacy*, lingkungan keluarga sedangkan untuk variabel dependen peneliti menggunakan minat berwirausaha masyarakat di yogyakarta. peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Self efficacy merupakan istilah dalam psikologi, yaitu penilaian individu terhadap kemampuan untuk mengorganisasikan dan melaksanakan sejumlah tingkah laku yang sesuai dengan unjuk kerja (Bandura 1997:21).

Self efficacy memberikan kontribusi yang besar terhadap minat wirausaha. *Self efficacy* adalah kepercayaan seseorang atas kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan. Semakin tinggi *Self efficacy* yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk melakukan sesuatu kegiatan. Berdasarkan penelitian Oyeku et al., (2014), dari hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa *self efficacy* adalah prediktor yang baik terhadap minat wirausaha dan prediktor kuat dari kinerja bisnis. Apabila seseorang tidak percaya akan kemampuan yang dimiliki, kecil kemungkinan orang tersebut akan memiliki minat dalam berwirausaha. Maka dari beberapa faktor tersebut dapat mempengaruhi dan menumbuhkan minat wirausaha siswa dan harapannya dapat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah pengangguran yang ada dinegara ini. Sejauh ini peneliti melihat masih belum banyak dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh budaya bisnis masyarakat, literasi keuangan, *self efficacy*, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada masyarakat di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh positif budaya bisnis masyarakat terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta.
2. Untuk menguji pengaruh positif keuangan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta.
3. Untuk menguji pengaruh positif *self efficacy* terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta.

Untuk menguji pengaruh positif lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Reasoned Action (TRA)

Theory of Reasoned Action pertama kali dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1980 (Jogiyanto, 2007). Teori ini disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Dalam TRA ini, Ajzen (1980) menyatakan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku menentukan akan dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku tersebut. Lebih lanjut, Ajzen mengemukakan bahwa niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar, yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) dan yang lain berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subyektif. TRA menjelaskan tahapan-tahapan manusia melakukan perilaku. Pada tahap awal, perilaku (*behavior*) diasumsikan ditentukan oleh niat (*intention*). Pada tahap berikutnya niat dapat dijelaskan dalam bentuk sikap terhadap perilaku (*attitudes toward the behavior*) dan norma subyektif. Tahap-tahap ketiga dipertimbangkan sikap dan norma subyektif dalam bentuk kepercayaan tentang konsekuensi terhadap perilakunya dan ekspektasi normatif dari orang yang relevan. Dalam upaya mengungkapkan pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat untuk dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku, Ajzen melengkapi TRA ini dengan keyakinan (*beliefs*). Dikemukakannya bahwa sikap berasal dari keyakinan terhadap perilaku (*behavioral beliefs*), sedangkan norma subyektif berasal dari keyakinan normatif (*normative beliefs*). Dalam kaitannya dengan minat berwirausaha itu sendiri bahwa keputusan orang untuk berwirausaha tentu saja dahului oleh beberapa pertimbangan dan informasi. Pertimbangan dan informasi tersebut mencakup budaya bisnis, pengetahuan tentang keuangan, motivasi, dan lingkungan keluarga.

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan lebih lanjut dari TRA. Ajzen (1988) menambahkan konstruk yang belum ada dalam TRA, yaitu kontrol perilaku yang dipersepsi (*perceived behavioral control*). Konstruk ini ditambahkan dalam upaya memahami keterbatasan yang

dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu (Chau dkk., 1999). Dengan kata lain, dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subjektif semata, tetapi juga persepsi individu terhadap kontrol yang dapat dilakukannya yang bersumber pada keyakinannya terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*).

Behaviour Finance Theory

Shefrin (2000) mendefinisikan *behaviour finance* adalah studi yang mempelajari bagaimana fenomena psikologi mempengaruhi tingkah laku keuangan. Menurut Haymans (2012) perilaku keuangan yaitu mempelajari bagaimana manusia secara aktual berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan, khususnya mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan, perusahaan, dan pasar keuangan.

Cultural Identity Theory

Cultural Identity Theory mengacu pada rasa memiliki seseorang terhadap budaya atau kelompok tertentu. Proses ini melibatkan pembelajaran tentang dan menerima tradisi, warisan, bahasa, agama, leluhur, estetika, pola pikir, dan struktur sosial suatu budaya. Biasanya orang akan menginternalisasi kepercayaan, nilai, norma, dan praktik mengidentifikasi diri mereka dengan budaya itu, sehingga budaya menjadi konsep diri mereka (Lustig, 2013).

Minat Berwirausaha

Minat berwirausaha menurut Sutanto (dalam Sifa, 2016:277) minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dan menciptakan usaha baru tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi serta senantiasa belajar dari kegagalan dalam berwirausaha.

Budaya

Hofstede (2011) menganalisis budaya dari beberapa bangsa dan mengelompokkannya ke dalam beberapa dimensi. Dimensi budaya menurut Hofstede (2011) adalah perbandingan budaya mengandaikan bahwa ada sesuatu yang harus dibandingkan, setiap budaya sebenarnya tidak begitu unik, setiap budaya yang paralel dengan kebudayaan lain tidak memiliki makna yang begitu berarti.

Literasi Keuangan (*Financial Literacy*)

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Rasyid, 2014). Kesulitan keuangan bukan hanya fungsi dari pendapatan semata (rendahnya pendapatan), kesulitan keuangan juga dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan. Keterbatasan finansial dapat menyebabkan *stress* dan rendahnya kepercayaan diri, bahkan untuk sebagian keluarga kondisi tersebut dapat berujung pada perceraian. Memiliki literasi keuangan, merupakan hal vital untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera dan berkualitas. Definisi *financial literacy* adalah mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, membahas uang dan masalah keuangan tanpa (atau meskipun) ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan menanggapi kompeten untuk peristiwa kehidupan yang memengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa ekonomi secara umum.

Self efficacy

Menurut Bandura (dalam Hadi Muhmudi, 2014), *self efficacy* mengacu pada keyakinan yang berkaitan dengan kemampuan dan kesanggupan seorang pelajar untuk mencapai dan menyelesaikan tugas-tugas belajar dengan target hasil dan waktu yang telah ditentukan. *Self efficacy* mengacu pada pertimbangan seberapa besar keyakinan seseorang tentang kemampuannya melakukan sejumlah aktivitas belajar dan kemampuannya menyelesaikan tugas-tugas belajar. *Self efficacy* merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan menyelesaikan tugas-tugas akademik yang didasarkan atas kesadaran diri tentang pentingnya pendidikan, nilai dan harapan pada hasil yang akan dicapai dalam kegiatan belajar.

Lingkungan Keluarga

Menurut Evaliana (2015:6) Lingkungan keluarga merupakan lembaga pertama dan utama, yang sebagian besar keputusan anak akan dipengaruhi keluarga. Menurut Yusuf (2012:23) Lingkungan

adalah keseluruhan fenomena (peristiwa, situasi, atau kondisi) fisik/alam atau sosial yang mempengaruhi atau dipengaruhi perkembangan individu.

Sedangkan menurut F. Patty dalam Baharuddin (2017:68) menyatakan lingkungan merupakan suatu yang mengelilingi individu di dalam hidupnya, baik dalam bentuk lingkungan fisik seperti orang tua, rumah, kawan bermain, dan masyarakat sekitar, maupun dalam bentuk lingkungan psikologis seperti perasaan-perasaan yang dialami, citacita, persoalan-persoalan yang dihadapi dan sebagainya.

Pengembangan Hipotesis

Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Nilai budaya merupakan tingkat yang paling abstrak dari adat atau kebudayaan suatu masyarakat. Suatu sistem nilai budaya terdiri dari konsep-konsep yang hidup di dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat mengenai hal-hal yang mereka anggap bernilai, berharga dalam hidup sehingga dapat berfungsi sebagai suatu pedoman yang memberi arah dan orientasi pada para warga masyarakatnya (Koentjaraningrat, 1990:25). Nilai budaya pada masyarakat dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada masyarakat karena dari budaya tersebut, seseorang dapat mempelajari dan memotivasi dirinya untuk berwirausaha. Yulanda (2018) menemukan bahwa nilai budaya bisnis pada masyarakat dapat mempengaruhi minat atau perilaku berwirausaha pada masyarakat Minangkabau. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Budaya bisnis masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Krishna, Rofaida, dan Sari (2010) menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu terhindar dari masalah keuangan. Literasi keuangan sangat berpengaruh penting terhadap keputusan seseorang dalam berwirausaha. Suparwadi (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada alumni prodi Ekonomi Syari'ah UIN Mataram lulusan tahun 2016. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dalam membuka sebuah usaha memerlukan kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri bahwa usahanya berhasil, hal inilah yang dapat memotivasi seseorang untuk berani memulai suatu usaha. Apabila seseorang tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya, maka kecil kemungkinan orang tersebut akan berminat dalam berwirausaha. Efikasi diri juga dapat memberikan pengaruh terhadap kognitif, motivasi, afeksi dan fungsi selektif individu yang diproyeksikan ke dalam pemilihan perilaku. Dimensi tersebut selajannya dengan nilai-nilai kewirausahaan, dimana setiap individu yang memiliki minat kewirausahaan yang tinggi akan mampu berdiri sendiri, berani mengambil keputusan dan menerapkan tujuan.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Self Efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Peran keluarga juga sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Prihantoro dan Hadi, 2016). Pendidikan berwirausaha dapat berlangsung sejak usia dini dalam lingkungan keluarga dimana seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan (Aprilianty, 2012).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Lingkungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian empiris dimana datanya dalam bentuk angka atau sesuatu yang dapat dihitung. Jika dilihat dari tujuan penelitian, penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk melihat pengaruh antar variabel satu dengan yang lain.

Penelitian asosiatif kausal menurut Umar (2012) adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lainnya.

Sugiyono (2012) mengungkapkan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, (populasi tidak diketahui), yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota populasi) untuk dipilih menjadi sampel (Suliyanto, 2006: 113). Kemudian digunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.

Cara ini dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen. Dikarenakan jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus *unknown population* (Frendy, 2011). Jadi, besar sampel pada penelitian ini adalah 97 responden.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada partisipan / responden kemudian partisipan harus mengisi jawaban atas pertanyaan atau pernyataan secara (Sugiyono, 2013:193). Pengumpulan data ini dilakukan dengan membagikan kuesioner angket kepada masyarakat yang berwirausaha di Kota Yogyakarta. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji F

Uji signifikansi simultan menunjukkan pengujian pengaruh variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian digunakan uji F, yaitu untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Apabila dari hasil perhitungan *Fhitung* lebih besar dari *Ftabel* maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serentak. Sebaliknya, jika *Fhitung* lebih kecil dari *Ftabel* maka H_0 diterima, dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linier berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya.

Ketentuan dalam menganalisa adalah sebagai berikut :

- a. Jika signifikansi $> 0,05$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika signifikansi $< 0,05$ berarti bahwa secara bersama-sama variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.14
Uji F

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.858	4	25.214	12.451	.001 ^b
	Residual	946.256	92	10.285		
	Total	1047.113	96			

a. Dependent Variable: Minat_Berwirausaha

b. Predictors: (Constant), Lingkungan_Keluarga, Self_Efficacy, Budaya, Literasi_Keuangan

Sumber :Data Primer diolah 2020

Berdasarkan hasil uji Anova di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,005$, yang berarti *fit model* keempat variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta.

Uji t

Pengujian pengaruh parsial diperlukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat secara individual. Pengujian regresi ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel masing-masing independen dengan menggunakan tingkat keyakinan 5% atau $(\alpha) = 0,05$. Kriteria penerimaan dan penolakan H_a berdasarkan nilai signifikan sebagai berikut (Ghozali, 2011):

- Apabila tingkat signifikansi $\leq \alpha = 0,05$, maka H_a diterima (ada pengaruh signifikan)
- Apabila tingkat signifikansi $> \alpha = 0,05$, maka H_a ditolak (tidak ada pengaruh signifikan)

Tabel 4.15
Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	29.061	4.436		6.551	.000
Budaya	.237	.110	.034	3.334	.039
Literasi_Keuangan	.153	.116	.221	1.316	.012
Self_Efficacy	.224	.102	.220	2.188	.031
Lingkungan_Keluar ga	.511	.158	.001	1.008	.043

a. Dependent Variable: Minat_Berwirausaha

Hasil uji pada Tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.039 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Budaya* berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Dari analisis regresi pada Tabel 4.10 ini dapat menjawab hipotesis pertama.

Hasil uji pada Tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.012 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Literasi Keuangan* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Dari analisis regresi pada Tabel 4.10 ini dapat menjawab hipotesis kedua.

Hasil uji pada Tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.031 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Self efficacy* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Dari analisis regresi pada Tabel 4.10 ini dapat menjawab hipotesis ketiga.

Hasil uji pada Tabel 4.15 diperoleh nilai signifikansi sebesar $0.043 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *lingkungan keluarga* berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Dari analisis regresi pada Tabel 4.10 ini dapat menjawab hipotesis keempat

Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Kriteria pengambilan keputusan untuk pengujian ini sebagai berikut (Ghozali, 2011) :

- Jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 0, maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.
- Jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen mampu memberikan banyak informasi guna memprediksi variasi variabel dependen.

Hasil uji koefisien determinasi disajikan dalam tabel berikut sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi				
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.310 ^a	.496	.457	3.20708

a. Predictors: (Constant), Lingkungan_Keluarga, Self_Efficacy, Budaya, Literasi_Keuangan

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa besarnya R^2 adalah 0,496 atau 49,6%. Hal ini berarti 49,6% variabel minat berwirausaha masyarakat Kota Yogyakarta dijelaskan oleh variabel *budaya, literasi keuangan, self efficacy, dan lingkungan keluarga*. Sedangkan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti *kemauan dan locus of control internal*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil olah data dengan bantuan SPSS versi 25.0 maka dapat disimpulkan mengenai hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh Budaya terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat di Kota Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.039 < 0,05$. Budaya yang dimaksud pada penelitian ini adalah budaya keluarga. Budaya keluarga adalah salah satu pendukung tumbuhnya minat berwirausaha pada diri seseorang. Minat dan perilaku wirausaha dipengaruhi faktor internal dan eksternal yang meliputi lingkungan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diartikan di dalamnya adalah budaya keluarga. Hal ini karena budaya keluarga terutama orang tua jelas berperan sebagai pengarah bagi masa depan anaknya, sehingga secara tidak langsung orang tua juga dapat mempengaruhi minat terhadap pekerjaan bagi anak di masa yang akan datang, termasuk dalam hal berwirausaha (Suryana, 2014). Dalam penelitian ini budaya keluarga adalah hasil buah budi manusia untuk mencapai kesempurnaan hidup, daerah yang di dalamnya terdiri dari orang tua dan anak yang didasari atas cinta kasih dan kerjasama untuk mencapai tujuan bersama dimana dalam hal ini orang tua dengan segala kondisi yang ada dalam keluarga dapat mempengaruhi minat anak untuk memilih karir, termasuk berwirausaha.

Dalam kaitan pengaruh budaya terhadap minat berwirausaha, hal ini sejakan dengan teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) bahwa budaya erat kaitannya dengan keyakinan dan norma yang

mendorong orang untuk melakukan sesuatu. Dalam kaitannya dengan minat berwirausaha itu sendiri bahwa keputusan orang untuk berwirausaha tentu saja dahulu oleh beberapa pertimbangan dan informasi. Pertimbangan dan informasi tersebut mencakup budaya bisnis, pengetahuan tentang keuangan, motivasi, dan lingkungan keluarga.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat di Kota Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.012 < 0,05$.

Literasi keuangan menurut Peraturan OJK Nomor 1/POJK.07/2013 adalah rangkaian proses atau aktifitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Krishna, Rofaida, dan Sari (2010) menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari masalah keuangan. Dalam hal ini literasi keuangan sangat berpengaruh penting terhadap keputusan seseorang dalam berwirausaha. Selain itu kemampuan pengetahuan yang luas akan memudahkan seseorang mengambil keputusan dan literasi keuangan ini penting dalam mengelola keuangan dengan baik. Seseorang yang memutuskan untuk berwirausaha, pastinya akan berpengelolaan keuangan, selain itu juga mendapatkan pengaruh lebih baik dalam segi pengelolaan keuangan, selain itu juga mendapatkan keuntungan yang cukup besar baik itu investasi *real assets* atau *financial assets* (Margaretha dan Pambudhi, 2015).

Literasi keuangan adalah bagian dari uraian *Theory of Planned Behavior* (TPB). *Theory of Planned Behavior* (TPB) menguraikan bahwa suatu perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subjektif semata, tetapi juga persepsi individu terhadap kontrol yang dapat dilakukannya yang bersumber pada keyakinannya terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*). Keyakinan dalam hal ini yang mendorong orang untuk berwirausaha adalah literasi keuangan yang dimilikinya.

Pengaruh Self efficacy terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat di Kota Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0.031 < 0,05$. Dalam membuka sebuah usaha memerlukan kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri bahwa usahanya akan berhasil, hal inilah yang dapat memotivasi seseorang untuk berani memulai suatu usaha. Apabila seseorang tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya, maka kecil kemungkinan orang tersebut akan berminat dalam berwirausaha. Efikasi diri juga dapat memberikan pengaruh terhadap kognitif, motivasi, afeksi dan fungsi selektif individu yang diproyeksikan ke dalam pemilihan perilaku. Dimensi tersebut sejalan dengan nilai-nilai kewirausahaan, dimana setiap individu yang memiliki minat kewirausahaan yang tinggi akan mampu berdiri sendiri, berani mengambil keputusan dan menerapkan tujuan (Wardoyo dan Mujiasih, 2015).

Theory of Planned Behavior (TPB) menguraikan bahwa niat untuk melakukan perilaku (*intention*) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya (Ajzen dan Fishbein, 1980). Dalam berwirausaha pun, setiap orang yang memutuskan untuk berwirausaha tentu didorong oleh kepercayaan diri bahwa ia akan berhasil dalam menjalankan usahanya. Terjun berwirausaha juga didorong oleh keyakinan untuk mendapatkan dukung dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, masyarakat, beserta nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat tersebut (Jogiyanto, 2007).

Pengaruh Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha Masyarakat di Kota Yogyakarta

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar

0.043 < 0,05. Peran keluarga juga sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Prihantoro dan Hadi, 2016). Pendidikan berwirausaha dapat berlangsung sejak usia dini dalam lingkungan keluarga dimana seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan (Aprilianty, 2012).

Lingkungan keluarga juga sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Prihantoro dan Hadi, 2016). Pendidikan berwirausaha dapat berlangsung sejak usia dini dalam lingkungan keluarga dimana seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan (Aprilianty, 2012). *Theory of Planned Behavior* (TPB) menguraikan bahwa niat untuk melakukan perilaku (*intention*) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu pekerjaan. Niat ini ditentukan oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana kalau dia memilih untuk melakukan perilaku tertentu itu dia mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya (Ajzen dan Fishbein, 1980). Dalam berwirausaha pun, setiap orang yang memutuskan untuk berwirausaha tentu juga didorong oleh pengaruh dari lingkungan keluarga yang positif dan dinamis.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh budaya, literasi keuangan, *self-efficacy*, dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan terhadap 97 responden yang tinggal di Kota Yogyakarta. Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa:

1. Budaya berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Artinya, semakin baik budaya maka semakin baik pula minat berwirausaha.
2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Artinya, semakin baik literasi keuangan maka semakin baik pula minat berwirausaha.
3. *Self efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Artinya, semakin baik *self efficacy* maka semakin baik pula minat berwirausaha.
4. Lingkungan keluarga berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha masyarakat di Kota Yogyakarta. Artinya, semakin baik budaya, literasi keuangan, *self efficacy* maka semakin baik pula minat berwirausaha.

Budaya bisnis masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Nilai budaya merupakan tingkat yang paling abstrak dari adat atau kebudayaan suatu masyarakat. Suatu sistem nilai budaya terdiri dari konsep-konsep yang hidup di dalam alam pikiran sebagian besar warga masyarakat mengenai hal-hal yang mereka anggap bernilai, berharga dalam hidup sehingga dapat berfungsi sebagai suatu pedoman yang memberi arah dan orientasi pada para warga masyarakatnya (Koentjaraningrat, 1990:25). Nilai budaya pada masyarakat dapat mempengaruhi minat berwirausaha pada masyarakat karena dari budaya tersebut, seseorang dapat mempelajari dan memotivasi dirinya untuk berwirausaha. Yulanda (2018) menemukan bahwa nilai budaya bisnis pada masyarakat dapat mempengaruhi minat atau perilaku berwirausaha pada masyarakat Minangkabau.

Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Krishna, Rofaida, dan Sari (2010) menjelaskan bahwa literasi keuangan membantu individu agar terhindar dari masalah keuangan. Dalam hal ini literasi keuangan sangat berpengaruh penting terhadap keputusan seseorang dalam berwirausaha. Suparwadi (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha pada alumni prodi Ekonomi Syari'ah UIN Mataram lulusan tahun 2016.

Self Efficacy berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Dalam membuka sebuah usaha memerlukan kepercayaan terhadap kemampuan diri sendiri bahwa usahanya akan berhasil, hal inilah yang dapat memotivasi seseorang untuk berani memulai suatu usaha. Apabila seseorang tidak percaya akan kemampuan yang dimilikinya, maka kecil kemungkinan orang tersebut akan berminat dalam berwirausaha. Efikasi diri juga dapat memberikan pengaruh terhadap kognitif, motivasi, afeksi dan fungsi selektif individu yang diproyeksikan ke dalam pemilihan perilaku. Dimensi tersebut sejalan dengan nilai-nilai kewirausahaan, dimana setiap individu yang memiliki minat kewirausahaan yang tinggi akan mampu berdiri sendiri, berani mengambil keputusan dan menerapkan tujuan. Hasil penelitian dari Wardoyo, dkk (2015) menemukan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Lingkungan Keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Peran keluarga juga sangat penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha (Prihantoro dan Hadi, 2016). Pendidikan berwirausaha dapat berlangsung sejak usia dini dalam lingkungan keluarga dimana seorang ibu dan ayah yang berwirausaha memberikan inspirasi kepada anak untuk menjadi wirausahawan (Aprilianty, 2012). Hasil penelitian dari Aini, dkk (2015) lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi masyarakat untuk mengembangkan minat wirausaha dengan memperhatikan budaya dan literasi keuangan serta mempertimbangkan *self efficacy* dan lingkungan keluarga.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dan diharapkan dapat memberikan gambaran untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini hanya menggunakan satu sumber penelitian yaitu kuesioner. Dengan demikian, kesimpulan yang diambilnya berdasarkan pada data yang terkumpul melalui kuisisioner tersebut. Kuisisioner juga memiliki keterbatasan, yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sebenarnya. Hal ini bisa terjadi karena responden tidak objektif atau responden yang tidak memahami maksud dari pertanyaan yang tertulis dalam kuisisioner.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat

Berdasarkan hasil olah data kuesioner dan mengacu pada nilai terendah pada uji regresi, penulis memberikan saran bagi masyarakat untuk meningkatkan minat berwirausaha, yaitu dengan meningkatkan literasi keuangan. Karena dengan menjadi wirausahawan membutuhkan pengetahuan tentang keuangan yang memadai.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti hanya melakukan pengumpulan data dengan kuesioner. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk selain mengumpulkan data menggunakan kuesioner, juga menggunakan metode wawancara dan observasi.

REFERENSI

- A, Krishna, R Rofaida & M Sari. 2010. Analisis tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Proceedings of The 4th International Conference on Teacher Education*.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Anggraeni, Harnanik. 2015. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Kelas Xi Smk Islam Nusantara Comal Kabupaten Pematang. Vol. X No. 1. JPE DP.

- Aprilianty, Eka. 2012. Pengaruh Kepribadian wirausaha, pengetahuan Kewirausahaan, dan Lingkungan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa SMK. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ayodele (2013). Demographics, Entrepreneurial Self-Efficacy And Locus Of Control As Determinants Of Adolescents' Entrepreneurial Intention In Ogun State, Nigeria. *European Journal of Business and Social Sciences*, 1(12) pp 59-67. Nigeria: Oigun state.
- Bandura. (1997). *Self-Efficacy (The Exercise Of Control)*. New York: W. H.. Freeman and Company.
- Bullock Y. E., Andrews, E. & Buzzetta, M. E. (2011). Explaining career decisionmaking self efficacy: personality, cognitions, and culture mistrust. *The career development quarterly*, 59(5), 400.
- Chau, P.Y.K. 1996. An Empirical Assessment of A Modified Technology Acceptance Model. *Journal of Management Information Systems* (13), pp. 185-204.
- Evaliana, Y. 2015. Pengaruh Efikasi Diri Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Siswa. *Jurnal Pendidikan dan Manajemen*, 1,61-70
- Fachruddin, Andi. 2016. *Manajemen Pertelevision Modern*. Yogyakarta, Andi..
- Frendy. 2011. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Haymans, A. (2012), *Teori Perilaku Keuangan (Behaviour Finance)* 1, (1998). PT Adler Manurung Press.
- Hofstede, G. J. (2010). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases. *Administrative Science Quarterly*. New York.
- Husein, Umar. 2014. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Koentjaraningrat. 1990. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Lustig, Myron W. dan Jolene Koester. 2003. *Intercultural Competence: Interpersonal Communication accros Cultures*. USA: Allyn And Bacon.
- Mahmudi, Moh. Hadi dan Suroso. (2014). Efikasi Diri, Dukungan Sosial dan Penyesuaian Diri dalam Belajar. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*. 3, 186.
- Oyeku, O. M., Oduyoye, O. O., Kabouh, M., Elemo, G. N., Karimu, F. A., & Akindoju A. F. 2014. "On Entrepreneurial Self Efficacy and Entrepreneurial Success: A Conceptual and Theoretical Framework". *European Journal of Business and Management*, Vol. 6. No. 26.
- Patty, F., dkk., 1982. *Pengantar Psikologi Umum*, Surabaya: Usaha Nasional.
- Paulina, I. & Wardoyo. 2012. "Faktor Pendukung Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa". *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 3, No. 1.
- Prihantoro, G.S.W., Hadi, S. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Sikap Mental Kewirausahaan. *Economic Education Analysis Journal*, Page-ISSN 2252-6544, e-ISSN 2502-356X.
- Rasyid, R. (2012, September). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Kajian Manajemen Bisnis*. Volume 1, Nomor 2.
- Sharma, R., & Pandey, P. (2017). Financial Literacy Among Working Young in Rural India. *Indian Institute of Management Ahmedabad India*, 3(03), 1-7.

<https://doi.org/10.14260/jadbm/2017/31>.

- Shefrin, Hersh and Meir Statman. 2000. Behavioral Portfolio Theory. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, Vol. 35, No. 2, pp. 127-151.
- Sifa, Nurkhin. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Lingkungan Keluarga, dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Siswa siswa kelas XI Program Keahlian Akutansi SMK Negeri 9 Semarang. Universitas Negeri Semarang, Indonesia. *Economic Education Analysis Journal*. p-ISSN 2252-6544, e-ISSN 2502-356X. Diakses 19 Oktober 2016.
- Subandono, Aris. 2007. Pengaruh Life Skill Diklat Kimia Produktif Dan Prestasi Belajar Diklat Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK Kimia Industri Theresiana Semarang [Skripsi]. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Wulandari, S (2013) Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Pada Siswa Kelas XII di SMK Negeri 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tataniaga*. Vol 1(1). 1-20. Diunduh dari: <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/1902>
- Yolanda Febrianti. 2018. Pengaruh Integritas, Locus Of Control Internal Auditor Dan Budaya Organisasi Terhadap Efektivitas Audit Internal Dengan Keberanian Moral Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada BUMN Non-Bank yang Terdapat di Kota Palembang). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Palembang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
- Yusuf, Syamsu. 2012. *Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.