

Prosiding
SEMINAR NASIONAL
KEWIRASAHAAN & INOVASI BISNIS VIII

JAKARTA, 3 Mei 2018
Hotel Santika Premiere

co-host :



TIM EDITORIAL

Franky Slamet, S.E., M.M.

Dr. Keni, S.E., M.M.

Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

TIM REVIEWER

| | |
|--|-----------------------------------|
| Dr. Rizal Edy Halim | (Universitas Indonesia) |
| Dr. Tri Siwi Agustina | (Universitas Airlangga) |
| Dr. Ir. Chairy | (President University) |
| Kandi Sofia Senastri Dahlan, MBA, Ph.D | (Universitas Bunda Mulia) |
| Dr. Sabrina O. Sihombing | (Universitas Pelita Harapan) |
| Dr. Nurwanti | (Trisakti School of Management) |
| Dr. Tita Deitiana | (Trisakti School of Management) |
| Dr. Indra Widjaja | (Universitas Tarumanagara) |
| Dr. Ign. Roni Setyawan | (Universitas Tarumanagara) |
| Dr. Rina Adi Kristianti | (Universitas Tarumanagara) |
| Dr. Heni Mularsih | (Universitas Tarumanagara) |
| Dr. Hetty Karunia Tunjungsari | (Universitas Tarumanagara) |
| Dr. Keni | (Universitas Tarumanagara) |
| Dr. Cokki | (Universitas Tarumanagara) |

KATA PENGANTAR

Tema Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VIII adalah “ Peran Inkubator Bisnis Dalam Mendukung Perkembangan *Start-Up Business*”. Seminar ini diselenggarakan oleh Program Studi Sarjana Manajemen Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara bekerjasama dengan Magister Manajemen Universitas Tarumanagara, UPT Mata Kuliah Umum (MKU) Universitas Tarumanagara, Universitas Bunda Mulia, dan *Trisakti School of Management*. Seminar dan *call for paper* ini ditujukan bagi seluruh akademisi maupun praktisi yang ingin memaparkan hasil penelitian, pemikiran, maupun praktik-praktik terkait dengan Kewirausahaan dan Manajemen.

Buku Prosiding ini terdiri dari 65 (enam puluh lima) abstrak dan 62 (enam puluh dua) makalah yang terkait dengan topik mengenai Kewirausahaan dan Manajemen. Semua makalah yang diterima telah *direview* oleh tim *reviewer*. Keterlibatan tim *reviewer* yang memiliki keahlian di bidang ilmu Kewirausahaan dan Manajemen dari sejumlah perguruan tinggi terkemuka di Indonesia memiliki andil yang sangat besar dalam proses penerimaan makalah. Oleh karena itu, kami berharap buku prosiding ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan implementasi mengenai Kewirausahaan dan Manajemen.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih atas dukungan dari para pemakalah, tim *reviewer* dan semua panitia yang terlibat.

Jakarta 3 Mei 2018

Tim Editorial

DAFTAR ISI

| Judul Makalah | Halaman |
|---|----------------|
| STUDI PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERWIRAUSAHA Ernani Hadiyati | 1 |
| STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA KULINER (STUDI KASUS KABUPATEN SIAK) Jumiati Sasmita | 12 |
| PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, PENGALAMAN KERJA, DAN LATAR BELAKANG RELIGIUS TERHADAP PEMBENTUKAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA PEMILIK USAHA KECIL MENENGAH DI KOTA TANGERANG M. Yudha Gozali, Tommy Setiawan Ruslim , Hannes Widjaya | 22 |
| STUDI KASUS ANALISIS TINGKAT EFISIENSI, PROFITABILITAS DAN KESEHATAN PADA BANK SYARIAH MANDIRI DAN BRI SYARIAH PERIODE 2009-2016 Muhamad Nadratuzzaman Hosen, Siti Robi'ah | 32 |
| PENENTU KEUNGGULAN KOMPETITIF PT X DI INDONESIA Dennis Karnadi, Rina Adi Kristianti | 42 |
| PENDEKATAN NILAI KERJA TERHADAP TINGKAH LAKU ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA UKM DI PLUIT DENGAN SIKAP SEBAGAI FAKTOR MEDIASI Louis Utama, Yuliana | 55 |
| PERSONALITY TRAITS PADA PELAKU WIRUSAHA SOSIAL INDONESIA Lydiawati Soelaiman, Sanny Ekawati | 65 |
| PENGARUH PUSAT PENDIDIKAN TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA Sarwo Edy Handoyo, Steven Wilius | 76 |
| PENGARUH KEPEMILIKAN KELUARGA DAN MANAJEMEN KELUARGA TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN DI KOTA TANGERANG Muhammad Tony Nawawi | 86 |
| FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT PERILAKU PENGGUNA SMARTPHONE SAMSUNG 8 Margaretha Pink Berlianto | 95 |

| Judul Makalah | Halaman |
|---|----------------|
| THE CONSEQUENCES OF PHYSICAL ENVIRONMENTS AND PSYCHOLOGICAL ATTRIBUTES IN COFFEE SHOP RETAILER Margaretha Pink Berlianto | 105 |
| PERAN AKTOR TRIPLE HELIX TERHADAP SELF EFFICACY UMKM MUSLIM PRODUK ORGANIK DI KOTA MALANG Sri Muljaningsih | 115 |
| MEMBANGUN BRAND EQUITY BISNIS CAFÉ KAJIAN FENOMENOLOGI BISNIS CAFÉ DI SURABAYA Aldo Hardi Sancoko | 125 |
| PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI: SUATU TINJAUAN PADA AKUN INSTAGRAM MALANGFOODIES Martaleni & Zuhriah Nur Vidiani | 126 |
| EFEKTIFITAS PROGRAM PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN GENERASI Y Yohana F. Cahya Palupi Meilani | 136 |
| PERTIMBANGAN PEMILIHAN SUMBER PENDANAAN DALAM RANGKA PENETAPAN KEPUTUSAN STRUKTUR MODAL: KAJIAN KUALITATIF TERHADAP CHIEF FINANCIAL OFFICER (CFO) PERUSAHAAN SEKTOR LQ45 DI BEI (SEBUAH USULAN PENELITIAN) Ignatius Roni Setyawan | 147 |
| PENGARUH COST, FASILITAS DAN HASIL KEPUTUSAN MEMBELI HUNIAN APARTEMEN TERHADAP EXPERIENCE PENGHUNI APARTEMEN DI SURABAYA Evelin Meiranti, Nanik Linawati | 157 |
| MODEL INKUBATOR ENTREPRENEURSHIP BERBASIS TEKNOLOGI PADA SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 3 BONDOWOSO Zarah Puspitaningtyas | 166 |
| PERANAN IKLIM ORGANISASI TERHADAP MOTIVASI KERJA DOSEN Niko Sudibjo, HG Retno Harsanti | 176 |
| PENGARUH KARAKTER GENERASI Z TERHADAP KEINGINAN UNTUK MEMULAI BISNIS STARTUP DIGITAL DENGAN PEMBELAJARAN KEWIRASAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATOR Tisia Priskila | 185 |

| Judul Makalah | Halaman |
|--|----------------|
| TINGKAT KEPENTINGAN PELANGGAN FOOD COURT GALAXY MALL SURABAYA DENGAN METODE KANO MODEL Patrick Oswin, Vincent Handoyo, Yosi Kurniawan | 196 |
| PENGARUH ORIENTASI KEWIRUSAHAAN TERHADAP ORIENTASI PEMBELAJARAN DAN INOVASI UKM DI WILAYAH GADING SERPONG, TANGERANG Hanilia Wilanda, Lilis Susilawaty | 204 |
| PENGEMBANGAN MODEL TATA KELOLA SYARIAH (GOOD GOVERNANCE BISNIS SYARIAH) UNTUK MENINGKATKAN KINERJA UKM DI SURABAYA DENGAN USIA SEBAGAI VARIABEL MODERASI Sri Lestari Kurniawati, Wiwik Lestari , Titis Puspitaningrum Dewi Kartika, Linda Purnama Sari | 205 |
| TINJAUAN PERBEDAAN PERAN KEPEMIMPINAN WIRAUSAHA SEBAGAI AKTIVIS BERDASARKAN VARIABEL DEMOGRAFIS PADA WIRAUSAHAWAN MUDA DI JAKARTA Rusminto Wibowo, Aristo Surya Gunawan, Ati Cahayani | 215 |
| ANALISIS PASAR PENGEMBANGAN HOTEL DI ATAS LAHAN YANG BERLOKASI DI JALAN UTAMA KOTA RANTEPAO TANAH TORAJA SULAWESI SELATAN Priyendiswara Agustina Bela | 225 |
| PERBANDINGAN KUALITAS LAYANAN UBERX DAN GRABCAR DENGAN MENGGUNAKAN METODE <i>SERVICE QUALITY</i> Descelly, Melina, Jani Rahardjo | 235 |
| PERAN MEDIASI DARI EKUITAS MEREK TERHADAP HUBUNGAN ANTARA KAPABILITAS INOVASI JASA DAN KINERJA HOTEL: SUATU MODEL KONSEPTUAL Evo Sampetua Hariandja | 242 |
| HUBUNGAN ANTARA KAPABILITAS PEMASARAN DINAMIK DAN KEUNGGULAN LAYANAN: PERAN MODERASI DARI PENGALAMAN MEREK (<i>BRAND EXPERIENCE</i>) Evo Sampetua Hariandja | 250 |
| KETERKAITAN KAPABILITAS PEMASARAN DINAMIK DAN EKUITAS MEREK: SUATU MODEL KONSEPTUAL Evo Sampetua Hariandja | 260 |

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VIII

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 3 Mei 2018

ISSN NO: 2089-1040

e-ISSN NO: 2579-9517

| Judul Makalah | Halaman |
|--|----------------|
| IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR KEBERHASILAN PENGEMBANGAN TENUN “BIBOKI” MELALUI SOCIAL ENTREPRENEURSHIP SEBAGAI POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS DI DESA BIBOKI, KEFAMENANU, NTT (Hasil Penelitian) Suharsono, Agung Nugroho | 268 |
| MODEL KONSEPTUAL MENGENAI HUBUNGAN ANTARA ORIENTASI STRATEGIK DAN PENGALAMAN MEREK (BRAND EXPERIENCE) DI INDUSTRI HOTEL Evo Sampetua Hariandja | 279 |
| KETERKAITAN ANTARA ORIENTASI STRATEGIK DAN KINERJA HOTEL: PERAN MEDIASI PENGALAMAN MEREK (BRAND EXPERIENCE) Evo Sampetua Hariandja | 286 |
| ANALISIS BANK-BANK DI INDONESIA TERHADAP TINGKAT KREDIT UMKM DENGAN METODE FACTOR ANALYSIS DAN CLUSTERING Kelly, Teofilus Nugraha, Jani Rahardjo | 295 |
| PENGARUH KERAGU-RAGUAN, KETERGANTUNGAN DALAM KELOMPOK, DAN KESADARAN AKAN LINGKUNGAN TERHADAP INTENSI PEMBELIAN PRODUK RAMAH LINGKUNGAN Joyce A. Turangan, Andi Wijaya | 305 |
| PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP FUTURE FINANCIAL PERFORMANCE DENGAN KEPEMILIKAN PUBLIK SEBAGAI VARIABEL MODERATING Henny | 318 |
| KEPEDULIAN DAN PENGETAHUAN PELAKU USAHA MENGENAI GREEN ACCOUNTING (STUDI KASUS PADA PONDOK WISATA DI KABUPATEN GIANYAR) Ni Made Sri Rukmiyati, Ni Luh Riska Yusmarisa | 328 |
| IMPLEMENTASI ALAT DAN TEKNIK AKUNTANSI MANAJEMEN PADA HOTEL BERBINTANG 4 DAN 5 DI BALI Ida Ayu Putri Widawati, Ni Luh Riska Yusmarisa | 338 |
| PERANAN PAJAK DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA Yusi Yusianto, Yuniarwati | 348 |

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VIII

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 3 Mei 2018

ISSN NO: 2089-1040

e-ISSN NO: 2579-9517

| Judul Makalah | Halaman |
|---|----------------|
| PENGARUH STRES KERJA DAN KONFLIK KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN HOTEL BINTANG 5 DI BALI Ni Luh Riska Yusmarisa, Ni Ketut Marenin | 358 |
| PENGARUH HUMAN CAPITAL DAN KOMPETENSI TERHADAP PERKEMBANGAN USAHA PADA UKM Liem Cu Sun, Mei Ie | 366 |
| PERSAINGAN USAHA INDUSTRI TEKSTIL DAN PAKAIAN JADI DI ERA DIGITAL: STUDI EMPIRIS DI PROVINSI JAWA TIMUR Nurul Istifadah, Heru Tjaraka, Wasiaturrahma | 375 |
| EFISIENSI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENCiptakan PELUANG USAHA PADA PKK KELURAHAN JELAMBAR, GROGOL PETAMBURAN, JAKARTA BARAT Endah Prawesti Ningrum & Novita Wahyu Setyawati | 387 |
| PERKEMBANGAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP DUNIA PERBANKAN DI INDONESIA Lelly Christin, Tannia, Wastinovayandini, Sufi | 397 |
| ORIENTASI BELANJA, KEPERCAYAAN ONLINE, DAN PENGALAMAN PEMBELIAN ONLINE SEBAGAI PREDIKTOR MINAT BELI KONSUMEN ONLINE Herlina Budiono, Hendra Wiyanto, Henryanto Wijaya, Ary Satria Pamungkas | 406 |
| PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. MAHKOTA SAMUDERA JAYA DI JAKARTA UTARA Liliani, Yenny Lego, Ary Satria Pamungkas | 415 |
| THE INTRAPRENEURIAL SPIRIT OF MANAGERS IN JABODETABEK Marcella Gracia and Genoveva | 429 |
| EFEKTIVITAS PEMBELIAN BUKU MATERI POKOK (MODUL) UT MELALUI TOKO BUKU ONLINE (TBO) ANTARA HARAPAN DAN KENYATAAN Irmawaty, Yun Iswanto, Ni Wayan Marsha Satyarini | 439 |
| THE EFFECT OF CAPABILITIES AND COMPETITIVE STRATEGY ON BUSINESS PERFORMANCE: A CASE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMEs) IN INDONESIA Nurul Hermina | 450 |

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VIII

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 3 Mei 2018

ISSN NO: 2089-1040

e-ISSN NO: 2579-9517

| Judul Makalah | Halaman |
|---|----------------|
| EVALUASI TERHADAP KEBIJAKAN PEMERINTAH TENTANG PENERAPAN FASILITAS KEMUDAHAN IMPOR TUJUAN EKSPOR Lim Sanny, Samuel, Haryadi Sarjono | 462 |
| THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN CREATING CUSTOMER AWARENESS FOR EVENT MARKETING SOCIAL MEDIA WEEK JAKARTA 2017 Kadek Indrya Krisna Dewi & Genoveva | 472 |
| FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KETERLIBATAN DI SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU BELANJA ONLINE BUSANA MUSLIM PADA KALANGAN HIJABERS Vita Briliana, Tita Deitiana, Nurwanti Mursito | 482 |
| GILI TRAWANGAN : PERMATA YANG PERLU DIJAGA KILAUNYA Harriman Samuel Saragih | 483 |
| ANALISIS STRATEGI PEMASARAN EASY PARCEL INDONESIA Hariman Samuel Saragih | 487 |
| PENGARUH PERCEIVED RISK, PERCEIVED VALUE DAN PRICE CONSCIOUSNESS TERHADAP SIKAP KONSUMEN INDONESIA PADA PRODUK PRIVATE BRAND Novita | 493 |
| GAMBARAN KARAKTERISTIK DAN SIFAT WIRUSAHA PEREMPUAN Pradewi Iedarwati | 503 |
| ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI MINAT WIRUSAHA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIDYATAMA Ni Putu Nurwita Pratami Wijaya, Nabilah Ramadhan | 510 |
| STRATEGI GLOKALISASI SUNSILK DI INDONESIA Hariman Samuel Saragih | 518 |
| ADAPTASI COCA COLA DI INDONESIA Hariman Samuel Saragih | 527 |
| KONSEP REKRUITMEN DAN SELEKSI PADA BISNIS KELUARGA Dedi Rianto Rahadi, Pandu Adi Cakranegara | 535 |
| MANFAAT KNOWLEDGE MANAGEMENT BAGI PETERNAK UNGGAS SEBAGAI PELAKU BISNIS BERBASIS TEKNOLOGI Agung Widhi Kurniawan | 545 |

Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VIII

Universitas Tarumanagara, Jakarta, 3 Mei 2018

ISSN NO: 2089-1040

e-ISSN NO: 2579-9517

| Judul Makalah | Halaman |
|---|----------------|
| PERAN UNIVERSITAS UNTUK MENJADI INKUBATOR BISNIS BAGI PARA MAHASISWA; STUDI PADA UNIVERSITAS SWASTA DI BANDUNG Yenny Maya Dora | 551 |
| PENGARUH KELOMPOK ACUAN TEMAN TERHADAP PERILAKU MEMBELI PRODUK KOSMETIK HALAL Meike Kurniawati | 561 |
| EFFECT OF ENTREPRENEURS ORIENTATIONS AND PRODUCT INNOVATIONS ON COMPETITIVE ADVANTAGES (SURVEY ON SMALL-MEDIUM INDUSTRY FOOTWEAR IN WEST BANDUNG DISTRICT) Keni Kaniawati, Eddy Jusuf | 567 |
| STRATEGI KOMUNIKASI EKTERNAL ORGANISASI BAGI NASABAH PELAKU USAHA MIKRO PADA BANK X Yohana F. Cahya Palupi Meilani | 574 |
| LEMBAGA KEMASYARAKATAN PKK (PEMBERDAYAAN DAN KESEJAHTERAAN KELUARGA) RUKUN TETANGGA SEBAGAI ALTERNATIF SUMBER PENDANAAN USAHA MIKRO (STUDI PADA LK PKK RT DI KOTA MALANG) Marlina Ekawaty | 585 |

PERSONALITY TRAITS PADA PELAKU WIRAUSAHA SOSIAL INDONESIA

Lydiawati Soelaiman¹, Sanny Ekawati²

¹Universitas Tarumanagara, Jakarta, lydiawatis@fe.untar.ac.id

²Universitas Tarumanagara, Jakarta, sannye@fe.untar.ac.id

ABSTRAK:

Kewirausahaan sosial merupakan kewirausahaan yang lebih mengutamakan manfaat yang diperoleh masyarakat daripada keuntungan semata bagi pemegang saham ataupun pemilik. Untuk itu pelaku kewirausahaan sosial kadang disebut sebagai “*unreasonable people*”. Meskipun wirausaha sosial memiliki kepribadian seperti seorang wirausaha pada umumnya yaitu memiliki ide kreatif, memiliki kemampuan beranalisis, berjiwa pro aktif, memiliki jiwa kepemimpinan serta kemampuan manajerial tetapi tentunya wirausaha sosial memiliki karakter pribadi yang khusus. Menggunakan model *Big Five Personality Model*, karakter pribadi seseorang dibagi menjadi 5 yaitu *neuroticism*, *extraversion*, *openness*, *conscientiousness* dan *agreeableness*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakter kepribadian seperti apa yang dimiliki oleh pelaku kewirausahaan sosial di Indonesia sehingga dapat menjadi bahan evaluasi pada pembelajaran kewirausahaan sosial untuk meningkatkan niat dalam berwirausaha sosial. Penelitian menggunakan analisis regresi dengan SEM PLS. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah dengan diperoleh hasil bahwa *personality traits* yang paling menonjol dari pelaku kewirausahaan sosial di Indonesia adalah *extraversion* dan *conscientiousness*. Penekanan pada pengembangan kepribadian tersebut perlu ditingkatkan agar menambah niat berwirausaha sosial di Indonesia yang akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: *big five personality model*, karakter pribadi, kewirausahaan sosial

ABSTRACT:

Social entrepreneurship is a priority effort to gain more benefits to society than to shareholders or owners. This requires “unreasonable people”. Although social entrepreneurs have the personality as an entrepreneur in common i.e. having creative ideas, the ability to analyze, pro-active, leadership and good managerial skills, but social entrepreneur must have special personal characters. According to the Big Five Personality Model, personal characters are divided into 5, that is, neuroticism, extraversion, openness, conscientiousness and agreeableness. This research aims to determine the influence of personality traits toward social entrepreneur intention. The population in this research is engaged in social field which is analyzed using regression with SEM PLS method. The implication of this research state that extraversion and conscientiousness are the characters that need to be considered for the goals of social entrepreneurship in Indonesia. The emphasis of personality development can increase the intention of social entrepreneurship in Indonesia that will effect to the community welfare.

Keywords: *big five personality model*, *personality characters*, *social entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Pada saat ini, kesuksesan dalam berwirausaha tidak sempit hanya sebatas pertumbuhan kinerja perusahaan yang berdampak pada laba. Beberapa pelaku wirausaha menilai kesuksesan sejauh mana usaha yang dilakukan memberikan nilai (*value*). Salah satu nilai yang menjadi tolok ukur keberhasilan adalah meningkatkan kesejahteraan sosial (Mair

and Marti, 2006). Kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok orang-orang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan kewirausahaannya untuk melakukan perubahan sosial (Karen Braun, 2009). Menurut Bornstein dan Susan (2010) kewirausahaan sosial adalah proses dimana warga membangun atau mengubah institusi untuk memajukan solusi terhadap masalah sosial, seperti kemiskinan, penyakit, buta huruf, kerusakan lingkungan, pelanggaran HAM dan korupsi, dalam rangka untuk membuat hidup lebih baik. Dalam kewirausahaan sosial terdapat tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* atau 3P yaitu *people, profit, planet* yang mempunyai arti kepedulian perusahaan untuk menyisihkan sebagian keuntungan demi kepentingan pembangunan manusia serta kelestarian alam (John Elkington, 1998).

Peranan dari wirausaha sosial dapat membantu pembangunan bangsa karena mendukung pemerintah untuk pembangunan yang menjangkau seluruh kalangan. Hal ini sesuai dengan tujuan dari kewirausahaan sosial yaitu mengutamakan manfaat yang diperoleh masyarakat daripada keuntungan semata bagi pemegang saham ataupun pemilik. Peran dari wirausaha sosial sangat dibutuhkan pada negara-negara berkembang karena akan membantu pemerintah untuk mengatasi berbagai permasalahan seperti kemiskinan, kurangnya air bersih, kesempatan pendidikan yang kurang memadai, masalah lingkungan, masalah yang berkaitan dengan perempuan dan pekerja anak, pengangguran, peningkatan kejahatan di kalangan pemuda dan sebagainya (Dewanto dkk, 2013)

Seorang pelaku kewirausahaan sosial tentunya mempunyai karakteristik kepribadian yang menonjol. Dalam penelitian ini kepribadian seseorang (*personality traits*) yang akan diteliti menggunakan model *Big Five Models Personality* yang terdiri dari *openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness*, dan *neuroticism* (McCrae & Costa, 1997). Besarnya pengaruh tiap dimensi pada *personality traits* memiliki hasil yang berbeda baik dari kelompok pekerjaan maupun tingkat manajerial (Hurtz & Donovan, 2000). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Zhao & Seibert (2006) diperoleh hasil bahwa pelaku wirausaha komersil memiliki tingkat kepribadian *conscientiousness, openness* dan *extraversion* yang tinggi tetapi *neuroticism* yang rendah.

Adanya perbedaan hubungan pada tiap dimensi *personality traits* pada tiap jenis kewirausahaan (Leutner dkk, 2014) membuat penulis tertarik untuk mengetahui karakteristik kepribadian yang dimiliki oleh wirausaha sosial yang tentunya memiliki perbedaan dibandingkan wirausaha umumnya. Untuk itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepribadian seseorang pada pelaku wirausaha sosial di Indonesia. Dengan diketahuinya kepribadian yang paling berpengaruh pada wirausaha sosial di Indonesia, diharapkan kurikulum kewirausahaan dapat menekankan pada pembentukan kepribadian yang berpengaruh tersebut sehingga dapat meningkatkan niat untuk melakukan wirausaha sosial yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan pelaku wirausaha sosial di Indonesia.

TINJAUAN LITERATUR

The Big Five Personality

Terdapat model lima besar kepribadian (*The Big Five Personality*) yang saling mendasari dan mencakup sebagian besar variasi yang signifikan dalam kepribadian manusia yaitu:

- a. Ekstrovert (*Extraversion*)

Dimensi kepribadian yang mendeskripsikan seseorang yang semangat, antusias, dominan, ramah dan komunikatif. Menurut Zuckerman (1991 dalam Fayombo, 2010:107). Seseorang dengan kepribadian yang tinggi pada kepribadian ini cenderung energetik, mudah bergaul, dominan, antusias, banyak bicara dan memiliki sifat peka pada lingkungan sosial mereka.

b. *Keramahan (Agreeableness)*

Dimensi kepribadian yang mendeskripsikan seseorang yang ramah, kooperatif, mudah percaya dan hangat. Menurut Fred Luthans (2002) seseorang yang memiliki skor tinggi pada kepribadian *agreeableness* cenderung kooperatif, hangat, penuh perhatian, baik hati, sopan dan percaya. Sedangkan seseorang yang memiliki skor rendah pada cenderung dingin, kasar, tidak ramah dan suka bertengkar. (Friedman dan Schustack, 2008)

c. *Sifat berhati-hati (Conscientiousness)*

Dimensi kepribadian yang mendeskripsikan seseorang yang berhati-hati, dapat diandalkan, teratur dan bertanggung jawab. Seseorang yang memiliki skor tinggi pada kepribadian ini menurut John W Santrock (2000) cenderung terorganisir, sangat berhati-hati dan disiplin. Sedangkan yang memiliki skor rendah tidak memiliki tujuan, tidak dapat diandalkan, malas, lalai serta berkemauan lemah (Pervin dan Cervone, 2010).

d. *Neuroticism (Emotional stability)*

Dimensi kepribadian yang mendeskripsikan seseorang sebagai orang yang tenang dan santai. (John W Santrock 2000) mendeskripsikan seseorang yang memiliki skor tinggi pada kepribadian *neuroticism* cenderung cemas, merasa tidak aman dan selalu mengasihani diri sendiri. Mereka yang memiliki skor rendah pada kepribadian ini tenang, puas, dan memiliki emosi yang stabil (Friedman dan Schustack, 2008)

e. *Terbuka (Openness):* Dimensi kepribadian yang mendeskripsikan seseorang yang imajinatif, menyenangkan, kreatif dan artistik. Pervin dan Cervone (2010) mendeskripsikan seseorang yang memiliki kepribadian *openness* rendah cenderung konvensional, *down-to-earth*, dan tidak artisik.

Kewirausahaan sosial

Kewirausahaan sosial bertujuan untuk memajukan solusi terhadap masalah sosial, seperti kemiskinan, penyakit, buta huruf, kerusakan lingkungan, pelanggaran HAM dan korupsi, dalam rangka untuk membuat hidup lebih baik (Bornstein dan Susan, 2010). Karakteristik kewirausahaan sosial menurut Koe Hwee Nga dan Shamuganathan (2010) berfokus pada lima hal, yaitu:

a. *Social Visions*

Visi sosial yang menarik serta mempunyai tujuan yang kuat untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia sangat diperlukan oleh wirausahawan sosial. Visi sosial dinilai dapat menjadi agen perubahan sosial dengan mendorong kemampuan sendiri serta melihat peluang dari luar (Paul C Light, 2005). Komitmen untuk menjadi agen perubahan

sosial biasanya ditanggung dengan rasa tanggung jawab untuk mempertahankan lingkungan sosial.

b. Sustainability

Keberlanjutan merupakan komitmen untuk melakukan hal yang meningkatkan kualitas kehidupan manusia termasuk bumi dan masyarakat. Pengusaha sosial bertekad untuk mendorong perubahan sosial dengan melayani kebutuhan lebih banyak orang termasuk yang tidak terjangkau oleh Pemerintah dan pengusaha komersial.

c. Social Networks

Social networks atau jaringan sosial merupakan sebuah sistem dimana misi sosial pengusaha tertanam dan disebarluaskan. Jaringan ikatan memungkinkan untuk berbagi informasi dan pengetahuan untuk menciptakan wirausahawan yang lebih inovatif dan relevan dalam menciptakan solusi untuk melayani kepentingan masyarakat luas (Chen dan Wang, 2008).

d. Innovation

Dari inovasi sosial perspektif, wirausahawan sosial perlu memikirkan cara untuk menembus pasar yang diabaikan oleh pengusaha komersial karena dirasakan berisiko tinggi dan tidak memberikan pengembalian ekonomi yang baik (Hart, 2005). Untuk itu, sebuah pembangunan sosial-ekonomi yang lebih berkelanjutan adalah dicapai sebagai inisiatif yang inovatif secara bertahap dengan memberdayakan pasar-pasar yang kurang mampu untuk berpartisipasi.

e. Financial Returns

Perspektif keuangan dalam sudut padang kewirausahaan sosial lebih terhadap bagaimana *stakeholder* berusaha untuk menjembatani kesenjangan dalam penyediaan barang atau jasa pada saat pihak lain tidak dapat memenuhi. Tampilan dari *financial returns* wirausaha sosial akan cenderung berwujud non-keuangan (misalnya sosial dan hasil lingkungan) serta moral sosial dan tanggung jawab (Schaefer, 2008).

Kaitan antara *The Big Five Personality* dan Kewirausahaan Sosial

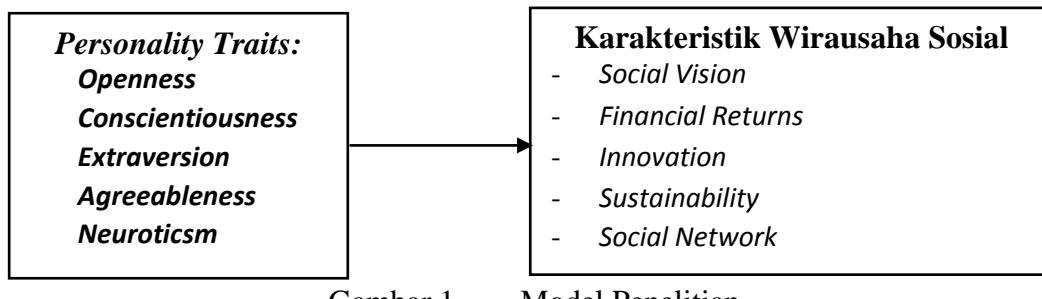
Llewellyn dan Wilson (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *personality traits* telah terbukti dapat menjadi prediksi dari aspek-aspek kewirausahaan dimulai dari kesuksesan dalam menjalankan bisnis maupun menumbuhkan niat kewirausahaan. Karakteristik kepribadian mempunyai keterkaitan antara perilaku dan tindakan dari wirausaha sosial. *Agreeableness* memiliki pengaruh terhadap inovasi dalam membangun *social entrepreneurship*. Keramahan dapat menumbuhkan rasa saling percaya karena dalam keramahan dalam hubungan interpersonal akan menumbuhkan interaksi sosial yang baik. Hal ini diperlukan pelaku wirausaha sosial agar dapat menegakkan rasa saling pengertian dan percaya (Llewellyn dan Wilson, 2003). Selain itu, faktor *extraversion* juga memberikan kontribusi yang penting dalam kewirausahaan sosial karena kepribadian proaktif diperlukan untuk mendorong visi karismatik wirausahawan sosial (Crant, 1996). Pelaku wirausaha sosial juga diharapkan memiliki sisi ekstrovert karena perlunya menjalin jaringan relasi yang baik dengan *stakeholders*. Sifat hati-hati (*conscientiousness*) juga diperlukan seorang wirausaha sosial karena kesesuai dengan prosedur dan mempertahankan standar kinerja menjadi hal yang tidak kalah penting (Llewellyn dan Wilson, 2003). Faktor kepribadian terakhir yang memiliki pengaruh terhadap inovasi dalam membangun *social entrepreneurship* adalah *neuroticism*. Wirausaha yang terus-menerus ditantang oleh keragaman situasi yang kompleks dengan melibatkan pengelolaan sumber daya yang langka serta menghadapi tekanan dari para

stakeholders perlu seseorang dengan sikap kepribadian *neuroticism* yang menunjukkan tingkat tinggi optimisme dan kecerdasan emosional (Koe Hwee Nga dan Shamuganathan:2010).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Koe Hwee Nga dan Shamuganathan pada tahun 2010 terhadap wirausaha sosial di Malaysia menunjukkan bahwa faktor kepribadian *openness*, *agreeableness* dan *neuroticism* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap inovasi dalam membangun *social entrepreneurship*. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Oguzhan & Sebnem (2015) yang dilakukan pada pengusaha sosial di Istanbul menyatakan bahwa *agreeableness* dan *conscientiousness* adalah faktor yang paling kuat berhubungan dengan kewirausahaan sosial.

Model Penelitian

Berdasarkan keterkaitan antar dimensi dalam *The Big Five Models Personality* terhadap karakteristik dari pelaku wirausaha sosial, maka model penelitian digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Model Penelitian

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian keterkaitan antar variabel di atas, maka hipotesis penelitian digambarkan sebagai berikut:

- H1: Terdapat hubungan signifikan yang positif antara *openness* dengan karakteristik wirausaha sosial
- H2: Terdapat hubungan signifikan yang positif antara *conscientiousness* dengan karakteristik wirausaha sosial
- H3: Terdapat hubungan signifikan yang positif antara *extraversion* dengan karakteristik wirausaha sosial
- H4: Terdapat hubungan signifikan yang positif antara *agreeableness* dengan karakteristik wirausaha sosial
- H5: Terdapat hubungan signifikan yang positif antara *neuroticism* dengan karakteristik wirausaha sosial

METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku wirausaha sosial yang berada di wilayah Jabodetabek. Alasan pemilihan sampel pada lokasi tersebut karena wilayah Jakarta dan sekitarnya merupakan kota metropolitan sehingga niat untuk menjadi wirausaha sosial tentunya mempunyai alasan yang kuat. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam

penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah *sampling* di mana pengambilan elemen-elemen yang dimasukkan dalam sampel dilakukan dengan sengaja, dengan catatan bahwa sampel tersebut *representative* atau mewakili populasi. Menurut Sekaran & Bougie (2013) ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 merupakan ukuran yang sesuai untuk sebagian besar penelitian. Adanya keterbatasan waktu dalam penelitian, maka sampel yang digunakan dalam penelitian sebanyak 42 responden dan memenuhi persyaratan.

Metode pengumpulan data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku wirausaha sosial di wilayah Jabodetabek.

Variable dan pengukuranTabel 1. Tabel Operasionalisasi Variabel yang mengukur *Personality Traits*

| Variabel | Pernyataan |
|--------------------------|---|
| <i>Extraversion</i> | 1. Saya ingin mencapai posisi tertinggi dalam suatu organisasi pada suatu hari nanti. 2. Saya selalu mencari kesempatan untuk memulai proyek-proyek baru. 3. Saya selalu ingin menang walaupun mungkin kegiatan itu tidak terlalu penting 4. Saya menyukai hal yang menantang 5. Bagi saya, perubahan merupakan hal yang menarik |
| <i>Agreeableness</i> | 1. Saya percaya bahwa saya dapat menjalin hubungan yang baik dengan rekan-rekan saya 2. Saya percaya bahwa saya dapat menjaga hubungan yang harmonis dengan rekan-rekan saya 3. Saya percaya dalam membina suatu hubungan saling percaya dalam bekerja 4. Saya percaya pada pentingnya mencapai kesepakatan dengan rekan-rekan sebelum mengambil keputusan |
| <i>Conscientiousness</i> | 1. Saya ingin menyelesaikan setiap detail dari tugas sesuai dengan rencana awal 2. Rekan saya menganggap bahwa saya orang yang bertanggung jawab 3. Saya selalu memprioritaskan pekerjaan secara efektif 4. Saya memimpin pekerjaan dengan tegas tetapi secara etis 5. Saya termotivasi untuk memenuhi target dalam pekerjaan yang ditugaskan kepada saya |
| <i>Neuroticism</i> | 1. Rekan saya mengatakan bahwa saya orang yang percaya diri 2. Rekan saya mengatakan bahwa saya orang yang optimis 3. Rekan saya mengatakan bahwa saya membuat keputusan dengan bijaksana |
| <i>Openness</i> | 1. Saya akan melakukan hal yang kreatif jika lingkungan mendukung 2. Saya akan melakukan hal-hal baru jika lingkungan mendukung 3. Saya tahu apa yang harus saya lakukan pada orang lain yang memiliki status sosial yang berbeda dengan saya 4. Rekan saya menganggap saya adalah orang yang inovatif 5. Rekan saya menganggap bahwa saya orang berpikiran terbuka |

Sumber : Koe Hwee Nga dan Shamuganathan, 2010

Tabel 2. Tabel Operasionalisasi Variabel Kewirausahaan Sosial

| Variabel | Pernyataan |
|--------------------------|---|
| <i>Social Vision</i> | <ol style="list-style-type: none">1. Kegiatan kewirausahaan berfokus pada permasalahan sosial2. Kewirausahaan sosial mampu menciptakan visi sosial yang jelas3. Kewirausahaan sosial tidak mudah terpengaruh dengan isu – isu yang beredar4. Kewirausahaan sosial kurang tertarik pada isu non sosial5. Kewirausahaan sosial mampu mengidentifikasi kebutuhan sosial6. Kewirausahaan sosial bertekad memenuhi kebutuhan sosial7. Kewirausahaan sosial bertekad menjadi agen perubahan sosial8. Kewirausahaan sosial memiliki motivasi yang kuat untuk membela kebutuhan sosial |
| <i>Financial Returns</i> | <ol style="list-style-type: none">1. Alasan utama keberadaan menjadi kewirausahaan sosial bukan mencari keuntungan2. Kewirausahaan sosial memaksimalkan pendapatan tetapi bukan untuk kekayaan keuangan3. Kewirausahaan sosial tidak memaksimalkan kekayaan investor4. Kewirausahaan sosial bukan bertahan hanya dari keuntungan5. Kewirausahaan sosial membuat keuntungan untuk mencapai tujuan sosial6. Keuntungan dari kewirausahaan sosial bersifat non financial |
| <i>Innovation</i> | <ol style="list-style-type: none">1. Wirausaha sosial mampu mengidentifikasi resiko sebagai kesempatan untuk menciptakan nilai sosial2. Wirausaha sosial adalah individu yang fleksibel3. Wirausaha sosial adalah individu yang inovatif4. Wirausaha sosial adalah individu yang pragmatis5. Wirausaha sosial proaktif dalam mengidentifikasi peluang-peluang sosial6. Wirausaha sosial mampu menciptakan nilai sosial yang lebih baik7. Wirausaha sosial mampu memberikan keuntungan berkelanjutan melalui barang dan jasa yang inovatif8. Wirausaha sosial mampu menciptakan nilai sosial melalui barang/ jasa |
| <i>Sustainability</i> | <ol style="list-style-type: none">1. Wirausaha sosial meningkatkan kualitas hidup dalam jangka panjang2. Wirausaha sosial adalah pribadi yang ramah lingkungan3. Wirausaha sosial meningkatkan kebutuhan sosial jangka panjang4. Wirausaha sosial menyeimbangkan aspek ekonomi, kepedulian sosial dan lingkungan5. Wirausaha sosial meningkatkan solusi sosial yang etis6. Wirausaha sosial menyeimbangkan antara misi dengan nilai sosial |
| <i>Social Network</i> | <ol style="list-style-type: none">1. Wirausaha sosial saling memberikan dukungan emosi2. Wirausaha sosial mengutamakan kredibilitas dari pekerjaan3. Wirausaha sosial mengutamakan kepercayaan dalam bisnis4. Wirausaha sosial menyediakan platform untuk memberikan kegiatan sosial yang bermanfaat5. Wirausaha sosial saling berbagi pengetahuan |

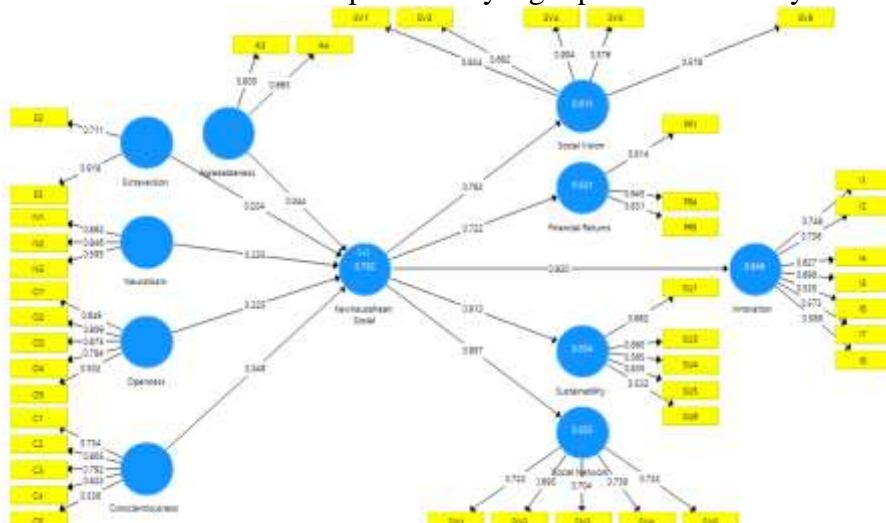
Sumber : Koe Hwee Nga dan Shamuganathan, 2010

Skala yang digunakan adalah skala *Likert*, dimana rentang alternatif skornya berkisar antara 1 sampai 5 dengan nilai 1 untuk tanggapan Sangat Tidak Setuju (STS) dan nilai 5 untuk tanggapan Sangat Setuju (SS).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas dan reliabilitas

Indikator-indikator di dalam penelitian ini dapat dikatakan valid apabila nilai *Loading Factor* menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0.5 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010; Chin, 1998) dalam uji *Convergent Validity*. Berdasarkan pengujian yang dilakukan, beberapa indikator dihilangkan karena dinyatakan tidak memenuhi persyaratan. Gambar di bawah ini menunjukkan indikator-indikator dalam penelitian yang dipakai karena dinyatakan valid.



Gambar 2 Nilai *Loading Factor* pada Uji *Convergent Validity Akhir*

Hasil uji reliabilitas

Indikator-indikator yang terdapat di dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel apabila nilai yang dihasilkan dari *Composite Reliability* menunjukkan hasil yang lebih besar dari 0.6 (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006). Berdasarkan hasil uji reliabilitas diperoleh semua variabel dan dimensi pada pemodelan memenuhi persyaratan reliabilitas.

Profil responden

Berdasarkan sampel yang diambil, diperoleh karakteristik mayaoritas responden penelitian adalah pria (62%), dengan domisili sebagian besar responden di Tangerang (50%), menjadi wiraswasta sosial 3-5 tahun (57%) dan jenis kewirausahaan sosial responden bergerak di bidang lingkungan (26%).

Hasil analisis data

Pengujian hipotesis dengan menggunakan SmartPLS dapat dilakukan dengan melihat besarnya nilai *t-statistics* dan *p-values* yang dihasilkan pada masing-masing variabel untuk menentukan tingkat signifikansinya. Berikut ini adalah hasil pengujian dalam penelitian ini.

Tabel 3 Hasil Pengujian Hipotesis

| | Hipotesis | Original Sample | t-statistic | p-values | Kesimpulan |
|----|---|-----------------|-------------|----------|---------------|
| H1 | <i>Agreeableness</i> → Kewirausahaan Sosial | 0.050 | 0.510 | 0.611 | Ditolak |
| H2 | <i>Extraversion</i> → Kewirausahaan Sosial | 0.226 | 2.890 | 0.004 | Tidak Ditolak |
| H3 | <i>Neuroticism</i> → Kewirausahaan Sosial | 0.231 | 1.507 | 0.133 | Ditolak |
| H4 | <i>Openness</i> → Kewirausahaan Sosial | 0.214 | 1.213 | 0.226 | Ditolak |
| H5 | <i>Conscientiousness</i> → Kewirausahaan Sosial | 0.373 | 2.131 | 0.034 | Tidak Ditolak |

Pembahasan

Personality traits yang terdiri dari *extraversion* dan *conscientiousness* merupakan karakter penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan niat dalam berwirausaha sosial di Indonesia. *Extraversion* memberikan kontribusi yang penting dalam kewirausahaan sosial di Indonesia karena untuk melakukan kewirausahaan sosial diperlukan kepribadian proaktif agar tercapai visi, eksplorasi untuk memecahkan masalah dan pendekatan inovatif dalam menjalankan strategi bisninya (Zhao & Seibert, 2016). Selain itu karakter *extraversion* juga merupakan karakter yang ekstrovert artinya sikap untuk mudah terbuka dengan para *stakeholders*. Dalam kewirausahaan sosial *stakeholders* yang dimaksud merupakan khalayak masyarakat yang dijadikan sasaran untuk peningkatan kesejahteraannya. Karakter seperti ini sangat diperlukan dalam berwirausaha sosial karena jalinan relasi yang baik dengan *stakeholders* akan menunjang terlaksananya visi dan misi kewirausahaan sosial yang dijalankan.

Karakter *conscientiousness* merupakan karakter yang paling besar pengaruhnya terhadap pelaku kewirausahaan sosial di Indonesia. Sifat disiplin, selalu bekerja sesuai dengan prosedur dan mempertahankan standar kerja menjadi hal yang penting (Llewellyn dan Wilson, 2003). Perlu adanya tanggung jawab dan kedisiplinan yang kuat bagi pelaku kewirausahaan sosial agar dapat fokus dan tekun dalam menjalankan kewirausahaan sosial menyangkut terhadap kepentingan masyarakat bukan kepentingan pribadi semata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa dua variabel *personality traits* yang paling berpengaruh pada karakteristik pelaku kewirausahaan sosial di Indonesia adalah *conscientiousness* dan *extraversion*. Dengan diketahuinya karakter yang terkuat pada pelaku kewirausahaan sosial di Indonesia tersebut, maka selanjutnya pengembangan karakter tersebut pada mahasiswa perlu ditingkatkan. Dengan mendorong niat berwirausaha sosial diharapkan dapat membawa perekonomian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bornstein, David dan Davis Susan. (2010). *Social Entrepreneurship What everyone Needs to Know*. New York :Oxford University Press
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295-336.
- Crant, J.M . (1996). The Proactive Personality Scale as a Predictor of Entrepreneurial Intentions, *Journal of Small Business Management* 34 (1)
- Dewanto, Wawan dkk. (2013). *Inovasi dan Kewirausahaan Sosial*. Alfabeta. Bandung
- Friedman, Howard dan Miriam Schustack. (2008). *Kepribadian: Teori Klasik dan Modern*, Edisi ketiga Penerbit Erlangga. Jakarta
- Fayombo, Grace. (2010). The Relationship Between Personality Traits and Psychological Resilience Among The Caribbean Adolescent. *International Journal of Psychological Studies*. Vol 2. Hal 105 – 116
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. North Carolina State University.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- _____. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. New York: Pearson.
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan smartPLS 3.0. Modul Ajar, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Kho, B. (2016). Teori sifat kepribadian lima besar (*The Big Five Personality*). www.ilmumanajemenindustri.com
- Koe Hwee Nga dan Shamuganathan, Gomathi. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intentions. *Journal of Business Ethics*. Vol 95. Hal 259 – 282
- Leutner, Franziska., Ahmetoglu, Gorkan., Akhtar, Reece., Premuzic, Thomas. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the big five personality traits. *Personality and Individual Differences*. Vol 63. Hal 58 - 63
- Lewellyn, DJ, Wilson, KM. (2003). *The Controversial Role of Personality Traits in Entrepreneurial Psychology*. Education + Training, 45 (6)
- Luthans, Fred. (2002). *Organizational Behavior*. Nineth Edition. Boston. Mc.Graw Hill
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction and delight. *Journal of World Business* 41(1)
- Malhotra, NK. (2004). *Marketing Research: An Applied Orientation*. 4th Edition. New Jersey. Pearson Education Inc
- McCrae & Costa. (1997). Personality Trait Structure as a human universal. *AmPsychol*. 52(5) Hal 509-516.
- Oguzhan Irengun, Sebnem Arikboga. (2015). *The Effect of Personality Traits on Social Entrepreneurship Intentions: A Field Research Procedia- Social and Behavioral Science*. 195. Hal 1186 – 1195
- Pervin, Lawrence A & Cervone, Daniel. (2010). *Personality Theory and Research*. Eight Edition. New York . John Wiley

- Santrock, John W. (2000). *Psichology* Sixth Edition, Boston. Mc Graw Hill
- Shaver, K.G. and Scott, L.R. (1991). Person, process, choice: the psychology of new venture creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol 16 (2). Hal 23
- Zhao, H., Seibert, SE. (2006). The Big Five Personality Dimensions And Entrepreneurial Status : A Meta- Analytical Riview, *Journal of Applied Psychology*, 91 (2) .259-271
- Zimmerer et al. (2008). *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management*. 5th Edition. Pearson



**Seminar ini diselenggarakan atas kerja sama
Program Studi S1 Manajemen Bisnis FE UNTAR, UPT MKU dan MM.**

Redaksi

Fakultas Ekonomi

Universitas Tarumanagara Kampus II

Jl. Tanjung Duren Utara No. 1 Grogol, Jakarta Barat

Telp. : +62 21 56 555 09-10 ext. 210

Fax. : +62 21 56 555 21

E-mail : snkib@untar.ac.id

www.snkib.untar.ac.id

e-ISSN : 2579-9517



9 772579 951014

ISSN : 2089-1040



9 772089 104061