

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE*  
DENGAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SURAKARTA**



**PUBLIKASI ILMIAH**

**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada  
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :**

**ALFAN AGENG PRABOWO**  
**F 100 090 022**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE*  
DENGAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA  
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
SURAKARTA**

**PUBLIKASI ILMIAH**

Oleh :

**ALFAN AGENG PRABOWO**  
F 100 090 022

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen pembimbing

  
**Aad Satria Permadi, S.psi, MA**

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN *BIG FIVE* DENGAN  
INTENSI BERWIRAUSAHA PADA MAHASISWA PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

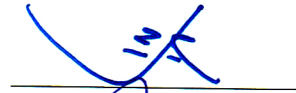
Diajukan oleh:

**ALFAN AGENG PRABOWO**  
F 100 090 022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 25 Agustus 2016  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat.

Penguji Utama

**Aad Satria Permadi, S.Psi, MA**



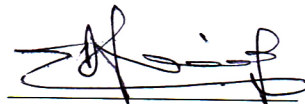
Penguji Pendamping I

**Dr. Taufik, M.Si, Ph.D**



Penguji Pendamping II

**Drs. Daliman, SU**



Surakarta, 25 Agustus 2016

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan



(Dr. Taufik, M.Si, Ph.D)

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.



# HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPRIBADIAN *BIG FIVE* DENGAN INTENSI BERWIRAUSAHA

Alfan Ageng Prabowo  
Aad Satria Permadi  
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

## ABSTRAKSI

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kesulitan dalam pertumbuhan ekonomi dan banyaknya tingkat pengangguran dikalangan *educated people*. *Entrepreneurship* atau kewirausahaan dapat dijadikan tolak ukur dalam mengukur kesehatan ekonomi yang dibangun oleh suatu masyarakat. Jumlah wirausahawan yang ada di Indonesia masih sedikit, yaitu sekitar 1,58% dari total jumlah populasi yang ada. Jumlah ideal wirausahawan yang ada di suatu negara adalah 4% dari total populasi. Salah satu solusi untuk mengurangi pengangguran adalah dengan menambah jumlah wirausahawan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara tipe kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha khususnya pada mahasiswa Psikologi UMS. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi UMS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan atas suatu pertimbangan tertentu seperti sifat-sifat populasi ataupun ciri-ciri yang sudah diketahui sebelumnya. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 100. Metode pengumpulan data yaitu skala kepribadian *big five* dan skala *intensi berwirausaha*.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai koefisien ( $r$ ) sebesar 0,596 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Hal ini berarti hipotesis yang diajukan penulis terbukti yaitu ada hubungan positif yang sangat signifikan antara tipe kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha. Sumbangan efektif tipe kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha sebesar 41,2%, berarti masih terdapat 58,8% variabel lain yang mempengaruhi intensi berwirausaha diluar variabel kepribadian *big five*. Diketahui variabel intensi berwirausaha memiliki rerata empirik sebesar 145,3 dan rerata hipotetik sebesar 114 yang berarti pada subjek penelitian tergolong tinggi. Kesimpulan yang diperoleh pada penelitian ini adalah ada hubungan positif yang sangat signifikan antara tipe kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha

**Kata Kunci:** Kepribadian *Big Five*, Intensi Berwirausaha

# **RELATIONSHIP BETWEEN THE BIG FIVE PERSONALITY WITH THE INTENTION OF ENTREPRENEURSHIP**

Alfan Ageng Prabowo

Aad Satria Permadi

Faculty of Psychology, Muhammadiyah University of Surakarta

## **ABSTRACT**

Indonesia is one country that has difficulties in economic growth and the amount of the unemployment rate among educated people. entrepreneurship can be used as a benchmark to measure the health of the economy that is built by a community. The number of entrepreneurs in Indonesia is still small, about 1.58% of the total population. The ideal number of entrepreneurs in the country is 4% of the total population. One solution to reduce unemployment is to increase the number of entrepreneurs.

This study aimed to examine the relationship between the big five personality with the intention of entrepreneurship, especially in psychology student UMS. This study population is students of Psychology UMS. The sampling technique used in this research is purposive sampling, that the sampling technique based on a certain considerations such as population characteristics or traits that have been previously known. The number of samples taken for this study is as much as 100. The method of data collection that big five personality scale and intention scale entrepreneurship.

Based on the analysis results obtained coefficient ( $r$ ) of 0.596 with  $p = 0.000$  ( $p < 0.01$ ). This means that the hypothesis is proven that the author is significant positive relationship between the big five personality with the intention of entrepreneurship. The effective contribution of big five personality with the intention of entrepreneurship is 41.2%, 58.8% means that there are other variables that affect the intention of entrepreneurship outside the big five personality variables. Entrepreneurial intentions had empirical mean is 145.3 and hypothetical average is 114 which means that research on the subject is high. The conclusion of this research is there is a significant positive relationship between the big five personality with the intention of entrepreneurship

Keywords: Big Five Personality, Intention Entrepreneurship

## 1. PENDAHULUAN

Jumlah pengangguran di Indonesia pada tahun 2014 menurut Badan Pusat Statistik ([www.BPS.go.id](http://www.BPS.go.id)) mencapai 7.244.905 orang. Dari jumlah tersebut 6% diantaranya adalah lulusan perguruan tinggi, dan diprediksi akan mengalami kenaikan seiring dengan melemahnya perekonomian Indonesia.

Jumlah pengangguran terdidik bertumbuh dengan cepat hal ini sebagai akibat dari ketidak seimbangan antara suplai tenaga kerja output perguruan tinggi dengan kesempatan kerja yang tersedia. Jumlah lulusan Perguruan Tinggi di Indonesia yang berstatus **penganggur terbuka** pada tahun 2014 adalah sebanyak 495.143 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa saat ini pengangguran tidak hanya berstatus lulusan sekolah dasar (SD) sampai dengan sekolah menengah atas (SMA) saja, melainkan salah satunya berasal dari kelompok *educated people* atau kaum terdidik yang biasa disebut dengan sarjana atau lulusan dari perguruan tinggi.

Saat ini Indonesia kekurangan sumber daya manusia wirausahawan atau pencipta kerja sementara disisi lain kelebihan sumber daya manusia pencari kerja, sehingga solusi utama yang perlu dilakukan adalah menciptakan sebanyak - banyaknya sumber daya manusia pencipta kerja yang bisa menjadi solusi bagi dirinya sendiri, solusi bagi orang lain, solusi bagi kekayaan alam yang belum terkelola dengan baik dan solusi bagi masyarakat dan Pemerintah. Di Indonesia jumlah wirausaha masih tergolong kecil, dengan jumlah 1,58% dari total populasi yang ada. Idealnya, jumlah wirausaha yang harus dimiliki setiap negara adalah 4% dari total populasi (Bisnis Indonesia, 2003) dalam Sah (2013)

Oswary (2005) menegaskan bahwa solusi untuk mengatasi pengangguran khususnya dikalangan *educated people* adalah dengan memunculkan intensi berwirausaha pada diri mahasiswa. Dengan mengetahui intensi seseorang untuk berwirausaha, maka secara umum dapat diprediksi kemungkinan orang tersebut untuk memulai suatu usaha atau berwirausaha dimasa depan (Krueger, Reilly & Casrud, 2000). Menurut Bird, Katz dan Gatner (Boissin, 2009) intensi merupakan kunci dari sebuah perilaku berwirausaha. Selanjutnya, berwirausaha adalah

perilaku yang terencana, oleh karena itu sangat tepat bila dijelaskan melalui intensinya.

intensi adalah suatu niat yang ada pada diri individu yang diikuti dengan usaha untuk melakukan suatu tingkah laku tertentu guna mencapai suatu tujuan. Apabila seseorang telah terbentuk sikap positif terhadap suatu hal maka akan timbul intensi atau keinginan untuk menindak lanjutinya. wirausaha adalah kemampuan menciptakan lapangan kerja bagi diri sendiri dan orang lain dengan cara mendirikan, mengembangkan, dan bersedia mengambil resiko pribadi dalam menemukan peluang berusaha dan secara kreatif menggunakan potensi-potensi dirinya untuk mengenali produk, mengelola dan menentukan cara produksi, menyusun operasi untuk pengadaan produk, memasarkannya serta mengatur permodalan operasinya. Intensi berwirausaha adalah keinginan atau niat yang ada pada diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan wirausaha.

Ajzen (1991) mengemukakan model kerangka konseptual sebagai tiga determinan utama yang digunakan untuk mengukur intensi berwirausaha yaitu:

a. Aspek sikap pribadi. Yakni merupakan dorongan, pikiran, dan keinginan untuk melakukan (atau tidak melakukan) wirausaha dipengaruhi oleh keyakinan subyektif akan akibat perilaku wirausaha tersebut.

b. Aspek norma subyektif. Yakni dorongan, pikiran, dan keinginan untuk melakukan (atau tidak melakukan) wirausaha dipengaruhi oleh norma dalam lingkungan sosial (berisi pengaruh dan tekanan dari lingkungan sosial)

c. Aspek kontrol perilaku. Yakni dengan melibatkan dua aspek internal dan eksternal. Aspek internal meliputi: informasi, ketrampilan dan kemampuan individu untuk melaksanakan perilakunya. Sedangkan aspek eksternal meliputi hal-hal yang menghalangi individu untuk melakukan kegiatan, seperti ketergantungan individu pada orang lain.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa proses dalam pengukuran intensi berwirausaha seorang melalui tiga aspek yaitu sikap pribadi, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Kemunculan intensi berwirausaha pada tiap individu dilatarbelakangi oleh banyak faktor, salah satunya adalah trait kepribadian. Bird (Ricardo, dalam Sawqy 2010) mengatakan bahwa trait kepribadian dianggap sebagai latar belakang dari intensi berwirausaha. Berdasarkan teori Ajzen mengenai TPB, disebutkan bahwa *background factors*



yang mempengaruhi intensi diantaranya terdiri dari *personal (general attitudes, personality traits, values, emotions dan intelligence)*, *social (age, gender, race, ethnicity, education, income dan religion)* dan *Informations (experience, knowledge dan media exposure)*

Menurut Brice (2003), dalam penelitiannya tentang pengaruh kepribadian terhadap intensi berwirausaha menggunakan sampel 315 mahasiswa yang berasal dari lulusan sekolah bisnis dan *Master of Business Administration (MBA)* yang bergerak dalam pemasaran, manajemen dan akuntansi, menunjukkan bahwa *big five* memberikan kontribusi sebesar 72% terhadap intensi berwirausaha.

Kepribadian menurut Allport (Barrick & Ryan, 2003) didefinisikan sebagai suatu organisasi yang dinamik dalam diri individu yang merupakan sistem psikopysikal dan hal tersebut menentukan penyesuaian diri individu secara unik terhadap lingkungan. Definisi ini menekankan pada atribut eksternal seperti peran individu dalam lingkungan sosial, penampilan individu, dan reaksi individu terhadap orang lain. Feist & Feist (1998) mendefinisikan kepribadian sebagai sebuah pola yang relatif menetap, trait, disposisi atau karakteristik didalam individu yang memberikan beberapa ukuran yang konsisten tentang perilaku.

Menurut Larsen & Buss (2002) kepribadian merupakan sekumpulan trait psikologis dan mekanisme didalam individu yang diorganisasikan, relatif bertahan yang mempengaruhi interaksi dan adaptasi individu didalam lingkungan (meliputilingkungan intrafisik, fisik dan lingkungan sosial). Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepribadian adalah sebuah karakteristik didalam diri individu yang relatif menetap, bertahan, yang mempengaruhi penyesuaian diri individu terhadap lingkungan.

Ada beberapa pendekatan yang dikemukakan oleh para ahli untuk memahami kepribadian. Salah satu pendekatan yang digunakan adalah teori trait. Teori trait merupakan sebuah model untuk mengidentifikasi trait-trait dasar yang diperlukan untuk menggambarkan suatu kepribadian. Trait didefinisikan sebagai suatu dimensi yang menetap dari karakteristik kepribadian, hal tersebut yang membedakan individu dengan individu yang lain (Fieldman, 1993 dalam Mastuti, 2005).

Selama beberapa tahun debat diantara para tokoh-tokoh teori trait mengenai jumlah serta sifat dimensi trait yang dibutuhkan dalam menggambarkan kepribadian. Sampai pada tahun 1980-an setelah ditemukan metode yang lebih canggih dan berkualitas, khususnya analisa faktor, mulailah ada suatu konsensus tentang jumlah trait. Saat ini para peneliti khususnya generasi muda menyetujui teori trait yang mengelompokkan trait menjadi lima besar, dengan dimensi bipolar (John, 1990; Costa & McCrae, 1992 dalam Pervin & John, 2001), yang disebut *Big Five*.

Landy dan Conte (2004) mengungkapkan bahwa *five factor model* adalah pengenalan lima komponen yang berbeda, dimana ketika disajikan bersama akan memberikan gambaran yang sebenarnya bagaimana tipe seseorang dalam memberikan respon pada suatu situasi atau pada orang lain. Komponen tersebut terdiri dari *conscientiousness, extraversion, agreeableness, neuroticism, openness to experience*. Dari beberapa pengertian diatas dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa *the big five factor personality* merupakan suatu pendekatan kepribadian yang mengacu pada lima aspek dasar kepribadian manusia yaitu *conscientiousness, neuroticism, openness to experience, agreeableness, dan extraversion*.

Dari hasil survey yang dilakukan terhadap 30 orang mahasiswa fakultas Psikologi menunjukkan bahwa, 60% diantaranya memiliki keinginan untuk menjadi wirausaha. Sedangkan 40% sisanya tidak memiliki keinginan untuk menjadi wirausaha. Mereka lebih memilih untuk bekerja di perusahaan sebagai HRD.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tipe kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi UMS, gambaran kepribadian mahasiswa Psikologi UMS, tingkat intensi berwirausaha mahasiswa Psikologi UMS dan sumbangan efektif kepribadian *big five* terhadap intensi berwirausaha.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi lapangan yang menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan skala sebagai alat pengumpulan data. Skala yang terdiri atas dua bagian, yaitu alat ukur kepribadian *big five* yang disusun oleh Farikha (2011) berdasarkan skala IPIP *big five faktor* dari Goldberg (1992) yang telah dimodifikasi oleh penulis, dan intensi berwirausahayang disusun oleh Fuadi (2013) menggunakan dasar teori dari Ajzen (1988) dan telah dimodifikasi oleh penulis. Perhitungan statistik yang digunakan untuk pengujian hipotesis menggunakan teknik analisa korelasi *product moment Pearson* dan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS *for windows release 16*.

Hasil uji validitas dan reliabilitas intensi berwirausaha menunjukkan bahwa terdapat 2 aitem yang gugur dari total item yang berjumlah 40, yaitu item nomor 12 dan 34. Item valid memiliki koefisien reliabilitas (rtt) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,940. Aitem sah berada dalam rentang skor yang bergerak dari 0,304 sampai 0,739.

Hasil uji validitas dan reliabilitas skala kepribadian *big five* menunjukkan bahwa terdapat 12 aitem yang gugur dari total item yang berjumlah 49, yaitu item nomor 1, 11, 16 dan 31 untuk aspek *extraversion*, item no 40 dan 45 untuk aspek *openness to new experience*, item no 37 dan 42 untuk aspek *agreeableness*, item no 3, 13, 33 dan 48 untuk aspek *conscientiousness*. Item valid memiliki koefisien reliabilitas (rtt) dengan nilai *cronbach alpha* sebesar 0,875 untuk aspek *neuroticism*, 0,599 untuk aspek *extraversion*, 0,745 untuk aspek *openness to new experience*, 0,696 untuk aspek *agreeableness*, dan 0,670 untuk aspek *conscientiousness*. Item sah berada dalam rentang skor yang bergerak dari 0,452 sampai 0,733 untuk aspek *neuroticism*, 0,311 sampai 0,93 untuk aspek *extraversion*, 0,352 sampai 0,571 untuk aspek *openness to new experience*, 0,310 sampai 0,527 untuk aspek *agreeableness*, dan 0,311 sampai 0,480 untuk aspek *conscientiousness*.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisa *product moment* dari *Pearson* diperoleh nilai korelasi korelasi antara dimensi *Neuroticism* dengan intensi berwirausaha sebesar  $r = -0,352$  dengan taraf signifikansi  $0,000 (< 0,01)$ , berarti hubungan tersebut signifikan sehingga terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara intensi berwirausaha dengan dimensi *neuroticism*.

nilai korelasi antara dimensi *Extraverison* dengan intensi berwirausaha sebesar  $r = 0,422$  dengan taraf signifikansi  $0,000 (< 0,01)$ , berarti hubungan tersebut signifikan sehingga terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara intensi berwirausaha dengan dimensi *Extraversion*.

Nilai korelasi antara dimensi *openness to new experience* dengan intensi berwirausaha sebesar  $r = 0,408$  dengan taraf signifikansi  $0,000 (< 0,01)$ , berarti hubungan tersebut signifikan sehingga terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara intensi berwirausaha dengan dimensi *openness to new experience*.

nilai korelasi antara dimensi *agreeableness* dengan intensi berwirausaha sebesar  $r = 0,470$  dengan taraf signifikansi  $0,000 (< 0,01)$ , berarti hubungan tersebut signifikan sehingga terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara intensi berwirausaha dengan dimensi *agreeableness*.

nilai korelasi antara dimensi *Conscientiousness* dengan intensi berwirausaha sebesar  $r = 0,347$  dengan taraf signifikansi  $0,000 (< 0,01)$ , berarti hubungan tersebut signifikan sehingga terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara intensi berwirausaha dengan dimensi *Conscientiousness*.

Berdasarkan hasil analisa regresi berganda diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang didapat adalah sebesar  $0,355$ . Hal ini berarti bahwa kelima variabel *independent* (*Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism, Openness*) memberikan sumbangsih sebesar  $35,5\%$  terhadap perubahan variabel intensi berwirausaha pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, sedangkan  $64,5\%$  sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel kepribadian *big five* (*Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism, Openness*).

Hasil perhitungan dampak dari seluruh variabel *independent* (kepribadian *big five*) menunjukkan bahwa taraf signifikansi yang didapat adalah sebesar 0,000 ( $p < 0,001$ ), artinya ada pengaruh yang sangat signifikan antara dimensi kepribadian *big five* (*Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism, Openness*) dengan intensi berwirausaha.

Pengujian selanjutnya adalah melihat koefisien regresi tiap variabel *independent*. Jika nilai  $t > 1,96$  maka koefisien regresi tersebut signifikan yang berarti bahwa variabel *independent* tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap intensi berwirausaha. Berdasarkan koefisien regresi dapat disampaikan persamaan regresi sebagai berikut: (\* signifikan)

$$\text{Intensi berwirausaha} = 55.456 - 0,232 \text{ neuroticism} + 1,386 \text{ extraversion}^* + 0,229 \text{ Openness} + 1,335 \text{ Agreeableness}^* + 0,957 \text{ conscientiousness}$$

Berdasarkan hasil penghitungan, dari lima koefisien regresi yang dihasilkan, ternyata hanya ada dua variabel *independent* yang secara statistik berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*, yaitu dimensi *extraversion* dan *agreeableness*. Penjelasan dari nilai koefisien regresi yang diperoleh pada masing-masing variabel *independent* adalah sebagai berikut:

a. Dimensi *neuroticism* : nilai koefisien regresi dimensi *neuroticism* adalah sebesar -0,232 dengan nilai  $p = 0,427$  ( $p > 0,05$ ), yang berarti bahwa dimensi *neuroticism* secara negatif mempengaruhi intensi berwirausaha, tetapi tidak signifikan. Jadi semakin tinggi dimensi *neuroticism* maka semakin rendah intensi berwirausahanya, walaupun secara statistik tidak signifikan.

b. Dimensi *extraversion* : nilai koefisien regresi dimensi *extraversion* adalah sebesar 1,386 dengan nilai  $p = 0,012$  ( $p < 0,05$ ), yang berarti bahwa dimensi *extraversion* secara positif mempengaruhi intensi berwirausaha dan signifikan. Jadi semakin tinggi dimensi *extraversion* maka semakin tinggi pula intensi berwirausahanya, dan hal ini secara statistik signifikan.

c. Dimensi *openness to new experience* : nilai koefisien regresi dimensi *openness to new experience* adalah sebesar 0,299 dengan nilai  $p = 0,570$  ( $p > 0,05$ ), yang berarti bahwa dimensi *openness to new experience* secara positif mempengaruhi intensi berwirausaha, tetapi tidak signifikan. Jadi semakin tinggi dimensi *openness to new experience* maka semakin tinggi pula intensi berwirausahanya, walaupun secara statistik tidak signifikan.

d. Dimensi *agreeableness* : nilai koefisien regresi dimensi *agreeableness* adalah sebesar 1,335 dengan nilai  $p = 0,004$  ( $p < 0,01$ ), yang berarti bahwa dimensi

*agreeableness* secara positif mempengaruhi intensi berwirausaha dan sangat signifikan. Jadi semakin tinggi dimensi *extraversion* maka semakin tinggi pula intensi berwirausahanya, dan hal ini secara statistic sangat signifikan.

e. Dimensi *conscientiousness*: nilai koefisien regresi dimensi *conscientiousness* adalah sebesar 0,957 dengan nilai  $p = 0,084$  ( $p > 0,05$ ), yang berarti bahwa dimensi *conscientiousness* secara positif mempengaruhi intensi berwirausaha, tetapi tidak signifikan. Jadi semakin tinggi dimensi *conscientiousness* maka semakin tinggi pula intensi berwirausahanya, walaupun secara statistic tidak signifikan.

besarnya proporsi varian dari variable terikat yang merupakan sumbangan dari masing-masing variable bebas, hal ini dilakukan dengan menghitung pertambahan proporsi varian setiap variable bebas baru dimasukan dalam persamaan

Dari hasil penghitungan dapat disampaikan informasi sebagai berikut:

a. Dimensi *neuroticism* memberikan sumbangan sebesar 12,4% dalam varians intensi berwirausaha. Sumbangan tersebut signifikan secara statistic karena  $F_{hitung} = 13,823$  lebih besar dari  $F_{table} = 2,31$  dengan  $df = 98$

b. Dimensi *extraversion* memberikan sumbangan sebesar 11,5% dalam varians intensi berwirausaha. Sumbangan tersebut signifikan secara statistic karena  $F_{hitung} = 15,263$  lebih besar dari  $F_{table} = 2,31$  dengan  $df = 97$

c. Dimensi *openness to new experience* memberikan sumbangan sebesar 4,2% dalam varians intensi berwirausaha. Sumbangan tersebut signifikan secara statistic karena  $F_{hitung} = 12,504$  lebih besar dari  $F_{table} = 2,31$  dengan  $df = 96$

d. Dimensi *agreeableness* memberikan sumbangan sebesar 5,3% dalam varians intensi berwirausaha. Sumbangan tersebut signifikan secara statistic karena  $F_{hitung} = 11,937$  lebih besar dari  $F_{table} = 2,31$  dengan  $df = 95$

e. Dimensi *conscientiousness* memberikan sumbangan sebesar 2,1% dalam varians intensi berwirausaha. Sumbangan tersebut signifikan secara statistic karena  $F_{hitung} = 10,366$  lebih besar dari  $F_{table} = 2,31$  dengan  $df = 94$

Berdasarkan statistik deskriptif tipe kepribadian, subjek penelitian yang memiliki tipe kepribadian *neuroticism* sebanyak 35 mahasiswa yang terdiri dari 18 mahasiswa laki-laki dan 17 mahasiswa perempuan, dari 35 subjek yang memiliki tipe kepribadian *neuroticism* sebanyak 17 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha rendah, 14 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha sedang dan 4 mahasiswa yang memiliki intensi berwirausaha tinggi.

Subjek penelitian yang memiliki tipe kepribadian *extraversion* sebanyak 15 mahasiswa yang terdiri dari 11 mahasiswa laki-laki dan 4 mahasiswa

perempuan, dari 15 mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *extraversion* sebanyak 4 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha yang rendah, 7 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha sedang dan 4 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha tinggi.

Subjek penelitian yang memiliki tipe kepribadian *openness to new experience* sebanyak 7 mahasiswa yang terdiri dari 5 mahasiswa laki-laki dan 2 mahasiswa perempuan, dari 7 mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *openness to new experience* sebanyak 1 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha yang rendah, 5 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha sedang dan 1 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha tinggi.

Subjek penelitian yang memiliki tipe kepribadian *agreeableness* sebanyak 18 mahasiswa yang terdiri dari 9 mahasiswa laki-laki dan 9 mahasiswa perempuan, dari 18 mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *agreeableness* sebanyak 2 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha yang rendah, 11 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha sedang dan 7 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha tinggi.

Subjek penelitian yang memiliki tipe kepribadian *conscientiousness* sebanyak 25 mahasiswa yang terdiri dari 15 mahasiswa laki-laki dan 10 mahasiswa perempuan, dari 25 mahasiswa yang memiliki tipe kepribadian *conscientiousness* sebanyak 4 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha yang rendah, 16 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha sedang dan 5 mahasiswa memiliki intensi berwirausaha tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi UMS tergolong tinggi dengan dengan diperoleh rerata empirik (RE) 145,3 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 114. Hasil rerata empirik yang berjumlah 145,3 termasuk kedalam kategori tinggi, artinya bahwa mahasiswa Fakultas Psikologi UMS memiliki intensi berwirausaha yang tergolong tinggi.

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Brice (2003) yang menyatakan bahwa ada hubungan antara dimensi kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha dengan sumbangan efektif sebesar 72%. Bird (Riccardo,

2010) menyatakan bahwa trait kepribadian dianggap sebagai latar belakang dari intensi berwirausaha. Berdasarkan teori Ajzen's mengenai TPB, disebutkan bahwa *background factor* yang mempengaruhi intensi diantaranya adalah trait kepribadian.

#### 4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan seluruhnya, dapat di ambil kesimpulan bahwa :

1. Ada hubungan yang sangat signifikan antara tipe kepribadian *big five* dengan intensi berwirausaha
2. Gambaran tipe kepribadian mahasiswa Fakultas Psikologi UMS terdiri dari 35 mahasiswa tipe *neuroticism*, 15 mahasiswa tipe *extraversion*, 7 mahasiswa tipe *Openness to new experience*, 18 mahasiswa tipe *agreeableness* dan 25 mahasiswa tipe *conscientiousness*.
3. intensi berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Psikologi UMS tergolong tinggi dengan diperoleh rerata empirik (RE) 145,3 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 114.
4. Kepribadian *big five* diketahui berkontribusi secara serempak sebesar 35,5% terhadap intensi berwirausaha.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen. (1991). The Theory of Planned Behaviour. In: *Organizational Behaviour and Human Decision Process*. Amherst, MA: Elsevier, 50: 179-211.
- Ajzen, I. (1988). *Attitudes, personality, and behavior*. Milton Keynes: Open University Press.
- Barrick, M. R, & Ryan, A. M. (2003). “*Personality and Work: Reconsidering the Role of Personality in Organization*”. San Fransisco: Jossey-Bass.
- Boissin, J-P. *et.al.* (2009). Student and Enterpreneurship ; a comparative study of france and the United States. *Journal of small and entrepreneurship*, volume.22, p 101-122.
- Brice, J. (2003). *The Role of personality Dimensions on the Formation of Entrepreneurial Intentions*. New York. Hofstra University.
- Farikha, R. (2011). *Hubungan tipe kepribadian big five & kecerdasan emosi terhadap perilaku prososial satuan polisi pamong praja kota Tangerang*.Skripsi. Diterbitkan: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri SyarifHidayatullah.
- Feist, J. & Feist, G.J. (1998). “*Theories of Personality*. Fourth edition”. New York: McGraw Hill Company..
- Fuadi, M. (2013). *Hubungan Antara Motif Berprestasi dengan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa*. (tidak dipublikasikan). Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Goldberg, Lewis R. (1992). “The Development of Makers for the Big-FiveFactor Structure.” *Psychological Assesment*, Vol 7, No.1: 26-42.
- Krueger, N. F. Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. 2000. “*Competing Models of Entrepreneurial Intentions*”.*Journal of Business Venturing* Volume 15 hal411-432.
- Landy & Conte, (2004). *Work in the 21th century : An introduction to industrial & organizational psychology*. New York : McGraw Hill.
- Larsen, R.J., Buss., David, M. (2002). “*Personality Psychology: Domain of Knowledge About Human Nature*”. New York: McGraw Hill.

- Mastuti, E. (2005). Analisis Faktor Alat Ukur Kepribadian Big Five (Adaptasi dari IPIP) pada Mahasiswa Suku Jawa. *Jurnal Psikologi INSAN* Vol.7 No.3 Hal. 264-276
- Oswari, T. (2005). ". Hand out Proceeding. Seminar Nasional Pesat: Membangun Jiwa Kewirausahaan (Enterpreneurship) " Menjadi Mahasiswa Pengusaha (Entrepreneur Student) Sebagai Modal untuk Menjadi Pelaku Usaha Baru. Jakarta. (23-24 Agustus 2005).
- Pervin, L.A & John, O.P. (2001). "*Personality; Theory and Reasearch. 8th ed*". New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Sah, M. P. (2013). Hubungan Antara Big Five personality, Sikap dan Entrepreneurial Intention (Berwirausaha) Dikalangan Mahasiswa. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Universitas Surabaya* Vol 2. No 2 , hal 1-13.
- Sawqy, S. (2010). *Pengaruh Kepribadian terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Desain Grafis & Multimedia Universitas Mercu Buana Jakarta*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.