

Kepribadian dan Kewirausahaan: Studi *Big Five Personality* pada Mahasiswa Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Entrepreneurial

Hani Sirine¹, Hasri Nur Wicaksono²

Staf Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana¹

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Kristen Satya Wacana²

*Email Korespodensi: hani.sirine@uksw.edu

Diterima: 01-04-2025 | Disetujui: 02-04-2025 | Diterbitkan: 03-04-2025

ABSTRACT

This study aims to analyze how each dimension of the Big Five personality traits (extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, and openness to experience) influences entrepreneurial interest among students. The research employs a quantitative approach, with data collected from students at Universitas Kristen Satya Wacana enrolled in the Entrepreneurial Personality Development course. A total of 36 respondents participated in the study. The results indicate that the Big Five personality traits influence students' entrepreneurial interest, except for neuroticism, which tends to avoid uncertainty. Students with high extraversion, conscientiousness, and openness can be further developed through training, while those with high agreeableness need to enhance their negotiation skills and decisiveness. Meanwhile, students with high neuroticism require support in stress management and risk-taking confidence.

Keywords: *Big Five Personality, Entrepreneurial Interest.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana setiap dimensi kepribadian Big Five (extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, dan openness to experience) memengaruhi minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan dari mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana yang mengikuti mata kuliah Pengembangan Kepribadian Entrepreneurial, dengan jumlah responden sebanyak 36 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi kepribadian Big Five berpengaruh terhadap minat kewirausahaan mahasiswa, kecuali neuroticism, yang cenderung menghindari ketidakpastian. Mahasiswa dengan extraversion, conscientiousness, dan openness tinggi dapat dikembangkan melalui pelatihan, sementara yang memiliki agreeableness tinggi perlu meningkatkan negosiasi dan ketegasan. Adapun mahasiswa dengan neuroticism tinggi memerlukan dukungan dalam manajemen stres dan keberanian mengambil risiko.

Kata Kunci: Big Five Personality, Minat Berwirausaha.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Sirine, H., & Nur Wicaksono, H. (2025). Kepribadian dan Kewirausahaan: Studi Big Five Personality pada Mahasiswa Mata Kuliah Pengembangan Kepribadian Entrepreneurial. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 3323-3334. <https://doi.org/10.62710/hf6sbp29>

PENDAHULUAN

Indonesia yang merupakan negara dengan populasi terbesar keempat di dunia, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), proyeksi jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan mencapai sekitar 277,7 juta jiwa. Untuk tahun 2024, jumlah penduduk Indonesia diperkirakan akan terus bertambah, dengan estimasi mencapai 279,9 juta jiwa. Angka ini dapat sedikit bervariasi tergantung pada faktor-faktor seperti tingkat kelahiran, kematian, serta migrasi penduduk. Ketidakeimbangan antara jumlah penduduk dan ketersediaan lapangan kerja dapat berimbas pada peningkatan tingkat pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Indonesia pada Agustus 2023 tercatat sebesar 5,86%. Sementara itu, pada Agustus 2022, TPT Indonesia tercatat sebesar 5,86% juga. Dengan demikian, tingkat pengangguran terbuka Indonesia pada Agustus 2023 tetap stabil dibandingkan dengan tahun sebelumnya, meskipun ada penurunan sedikit dari 5,83% (2022) menjadi 5,86% (2023). Tingkat pengangguran di kalangan lulusan perguruan tinggi Indonesia juga masih tinggi. Berdasarkan data BPS Agustus 2023, sekitar 9,97% atau lebih dari 1 juta lulusan perguruan tinggi belum memperoleh pekerjaan.

Jumlah pengusaha di Indonesia masih tergolong rendah, hanya sekitar tiga persen (Lestari, 2018). Hal ini disebabkan oleh orientasi masyarakat yang lebih fokus untuk mencari pekerjaan ketimbang menciptakan lapangan pekerjaan baru (Suharti & Sirine, 2011). Setiap tahun, Indonesia menghasilkan sekitar 300 ribu sarjana dari 2.900 perguruan tinggi negeri dan swasta, namun hanya 37% lulusan yang dapat diserap oleh dunia kerja. Angka ini diperkirakan akan terus menurun seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin mengurangi peran tenaga kerja manusia (Sangganagara, 2015). Semakin sedikitnya sarjana yang diterima di dunia kerja tentu akan berdampak pada peningkatan angka pengangguran. Oleh karena itu, kewirausahaan menjadi solusi yang efektif, karena semakin banyak wirausahawan yang muncul di Indonesia, semakin banyak pula lapangan pekerjaan yang tercipta.

Berwirausaha adalah proses untuk menciptakan hal baru dengan cara yang kreatif dan inovatif. Aktivitas ini juga menjadi dasar, strategi, dan sumber daya untuk mencari peluang yang mengarah pada kesuksesan individu. Selain itu, berwirausaha melibatkan kemampuan untuk melihat peluang usaha demi meraih keuntungan (Sembodo & Djumali, 2017). Pendidikan tinggi memiliki potensi besar untuk menanamkan sikap kewirausahaan pada mahasiswa, seperti yang diterapkan di negara-negara maju di Eropa, Amerika, dan Asia Timur, yang menyertakan materi kewirausahaan dalam kurikulumnya (Widnyana, dkk., 2018). Namun, mahasiswa cenderung berorientasi untuk mencari pekerjaan, termasuk di antara mahasiswa tingkat akhir dan lulusan perguruan tinggi. Mahasiswa menghadapi berbagai tantangan saat memulai wirausaha, seperti keterbatasan modal, kekurangan ide, ketakutan untuk mengambil risiko, dan ketidaksiapan menghadapi ketidakpastian. Oleh karena itu, mahasiswa yang hampir menyelesaikan pendidikan perlu dibimbing dan didorong agar tidak hanya menjadi pencari kerja (*job seeker*), tetapi juga dapat siap dan mampu menciptakan peluang kerja (*job creator*).

Peningkatan angka pengangguran menunjukkan pentingnya menumbuhkan minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Krueger dan Carsrud (1993) menjelaskan bahwa minat adalah prediktor terbaik untuk perilaku yang direncanakan, seperti memulai bisnis atau berwirausaha. Oleh karena itu, pendekatan yang logis untuk memahami individu yang berpotensi menjadi wirausaha dapat dilakukan melalui pemahaman terhadap minat mereka (Indarti & Rostiani, 2008). Ajzen (1991) menyatakan bahwa minat adalah indikasi sejauh mana seseorang berkeinginan dan merencanakan untuk melakukan suatu perilaku, dalam hal ini

perilaku berwirausaha. Kadiyono (2017) mendefinisikan minat berwirausaha sebagai keinginan atau niat dari individu yang didorong oleh ketertarikan dan keyakinan pada kemampuan diri untuk menjalankan kegiatan wirausaha.

Penelitian tentang minat berwirausaha sebagian besar memfokuskan pada tiga karakteristik utama, yaitu kepribadian, faktor demografis, dan lingkungan (Indarti & Rostiani, 2008). Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan individu untuk berwirausaha berasal dari faktor internal, seperti kepribadian (Tjahjono & Ardhi, 2008). Sarinah (2017) menyatakan bahwa kepribadian individu sangat berperan dalam menentukan keberhasilan atau kegagalan dalam berwirausaha. Berbagai pendekatan digunakan untuk mempelajari kepribadian, salah satunya adalah pendekatan big five personality.

McCrae & Costa (1987) menjelaskan bahwa lima dimensi kepribadian dalam model big five personality meliputi openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan neuroticism. Di sisi lain, Chen, dkk. (2012) menyatakan bahwa model big five personality dianggap sebagai pendekatan yang paling stabil untuk mengukur kepribadian. Beberapa penelitian sebelumnya juga telah mengkaji hubungan antara big five personality dan minat berwirausaha. Salah satunya adalah penelitian oleh Sarah (2016) yang menunjukkan bahwa kelima dimensi kepribadian berpengaruh secara simultan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Harahap & Fitria (2017) yang menunjukkan bahwa tipe kepribadian memiliki pengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa secara simultan. Kedua penelitian tersebut menggunakan metode penelitian korelasional untuk menguji pengaruh big five personality terhadap intensi berwirausaha.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi big five personality (Extraversion, Agreeableness, Conscientiousness, Neuroticism, Openness to Experience) terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa. Pengetahuan mengenai hubungan kepribadian dengan minat berwirausaha bisa membantu merancang program kewirausahaan yang sesuai dengan karakteristik mahasiswa. Program pelatihan atau workshop bisa disesuaikan agar lebih menarik dan relevan bagi kelompok mahasiswa dengan kepribadian tertentu, sehingga dapat meningkatkan efektivitas program.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Kewirausahaan

Menurut Kurniasih, dkk. (2013), kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi peluang bisnis serta mengoptimalkan sumber daya yang ada dengan mengambil risiko untuk meraih kesuksesan dalam bisnis. Seorang wirausahawan memiliki rasa percaya diri, kemandirian, dan optimisme yang tinggi. Mereka juga menunjukkan ketekunan, kemampuan untuk meraih prestasi, siap menghadapi risiko, serta memiliki tingkat inovasi dan kreativitas yang tinggi, serta fleksibilitas dalam menghadapi tantangan. Chen dan Jing (2012) menyatakan bahwa dalam proses berwirausaha, individu yang dapat melakukan lebih banyak kegiatan yang mendukung kewirausahaan cenderung lebih berhasil. Individu yang berani menghadapi risiko akan lebih mampu menciptakan usaha sendiri dibandingkan mereka yang menghindari risiko.

Beberapa manfaat dari berwirausaha antara lain kebebasan finansial, kebebasan waktu, kemampuan untuk menciptakan lapangan pekerjaan, kemandirian individu, dan kesempatan yang lebih luas. Suatu negara dikatakan maju jika proporsi pengusahanya mencapai 14% dari total jumlah penduduk

(Kuwado, 2018). Berwirausaha bisa menjadi solusi untuk mengatasi pengangguran di kalangan lulusan universitas, dengan mendorong mahasiswa untuk memilih karir sebagai pengusaha. Beberapa kendala yang sering dihadapi mahasiswa ketika mencoba memulai usaha adalah kekurangan modal, kurangnya ide, rasa takut mengambil risiko, dan ketidakmampuan menghadapi ketidakpastian (Fahmi, 2017). Untuk mempersiapkan mahasiswa terjun ke dunia wirausaha, perlu ditumbuhkan intensi untuk berwirausaha. Membangun niat berwirausaha di kalangan mahasiswa dapat menjadi langkah pertama yang penting dalam memulai karir sebagai pengusaha (Nurhidayati & Utari, 2018).

Planned Behavior Theory

Teori Perilaku Terencana (*Planned Behavior Theory*) adalah pengembangan dari *Reasoned Action Theory* yang dibuat oleh Fishbein, yang bertujuan untuk mengatasi kekurangan pada teori sebelumnya, terutama dalam menjelaskan individu yang memiliki kontrol kehendak yang tidak sepenuhnya lengkap (Fishbein & Ajzen, 1975). Ajzen (1991) berpendapat bahwa teori Reasoned Action tidak dapat menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya dapat dikendalikan oleh individu, karena juga dipengaruhi oleh faktor lain yang dianggap sebagai peluang yang dibutuhkan agar perilaku tersebut dapat terwujud.

Teori Perilaku Terencana menambahkan satu faktor penentu dari intensi, yaitu *perceived behavioral control* (kontrol perilaku yang dirasakan). Sementara faktor lainnya tetap sama seperti pada *Reasoned Action Theory*, yaitu sikap dan norma subjektif. Teori ini memiliki tiga konsep determinan yang mempengaruhi terjadinya intensi. Pertama, *attitude toward behavior*, yang mengacu pada penilaian atau evaluasi terhadap perilaku apakah itu baik atau buruk. Kedua, *norma subjektif*, yang berkaitan dengan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Ketiga, *perceived behavioral control*, yang mengacu pada persepsi individu mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut, yang diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu dan antisipasi terhadap hambatan yang mungkin terjadi (Fishbein & Ajzen, 1975). Berdasarkan ketiga faktor tersebut — *attitude toward behavior*, norma subjektif, dan *perceived behavioral control* — akan terbentuk intensi atau niat untuk berperilaku.

Minat Berwirausaha

Intensi memiliki peran yang sangat penting bagi mahasiswa dalam mengarahkan tindakan mereka, yaitu menghubungkan antara keyakinan dan harapan yang dimiliki dalam pengambilan keputusan (Nurhayati & Utari, 2018). Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), intensi adalah posisi individu dalam dimensi probabilitas subjektif yang menghubungkan antara dirinya dengan berbagai tindakan. Intensi menggambarkan keyakinan dan keinginan individu untuk berusaha melakukan suatu tindakan tertentu. Ini juga merujuk pada perkiraan seseorang mengenai seberapa besar kemungkinan tindakan tersebut akan dilakukan, menjelaskan bagaimana proses pembentukan intensi akhirnya menjadi perilaku.

Intensi berwirausaha juga bisa menjadi pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa yang berpotensi menjadi wirausahawan. Individu yang memiliki intensi untuk memulai usaha cenderung lebih siap dan berkembang lebih baik dalam menjalankan usaha dibandingkan mereka yang tidak memiliki intensi tersebut. Intensi berwirausaha dapat dikembangkan untuk memahami persepsi sosial dan keterampilan yang diperlukan untuk menunjukkan perilaku wirausaha. Intensi memiliki peran khusus dalam mengarahkan tindakan, menghubungkan pertimbangan yang diyakini dan diinginkan individu

dengan tindakan tertentu. Intensi berkaitan dengan seberapa besar usaha individu dalam merencanakan dan memahami perilaku yang akan dilakukan.

Big Five Personality Theory

Feist dan Feist (2010) menjelaskan bahwa kepribadian adalah pola sifat dan karakteristik yang relatif tetap, baik dari segi konsistensi maupun individualitas, yang mempengaruhi perilaku seseorang. Kepribadian adalah ciri khas yang mencakup perasaan, pikiran, dan tindakan seseorang yang cenderung tetap. Kepribadian bersifat tetap, artinya jika seseorang dihadapkan pada situasi yang serupa, ia akan menunjukkan sikap yang sama meskipun berada di tempat yang berbeda.

Kepribadian mencerminkan perbedaan antar individu dalam hal kecenderungan berperilaku, berpikir, atau merasa secara konsisten, bahkan dalam berbagai situasi yang relevan sepanjang waktu (Ashton, 2013). Kepribadian dapat menjadi faktor yang mempengaruhi tindakan seseorang. Hall dan Lindzey (1993) menyatakan bahwa kepribadian menggambarkan aspek unik dari perilaku individu, yang membedakan satu individu dengan yang lainnya. Definisi ini menunjukkan bahwa kepribadian adalah bagian dari individu yang paling mencerminkan atau mewakili dirinya.

Kepribadian *Big Five* adalah pendekatan dalam psikologi kepribadian yang membagi sifat kepribadian menjadi lima dimensi, yaitu: *extraversion*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness to experience* (Joyce, 2010). Feist dan Feist (2011) menyatakan bahwa *Big Five* adalah salah satu pendekatan kepribadian yang dapat memprediksi dan menjelaskan perilaku. Kepribadian adalah pola pikir, perasaan, dan tindakan atau seperangkat sifat psikologis dalam diri individu yang memiliki karakteristik unik dan relatif menetap, yang mempengaruhi interaksi individu dengan orang lain dan lingkungan.

Menurut McCrae dan Costa (1987), kepribadian Big Five dibagi ke dalam lima dimensi sebagai berikut: 1). *Extraversion* - Dimensi ini mencerminkan kemampuan individu untuk bersosialisasi dengan orang lain. Individu dengan skor tinggi pada dimensi ini cenderung ramah, asertif, energik, petualang, antusias, dan mudah bergaul; 2). *Agreeableness* - Dimensi ini menggambarkan kemampuan individu dalam berinteraksi secara interpersonal. Individu dengan skor tinggi pada dimensi ini dikenal sebagai orang yang dapat dipercaya, jujur, suka membantu, patuh, sopan, dan memiliki sifat simpatik; 3). *Conscientiousness* - Dimensi ini menunjukkan sejauh mana individu dapat berperan secara efisien dalam suatu organisasi. Individu yang memiliki skor tinggi pada dimensi ini cenderung efisien, teratur, teliti, berorientasi pada pencapaian, disiplin, dan berpikir secara matang; 4). *Neuroticism* - Dimensi ini menggambarkan tingkat penyesuaian dan kestabilan emosional individu. Individu dengan skor tinggi pada neuroticism cenderung mudah cemas, cepat marah, depresi, pemalu, dan mengalami perubahan suasana hati yang cepat, serta kurang percaya diri; 5). *Openness to Experience* - Dimensi ini menggambarkan individu yang tertarik untuk mencari pengalaman baru dan mengeksplorasi ide-ide baru. Individu dengan skor tinggi pada dimensi ini biasanya penuh ide, imajinatif, memiliki ketertarikan pada seni, selalu mencari pengalaman baru, dan tidak terikat pada konvensi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian. Data diperoleh dari mahasiswa yang tengah menjalani studi di Universitas Kristen Satya Wacana yang mengambil mata kuliah Pengembangan Kepribadian *Entrepreneurial*. Total responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 36 orang. Pengumpulan data dilakukan antara tanggal 23 Januari 2025 melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form secara online, yang dibagikan melalui media sosial seperti WhatsApp untuk menjangkau lebih banyak responden. Kuesioner tersebut terdiri dari 32 pertanyaan, di mana 6 di antaranya berkaitan dengan identitas responden, dan 26 pertanyaan lainnya berfokus pada pernyataan terkait variabel yang akan diuji. Skala yang digunakan adalah skala Likert dengan 5 tingkatan, mulai dari nilai 1 yang berarti sangat tidak setuju hingga nilai 5 yang berarti sangat setuju. Nilai lainnya, yaitu 2, 3, dan 4, masing-masing berarti tidak setuju, ragu-ragu, dan setuju. Dalam penelitian ini, variabel yang diuji adalah *Big Five Personality* yang berfungsi sebagai variabel bebas (X), dan minat berwirausaha sebagai variabel terikat (Y). Variabel bebas dibagi menjadi beberapa sub-variabel: X1 untuk *extraversion*, X2 untuk *agreeableness*, X3 untuk *conscientiousness*, X4 untuk *neuroticism*, dan X5 untuk *openness to experience*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai data dari variabel yang diperoleh dari responden penelitian. Berikut tabel kategorisasi yang bertujuan menempatkan subjek ke dalam setiap kelompok yang posisinya berjenjang menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2012).

Tabel 1. Distribusi Responden pada Variabel Dimensi Kepribadian *Big Five* dan Minat Kewirausahaan

Variabel	Rentang Nilai	Kategori	Jumlah	Persentase
<i>Extraversion</i>	$9 \leq x \leq 12$	Rendah	10	27,8 %
	$13 \leq x \leq 16$	Sedang	11	30,6 %
	$17 \leq x \leq 20$	Tinggi	15	41,7 %
	Total		36	100 %
<i>Agreeableness</i>	$6 \leq x \leq 10$	Rendah	1	2,8 %
	$11 \leq x \leq 15$	Sedang	21	58,3 %
	$16 \leq x \leq 20$	Tinggi	14	38,9 %
	Total		36	100 %
<i>Conscientiousness</i>	$9 \leq x \leq 12$	Rendah	8	22,2 %
	$13 \leq x \leq 16$	Sedang	17	47,2 %
	$17 \leq x \leq 20$	Tinggi	11	30,6 %
	Total		36	100 %
<i>Neuroticism</i>	$5 \leq x \leq 10$	Rendah	10	27,8 %
	$11 \leq x \leq 15$	Sedang	17	47,2 %

	$16 \leq x \leq 20$	Tinggi	9	25 %
	Total		36	100 %
<i>Openness</i>	$11 \leq x \leq 13$	Rendah	10	27,8 %
	$14 \leq x \leq 17$	Sedang	21	58,3 %
	$18 \leq x \leq 20$	Tinggi	5	13,9 %
	Total		36	100 %
Minat Kewirausahaan	$13 \leq x \leq 18$	Rendah	6	16,7 %
	$19 \leq x \leq 24$	Sedang	18	50 %
	$25 \leq x \leq 30$	Tinggi	12	33,3 %
	Total		36	100 %

Hasil analisis data menunjukkan bahwa semua dimensi kepribadian Big Five memiliki pengaruh terhadap minat kewirausahaan, kecuali Neuroticism, yang tidak signifikan karena p-value melebihi 0,05.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Sederhana

Model	R	RSquare	t	p
Constant	-	-	3.892	.000
<i>Extraversion</i>	.379	.144	2.391	.023
<i>Agreeableness</i>	.461	.212	3.026	.005
<i>Conscientiousness</i>	.546	.299	3.805	.001
<i>Neuroticism</i>	.051	.003	-.299	.767
<i>Openness</i>	.487	.237	3.249	.003

Neuroticism mengacu pada kecenderungan seseorang mengalami kecemasan, stres, ketidakpastian, dan ketidakstabilan emosional. *Neuroticism* tidak berpengaruh terhadap minat kewirausahaan mahasiswa karena sifat-sifat yang dimilikinya bertolak belakang dengan karakteristik yang diperlukan dalam dunia bisnis, seperti keberanian menghadapi risiko, kepercayaan diri, dan kemampuan mengelola stres. Mahasiswa dengan *neuroticism* tinggi cenderung menghindari risiko dan takut menghadapi kegagalan, sehingga kurang tertarik untuk berwirausaha. Sebaliknya, mahasiswa dengan *neuroticism* rendah (emosi yang stabil) lebih tahan terhadap stres, lebih optimis, dan lebih mampu menghadapi risiko, sehingga lebih tertarik untuk menjalankan bisnis.

Tabel 3. Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	15.149	.000

Berdasarkan tabel uji F ditunjukkan nilai $p = .000$ yang berarti bahwa dimensi kepribadian *big five* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat kewirausahaan pada mahasiswa yang menjalani studi di Universitas Kristen Satya Wacana. Selanjutnya, berdasarkan dari nilai koefisien determinan (*R-Square*) sebesar 0,144 pada dimensi *extraversion* yang mengandung pengertian bahwa pengaruh *extraversion* terhadap minat kewirausahaan sebesar 14,4%, dimensi *agreeableness* sebesar 0,212 mengandung pengertian bahwa pengaruh *agreeableness* sebesar 21,2%, dimensi *conscientiousness* sebesar 0,299 bermakna bahwa pengaruh *conscientiousness* terhadap minat berwirausaha sebesar 29,9%, dimensi *neuroticism* sebesar 0,003 mengandung pengertian bahwa pengaruh *neuroticism* terhadap minat kewirausahaan sebesar 0,3%, dan dimensi *openness* sebesar 0,237 mengandung pengertian bahwa pengaruh *openness* terhadap minat kewirausahaan sebesar 23,7% pada mahasiswa yang menjalani studi di Universitas Kristen Satya Wacana. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang tidak ada dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh dimensi kepribadian *big five* terhadap minat kewirausahaan. Dari hasil analisis penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh positif pada dimensi *extraversion* terhadap minat kewirausahaan. Hal ini telah menjawab dari tujuan penelitian dimana untuk mengetahui adanya pengaruh dari masing-masing dimensi *big five personality* terhadap minat kewirausahaan. Seperti halnya pada dimensi *extraversion* terhadap minat kewirausahaan, terlebih didukung oleh penelitian Antoncic et al (2015), yang menyatakan bahwa orang-orang yang memiliki skor rendah pada *extraversion* mungkin sangat kecil kemungkinannya untuk menjadi seorang wirausaha dibandingkan dengan orang yang memiliki skor tinggi pada *extraversion*. Hal ini sesuai dengan teori Goldberg dalam Soto & John (2009) bahwa individu dengan kepribadian *extrovert* cenderung lebih sosial dan dapat menjalin hubungan yang akan sangat penting untuk keberlangsungan hidup dan pertumbuhan bisnis.

Dimensi *Big Five* yang memiliki pengaruh terhadap minat kewirausahaan selanjutnya yaitu *agreeableness* di mana kepribadian ini dicirikan sebagai orang yang percaya, altruistik, kooperatif, dan sederhana (Zhao et al., 2010). Seseorang dengan kemampuan kepribadian tersebut dapat menjadi modal awal untuk berwirausaha, terutama dalam hal membangun jaringan, memahami pelanggan, dan menciptakan bisnis yang beretika. Namun, terlalu tinggi dalam dimensi ini juga bisa menjadi hambatan jika tidak diimbangi dengan keberanian dalam menghadapi kompetisi dan mengambil keputusan bisnis yang strategis.

Dimensi *conscientiousness* berpengaruh terhadap pola pikir kewirausahaan. Hal ini didukung oleh Goldberg dalam John & Soto (2007) yang menyatakan karakteristik positif yang dimiliki individu pada dimensi ini adalah disiplin, pekerja keras serta memiliki tujuan. Selain itu, individu ini memiliki integritas dalam mengejar peluang, mengambil peluang yang terbaik, *action oriented*, serta berpikir sederhana (McGrath & MacMillan, 2000). Individu dengan karakteristik pola pikir kewirausahaan ini memiliki integritas dan disiplin yang tinggi terhadap apa yang sedang dikerjakan.

Pada dimensi *neuroticism* tidak berpengaruh terhadap minat kewirausahaan, hal ini karena individu dengan tingkat *Neuroticism* yang tinggi biasanya kurang nyaman dengan situasi yang penuh ketidakpastian, sehingga mereka cenderung menghindari dunia kewirausahaan. Dimensi *neuroticism* memiliki karakteristik yang mencakup perasaan-perasaan negatif, seperti kecemasan, kesedihan, mudah marah, dan tegang (Goldberg dalam Soto & John, 2009). Hasil penelitian ini diperkuat dengan yang ditemukan oleh Hachana, Berraies, & Ftiti (2018) yang menyatakan bahwa seseorang dengan skor rendah pada *neuroticism* akan mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang berubah dengan cepat.

Dimensi *openness to experience* cukup berpengaruh meskipun tidak banyak terhadap minat kewirausahaan. Hal ini penelitian ini diperkuat dengan penemuan oleh Antoncic et al (2015) dimana terdapat hubungan positif antara dimensi *openness to experience* dengan minat kewirausahaan. Orang-orang dengan kepribadian *openness* dapat digambarkan sebagai orang yang kreatif, imajinatif, filosofis, intelektual, dan mungkin cenderung memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk menjadi pengusaha daripada orang lain (Goldberg dalam John & Soto, 2007).

The Big Five Personality Theory memiliki keterkaitan yang kuat dengan minat kewirausahaan mahasiswa, di mana kepribadian yang lebih terbuka, percaya diri, disiplin, dan stabil secara emosional lebih cenderung tertarik untuk terjun ke dunia bisnis. Meskipun demikian masih ada faktor lain yang mempengaruhi minat kewirausahaan mahasiswa yang belum dikaji dalam penelitian ini. Hasil kajian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan pada penelitian selanjutnya agar dapat dikembangkan lebih lanjut dalam rangka pengembangan penelitian terkait kewirausahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian disimpulkan bahwa dimensi kepribadian *big five* berpengaruh secara simultan terhadap minat kewirausahaan pada mahasiswa. Hal ini berarti bahwa dimensi kepribadian merupakan salah satu yang perlu menjadi perhatian bagi mahasiswa dalam menentukan minat kewirausahaan pada bidang yang hendak ditekuninya. Secara parsial hanya dimensi *neuroticism* yang tidak berpengaruh terhadap minat kewirausahaan mahasiswa. Individu dengan tingkat *Neuroticism* yang tinggi biasanya kurang nyaman dengan situasi yang penuh ketidakpastian, sehingga mereka cenderung menghindari dunia kewirausahaan. Sifat ini bertentangan dengan karakteristik wirausahawan yang umumnya percaya diri dalam mengambil keputusan dan menghadapi tantangan.

Mahasiswa dengan *extraversion*, *conscientiousness*, dan *openness* tinggi dapat diarahkan melalui pelatihan dan bimbingan bisnis untuk mengembangkan keterampilan kewirausahaan. Sementara itu, mahasiswa dengan *agreeableness* tinggi perlu meningkatkan negosiasi dan ketegasan dalam pengambilan keputusan. Adapun mahasiswa dengan *neuroticism* tinggi, perlu mendapat dukungan dalam manajemen stres, keberanian mengambil risiko, dan penguatan mindset kewirausahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antoncic, B., Kregar, T. B., Singh, G., & Denoble, A. F. (2015). The big five personality-entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12089>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Asthan, M. C. (2013). *Individual Differences and Personality*. New York: Elsevier.

- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas* (Empat ed). Yogyakarta, Indonesia: Pustaka Belajar.
- Chen, S., C., Jing, L., L., Sung, M., H. (2012). University students' personality *traits* and entrepreneurial intention: using entrepreneurship and entrepreneurial attitude as mediating variable. *IJER*. 3(3), 76-82.
- Hachana, R., Berraies, S., & Ftiti, Z. (2018). Identifying personality traits associated with entrepreneurial success: does gender matter? *Journal of Innovation Economics & Management*, (3), 169. <https://doi.org/10.3917/jie.027.0169>.
- Harahap, R., Fitria, S.E. (2017). Pengaruh tipe kepribadian terhadap intensi berwirausaha mahasiswa (studi pada mahasiswa program studi manajemen bisnis telekomunikasi dan informatika universitas telkom tahun 2017). *E-proceeding of management*, 4(1), 163-168.
- Hall, C. S., & Lindzey, G. (1993). *Teori-Teori Psikodinamik (Klinis)* (3rd ed.). (A. Supratiknya, Penyunt., & Yustinus, Penerj.) Yogyakarta: Kanisius.
- Indarti, N., & Rostiani, R. (2008). Intensi Kewirausahaan Mahasiswa : Studi Perbandingan Antara Indonesia, Jepang dan Norwegia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 23(4), 369-384.
- Joyce. (2010). The influence of personality *traits* and demographic factorr on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95, 259-282.
- Kadiyono, A. L. (2017). Pengaruh Emotional Capital Terhadap Intensi Berwirausaha pada Siswa. *Sosiohumaniora*, 19(2), 167-176.
- Krueger, N.F., Alan L. Carsrud. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315-330.
- Kurniasih, A., Lestari, S. D., & Herminingsih, A. (2013). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kuliah Kewirausahaan dan Pengaruhnya Terhadap Sikap dan Intensi Berwirausaha. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 2(2), 129-146.
- Kuwado, F. J. (2018, 5 April). *Jumlah Entrepreneur di Indonesia Jauh di Bawah Negara Maju*. Dikutip 18 April 2019 dari Kompas.com: <https://nasional.kompas.com/2018/04/05/17261391/jumlah-entrepreneur-di-indonesia-jauh-di-bawah-negara-maju-ini-kata-jokowi>.
- Fahmi, I., Adil, Fajar., & Sumarwan, U. (2017). Pengaruh faktor sikap, norma subjektif, demografi, sosioekonomi serta literasi keuangan syariah dan konvensional terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa. *Jurnal Al-Muzara'ah*. 5(1).1-20
- Feist, J., & Feist, G. J. (2010). *Teori Kepribadian: Theory of personality*. Jakarta: McGraw Hill.
- Feist, J., & Feist, G. J. (2011). *Teori Kepribadian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Lestari, Daurina (2018, 1 November). *Wirausaha Indonesia Masih Tergolong Sedikit Untuk Jadi Negara Maju*. Dikutip 18 April 2019 dari Viva.co.id : <https://www.viva.co.id/bisnis/1089839-wirausaha-indonesia-masih-tergolong-sedikit-untuk-jadi-negara-maju>.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1987). Validation of the five-factor model of personality across instrument and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81-90.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. C. (2000). The entrepreneurial mindset: Strategies for continuously creating opportunity in an age of uncertainty. In *The entrepreneurial mindset*. Boston: Harvard Business School Press. <https://doi.org/10.2307/259188>.
- Nurhidayati & Utari, D. T. (2018). Model intensi kewirausahaan dengan pertimbangan pasar kerja, dukungan sosial dan self-efficacy terhadap pengambilan keputusan karir. *Ekobis*. 19(2). 111-120.
- Sangganagara, H. (2015, 10 April). *Memacu Gerakan Wirausaha*. Dikutip 16 april 2019 dari investor daily: <https://id.beritasatu.com/home/memacu-gerakan-wirausaha/112950>.

- Sarah, S. (2016). Pengaruh Kepribadian Lima Besar dan Norma Subyektif terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa STMIK "AMIKABANDUNG". *JURNAL INDONESIA MEMBANGUN*, 15(3), 77-97.
- Sarinah. (2017). Minat Berwirausaha Ditinjau dari Kepribadian Extraversion pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dharmawangsa Medan. *Jurnal Diversita*, 3(1), 32-29.
- Sembodo, H., Djumali, Burhanudin. (2017). Pengaruh pembelajaran, pemberdayaan faktor internal dan eksternal terhadap minat berwirausaha mahasiswa UNIBA Surakarta Angkatan 2014. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. 17(1), 93-100.
- Soto, C. J., & John, O. P. (2009). Ten Facets Scale for The Big Five Inventory: Convergence with NEO PI-R. *Journal of Research in Personality* , 84-90.
- Suharti, L., Sirine, H. (2011). Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat kewirausahaan (*entrepreneurial intention*). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13, 124-134.
- Tjahjono, H. K., & Ardi, H. (2008). Kajian Niat Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Untuk Menjadi Wirausaha. *Utilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 46-63.
- Widnyana, I. W., Widyawati, S. R., & Warmana, G. O. (2018). Pengaruh Pemberian Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pelatihan Wirausaha Terhadap Minat Wirausaha Ekonomi Kreatif pada Mahasiswa UNMAS Denpasar. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 171-177.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. (2010). The Relationship of Personality to Entrepreneurial Intentions and Performance : A Meta-Analytic Review. *Journal of Management*, 36(2), 381-404.