

## **Analisis Faktor Kesuksesan Berwirausaha pada Usaha Mikro dan Kecil di Kota Makassar**

**Indra Diputra**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara  
*indra.diputra@gmail.com*

**Muhammad Amir**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara  
*muh.amir934934@gmail.com*

**Annisa Suci Ramadhina**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara  
*anisascy16@gmail.com*

**Aswar Abdina Kasman**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Dharma Nusantara  
*abdinaaswar@gmail.com*

### **Abstract**

*This study aims to examine the effect of Personality Traits Dimensions, consisting of five variables: Openness, Emotional Stability, Conscientiousness, Agreeableness, Extraversion, on entrepreneurial success. The researcher developed a structural model to test 5 hypotheses within the model. The data were analyzed multivariately using Structural Equation Modeling (SEM) with confirmatory factor analysis. The sample for this study included micro and small enterprises (MSEs) in Makassar city, totaling 342 MSEs. The results show that the ability of the five independent variables within the personality dimensions to influence entrepreneurial success is 17.7%, while the remaining percentage is influenced by other unexamined variables. The Openness variable is the only construct that significantly influences Entrepreneurial Success, while the other four constructs in the independent variables (Emotional Stability, Conscientiousness, Agreeableness, Extraversion) do not show significant effects on Entrepreneurial Success. The researcher found that openness (Openness) to everything faced and anticipated by MSE entrepreneurs, with indicators such as intellect and imagination, is proven to be a key to their success in running a business.*

*Keywords: Personality Traits, Entrepreneurial Success.*

### **A. PENDAHULUAN**

Wirausaha adalah salah satu indikator pembangunan ekonomi, sehingga besarnya kontribusi wirausahawan terhadap pertumbuhan ekonomi di suatu negara adalah tidak terbantahkan. Namun demikian telah menjadi pengetahuan umum pula, bahwa besarnya peran dari profesi ini berbanding lurus dengan risiko yang melekat kepadanya, dan tidak semua orang mampu beradaptasi dan bertoleransi dengan risiko yang melekat pada profesi ini. Siapakah kalangan yang mau dan mampu

untuk menekuni profesi ini? Ini adalah pertanyaan yang sekian lama coba dijawab oleh para akademisi.

Terdapat fakta empiris, bahwa pelaku UMKM yang sukses muncul dari berbagai kalangan yang beragam, baik dari pendidikan dan tingkat pendidikan, gender, perekonomian, etnis, suku, dan demografi. Fenomena di atas pada akhirnya, dianggap sebagai fenomena sosial yang penting, dan menjadi objek investigasi keilmuan berbagai bidang yang tumbuh pesat, sebut saja antropologi, geografi, psikologi, ekonomi, bisnis dan sosiologi (Barral et al., 2018; Jufri & Wirawan, 2018; Shakeel et al., 2020).

Salah satu pertanyaan yang ingin dijawab dari kolaborasi lintas ilmu dalam penelitian kewirausahaan adalah apakah faktor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan berwirausaha? Para akademisi dan penulis (peneliti) mencoba menggali aspek terdalam dari manusia yaitu kepribadian, yang merupakan sistem diri dalam individu tentang cara pandang individu terhadap dirinya dan lingkungannya, yang kemudian akan mempengaruhi sikap, perilaku dan tingkah laku sehari-hari. Dalam konteks ini adalah cara pandang mereka terhadap profesi wirausaha. Maka, mengaitkan karakter kepribadian dengan keyakinan diri individu untuk menjalankan usaha sangat layak untuk dikaji.

Individu menjadi titik fokus pada titik ini, tidak lain karena yang membedakan antara UMK dan perusahaan besar adalah perbedaan pada dominasi dari pendiri atau pemilik (Rauch & Frese, 2000; Sidik, 2013). Bahkan, salah satu area penelitian kewirausahaan dengan tradisi yang kuat adalah studi tentang individu dan hubungannya dengan hal-hal yang berkaitan dengan kewirausahaan. Bagaimana individu berpikir dan bertindak wirausaha telah menjadi pertanyaan penting bagi banyak peneliti, pendidik, dan pengambil keputusan, dalam usaha mereka mendorong peningkatan kegiatan wirausaha, baik usaha independen perseorangan maupun organisasi. (Newman et al., 2019).

Mengaitkan kepribadian dengan wirausaha, khususnya keberlangsungan dan keberhasilan wirausahawan, adalah kontroversial. Bila menilik pada sejarah penelitian pada topik ini, di tahun 70-an dan 80-an, para peneliti mengabaikan faktor-faktor personalitas dalam penelitian kewirausahaan karena lemahnya teorisasi, lemahnya kualitas metodologi, dan hasil yang inkonsisten, ditambah lagi peran pendiri dan pemilik usaha akan semakin menurun seiring tumbuhnya usaha yang mereka rintis (Brandstätter, 1997).

Tantangan dari penelitian pada ranah ini adalah adanya Gap theory antara *Trait theory*, yang berpendapat bahwa perilaku sukses memiliki karakter tertentu yang melekat, yang merupakan karakter “bawaan”. Berbanding terbalik dengan *Behaviourism theory* yang berpendapat bahwa Perilaku sukses adalah hasil pembelajaran yang tepat dan melalui interaksi yang panjang dengan

lingkungan. Disamping itu terdapat pula penelitian terdahulu yang saling berlawanan. Rauch & Frese, (2007) mencatat bahwa hasil penelitian tentang pengaruh karakter kepribadian terhadap kesuksesan terpolarisasi menjadi dua, sebagian menemukan hubungan yang positif (Barrick & Mount, 1991; Boz & Ergeneli, 2014; Brandstätter, 2011; Ciavarella et al., 2004; Leutner et al., 2014; Obschonka & Stuetzer, 2017; Rauch & Frese, 2000; Schmitt-Rodermund, 2004), sebagian lagi menyimpulkan tidak terdapat hubungan (Brockhaus & Horwitz, 1986; Gartner, 1989; Low & MacMillan, 1988) dalam (Kerr et al., 2018; Zhao et al., 2010)

Terdapat masalah lain yang ditemukan oleh para peneliti ketika membahas tentang kesuksesan, karena seringkali tumpang tindih dengan performa usaha. Penelitian tentang performa dan keberhasilan wirausaha seringkali di wakili oleh indikator-indikator keuangan dan pertumbuhan tenaga kerja. Hal ini menjadi perhatian para peneliti (Angel et al., 2018; Meshram & Rawani, 2019; Razmus & Laguna, 2018; Staniewski & Awruk, 2019; Wach et al., 2016, 2020) –termasuk author-, karena dari beberapa literatur dasar tentang motivasi individu dalam menjalani profesi wirausaha, disebutkan bahwa faktor finansial hanya salah satu dari sekian banyak faktor yang mendorong individu untuk menjadi pelaku wirausaha. Terdapat faktor lain yaitu kebebasan individu dan kemanfaatan sosial yang juga merupakan motivasi individu yang sangat jarang digali dan dibahas dalam penelitian-penelitian terdahulu, khususnya bila berkaitan dengan keberhasilan kewirausahaan. (Hasan et al., 2020)

Fenomena UMKM di Provinsi Sulawesi Selatan sendiri menarik untuk diamati. Merujuk pada hasil sensus ekonomi BPS tahun 2016 terlihat bahwa bila membandingkan jumlah UMK (126.115 unit) dan jumlah tenaga kerja yang diserap (252.615 jiwa), terlihat bahwa setiap 1 unit UMK di kota makassar hanya mampu menyerap 2 tenaga kerja. Hal ini tentu saja bukan angka yang dapat dibanggakan. Atas dasar tersebut di atas, secara spesifik, peneliti berfokus untuk memetakan interaksi faktor-faktor individual yang terdiri dari dimensi-dimensi karakter kepribadian dalam mempengaruhi kesuksesan usaha mikro dan kecil di negara Indonesia, dengan mengambil sampel pelaku UMK di Kota Makassar

## **B. KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

Penelitian dengan tema faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan wirausahawan, baik faktor internal maupun eksternal, telah dilakukan semenjak lebih dari 3 dekade yang lalu hingga saat ini. Personalitas adalah salah satu faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap kesuksesan tersebut. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa personalitas dapat mendukung individu untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Secara empiris, karakter personalitas seseorang

sering kali dikaitkan dengan kecenderungan untuk menjadi wirausahawan dan pengalaman sukses seorang wirausahawan (Begley & Boyd, 1987; Brandstätter, 2011; Farrukh et al., 2017; Hachana et al., 2018; Kerr et al., 2018; Schmitt-Rodermund, 2004; Viinikainen et al., 2017).

Dengan pendekatan *Big Five Personality* yang diperkenalkan oleh Digman pada tahun 1990 dan dipopulerkan oleh McCrae dan Costa, penelitian dengan tema personalitas dalam berwirausaha semakin luas dipraktikkan. Meskipun hasil dari penelitian-penelitian tersebut masih bervariasi (Sidharta et al., 2017), namun terdapat kecenderungan untuk sepakat pola O+, C+, E+, A-, N-.

Hubungan dari dimensi teori personalitas Big-5 yang terdiri atas *extroversion, agreeableness, conscientiousness, openness to experiences dan neuroticism* terhadap kesuksesan berwirausaha adalah sebagai berikut:

#### 1. Conscientiousness

*Conscientiousness* dideskripsikan sebagai orang-orang yang teratur, terkontrol, terorganisir, ambisius, terfokus pada pencapaiannya, dan memiliki disiplin diri (Feist & Feist, 2008; Mc Crae & Costa, 2006). Individu yang tinggi dalam dimensi ini umumnya berhati-hati, dapat diandalkan, teratur, dan bertanggung jawab. Sebaliknya mereka yang rendah pada dimensi conscientiousness cenderung ceroboh, berantakan, dan tidak dapat diandalkan.

Menurut McClelland, *karakteristik* seperti berorientasi terhadap prestasi (pencapaian), ambisius, kesungguhan dan persisten adalah inti dari karakter wirausahawan (Chen et al., 1998; Farrukh et al., 2017; Zhao et al., 2010). Berdasarkan proposisi tersebut – yang menarik individu untuk berperilaku yang sesuai dengan personalitas dan minat mereka – maka diharapkan bahwa *conscientious* akan berkaitan dengan kewirausahaan. Berdasarkan penelitian tentang hubungan antara personalitas terhadap minat berwirausaha dan performa berwirausaha, ditemukan bahwa conscientiousness adalah salah satu konstruk personalitas yang berasosiasi secara kuat dan konsisten terhadap kesuksesan.

### **H1 : Diduga *Conscientiousness* berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha**

#### 2. *Openness to experiences*

*Openness* adalah karakter personalitas yang menggambarkan seseorang yang memiliki rasa keingintahuan, imajinatif, dan kreatif. Mereka adalah orang-orang yang mencari ide-ide baru, dan nilai-nilai alternatif, dan standar-standar yang estetis (Zhao et al., 2010). Orang-orang yang tinggi keterbukaannya biasanya kreatif, imajinatif, penuh rasa penasaran, terbuka dan lebih memilih variasi. Sebaliknya, mereka yang rendah keterbukaannya terhadap pengalaman biasanya konvensional, rendah hati, konservatif dan tidak terlalu penasaran terhadap sesuatu (Feist & Feist, 2008).

Salah satu karakteristik dari kewirausahaan adalah kreatifitas dan tendensi untuk inovasi perubahan, yang dalam ucapan terkenal Schumpeter “creative destruction”. Pekerja mandiri adalah pekerjaan non-tradisional yang cenderung menarik bagi seseorang yang berkeinginan untuk bereksperimen dengan gaya hidup yang tidak konvensional.

## **H2 : Diduga *Openness* berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha**

### *3. Emotional Stability*

Individu yang memiliki kestabilan emosional yang rendah agaknya buruk bila dikaitkan dengan aktivitas berwirausaha. (Barrick & Mount, 1991). Meta-analisis mengindikasikan bahwa kestabilan emosional secara positif dan konsisten berkaitan dengan performa kerja lintas pekerjaan (Zhao et al., 2010). Pekerjaan sebagai wirausahawan sangat mungkin lebih penuh tantangan dan penuh tekanan dibanding dengan pekerjaan tradisional lainnya seperti pegawai. Hal ini dikarenakan mengawali dan mengoperasikan usaha mandiri seringkali melibatkan tantangan baru dan tidak terantisipasi, hasil yang tidak pasti, serta resiko pribadi yang tinggi. Tingginya rasa kekhawatiran, depresi, dan suasana hati yang negatif seperti kemarahan, permusuhan, depresi agaknya mempengaruhi secara negatif kemampuan seseorang dalam mengambil keputusan, berkegiatan, menghadapi rintangan dan kritik, efektifitas memimpin, dan mempengaruhi pihak lain.

Wirausahawan yang memiliki stabilitas emosional yang tinggi – yang berarti neuroticism yang rendah – memungkinkan mereka untuk mengatasi masalah dan tekanan yang tinggi melalui pemikiran yang positif dan tindakan langsung (Mc Crae & Costa, 2006). Mereka berperilaku dengan tenang, dan bertindak dengan percaya diri, serta fokus pada tugas yang harus mereka kerjakan meskipun dalam tekanan, sehingga mereka lebih baik dalam melaksanakan peran sebagai wirausahawan.

## **H3 : Diduga *Emotional Stability* berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha**

### *4. Extraversion*

Atribut extraversion mengindikasikan karakter individu yang dominan, enerjik, aktif, komunikatif dan memiliki antusiasme yang tinggi (Mc Crae & Costa, 2006). Beberapa peneliti berhipotesis bahwa atribut extraversion sangat penting bagi seorang wirausahawan dibanding dengan seorang manajer mengingat bahwa seorang wirausahawan melakukan tugas sebagai seorang penjual gagasan bagi investor, rekanan, karyawan, dan pelanggan. Banyak dari tugas-tugas yang berkaitan dengan kewirausahaan melibatkan interaksi sosial, mencakup komunikasi visi dan antusiasme, membangun jaringan dengan pihak pendukung dan unsur dari luar, membangun jaringan antar karyawan dan rekanan, dan menegosiasikan perjanjian-perjanjian dengan pemasok dan pelanggan

(Zhao et al., 2010). Meskipun demikian terdapat pula beberapa peneliti yang menemukan bahwa *extraversion* pada wirausahawan lebih rendah dibandingkan dengan manajer. Rasionalisasi yang dibangun adalah bahwa banyak dari pelaku usaha mikro dan kecil menjalankan usaha mereka, di kediaman mereka, untuk menjauh dan menghindari dari birokrasi yang kompleks dan luas yang menuntut keterbukaan terhadap interaksi sosial yang tak henti-hentinya (Kerr et al., 2018). Akhirnya, karena sifat yang berasosiasi dengan atribut *extraversion* sesuai dengan tugas-tugas yang berkait dengan peran sebagai wirausahawan, maka hubungan positif dengan performa dan kesuksesan berwirausaha adalah logis, meskipun ketidakterkaitannya pun memiliki alasan yang kuat pula, terlebih pada wirausahawan yang didorong oleh kebutuhan.

#### **H4 : Diduga *Extraversion* berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha**

##### **5. *Agreeableness***

Seseorang yang memiliki *agreeableness* yang tinggi disifatkan sebagai mudah percaya, mengedepankan kepentingan orang lain, kooperatif, dan rendah hati. Mereka menunjukkan simpati dan kepedulian terhadap kebutuhan orang lain dan cenderung mengalah dengan orang lain bila terjadi konflik. Seseorang yang rendah atribut *agreeableness*-nya cenderung manipulatif, egois, pencuriga, dan bengis. Beberapa peneliti melaporkan bahwa seseorang yang memiliki atribut *agreeableness* yang tinggi agaknya tertarik dengan karir di bidang sosial dan pendidikan dibandingkan dengan karir di bidang bisnis, karena pekerjaan di dua bidang tersebut seringkali melibatkan interaksi interpersonal yang memang berorientasi terhadap keuntungan konsumennya (Barrick & Mount, 1991; Zhao et al., 2010). Dibanding dengan manajer, wirausahawan memiliki skor yang rendah pada dimensi ini (Zhao et al., 2005) dan tidak memiliki korelasi dengan performa usaha (Zhao et al., 2010), bahkan beberapa peneliti mendapatkan korelasi negatif, mengingat sifat tersebut bertentangan dengan motivasi *need for autonomy* pada penciptaan bisnis (Brandstätter, 2011).

#### **H5 : Diduga *Agreeableness* berpengaruh signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha**

### **C. METODE PENELITIAN**

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Structural Equation Modelling/SEM*, yang merupakan metode yang sangat sensitif berkaitan dengan jumlah sampel bahkan bila dibandingkan dengan analisis *multivariate* lainnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner semi terbuka, dimana pilihan jawaban telah diberikan oleh peneliti, namun objek penelitian tetap diberi kesempatan untuk menjawab sesuai dengan kemauan mereka (berkaitan dengan identitas sampel). Kuesioner berkaitan dengan variabel Karakter Kepribadian dan Kesuksesan Berwirausaha hanya menyediakan pilihan jawaban untuk dipilih oleh objek penelitian.

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah pelaku usaha mikro dan kecil yang ada di Kota Makassar yang berjumlah 126.115 menurut Sensus Ekonomi 2016 BPS (Badan Pusat Statistik - Statistics Indonesia, 2019). Penentuan sample menggunakan *non-probabilistic sampling*, secara spesifik teknik *purposive sampling*, dimana spesifikasi sampel yang telah ditentukan sebagai berikut:

1. Usia pelaku UMK yang akan dijadikan sebagai sampel adalah yang lebih dari 30 tahun, hal ini bertujuan agar karakteristik personalitas pelaku usaha mikro dan kecil sudah cukup matang dan kemungkinan untuk berubah adalah kecil, merujuk kepada pendapat Costa & McCrae, (1994).
2. Pelaku UMK yang dijadikan sampel adalah yang memperkerjakan karyawan sebanyak minimal 3 orang (tidak termasuk pemilik). Penetapan jumlah ini, selain di dukung oleh pendefinisian UMK oleh instansi berwenang (Badan Pusat Statistik, 2006) juga bertujuan meminimalisir bias ketika sampel merespon instrumen yang berkaitan dengan kesuksesan berwirausaha.
3. Pelaku UMK yang dijadikan sampel adalah yang telah menekuni profesi tersebut dalam 3 tahun terakhir. Penetapan ini dilandasi oleh asumsi bahwa pelaku usaha sudah cukup nyaman dengan profesinya dan telah menyaksikan performa dari usaha yang mereka jalankan, sehingga instrumen berkaitan dengan keberhasilan berwirausaha dapat direspon dengan baik.

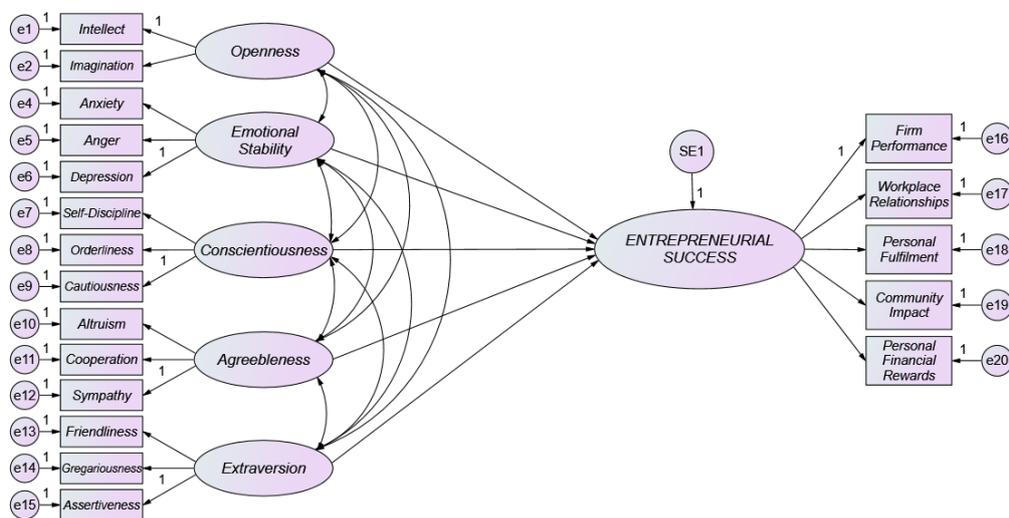
Penentuan jumlah sampel minimum mempertimbangkan kompleksitas model yang telah digariskan oleh Hair et al., (2014) sebagai berikut:(1) Pada penelitian ini terdapat 6 konstruk, (2) terdapat 1 konstruk yang hanya diukur menggunakan 2 indikator, sehingga (3) terdapat 1 konstruk yang *underidentified*. Berdasarkan seluruh pertimbangan di atas maka jumlah sampel 350 dianggap jumlah yang layak sebagai sumber data primer dalam penelitian ini, dengan demikian seluruh persyaratan dan rekomendasi dari para ahli yang tersebut di atas dapat terpenuhi.

## Variabel

1. Karakter Kepribadian (*Personality Trait/PT*), yaitu sekumpulan karakter psikologis dan mekanisme di dalam individu yang diorganisasikan, relative bertahan yang mempengaruhi interaksi dan adaptasi individu di dalam lingkungan. Karakter Kepribadian dalam penelitian ini merujuk pada *Big Five Model*, yang instrumen pengukurannya merujuk pada IPIP *Big Five Factor Marker* (IPIP- BFM) yang dikembangkan oleh (Goldberg, 1992). IPIP-BFM 50 yaitu model yang digunakan dalam ilmu psikologi untuk melihat mengukur personalitas manusia melalui *trait* yang tersusun dalam lima buah domain personalitas yang telah dibentuk dengan menggunakan analisis faktor. Lima buah domain personalitas tersebut yaitu; (a) *Openess*, (b) *Emotional stability*, (c) *Conscientiousness*, (d) *Agreeableness*, (e) *Extraversion*

Instrument Karakter Kepribadian dengan konteks negara Indonesia dikutip dari Akhtar & Azwar, (2019), yang mana Instrumen ini terpublikasi pula pada website [www.IPIP.org](http://www.IPIP.org) yang merupakan wadah kolaborasi penelitian yang menggunakan Big Five Model.

2. Kesuksesan Berwirausaha (*Entrepreneurial Success/ES*), adalah pemahaman dan penilaian individual terhadap pencapaian atas kriteria-kriteria yang dianggap penting oleh wirausahawan (Wach et al., 2020). Adapun dimensi dan instrumen *Subjective Entrepreneurial Success-Important Scale* adalah sebagai berikut (Wach et al., 2016); (a) *Firm performance/Performa Usaha*, (b) *Workplace relationships/Hubungan di Lingkungan Kerja*, (c) *Personal fulfilment/Pemenuhan Pribadi*, (d) *Community impact/Kemanfaatan Komunitas*, (e) *Personal financial rewards/Keuangan Pribadi*.



Gambar 1 Kerangka Konsep Model Penelitian I

**Uji validitas;** yaitu pengujian yang bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Standar yang digunakan dalam pengukuran validitas konvergen (convergence validity) antara tiap indikator terhadap konstruk ialah nilai koefisien jalur (Standardized Regression Weights). Beberapa ahli mengaitkan besaran *cut-off factor loading* dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian. Besaran faktor loading dari tiap-tiap indikator pada suatu konstruk akan mempengaruhi AVE, yang merupakan parameter pengukuran validitas konstruk. Dengan demikian, maka nilai rata-rata dari koefisien jalur yang dikuadratkan (Average Varian Extracted), diharapkan besar. *Rule of thumb* nilai AVE adalah  $>0,5$ , akan tetapi nilai 0,4 masih dapat diterima bila koefisien reliabilitas konstruk/komposit lebih besar dari 0,6 (Fornell & Larcker, 1981). (Hair et al., 2014) berpendapat bahwa semakin banyak sampel yang digunakan maka semakin rendah *cut-off faktor loading*.

**Uji reliabilitas;** dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dalam CB-SEM salah satu cara mengukur reliabilitas yaitu dengan Cronbach's Alpha, (Composite reliability) Cut off koefisien reliabilitas konstruk yang paling banyak diadaptasi adalah  $>0,7$  (Hair et al., 2014), akan tetapi beberapa berpendapat reliabilitas konstruk 0,6 masih dapat diterima (Bagozzi & Yi, 1988).

**Uji discriminant validity,** adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel-variabel dalam penelitian berbeda. Hal ini dilakukan karena setiap variabel yang ada dalam model seyogyanya memiliki keunikan tersendiri, sehingga masing-masing variabel dalam model dapat dibedakan dan tidak tumpang tindih. Bila nilai korelasi antar konstruk tidak lebih besar dari akar kuadrat AVE, maka variabel-variabel penelitian dapat dibedakan atau bersifat unik antara satu dengan yang lain (Fornell & Larcker, 1981). Beberapa akademisi merujuk pada angka korelasi dimana korelasi antar konstruk yang lebih kecil dari 0,8 menandakan adanya validitas discriminant antar konstruk (Kline, 2016).

**Uji Ketepatan Model (Goodness of Fit/GoF);** bertujuan untuk menguji keseluruhan model, bahkan inti dari analisis struktural equational modelling adalah indeks ketepatan model. Secara umum uji ketepatan model dibagi menjadi tiga bagian, yaitu Absolute Fit Indices, Incremental Fit Indices, dan Parsimonious Fit Indices, yang mana masing-masing bagian tersebut di atas dijelaskan pula oleh anak indikator. (Hair et al., 2014) merekomendasikan untuk menggunakan beberapa indeks ketepatan model termasuk di dalamnya adalah:

- Nilai  $\chi^2$  dan indeks yg berkaitan dengan df
- satu absolute fit index (contoh: GFI, RMSEA, or SRMR)
- satu incremental fit index (contoh: CFI or TLI)
- satu goodness-of-fit index (contoh: GFI, CFI, TLI, etc.)
- satu badness-of-fit index (contoh: RMSEA, SRMR, etc.)

**Uji signifikansi;** yaitu pengujian keberartian hubungan antara konstruk yang ada di dalam model penelitian. Pada tahap ini dilakukan pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengukuran parameter pada model. Dasar pengambilan keputusan dalam menerima dan menolak hipotesis ini, dengan tingkat signifikansi maksimal 5%, ialah dengan melihat nilai probability level pada table regression weight,

Apabila  $P > 0,05$  dan  $C.R < 1,96$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima

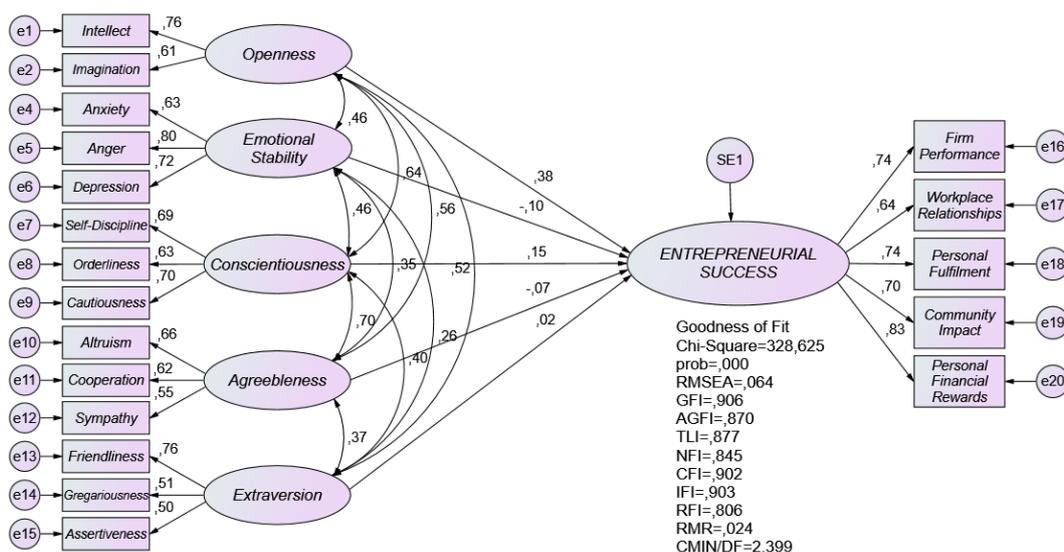
Apabila  $P < 0,05$  dan  $C.R > 1,96$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak

**R<sup>2</sup> (Koefisien determinasi);** yaitu pengujian yang bertujuan untuk mengetahui besarnya persentase variance setiap variabel endogen dalam model penelitian yang dijelaskan oleh variabel

eksogen. Koefisien jalur meliputi direct effect, indirect effect, dan total effect. Interpretasi nilai R2 yang direkomendasikan oleh Latan, (2013) adalah 25% (lemah), 45% (moderate), 65% (kuat).

#### D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini dilakukan 2 pengujian yaitu pengujian unidimensional tiap dimensi dan pengujian validitas dan reliabilitas tiap konstruk. Selanjutnya pada tahap kedua akan dilakukan *Structural Model Measurement* yang mengukur pengaruh variable independen terhadap variable dependen.



Gambar 1. Uji model

Tabel 1 Average Variant Extracted

			Factor Loading	R <sup>2</sup>	1-R2	AVE	CR
X1.1	<---	Openness	0,756	0,572	0,428	0,473	0,640
X1.2	<---	Openness	0,612	0,375	0,625		
TOTAL			1,368	0,946	1,054		
X2.1	<---	Emotional_Stability	0,626	0,392	0,608	0,521	0,763
X2.2	<---	Emotional_Stability	0,804	0,646	0,354		
X2.3	<---	Emotional_Stability	0,724	0,524	0,476		
TOTAL			2,154	1,562	1,438		
X3.1	<---	Conscientiousness	0,694	0,482	0,518	0,455	0,715
X3.2	<---	Conscientiousness	0,625	0,391	0,609		
X3.3	<---	Conscientiousness	0,703	0,494	0,506		
TOTAL			2,022	1,366	1,634		
X4.1	<---	Agreeableness	0,658	0,433	0,567	0,376	0,643
X4.2	<---	Agreeableness	0,624	0,389	0,611		
X4.3	<---	Agreeableness	0,553	0,306	0,694		
TOTAL			1,835	1,128	1,872		
X5.1	<---	Extraversion	0,756	0,572	0,428	0,360	0,619
X5.2	<---	Extraversion	0,506	0,256	0,744		
X5.3	<---	Extraversion	0,503	0,253	0,747		
TOTAL			1,765	1,081	1,919		
Y1	<---	ENTREPRENEURIAL_SUCCESS	0,742	0,551	0,449	0,540	0,854

Y2	<---	ENTREPRENEURIAL_SUCCESS	0,642	0,412	0,588
Y3	<---	ENTREPRENEURIAL_SUCCESS	0,744	0,554	0,446
Y4	<---	ENTREPRENEURIAL_SUCCESS	0,702	0,493	0,507
Y5	<---	ENTREPRENEURIAL_SUCCESS	0,832	0,692	0,308
TOTAL			3,662	2,701	2,299

Tabel 2 Uji Discriminant Validity

VARIABEL	X1	X2	X3	X4	X5	Y
X1	0,688					
X2	0,461	0,722				
X3	0,644	0,457	0,675			
X4	0,563	0,355	0,696	0,613		
X5	0,525	0,263	0,404	0,374	0,600	
Y	0,404	0,128	0,308	0,326	0,221	0,735
	= $\sqrt{\text{AVE}}$					
	= $r_{xy}$					

Pada matriks di atas (tabel 2) terlihat bahwa keenam akar kuadrat AVE tiap konstruk jauh lebih besar dari pada korelasi antar konstruk, kecuali korelasi antara variabel Conscientiousness (X3) dan Agreeableness (X4) yang nilainya lebih tinggi dari akar kuadrat AVE X4, dimana  $0,696 > 0,675$ . Secara teori kedua variabel ini sangat dapat dibedakan antara satu dengan yang lain, oleh karenanya, peneliti mengabaikan kasus ini, guna kepentingan penelitian. Terdapat pula alasan metodologis yang beranggapan bahwa korelasi antar konstruk yang lebih kecil dari 0,8 (Kline, 2015) menandakan adanya validitas discriminant antar konstruk. Maka, peneliti menyimpulkan bahwa masing-masing variabel pada model penelitian adalah unik dan dapat dibedakan.

Tabel 3 Uji Ketepatan (*Goodness of Fit*) Model I

INDEX	CUT-OFF	HASIL	KETERANGAN
<b>Absolute Fit Indices</b>			
1. CMIN/DF	< 3,00	2,399	Fit
2. GFI	>0,9	0,906	Fit
3. RMSEA	<0,08	0,064	Fit
4. RMR	<0,08	0,024	Fit
5. CAIC	< CAIC saturated dan independent model	690,870 < 1298,614	Fit
6. BIC	< BIC saturated dan independent model	637,870 < 1108,614	Fit
<b>Incremental Fit Indices</b>			
7. CFI	>0,9	0,902	Fit
8. IFI	>0,9	0,903	Fit
<b>Parsimonious Fit Indices</b>			
9. PRATIO	>0,6	0,801	Fit
10. PNFI	>0,6	0,677	Fit

11. PCFI	>0,6	0,722	Fit
12. PGFI	>0,6	0,654	Fit

Ketiga indeks utama kesesuaian model dengan 12 subindikator menunjukkan ketepatan model yang baik, maka sesuai dengan pendapat pakar, model ini dapat menggambarkan fakta yang ada di lapangan.

### 1) Pengujian Hipotesis

Tahap kedua dari *structural model* yaitu menguji *structural parameter estimates*, yakni menguji hubungan antara konstruk yang ada di dalam model penelitian. Pada tahap ini dilakukan pengujian hipotesis berdasarkan hasil pengukuran parameter pada model. Dasar pengambilan keputusan dalam menerima dan menolak hipotesis ini dengan tingkat kepercayaan maksimal 5% ialah dengan melihat nilai *P* (*probability level*) dan nilai *C.R* (*Critical Ratio*), yang identik dengan nilai *z*, pada table *regression weight*. Adapun kriteria penerimaan hipotesis adalah sebagai berikut:

- Apabila  $P > 0,05$  dan  $C.R < 1,96$  maka  $H_i$  ditolak dan  $H_o$  diterima
- Apabila  $P < 0,05$  dan  $C.R > 1,96$  maka  $H_i$  diterima dan  $H_o$  ditolak

Adapun hasil pengujian parameter estimates model penelitian ialah sebagai berikut:

Tabel 4 Uji Hipotesis

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Y <--- X1	0,32	0,117	2,738	0,006	Signifikan
Y <--- X2	-0,069	0,058	-1,202	0,23	Tidak Signifikan
Y <--- X3	0,107	0,1	1,065	0,287	Tidak Signifikan
Y <--- X4	-0,062	0,111	-0,559	0,576	Tidak Signifikan
Y <--- X5	0,015	0,087	0,172	0,863	Tidak Signifikan

Dari tabel 4 terlihat bahwa hipotesis 1 yaitu diduga *Openness* berpengaruh terhadap Kesuksesan Berwirausaha terbukti signifikan, dengan nilai signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Adapun 4 hipotesis lainnya gagal terbukti signifikansi pengaruhnya karena berada di atas 0,05. Besaran pengaruh dan kontribusi dari tiap variabel indepen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Pengaruh antar Variabel

Variabel	Estimate
Y <--- X1	0,385
Y <--- X2	-0,096
Y <--- X3	0,147
Y <--- X4	-0,07
Y <--- X5	0,016

Dari tabel 5 terlihat bahwa dari 5 variabel independen yang diduga memengaruhi variabel dependen pada model penelitian, hanya variabel X1 (*Openness*) yang menunjukkan angka *Standardized Regression Weights* tertinggi yaitu 0,385, sedangkan 4 variabel independen lainnya, selain menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan, juga menunjukkan besaran *Standardized Regression Weights* yang relatif kecil. Keseluruhan variabel yang signifikan adalah pada tingkat 1%. Untuk mengetahui seberapa besar persentase variance setiap variabel endogen dalam model penelitian yang dijelaskan oleh variabel eksogen digunakan perhitungan sebagai berikut:

$$R^2 \text{ Variabel Y} = \beta YX_n \cdot r YX_n$$

Tabel 6 *Squared Multiple Correlations*

Variabel	$\beta$	r	R <sup>2</sup>
Y <--- X1	0,385	0,404	15,6%
Y <--- X2	-0,096	0,128	-1,2%
Y <--- X3	0,147	0,308	4,5%
Y <--- X4	-0,07	0,221	-1,5%
Y <--- X5	0,016	0,225	0,4%
<b>Y &lt;--- X</b>			<b>17,7%</b>

Pada model penelitian, dimana variabel Karakter Kepribadian (X) dibangun oleh lima dimensi, dan masing-masing dimensi tersebut dijelaskan oleh beberapa indikator, besarnya pengaruh variabel Karakter Kepribadian (X) terhadap variabel Kesuksesan Berwirausaha (Y) adalah sebesar 0,177 atau sebesar 17,7%, sisanya yaitu 82,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## Pembahasan

Penelitian dengan tema faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan wirausahawan, baik faktor internal maupun eksternal, telah dilakukan semenjak lebih dari 3 dekade yang lalu hingga saat ini. Personalitas adalah salah satu faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap kesuksesan tersebut. *Theory of career choice, Fit theory, Person-Environment (P-E) theory*, menjelaskan bahwa pilihan karir individu adalah ekspresi dari personalitasnya. Secara empiris, karakter personalitas seseorang sering kali dikaitkan dengan kecenderungan untuk menjadi wirausahawan dan pengalaman sukses seorang wirausahawan (Begley & Boyd, 1987; Brandstätter, 2011; Kerr et al., 2018; Schmitt-Rodermund, 2004; Viinikainen et al., 2017).

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa personalitas dapat mendukung individu untuk menjadi wirausahawan yang sukses. Meskipun demikian Rauch & Frese, (2007) mencatat bahwa hasil penelitian tentang pengaruh karakter kepribadian terhadap kesuksesan terpolarisasi menjadi dua. Bila menelaah dua kelompok hasil penelitian di latar belakang, berdasarkan rentang waktu tahun penelitian, terlihat bahwa hasil penelitian yang menolak adanya hubungan antara karakter kepribadian dilakukan di periode awal sebelum tahun 1990an, sedangkan kelompok hasil penelitian yang menyatakan sebaliknya dilaksanakan setelah tahun 1990-an.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa Karakter Kepribadian (X) berpengaruh positif, walaupun tidak seluruhnya signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha (Y) pada tingkat signifikansi 5 %, dengan nilai koefisien korelasi yang sangat lemah yaitu 0,134. Hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti seolah mengakomodir dua kelompok hasil penelitian sebelumnya.

Dikatakan demikian karena kelompok yang menolak adanya hubungan antara karakter kepribadian terhadap kesuksesan berwirausaha beralasan bahwa hubungan keduanya yang terindikasi lemah, dan hal ini terkonfirmasi pula pada penelitian ini. Pun demikian, uji signifikansi menunjukkan keberartian yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Artinya, walaupun hubungan tersebut lemah, namun terbukti beberapa variabel karakter kepribadian secara positif dan signifikan mampu mendorong keberhasilan berwirausaha. Dengan demikian, maka pandangan kelompok yang beranggapan adanya hubungan antara kedua variabel ini, juga tidak salah.

Temuan lain dari penelitian ini adalah kritik terhadap pendapat bahwa *openness to experience* tidak mempengaruhi kesuksesan, khususnya dalam berwirausaha. Pendapat ini tidak tepat dan terkesan menomorduakan pendidikan. Padahal pada penelitian ini terkonfirmasi bahwa pendidikan yang membuka wawasan (daya pikir) dan ketajaman dalam mempertimbangkan berbagai peluang-peluang bisnis dan cara berbisnis dimasa yang akan datang (imajinasi) terbukti berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan berwirausaha, bahkan jauh lebih besar dibanding variabel kepribadian lainnya. Oleh karenanya pendidikan dan pembelajaran kewirausahaan sedari dini, baik secara formal maupun nonformal perlu ditumbuhkembangkan, khususnya dengan tujuan mengembangkan daya pikir dan imajinasi berbisnis.

## E. SIMPULAN

Beberapa Karakter Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesuksesan Berwirausaha. Kombinasi pengaruh seluruh dimensi variabel eksogen ini terhadap Kesuksesan

Berwirausaha mencapai 17,7% dan sisanya 82,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Bagi peneliti selanjutnya perlu untuk menggali lebih dalam variabel-variabel yang mempengaruhi Kesuksesan Berwirausaha. Hal ini didasarkan pada fakta pada penelitian ini, bahwa kemampuan variabel-variabel dalam dimensi kepribadian hanya mampu menjelaskan 17,7% variasi Kesuksesan Berwirausaha.

Bagi Pendidik perlu kiranya menjadikan *openeness to experience* khususnya dalam Berwirausaha sebagai salah satu indikator evaluasi keberhasilan pembelajaran dan pendidikan dibidang kewirausahaan, baik pada tingkat institusi pendidikan formal maupun nonformal. Bagi Pemerintah khususnya pengambil kebijakan berkaitan dengan kurikulum, perlu kiranya menjadikan kewirausahaan sebagai mata pelajaran/kuliah wajib di tingkat sekolah menengah atas dan perguruan tinggi, dengan capaian pembelajaran yang meliputi sikap (pengembang diri) dan pengetahuan (bisnis). hal ini didasarkan pada dua fakta empiris yaitu, nilai-nilai kewirausahaan sangat positif dalam membentuk dan mengembangkan karakter pribadi peserta didik menjadi lebih baik, dan profesi wirausaha muncul dari berbagai tingkat pendidikan maupun program studi.

## DAFTAR RUJUKAN

- Akhtar, H., & Azwar, S. (2019). Indonesian Adaptation and Psychometric Properties Evaluation of the Big Five Personality Inventory: IPIP-BFM-50. *Jurnal Psikologi*, 46(1), 32. <https://doi.org/10.22146/jpsi.33571>
- Angel, P., Jenkins, A., & Stephens, A. (2018). Understanding entrepreneurial success: A phenomenographic approach. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(6), 611–636. <https://doi.org/10.1177/0266242618768662>
- Badan Pusat Statistik. (2006). *SENSUS EKONOMI 2006 Evaluasi Terhadap Kriteria UMK-UMB Hasil SE06-SS* (S. Baidowi & A. Marzuki (eds.)). Badan Pusat Statistik, Jakarta – Indonesia. <https://media.neliti.com/media/publications/50247-ID-se-2006-penentuan-kriteria-umk-umb.pdf>
- Badan Pusat Statistik - Statistics Indonesia. (2019). ANALISIS HASIL SE2016 LANJUTAN: POTENSI PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL. In *Badan Pusat Statistik - Statistics Indonesia* (Vol. 7).
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. <https://doi.org/10.1007/BF02723327>
- Barral, M. R. M., Ribeiro, F. G., & Canever, M. D. (2018). Influence of the university environment in the entrepreneurial intention in public and private universities. *RAUSP Management Journal*, 53(1), 122–133. <https://doi.org/10.1016/j.rauspm.2017.12.009>
- Barrick, M. R., & Mount, M. K. (1991). THE BIG FIVE PERSONALITY DIMENSIONS AND JOB PERFORMANCE: A META-ANALYSIS. *Personnel Psychology*, 44(1), 1–26.

<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1991.tb00688.x>

- Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79–93. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
- Boz, A., & Ergeneli, A. (2014). Women Entrepreneurs' Personality Characteristics and Parents' Parenting Style Profile in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.425>
- Brandstätter, H. (1997). Becoming an entrepreneur - A question of personality structure? *Journal of Economic Psychology*, 18(2–3), 157–177. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00003-2)
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2010.07.007>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465–483. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.03.001>
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1994). Set like plaster? Evidence for the stability of adult personality. In *Can personality change?* (Issue May, pp. 21–40). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/10143-002>
- Farrukh, M., Khan, A. A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., & Soladoye, B. S. A. (2017). Entrepreneurial intentions: the role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>
- Feist, J., & Feist, G. J. (2008). *theories of personality* (6th Editio). McGraw Hill. [www.mhhe.com](http://www.mhhe.com)
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26–42. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.4.1.26>
- Hachana, R., Berraies, S., & Ftiti, Z. (2018). Identifying personality traits associated with entrepreneurial success: does gender matter? *Journal of Innovation Economics & Management*, n° 27(3), 169–193. <https://doi.org/10.3917/jie.027.0169>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Hasan, M., Musa, C. I., Arismunandar, Azis, M., & Tahir, T. (2020). Positive psychological capital,

- market orientation, and business performance of family business in the culinary sector: A research study. *Economics and Sociology*, 13(3), 97–112. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2020/13-3/7>
- Jufri, M., & Wirawan, H. (2018). Internalizing the spirit of entrepreneurship in early childhood education through traditional games. *Education + Training*, 60(7/8), 767–780. <https://doi.org/10.1108/ET-11-2016-0176>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279–356. <https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Kline, R. B. (2016). Principles and practice of structural equation modeling, 4th ed. In *Principles and practice of structural equation modeling, 4th ed.* Guilford Press.
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58–63. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Mc Crae, R. R., & Costa, P. T. (2006). *Personality in adulthood: A Five Factor Theory Perspective* (2nd ed). The Guilford Press.
- Meshram, S. A., & Rawani, A. M. (2019). Entrepreneurial Success Measures and Factors for Sustainable Entrepreneurship. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation*, 9(2), 15–34. <https://doi.org/10.4018/IJEEI.2019070102>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(May), 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203–231. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9821-y>
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success. A general model and an overview of findings. In: Cooper CL, Robertson IT (eds) *International review of industrial and organizational. International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 101–142.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Rasmus, W., & Laguna, M. (2018). Dimensions of Entrepreneurial Success: A Multilevel Study on Stakeholders of Micro-Enterprises. *Frontiers in Psychology*, 9(MAY), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00791>
- Schmitt-Rodermund, E. (2004). Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality,

early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior*, 65(3), 498–518. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2003.10.007>

Shakeel, M., Yaokuang, L., & Gohar, A. (2020). Identifying the Entrepreneurial Success Factors and the Performance of Women-Owned Businesses in Pakistan: The Moderating Role of National Culture. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020919520>

Sidharta, H., Ismail, N. A. B., Suryasaputra, R., & Rahman, S. A. (2017). FRAMEWORK ENTREPRENEURIAL SUCCESS FOR YOUNG ENTREPRENEUR. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 15(4), 553–562. <https://doi.org/10.21776/ub.jam2017.015.04.01>

Sidik, I. G. (2013). Conceptual Framework of Factors Affecting SME Development: Mediating Factors on the Relationship of Entrepreneur Traits and SME Performance. *Procedia Economics and Finance*, 4(Icsmed), 373–383. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00351-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00351-6)

Staniewski, M. W., & Awruk, K. (2019). Entrepreneurial success and achievement motivation – A preliminary report on a validation study of the questionnaire of entrepreneurial success. *Journal of Business Research*, 101(January), 433–440. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.073>

Viinikainen, J., Heineck, G., Böckerman, P., Hintsanen, M., Raitakari, O., & Pehkonen, J. (2017). Born entrepreneurs? Adolescents' personality characteristics and entrepreneurship in adulthood. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 9–12. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.05.001>

Wach, D., Stephan, U., Gorgievski, Marjan, J., & Wegge, J. (2020). Entrepreneurs' achieved success: developing a multi-faceted measure. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1123–1151. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0532-5>

Wach, D., Stephan, U., & Gorgievski, M. (2016). More than money: Developing an integrative multi-factorial measure of entrepreneurial success. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(8), 1098–1121. <https://doi.org/10.1177/0266242615608469>

Zhao, H., Hills, G. E., & Seibert, S. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>

Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. In *Journal of Management* (Vol. 36, Issue 2, pp. 381–404). <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>