

PERAN ORANGTUA DALAM MENUMBUHKAN INTENSI BERWIRAUSAHA PADA ANAK

Dewi Ilma Antawati¹

¹Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surabaya

E-mail: dewi_raditya@yahoo.com

(Diterima: 26 Desember 2016, direvisi: 19 Januari 2017, dipublikasikan: 28 Februari 2017)

ABSTRACT

Entrepreneurship intention is one of predisposition factors that determine a person's entrepreneurial behavior. Various aspects determine how much a person's intention to perform a behavior, one of which is the social environment in a child's life, especially parents. Research also shows that the intention of entrepreneurship can be nurtured from an early age through education. As the child first and main educator, parents play an important role in the process. This article discusses how the role of parents through parenting is done to foster entrepreneurship intention in children by using theories of planned behavior.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurship intention, parent*

PENDAHULUAN

Pengangguran dan kemiskinan merupakan masalah yang dihadapi oleh negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Sejumlah besar tenaga kerja memaksa ingin memasuki dunia kerja yang tidak sebanding dengan pekerjaan yang tersedia. Salah satu faktor yang menyebabkan tingginya angka pengangguran di Indonesia adalah persepsi bahwa lebih mudah untuk menemukan pekerjaan di sektor formal, yang menyebabkan begitu banyak orang yang tidak mencoba untuk menciptakan lapangan kerja sendiri di sektor swasta. Ini jelas mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Agustus 2010, jumlah angkatan kerja mencapai 116.500.000, meningkat sekitar 530 ribu orang dibanding Februari 2010 dan sampai 2,7 juta orang dibandingkan dengan Agustus 2009. Warga yang bekerja pada Agustus 2010 meningkat 800 ribu orang dibanding Februari 2010, dan naik 3,3 juta orang dibanding Agustus 2010. Jumlah pengangguran pada Agustus 2010 mengalami penurunan sekitar 270 ribu orang jika dibandingkan dengan Februari 2010, dan menurun menjadi 640 ribu jika dibandingkan dengan Agustus, 2009 (BPS, 2012).

Tabel 1. Populasi Berdasarkan Bentuk Aktivitas Utama, 2008 – 2010 (dalam juta)

Bentuk Aktivitas Utama	2008		2009		2010
	Agustus	Februari	Agustus	Februari	Agustus
Populasi 15+	166,64	168,26	169,33	171,02	172,07
Tenaga Kerja	111,95	113,74	113,83	116,00	116,53
Bekerja	102,55	104,49	104,87	107,41	108,21
Tidak Bekerja	9,39	9,26	8,96	8,59	8,32

Pada bulan Agustus 2010 sekitar 35.800.000 orang (33,06%) bekerja di kegiatan formal dan 72.400.000 (66,94%) bekerja di kegiatan informal. Dari 108.200.000 orang-orang yang bekerja pada Agustus 2010, pekerjaan berstatus sebagai buruh / karyawan sebesar 32,5 juta (30,05%), bekerja sendiri dibantu oleh buruh tidak tetap sebesar 21,7 juta (20,04%), dan bekerja sendiri 21,0 juta (19,44%), sedangkan yang terkecil adalah diri dipekerjakan dibantu oleh buruh tetap 3,3 juta orang (3,01%). Pada tahun sebelumnya (Agustus 2009 - Agustus 2010) ada penambahan pekerja dengan status buruh / karyawan dari 3,4 juta orang, dan keluarga pekerja total 570 ribu orang. Sementara status pekerja di sektor pertanian mengalami penurunan sebesar 64 ribu orang (BPS, 2012).

Dari data di atas, kita dapat melihat bahwa tingkat kewirausahaan di Indonesia masih sangat rendah bila dibandingkan dengan negara-negara lain. Di Amerika Serikat sekitar 11%, Singapura 7%, sedangkan di Indonesia hanya 0,24% dari sekitar 237.600.000 orang di Indonesia yang memiliki kompetensi kewirausahaan. Kondisi ini juga mempengaruhi tingkat pengangguran. tenaga kerja cenderung ingin menjadi seorang pekerja, atau menjadi birokrat di kantor-kantor pemerintah dan bukan pencipta lapangan kerja baru (Dipta, 2015).

Untuk mencapai tingkat kemakmuran bukanlah tugas yang mudah. Banyak perubahan yang diperlukan, usaha dan kerja keras yang fokus dan sistematis oleh Pemerintah, dan keluarga, terutama untuk mengubah individu dari kondisi sekarang untuk menjadi pengusaha yang dibutuhkan. Menjadi seorang pengusaha seharusnya tidak menjadi profesi alternatif, namun menjadi seorang pengusaha adalah pilihan strategis yang harus dilakukan dengan tekad kuat. Dalam kondisi saat ini dapat dikatakan bahwa kunci kemakmuran adalah kewirausahaan, dan kewirausahaan adalah profesi yang sangat menjanjikan dalam mempromosikan kualitas hidup yang baik.

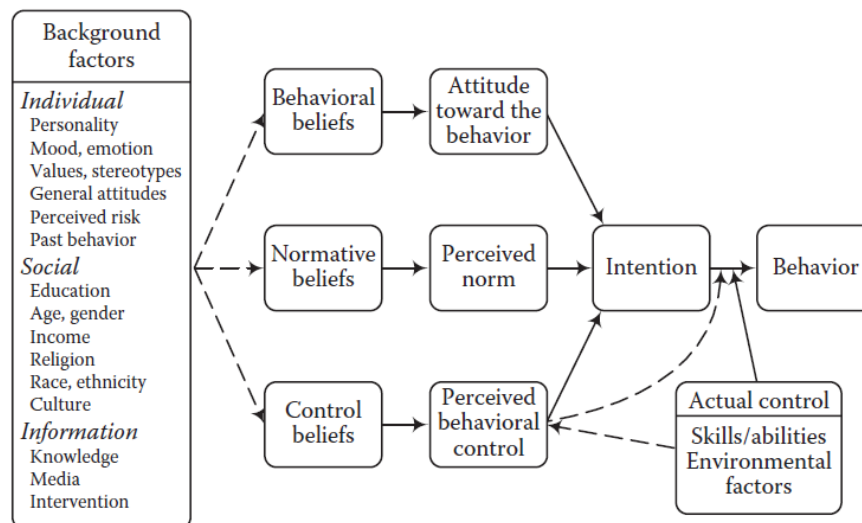
Beberapa studi telah menunjukkan bahwa intensi berwirausaha adalah konstruk kunci yang menentukan perilaku kewirausahaan (Andika & Madjid, 2012). Individu yang memiliki niat yang kuat untuk memulai usaha akan memiliki kecenderungan yang besar untuk membuka usaha sendiri. Menurut Krueger dkk (Kueger & Carsrud, 2000), keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan tidak terjadi dengan sendirinya, melainkan disengaja oleh orang yang bersangkutan. Ini berarti bahwa untuk memulai bisnis, seseorang harus memiliki niat untuk memulai usaha. Jadi intensi berwirausaha dapat dikatakan menjadi prediktor kuat untuk menentukan apakah seseorang akan memutuskan untuk berwiraswasta atau tidak.

Obschonka dkk (2010) menemukan bahwa kewirausahaan dapat dikembangkan melalui pendidikan dan dapat dimulai pada usia dini. Lingkungan sosial dan orang-orang di sekitar individu yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, seperti keluarga atau teman, dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap kewirausahaan. Sebaliknya, individu yang tidak tumbuh di lingkungan kewirausahaan, maka akan cenderung menjadi seorang karyawan di masa depan (Mueller, 2008). Dari sudut pandang tersebut, artikel ini mencoba untuk menjelaskan bagaimana orang tua sebagai lingkungan terdekat anak dapat mempengaruhi perkembangan intensi berwirausaha pada anak-anak mereka.

INTENSI BERWIRAUSAHA

Intensi diasumsikan sebagai faktor motivasi yang mempengaruhi perilaku, yang menunjukkan seberapa keras seseorang akan mencoba untuk mewujudkan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Seiring dengan definisi tersebut, intensi berwirausaha didefinisikan sebagai keadaan kesadaran yang mengarahkan perhatian, pengalaman, dan perilaku masyarakat terhadap perilaku kewirausahaan (Bird, 1988). Intensi berwirausaha telah terbukti menjadi prediktor terkuat dari perilaku kewirausahaan. Dalam bentuk yang paling sederhana, intensi dapat memprediksi perilaku, dan intensi itu sendiri diprediksi oleh sikap-sikap tertentu (Khuong & An, 2016). Studi yang dilakukan oleh Kristiansen & Indarti (2004) menunjukkan bahwa intensi berwirausaha dipengaruhi oleh jenis kelamin, self-efficacy, latar belakang pendidikan, dan kesiapan instrumental (akses ke modal, ketersediaan informasi, dan jaringan sosial).

Teori *Planned Behavior* dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana peran intensi dalam pembentukan perilaku (Fishbein & Ajzen, 2010).



Gambar 1. Theory of Planned Behavior dari Fishbein & Ajzen

Gambar 1 menunjukkan bahwa intensi adalah prediktor utama perilaku, dengan mempertimbangkan keterampilan/kemampuan dan faktor lingkungan. Ada tiga hal yang mempengaruhi intensi, yaitu sikap terhadap perilaku, persepsi terhadap norma, dan kontrol perilaku. Seseorang akan melakukan sesuatu jika ia memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut dan mereka merasa norma di sekitar mereka menuntut mereka untuk melakukannya. Selain itu, penilaian kemampuan sendiri untuk melakukan perilaku seperti itu juga penting. Namun, ketiga aspek ini memiliki tingkat yang berbeda berdasarkan pada keyakinan, norma, dan kontrol tertentu. Hal ini menjelaskan mengapa orang dengan sikap, norma, dan persepsi kontrol yang sama dapat berperilaku berbeda, tergantung faktor mana yang memiliki pengaruh lebih besar. Hal ini pada tingkat analisis lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor individu, sosial, dan informasi tentang perilaku. Sekarang pertanyaannya adalah, bagaimana

orang tua dapat mempengaruhi tiga aspek intensi tersebut pada anak untuk mendorong intensi berwirausaha?

SIKAP TERHADAP KEWIRAUSAHAAN

Sikap adalah evaluasi dari suatu obyek, baik di tingkat umum maupun khusus (Robinson dkk, 1991). Untuk mengukur sikap terhadap domain tertentu secara akurat, maka perlu dijelaskan dimensi sikap secara khusus. Ada dua kelompok teori tentang sikap, sikap sebagai konstruk unidimensional (Fishbein & Ajzen, 1975) dan sikap sebagai konstruk multidimensional (Rosenberg & Hovland, 1960). Pendekatan unidimensional menyatakan bahwa sikap ditunjukkan dalam bentuk reaksi afektif, sedangkan pendekatan multidimensional atau pendekatan tripartit mengatakan bahwa sikap adalah kombinasi dari tiga bentuk respon, yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Komponen kognitif terdiri dari keyakinan dan pikiran individu terhadap obyek sikap. Komponen afektif terdiri dari perasaan positif atau negatif terhadap objek sikap. Komponen konatif atau perilaku terdiri dari intensi berperilaku dan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara tertentu terhadap objek tersebut.

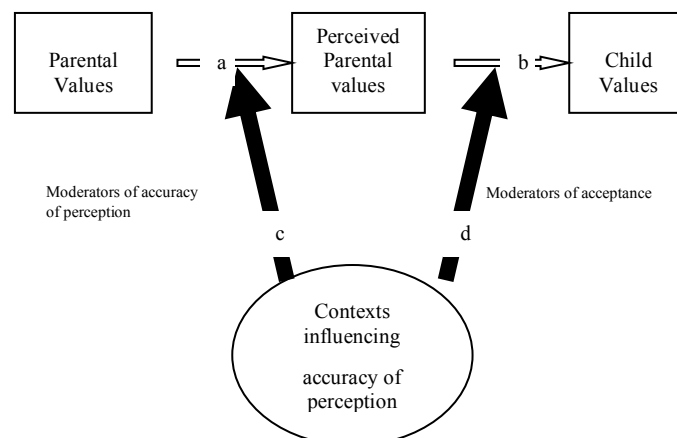
Penelitian menunjukkan bahwa sikap terhadap kewirausahaan adalah efek langsung dan tidak langsung yang signifikan dari pengalaman adanya bisnis keluarga, melalui variabel sikap terhadap kepemilikan bisnis, dukungan keluarga, dan *entrepreneurial self efficacy* (Carr & Sequeira, 2007). Ini berarti bahwa orang tua yang bisnis sendiri, atau keterlibatan anak dalam suatu kegiatan kewirausahaan, dan adanya dukungan dari orang tua untuk anak-anak untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan meningkatkan probabilitas anak untuk membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan. Jika orang tua tidak memiliki bisnis sendiri, maka dukungan orangtua juga dapat membantu, seperti melibatkan anak-anak dalam kegiatan ekstra yang berkaitan dengan kewirausahaan, atau memfasilitasi anak untuk belajar kewirausahaan. Membawa anak ke tempat-tempat tertentu yang menunjukkan kegiatan kewirausahaan atau memperkenalkan anak kepada orang-orang yang memiliki bisnis mereka sendiri juga usaha yang dapat orang tua lakukan dalam membentuk sikap positif terhadap kewirausahaan.

MENTRANSMISIKAN NILAI DAN NORMA KEWIRAUSAHAAN PADA ANAK

Ada berbagai jenis norma. Salah satu jenis norma mengacu pada sikap atau apa yang menurut individu benar berdasarkan moral atau keyakinan (*injunctive norm*). Tipe kedua dari norma berkaitan dengan perilaku, yaitu apa yang benar-benar dilakukan individu (*descriptive norm*). Para peneliti menunjukkan bahwa perilaku lebih mungkin diprediksi dengan norma-norma injunctive dibandingkan norma deskriptif (Borsari & Carey, 2003). Setiap individu memiliki teman, menjadi anggota dari suatu kelompok, tinggal di asrama di kampus-kampus, dan merupakan bagian dari komunitas yang lebih besar. Masing-masing kelompok yang tumpang tindih ini memiliki norma-norma yang mungkin sama atau berbeda, dan beberapa atau semua norma-norma ini dapat memberikan pengaruh pada perilaku individu. Di antara target norma-norma, kesalahan persepsi meningkat dapat seiring dengan meningkatnya jarak sosial, dan kelompok-kelompok sosial yang "dekat" lebih berpengaruh dalam membentuk

perilaku (Berkowitz, 2004). Dapat disimpulkan bahwa kedekatan antara orang tua dan anak-anak dapat membantu membentuk norma sosial yang diyakini oleh anak.

Lebih khusus, Grusec dan Goodnow (1994) menyatakan bahwa ada dua langkah yang terjadi dalam proses penyamaan nilai antara orang tua dan anak-anak (Gambar 2). Pada langkah pertama, anak harus benar-benar memahami nilai-nilai apa yang ingin ditanamkan oleh orang tua. Kedua, anak harus menerima nilai-nilai tersebut sebagai nilai-nilai mereka sendiri. Pada langkah pertama anak dapat memahami secara akurat, jika tidak maka akan terjadi kesalahan persepsi tentang nilai orang tua. Pada tahap kedua, anak mungkin menerima atau menolak nilai-nilai yang ditanamkan oleh orang tua. Dengan kata lain, agar memungkinkan terjadinya transmisi, nilai orang tua harus kongruen dengan nilai anak. Berkaitan dengan kewirausahaan, tidak dapat dipungkiri bahwa jika orang tua ingin anak-anak mereka untuk memiliki intensi berwirausaha yang kuat, maka orang tua juga perlu untuk mengadopsi nilai-nilai kewirausahaan dalam diri mereka dan kehidupan mereka. Kecharananta & Baker (1999) menunjukkan nilai-nilai ini termasuk kemerdekaan, kreativitas, kerjasama, dan kepercayaan, sementara Arkush (1984) menyimpulkan bahwa nilai yang mendasari semangat kewirausahaan adalah kerja keras.



Gambar 2. Skema proses transmisi nilai dari orangtua ke anak (Grusec dan Goodnow, 1994)

Akurasi dalam mempersepsikan nilai orangtua lebih besar kemungkinan terjadinya jika ada kesepakatan nilai antara ayah dan ibu dalam keluarga (Knafo & Schwartz, 2009). Kesepakatan orangtua dapat memberikan pesan nilai yang lebih konsisten dan tidak membingungkan dan lebih mudah untuk dipahami secara akurat. Dikarenakan remaja cenderung melihat ke orangtua yang jenis kelaminnya sama dengan mereka sebagai model, mereka mungkin menangkap lebih banyak pesan nilai dari orang tua tersebut dan memahaminya dengan cukup akurat, bahkan meskipun ada ketidaksepakatan antara orangtua. Perselisihan orangtua dapat mengganggu persepsi yang akurat pada anak-anak terhadap nilai-nilai orang tua lawan jenis karena kehadiran mereka yang kurang.

Dari proses transmisi di atas, komunikasi dalam keluarga menjadi sangat penting. Komunikasi yang efektif harus terjadi antara ayah dan ibu, serta antara orang tua dan anak. Komunikasi antara ayah dan ibu dalam hal ini bertujuan untuk menyamakan nilai-nilai yang akan ditransmisikan antara ayah dan ibu untuk menghindari kesalahan persepsi yang dialami oleh anak-anak. Komunikasi antara orang tua dan anak-anak dimaksudkan untuk

menyampaikan dan menanamkan nilai-nilai tersebut pada anak-anak. Hill dan Taylor (2004) menemukan bahwa komunikasi akan efektif dan tepat jika orang tua juga terlibat dalam kegiatan yang dilakukan anak-anak. Dengan kata lain, orang tua tidak hanya menyarankan tetapi juga untuk memberikan contoh dan meluangkan waktu untuk memahami kebutuhan anak, sehingga anak mau mendengarkan orang tua, yang akan menjadi awal dari penerimaan nilai yang ditanamkan oleh orang tua.

PENINGKATAN ENTREPRENEURIAL SELF EFFICACY (ESE)

Bandura (dalam Schunk, 1990) mendefinisikan self-efficacy sebagai pertimbangan kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk mencapai kinerja tertentu. Self-efficacy juga didefinisikan sebagai pendapat atau keyakinan yang dimiliki oleh seseorang tentang kemampuannya dalam melakukan suatu bentuk perilaku, dan hal ini berhubungan dengan situasi yang dihadapi oleh orang tersebut, dan meletakkannya sebagai unsur kognitif pembelajaran sosial.

Efikasi menentukan berapa besar usaha yang akan dilakukan dan bagaimana orang bertahan hidup dalam menghadapi rintangan dan pengalaman yang menyakitkan. Semakin kuat persepsi individu terhadap self-efficacy maka lebih besar usaha yang akan ia berikan. Ketika menghadapi kesulitan, orang yang memiliki keraguan besar tentang kemampuan mereka akan mengurangi usaha mereka atau menyerah sama sekali. Sementara mereka yang memiliki rasa keberhasilan yang kuat akan menggunakan upaya yang lebih besar untuk mengatasi tantangan (Bandura, 1986).

Bandura (1997) mengusulkan dua cara yang berbeda untuk memperkuat efikasi anak. Yang pertama dihasilkan melalui dukungan, dorongan, dan pemodelan positif. Misalnya, jika anak-anak yang diberi tugas menantang pada usia dini, didorong untuk melakukan tugas-tugas tersebut, dan diberi pujian akan memiliki self efficacy yang lebih tinggi. Yang kedua berasal dari pengalaman melalui belajar untuk mengatasi kondisi-kondisi buruk yang dihadapi. Tabel 2 memberikan gambaran contoh hal-hal yang berpotensi mempengaruhi self efficacy dalam berbagai tahap perkembangan anak.

Tabel 2. Faktor yang Berpotensi Mempengaruhi Self Efficacy Anak

	Pengalaman	Vicarious experience/ modeling	Persuasi sosial/verbal	Judgement tentang kondisi psikologis
Masa bayi dan kanak-kanak (rumah, TK, dan prasekolah)	Pemilihan mainan dan aktivitas	Reference group : Orangtua	-Dongeng -Acara TV Anak -Guru TK	Latihan dan aktivitas fisik
Remaja (sekolah, sekolah menengah)	Partisipasi dalam olahraga pada level yang lebih tinggi.	Reference groups : orangtua, teman sebaya	-Media -Guru -Cara mengajarkan dan menghargai perilaku yang tepat	Aktivitas dan latihan fisik: berpartisipasi dalam olahraga
Dewasa (Universitas)	Muda Partisipasi dalam kegiatan olahraga	Reference group : keluarga, sebaya,	-Guru -Media	-Partisipasi dalam olahraga pada

pada level yang lebih tinggi	yang wirausaha sudah sukses	yang -Sebaya -Pelatih mentor	dan	level yang lebih tinggi	-Memperiapkan dan menghadiri ujian
------------------------------	-----------------------------	------------------------------	-----	-------------------------	------------------------------------

Sumber : Bandura, (1997)

Sudah jelas bahwa keluarga merupakan lingkungan sosialisasi yang paling penting (Gecas, 1989). Pengkondisian pikiran sudah terjadi pada masa bayi ketika orang tua memberikan dukungan, dorongan, dan memberikan harapan yang jelas pada anak-anak mereka sehingga anak-anak dapat merasa dirinya kompeten. Dengan demikian, orang tua yang memberikan merangsang, menantang, dan menciptakan lingkungan yang responsif dan memberikan anak-anak mereka kebebasan untuk terlibat di dalamnya menghasilkan anak-anak yang lebih percaya diri. Anak-anak juga belajar untuk mengembangkan strategi coping melalui pemodelan dari orang tua mereka (Bandura, 1997).

KESIMPULAN

Dari pembahasan di atas, dapat dilihat bahwa peran orang tua sangat penting dalam pengembangan intensi berwirausaha pada anak. Namun, tidak banyak orang tua yang menyadari hal ini dan lebih mengandalkan sistem pendidikan formal untuk melakukan tugas tersebut. Pada dasarnya semua pihak bertanggung jawab atas pendidikan anak-anak, kerjasama di antara mereka sangat penting, karena pendidikan yang komprehensif akan membawa hasil yang lebih matang daripada usaha yang dilakukan secara sporadis dan parsial. Selanjutnya, perlu disadari bahwa artikel ini tidaklah mencukupi dalam membahas tentang pembentukan semangat dan kompetensi kewirausahaan pada anak-anak. Perlu pembahasan lebih lanjut yang memperhitungkan aspek-aspek lain seperti kepribadian dan motivasi untuk berwirausaha.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), pp. 179-211.
- Andika, M., & Madjid, I. (2012). Analisis Pengaruh Sikap, Norma Subyektif dan Efikasi Diri Terhadap Intensi Berwirausaha Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. In *Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper" Improving Performance by Improving Environment*. 190-196.
- Arkush, R. D. (1984). " If Man Works Hard the Land Will Not Be Lazy": Entrepreneurial Values in North Chinese Peasant Proverbs. *Modern China*, 10(4), 461-479.
- Badan Pusat Statistik. (2012) Keadaan Ketenagakerjaan Agustus 2012. *Berita Resmi Statistik Badan Pusat Statistik*, (74/11).
- Bandura, A., Reese L., & Adams N.E. (1986). Microanalysis of Action and Fear Arousal as a Function of Different Levels of Perceived Self Efficacy, *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 1, 5-21.
- Bandura A (1997). *Self-efficacy The Exercise of Control*. W.H. Freeman and Company, New York

- Berkowitz, A. D. (2004). The social norms approach: Theory, research, and annotated bibliography.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453.
- Borsari B & Carey, KB. (2003). Descriptive and Injunctive Norms in College Drinking: A Meta-analytic Integration. *Journal of Studies on Alcohol*, 64:331-341.
- Carr, J. C., & Sequeira, J. M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090-1098.
- Dipta, I. W. (2005). Model Pengembangan Wirausaha. *INFOKOP*, 19(1).
- Fishbein, M. & Ajzen, I (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: an Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Fishbein, M. & Ajzen, I. (2010). *Predicting and Changing Behavior*. New York : Psychology Press.
- Gecas, V. (1989). The Social Psychology of Self-efficacy. *Annual Review of Sociology*, 15: 291–316.
- Grusec, J. E., & Goodnow, J. J. (1994). Impact of parental discipline methods on the child's internalization of values: A reconceptualization of current points of view. *Developmental Psychology*, 30, 4-19.
- Hill, N. E., & Taylor, L. C. (2004). Parental school involvement and children's academic achievement pragmatics and issues. *Current directions in psychological science*, 13(4), 161-164.
- Kecharananta, N., & George Baker, H. (1999). Capturing entrepreneurial values. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(4), 820-833.
- Khuong, M.N. & An, N. H. (2016). The Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Students of Vietnam National University — A Mediation Analysis of Perception toward Entrepreneurship. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 4, No. 2.
- Knafo, A., & Schwartz, S. H. (2009). Accounting for parent-child value congruence: Theoretical considerations and empirical evidence.
- Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention Among Indonesian and Norwegian Students. *Journal of Enterprising Culture* 12 (01), 55-78.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.
- Mueller, S. (2008). Increasing Entrepreneurial Intention: Effective Entrepreneurship Course Characteristics. *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 13, No. 1, 2011, 55 – 74.
- Obschonka, M., Silbereisen, R.K., & Schmitt-Rodermund, E. (2010). Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*, 77(1), 63-72.
- Robinson, P. B., Stimpson, D. V., Huefner, J. C., & Hunt, H. K. (1991). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 15(4), 13-31.

Rosenberg, M. J., & Hovland, C. I. (1960). Cognitive, affective, and behavioral components of attitudes. *Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components*, 3, 1-14.

Schunk, D.H. (1990). Introduction to the Section on Motivation and Efficacy, *Journal of Educational Psychology*, 82 (1), 3-6.