

Latar Belakang Keluarga Wirausaha dan Niat untuk Berwirausaha

Ida Asri Prastiwi

Universitas Airlangga, Surabaya, email: idaasri@gmail.com

Tri Siwi Agustina

Universitas Airlangga, Surabaya, email: agustina2772@gmail.com

Abstrak

Tujuan: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh latar belakang keluarga terhadap niat untuk berwirausaha, untuk kemudian menemukan bagaimana latar belakang keluarga dijelaskan sebagai bentuk pengaruh antargenerasi terhadap niat untuk berwirausaha. Tumbuh di tengah aktifitas wirausaha membuat individu yang berasal dari keluarga wirausaha memiliki kesempatan untuk mengembangkan persepsi mengenai feasibility dan desirability untuk berwirausaha, yang akan mengakibatkan tindakan wirausaha. Karenanya selain untuk mengetahui pengaruh latar belakang keluarga terhadap niat untuk berwirausaha, penelitian ini juga untuk mengetahui apa perceived feasibility dan perceived desirability, memberikan efek pada pengaruh latar belakang keluarga terhadap niat untuk berwirausaha.

Desain/Metode: Penelitian dilakukan dengan metode eksplanatori survey dengan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

Temuan: Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh langsung dan tidak langsung yang signifikan dari latar belakang keluarga terhadap niat untuk berwirausaha, melalui perceived feasibility dan perceived desirability.

Implikasi: Direkomendasikan untuk orang tua pelaku wirausaha untuk mengenalkan perilaku kewirausahaan sejak dini pada anak-anaknya guna meningkatkan perceived feasibility dan perceived desirability yang berujung pada niat untuk berwirausaha.

Originalitas: Pembeda penelitian ini dari penelitian yang dilakukan sebelumnya adalah terletak pada subyek penelitian. Subyek pada penelitian ini adalah anak-anak dari keluarga wirausaha, sedangkan penelitian-penelitian sebelumnya menggunakan subyek penelitian siswa SMK dan mahasiswa.

Kata kunci : Latar belakang keluarga, niat untuk berwirausaha, perceived feasibility, perceived desirability

I. Pendahuluan

Masalah pengangguran merupakan sebuah masalah klasik yang juga terjadi di beberapa negara berkembang, termasuk di Indonesia. Pengangguran merupakan representasi dari ketimpangan antara angkatan kerja dan kesempatan kerja, sehingga angkatan kerja tidak dapat melakukan kegiatan kerja. Dengan sedikitnya jumlah lapangan kerja, diharapkan para angkatan kerja ini tidak lagi hanya berfokus menjadi seorang karyawan. Para angkatan kerja diharapkan cukup mampu mengkaryakan dirinya dalam lapangan kerja yang diciptakannya sendiri. Dan berwirausaha menjadi salah satu solusi yang ditawarkan. Dengan berwirausaha akan menciptakan lapangan pekerjaan baru dan akan menyerap tenaga kerja, sehingga akan mengurangi pengangguran.

Berwirausaha masih sering dipandang sebelah mata oleh para angkatan kerja. Selain karena dalam benak kebanyakan orang, berwirausaha dipandang tidak akan bisa menjadi sukses seperti seorang karyawan kantor atau pegawai negeri, juga karena berwirausaha kerap tidak semudah yang dibayangkan. Ada beberapa faktor penyebab yang menjadi seseorang untuk tidak menjatuhkan pilihannya untuk menjadi seorang wirausahawan. Menurut Sudjana (2004), beberapa hal yang menjadi penyebab kurangnya kesempatan untuk berwirausaha adalah sulitnya mengakses modal untuk mendanai bisnis baru, terbatasnya pelatihan di bidang kewirausahaan dalam pendidikan di sekolah-sekolah maupun di perguruan tinggi, tingginya pajak keuntungan bagi pengusaha lokal di suatu negara, dan prosedur birokrasi yang terlalu rumit yang memerlukan waktu cukup lama dalam mendaftarkan bisnis atau mendapatkan lisensi.

Sebagaimana pilihan karir pada umumnya, berwirausaha tentunya diawali dengan sebuah minat yang ada di dalam diri seseorang. Minat merupakan kecenderungan hati seseorang untuk melakukan sesuatu. Minat merupakan rasa ketertarikan terhadap objek atau aktivitas yang berasal dari kemampuan diri sendiri. Minat mendorong individu untuk melakukan kegiatan dalam suatu tujuan yang telah ditetapkan. Sebuah penelitian menyimpulkan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh terhadap minat wirausaha dimana minat

dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang membangkitkan perhatian pada suatu hal dan minat mengindikasikan apa yang diinginkan atau dilakukan atau apa yang disenangi (Aprilianty, 2012). Penelitian lain mengenai pengaruh sikap, pendidikan dan lingkungan keluarga terhadap minat berwirausaha pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha menyimpulkan bahwa variabel sikap, pendidikan, dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha (Ardiyani dan Kusuma, 2016). Dengan demikian peran keluarga cukup penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha

Minat yang kuat selanjutnya akan terwujud dalam niat. Niat untuk berwirausaha selanjutnya menjadi representasi dari tindakan yang direncanakan untuk melakukan perilaku kewirausahaan. Menurut Rasli (2013), niat untuk berwirausaha adalah keadaan dimana dalam pikiran seseorang ada keinginan untuk menumbuhkan bisnis atau menciptakan usaha baru. Sebelum seseorang memulai suatu usaha (berwirausaha) dibutuhkan suatu komitmen yang kuat untuk mengawalinya. Secara umum, semakin kuat niat maka kinerja akan semakin baik. Demikian pula dalam berwirausaha, semakin kuat niatnya, maka kinerja dalam berwirausaha kelak akan semakin baik.

Ada beberapa faktor yang memiliki hubungan dengan niat seseorang dalam berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Fitzsimmons dan Douglas (2011) yang menghasilkan temuan bahwa niat berwirausaha memiliki hubungan dengan persepsi kelayakan (*feasibility*) dan persepsi keinginan (*desirability*). Hal ini sesuai dengan teori dalam buku *Entrepreneurship 7th ed* (Hisrich, et al, 2008, dalam Saeed, et al, 2014) bahwa persepsi keinginan dan kelayakan memiliki hubungan terhadap niat untuk berwirausaha seseorang. Oleh karena itu semakin tinggi *desirability* dan *feasibility* akan meningkatkan niat seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan. Dalam model Shapero dan Sokol (1982, dalam Shittu dan Dosunmu, 2014), niat adalah fungsi dari persepsi kelayakan dan persepsi keinginan dalam memulai bisnis. Dengan begitu, model ini mengidentifikasi bahwa faktor-faktor yang secara langsung mempengaruhi niat berwirausaha adalah persepsi keinginan (*perception of desirability*) dan persepsi kelayakan (*perception of feasibility*). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Shittu dan Dosunmu (2014) membuahakan simpulan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh yang signifikan untuk membentuk *perceived self-efficacy* untuk berwirausaha. Begitu pula penelitian yang dilakukan Saeed et al (2014), yang menemukan bahwa latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha.

Penelitian-penelitian yang disebutkan pada beberapa paragraf tersebut di atas, dilakukan pada mereka yang tengah menempuh pendidikan, siswa-siswa SMK dan mahasiswa-mahasiswa yang mendapatkan materi pembelajaran mengenai wirausaha. Merujuk pada saran yang disampaikan dalam tulisan Saeed et al (2014), penelitian mengenai wirausaha selanjutnya sebaiknya tidak lagi dikenakan pada mereka yang mungkin akan berwirausaha, tetapi dikenakan pada mereka yang telah memulai berwirausaha. Karena itulah penelitian ini pun dirancang dikenakan pada subyek yang telah memutuskan dan memulai berwirausaha, sehingga dapat menjadi bahan masukan untuk memvalidasi penelitian Saeed et al.

Penelitian yang ditujukan untuk menjelaskan bagaimana latar belakang keluarga wirausaha mampu membentuk niat untuk berwirausaha ini dilakukan di Jawa Timur, karena selain peneliti berdomisili di Jawa Timur, juga karena Jawa Timur mengalami pertumbuhan jumlah pengangguran yang tidak sedikit. Berikut catatan dari Badan Pusat Statistik mengenai jumlah pengangguran di Jawa Timur.

Tabel 1.1
Jumlah Pengangguran Berdasarkan Lulusan di Jawa Timur

	2014	2015
SMA	1.762.411	2.280.029
SMK	1.174.366	1.569.690
Akademi/Diploma	254.312	251.541
Universitas (Sarjana)	565.402	653.586

Sumber : BPS

Terlihat angka bertambah besar pada tahun 2015 dibandingkan tahun sebelumnya yang menunjukkan jumlah pengangguran di Jawa Timur pada tahun 2015 mengalami pertambahan dibandingkan tahun 2014.

Penelitian ini dilakukan di Kota Mojokerto, dengan mengambil sampel anak dari keluarga wirausaha industri sepatu dan sandal di kota tersebut. Selama belasan tahun Kota Mojokerto menjadi pusat kerajinan sandal dan sepatu, meski produk alas kaki Kota Mojokerto itu justru sering menjadi populer di daerah lain. Ketua Komunitas Pengusaha Alas Kaki (Kompak) Kota Mojokerto Emru Syuhadak sebagaimana dilansir dalam laman news.detik.com/berita-jawa-timur, Senin 8 Mei 2017, mengatakan, saat ini industri rumahan alas kaki di Kota Mojokerto mencapai 380 unit dengan melibatkan 15 ribu tenaga kerja. Dan rata-rata tiap bulan, para pengrajin sandal dan sepatu Kota Mojokerto mampu menghasilkan 2.000 kodi sandal dan sepatu.

Karena itulah, nampak mulai ada peralihan generasi dalam rangka meneruskan bisnis sandal dan sepatu di Kota Mojokerto, sehingga dirasa cukup baik untuk diteliti.

Dalam penelitian ini latar belakang keluarga dijelaskan sebagai bentuk pengaruh antargenerasi terhadap niat untuk berwirausaha. Individu yang memiliki faktor latar belakang keluarga wirausaha akan dapat mengembangkan persepsi positif terhadap kelayakan dan keinginan berwirausaha yang berakibatkan pada tindakan berwirausaha. Anak diharapkan mampu menjadi penerus dalam bisnis keluarga, sehingga selain menjamin bisnis keluarga tidak berhenti, penerus bisnis keluarga ini selanjutnya akan dapat selalu terus menciptakan peluang lapangan kerja bagi orang-orang yang membutuhkan. Dan imbasnya, akan dapat meminimalisir angka pengangguran yang ada di daerah dimana bisnis keluarga itu berada.

II. Kajian Teori

a. Latar Belakang Keluarga Wirausaha

Dasar kepribadian seseorang terbentuk sebagai hasil perpaduan antara warisan sifat-sifat, bakat-bakat orang tua dan lingkungan dimana ia berada dan berkembang. Lingkungan pertama yang mula-mula memberikan pengaruh yang mendalam adalah lingkungan keluarganya sendiri. Teori sosiologis dan psikologis yang berkaitan dengan sosialisasi anak-anak menyoroti bahwa sosialisasi yang terjadi dalam keluarga membantu anak-anak untuk merangkul peran sosial dan perilaku yang mereka butuhkan saat mereka mengambil bagian dalam masyarakat. Menurut Crant (dalam Saeed et al, 2014), siswa-siswa dengan orangtua yang berwirausaha akan lebih memiliki minat untuk berwirausaha karena melihat orangtua mereka. Hal ini karena anak-anak yang berasal dari keluarga wirausahawan akan mempunyai pandangan yang positif dan realistis terhadap persyaratan yang diperlukan untuk menjadi seorang pengusaha (Miettinen dalam Saeed et al, 2014).

Seseorang yang berasal dari keluarga dengan latar belakang bisnis atau sudah mempunyai bisnis sendiri maka orang tersebut akan mengobservasi proses wirausaha ayah dan ibunya. Hal ini akan menjadikan orang tersebut lebih tertarik dengan pekerjaan yang mempunyai tingkat fleksibilitas dan independen yang tinggi (Brockhause, Hisrich & Brush, dalam Lindquist et al, 2012). Sehingga Gray kemudian menambahkan (dalam Laspita, et al, 2012) bahwa orang-orang yang mempunyai dukungan keluarga yang kuat akan siap menghadapi kemampuan dan sumber daya yang diperlukan dalam berwirausaha. Mereka akan lebih stabil jika mereka mengejar karir sebagai pengusaha.

b. Perceived Feasibility

Perceived feasibility dalam wirausaha adalah sejauh mana seseorang secara pribadi merasa mampu memulai bisnis (Krueger et al, 2000, dalam Fitzsimmons dan Douglas, 2011). *Feasibility* yang dipersepsikan mirip dengan keyakinan diri (*self efficacy*), merujuk kepada keyakinan seseorang akan berhasil melaksanakan perilaku yang diperlukan. Orang yang percaya bahwa mereka mempunyai kapasitas kinerja yang baik akan menunjukkan kinerja yang baik pula. Maka orang yang memiliki keyakinan diri yang tinggi akan berpikir dan berperilaku berbeda dengan orang lain serta mempengaruhi pilihan seseorang terhadap sesuatu yang akan dilakukan.

c. Perceived Desirability

Perceived desirability dalam wirausaha adalah ketertarikan seseorang dalam memulai bisnis (Krueger et al., 2000, Fitzsimmons dan Douglas, 2011). *Desirability* yang dipersepsikan dalam hal ini mengacu pada hal-hal menyenangkan mengenai berwirausaha, yang menjadikan seseorang menjadi lebih antusias. Oleh karena itu semakin tinggi *desirability* semakin tinggi pula intensi seseorang untuk melakukan kegiatan kewirausahaan (Hisrich, et al, 2008).

d. Niat untuk Berwirausaha (*Entrepreneurial Intention*)

Niat untuk wirausaha adalah pusat dari proses dan penciptaan usaha. Niat untuk wirausaha, didefinisikan sebagai penilaian seseorang tentang kemungkinan memiliki bisnis sendiri (Crant, 1996, dalam Saeed et al, 2014). Menurut Ajzen (1991, dalam Sata, 2013), niat menangkap sejauh mana orang termotivasi dan bersedia melakukan suatu perilaku. Niat juga telah didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang mengarahkan perhatian seseorang (dan, oleh karena itu, pengalaman dan tindakan) menuju objek (tujuan) atau jalur tertentu untuk mencapai sesuatu. Dengan demikian, niat untuk berwirausaha dinyatakan sebagai kesungguhan seseorang untuk melakukan perbuatan atau memunculkan suatu perilaku tertentu, yaitu berwirausaha (Nursito, et al, 2013), atau keadaan dimana dalam pikiran seseorang ada keinginan untuk menumbuhkan bisnis atau menciptakan usaha baru (Rasli, 2013). Secara umum, semakin kuat intensi dalam menggunakan perilaku tersebut maka kinerja dalam berwirausaha akan semakin baik.

Dua model berbasis intensi yang dikenal luas dan mampu berkembang dengan baik dalam mengukur minat untuk berwirausaha adalah teori Ajzen (1991) tentang *Theory of Planned Behavior* dan model Shapero (1982) tentang *Model of Intention in Entrepreneurial Events* (SEE). Meskipun kedua model tersebut memiliki konsep yang dasar yang berbeda, tetapi kedua model memberikan interpretasi yang sebanding terhadap niat berwirausaha (Engle et al, 2010; Moriano et al, 2011). Krueger et al. (2000) menunjukkan bahwa *attitudes* dan *subjective norms* dalam model *Theory of Planned Behaviour* (TPB) secara konseptual terkait dengan *perceived desirability* dalam model *Entrepreneurial Events* (SEE), sementara *perceived behavioural control* sesuai dengan *perceived feasibility*. *Perceived desirability* dan *perceived feasibility* adalah elemen mendasar yang akan membentuk niat untuk berwirausaha (Sata, 2013).

e. Keterkaitan antara Latar Belakang Keluarga Wirausaha dengan Niat untuk Berwirausaha

Lindquist, et al (2012) menemukan bahwa memiliki orang tua pengusaha dapat meningkatkan kemungkinan menjadi seorang pengusaha sebesar 60%, sementara sebelumnya Andersson dan Hammarstedt (2011) juga mencapai kesimpulan serupa dengan besaran yang hampir sama. Oleh karena itu, ada kemungkinan bahwa minat kewirausahaan meningkat dengan kehadiran anggota keluarga wirausaha yang berfungsi sebagai model peran (Shittu dan Dosunmu, 2014).

Beberapa peneliti bahkan menyatakan bahwa niat untuk berwirausaha dapat diwariskan sebagai disposisi genetik melalui transmisi gen tertentu dari orang tua yang berwirausaha kepada keturunannya (Nicolaou dan Shane, 2010). Gen-gen ini, menurut mereka, dapat mempengaruhi mekanisme otak dan mengembangkan sifat-sifat wirausaha dalam kepribadian anak-anak, seperti kebutuhan untuk berprestasi, kecenderungan untuk mengambil risiko, dan inovasi. (dalam Altinay et al., 2012).

f. Keterkaitan antara Latar Belakang Keluarga Wirausaha dengan Niat untuk Berwirausaha melalui *Perceived Feasibility*

Penelitian telah secara konsisten menekankan pentingnya *perceived feasibility* sebagai faktor kunci keberhasilan dan telah menunjukkan bahwa orang-orang dengan persepsi yang kuat mengenai kemampuan yang mereka miliki untuk melakukan tugas, lebih mungkin untuk bergerak cepat dan bertahan dalam tugas yang ada. Oleh karena itu, peningkatan kadar kepercayaan diri mengenai pemenuhan tugas kewirausahaan dapat dilihat sebagai peningkatan minat untuk berwirausaha (Sata, 2013).

Individu dengan latar belakang keluarga wirausaha cenderung untuk mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana menjalankan bisnis dengan mengamati dan bekerja dengan orang tua mereka. Seperti kebanyakan anak-anak, mereka melihat orang tua mereka sebagai peran model dan mungkin melihat wirausaha “sebagai alternatif yang realistis untuk pekerjaan konvensional” (Carroll dan Mosakowski, 1987, dalam Lindquist, et al, 2012). Dalam proses ini, mereka cenderung untuk mengambil etika kerja orang tua mereka sebagai norma untuk perilaku mereka sendiri dan selanjutnya memahami bahwa kewirausahaan sebagai pilihan karir yang layak, sehingga memunculkan minat untuk berwirausaha.

g. Keterkaitan antara Latar Belakang Keluarga Wirausaha dengan Niat untuk Berwirausaha melalui *Perceived Desirability*

Sata (2013) menunjukkan bahwa niat untuk berwirausaha adalah sebagai hasil positif sikap terhadap wirausaha, karena orang-orang dengan sikap positif terhadap kewirausahaan lebih mungkin untuk menjadi pengusaha daripada mereka yang melihat kewirausahaan sebagai hal yang tidak diinginkan. Sebagai individu yang berasal dari keluarga wirausaha lebih mungkin baginya daripada individu yang lain untuk mendapatkan modal dan otonomi yang dilengkapi dengan kepemilikan bisnis keluarga. Kesadaran ini dapat menyebabkan pembentukan nilai-nilai kewirausahaan dan sikap positif yang membuat kewirausahaan menjadi pilihan karir yang diinginkan.

Orang tua yang seorang wirausahawan dapat mengirimkan jiwa wirausaha melalui peran pemodelan, dan selanjutnya berupaya meningkatkan kesadaran anak untuk menjadikan wirausaha sebagai pilihan karir (Carroll dan Mosakowski, 1987 dalam Lindquist, et al, 2012). Orang tua yang seorang wirausahawan dapat memainkan peran penting dalam sosialisasi dan edukasi proses anak-anak mereka. Para orang tua tersebut secara sadar dan tidak sadar mentransfer nilai-nilai kewirausahaan, pengetahuan, keterampilan, dan bakat (Laspita, et al., 2012)

h. Penelitian Terdahulu

Penelitian Levent Altinay, et al (2012) yang bertajuk “*The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention*”, memperlihatkan pengaruh tradisi keluarga dan sifat-sifat psikologis terhadap minat untuk berwirausaha pada mahasiswa perhotelan Universitas di Inggris. Penelitian ini juga

menguji saran bahwa kecenderungan mengambil resiko dapat bertindak sebagai mediator potensial. Dengan mengambil sampel mahasiswa perhotelan universitas di Inggris, sejumlah 279 kuisioner yang disebar dan yang kembali sejumlah 205 responden, penelitian ini menunjukkan bahwa latar belakang keluarga kewirausahaan dan inovasi mempengaruhi niat untuk memulai bisnis baru, bahwa ada hubungan positif antara toleransi ambiguitas dan pengambilan risiko kecenderungan, dan hubungan negatif antara *locus of control* dan kecenderungan pengambilan risiko.

Penelitian lainnya oleh Mesay Sata (2013) dengan judul "*Entrepreneurial Intention among Undergraduate Business Students*". Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tiga dimensi kewirausahaan yaitu *perceived desirability*, *perceived feasibility* dan latar belakang keluarga terhadap niat untuk berwirausaha pada mahasiswa S1 tingkat akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis di tiga universitas di Ethiopia. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara *perceived feasibility* dan latar belakang keluarga dengan niat kewirausahaan pada mahasiswa yang menjadi responden di tiga universitas tersebut. Sedangkan faktor *perceived desirability* menghasilkan hubungan negatif dan tidak signifikan dengan niat kewirausahaan pada mahasiswa yang menjadi responden di tiga universitas tersebut.

Penelitian selanjutnya oleh Shittu, Ayodele. I (2014). Penelitian ini bertujuan untuk menilai, secara empiris, dampak dari latar belakang keluarga dari niat kewirausahaan di kalangan lulusan baru di Nigeria. Dengan menggunakan teknik sampel random dari 1.661 anggota National Youth e Corps (NYSC) maka didapatkan sampel sebesar 250 member. Hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang keluarga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha di kalangan lulusan baru di Nigeria. Tetapi variabel *perceived feasibility* dan *perceived desirability* dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Saadat Saeed, Moreno Muffato, dan Shumaila Yousafzai (2014) yang berjudul "*Exploring intergenerational influence on entrepreneurial intention: The mediating role of perceived desirability and perceived feasibility*". Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplor bagaimana niat berwirausaha ditransmisikan dari generasi ke generasi dalam keluarga. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah latar belakang keluarga wirausaha dan niat berwirausaha dengan *perceived feasibility* and *perceived desirability* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan di Pakistan dengan responden yang didapat sebesar 850 mahasiswa perguruan tinggi di Pakistan, terdiri dari 68% laki-laki dan 32% perempuan. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan positif dan signifikan antara latar belakang keluarga wirausaha terhadap niat berwirausaha. Terdapat hubungan positif dan signifikan juga antara latar belakang keluarga terhadap niat berwirausaha melalui *perceived desirability* maupun *perceived feasibility*.

Keempat penelitian terdahulu yang disebutkan dalam paragraf sebelumnya, meneliti faktor-faktor yang kurang lebih sama dengan penelitian ini. Hanya, pada penelitian ini *perceived feasibility* dan *perceived desirability* dipakai sebagai variabel mediasi untuk mempengaruhi niat kewirausahaan secara tidak langsung seperti dalam penelitian S. Saeed et al (2014).

i. Hipotesis

Hipotesis yang diujikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Latar belakang keluarga wirausaha berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berwirausaha
- H2 : Latar belakang keluarga wirausaha berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berwirausaha melalui *perceived feasibility*
- H3 : Latar belakang keluarga wirausaha berpengaruh signifikan terhadap niat untuk berwirausaha melalui *perceived desirability*

III. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel sehingga dapat dibaca secara statistik dan dapat diambil kesimpulannya. Adapun variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Independen (X) : latar belakang keluargawirausaha
2. Variabel Mediasi (Z) : *perceived feasibility*, *perceived desirability*
3. Variabel Dependen (Y) : niat untuk berwirausaha

Data primer diperoleh dengan carasurvey langsung ke lapangan. Dimana dalam penelitian yang mengambil tempat di kota Mojokerto ini peneliti menyebarkan kuesioner yang telah disusunnya sesuai dengan topik yang akan diteliti. Sementara data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber-sumber seperti literature, jurnal-jurnal maupun arsip-arsip penting untuk mendukung kelengkapan data primer.

Populasi dalam penelitian ini adalah anak-anak usia produktif dari keluarga wirausaha UKM Sandal dan Sepatu di Mojokerto. Tercatat ada 93 nama pada daftar UKM Sandal dan Sepatu di Mojokerto. Sampel akan diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel yang diambil adalah merupakan anak dari keluarga wirausaha UKM Sandal dan Sepatu yang telah ikut serta dalam kegiatan wirausaha tersebut minimal 1 tahun dan berusia minimal 21 tahun. Dari 93 nama pada daftar UKM Sandal dan Sepatu di Mojokerto, ada 64 keluarga yang memiliki anak usia produktif yang dapat menjadi responden penelitian.

Analisa data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan program SmartPLS 2. PLS merupakan metode analisis yang *powerful* karena dapat diterapkan pada semua jenis skala data, tidak membutuhkan asumsi, dan jumlah sampel yang tidak harus banyak yaitu kurang dari 100 responden. Pada analisa PLS akan menggunakan dua model, yakni *inner model* dan *outer model*. *Outer model* atau *measurement model*, dimaksudkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel dengan indikatornya. Sedangkan *inner model* atau *structural model* dimaksudkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel laten, yakni variabel eksogen dan juga endogen. Sementara itu pengujian pengaruh tidak langsung akan digunakan *Sobel Test* yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dengan cara menguji kekuatan pengaruh tidak langsung variabel eksogen (X) ke variabel endogen (Y) melalui variabel *intervening* (Z).

IV. Hasil dan Pembahasan

a. Karakteristik Responden

Dari 64 set kuesioner yang disebar pada target responden, hanya 44 set kuesioner yang kembali dan dapat diolah. Berikut karakteristik dari responden yang dalam penelitian ini.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	21 – 26 tahun	39 orang	88,6 %
2	27 – 32 tahun	4 orang	11,4 %
3	.>= 33 tahun	1 orang	0 %
	Total	44 orang	100 %

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-Laki	30 orang	68,2%
2	Perempuan	14 orang	31,8%
	Total	44 orang	100%

Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.3
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Latar Belakang Keluarga Wirausaha (X)

No	Indikator	Skor					Mean	Kategori
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Orang tua memberikan pandangan dan contoh bagaimana menjadi seorang wirausaha sejak dini.	0	2	9	12	21	4,18	Tinggi
2.	Orang tua memberikan dukungan dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha.	0	1	8	16	19	4,21	Sangat Tinggi
3.	Orang tua memberikan dukungan secara financial dalam berwirausaha.	1	0	6	17	20	4,25	Sangat Tinggi

4.	Tingginya perhatian dari orang tua membuat saya termotivasi untuk berwirausaha.	0	1	9	12	22	4,25	Sangat Tinggi
5.	Menurut saya latar belakang keluarga (keluarga wirausaha) sangat mendukung dalam memulai berwirausaha.	0	2	2	14	26	4,46	Sangat Tinggi
Variabel Latar Belakang Keluarga Wirausaha							4,27	Sangat Tinggi

Tabel 4.4
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel *Perceived Feasibility* (Z1)

No	Indikator	Skor					Mean	Kategori
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Menurut saya, berwirausaha merupakan hal yang praktis.	1	13	9	11	10	3,36	Sedang
2.	Menurut saya, berwirausaha merupakan hal yang mudah.	4	11	6	15	8	3,27	Sedang
3.	Menurut saya, berwirausaha akan membuat saya sukses.	1	10	11	15	7	3,39	Sedang
4.	Menurut saya, saya memiliki pengetahuan dalam berwirausaha.	3	12	6	17	6	3,25	Sedang
Variabel <i>Perceived Feasibility</i>							3,32	Sedang

Tabel 4.5
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel *Perceived Desirability* (Z2)

No	Indikator	Skor					Mean	Kategori
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Saya tertarik untuk memulai berwirausaha.	0	2	1	21	20	4,34	Sangat Tinggi
2.	Apabila saya memulai berwirausaha, saya akan melakukannya dengan senang hati.	0	1	4	17	22	4,36	Sangat Tinggi
3.	Saya memiliki pandangan yang serius dalam memulai berwirausaha.	0	1	1	19	23	4,45	Sangat Tinggi
4.	Apabila saya memulai berwirausaha, saya akan menjalaninya dengan antusias.	0	0	4	17	23	4,43	Sangat Tinggi
Variabel <i>Perceived Desirability</i>							4,39	Sangat Tinggi

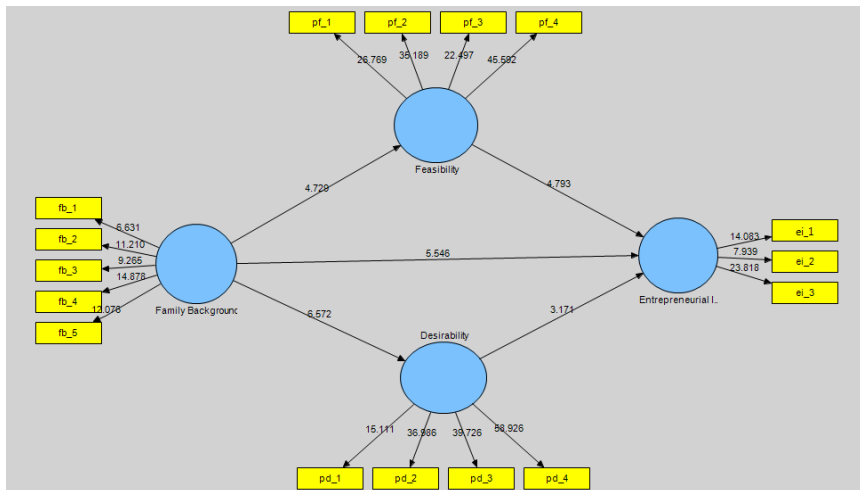
Tabel 4.6
Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Niat untuk Berwirausaha (Y)

No	Indikator	Skor					Mean	Kategori
		STS	TS	N	S	SS		
1.	Saya akan memilih karier menjadi seorang wirausaha.	1	1	11	15	16	4,00	Tinggi
2.	Saya lebih suka menjadi seorang wirausaha daripada menjadi seorang karyawan di suatu perusahaan.	2	0	11	18	13	3,91	Tinggi

3.	Saya memperkirakan akan memulai berwirausaha dalam 1-3 tahun kedepan.	0	1	9	14	20	4,21	Sangat Tinggi
Variabel Niat untuk Berwirausaha							4,04	Tinggi

b. Hasil uji pengaruh langsung dan signifikasinya

Berikut ini adalah hasil model struktural pada *inner model* dengan bantuan program SmartPLS.



Gambar 4.1
Inner model

Sumber : program SmartPLS

Dan berikut ini adalah hasil dari nilai *original sample estimate* pada tabel *path coefficient* setelah diuji menggunakan bantuan program SmartPLS.

Tabel 4.7
Nilai *Original Sample Estimate*

Hubungan Antar Variabel	<i>Original Sample (O)</i>
Latar Belakang Keluarga Wirausaha->Niat untuk Berwirausaha	0,423
Latar Belakang Keluarga Wirausaha -> <i>Feasibility</i>	0,416
<i>Feasibility</i> ->Niat untuk Berwirausaha	0,270
Latar Belakang Keluarga Wirausaha -> <i>Desirability</i>	0,533
<i>Desirability</i> ->Niat untuk Berwirausaha	0,238

Sumber : program SmartPLS

Berdasar pada tabel 4.7, diketahui nilai *original sample estimate* yang positif, yang menunjukkan hubungan antar variabel yang searah, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Pengaruh *entrepreneurial family background* terhadap *entrepreneurial intention* adalah searah. Jika pengaruh dari latar belakang keluarga wirausaha meningkat, maka minat untuk berwirausaha juga meningkat. Begitu juga sebaliknya.
2. Pengaruh *entrepreneurial family background* terhadap *perceived feasibility* adalah searah. Jika pengaruh dari latar belakang keluarga wirausaha meningkat, maka persepsi keyakinan atau kelayakan dari seorang anak untuk berwirausaha itu akan meningkat. Begitu juga sebaliknya.
3. Pengaruh *perceived feasibility* terhadap *entrepreneurial intention* adalah searah. Jika persepsi kelayakan atau keyakinan seorang anak terhadap berwirausaha meningkat, maka minat untuk berwirausaha juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya.
4. Pengaruh *entrepreneurial family background* terhadap *perceived desirability* adalah searah. Jika pengaruh dari latar belakang keluarga wirausaha meningkat, maka persepsi keinginan terhadap berwirausaha seorang anak akan meningkat. Begitu juga sebaliknya.
5. Pengaruh *perceived desirability* terhadap *entrepreneurial intention* adalah searah. Jika persepsi keinginan terhadap berwirausaha seorang anak meningkat, maka minat untuk berwirausaha juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya.

Sedangkan untuk melihat pengaruh langsung yang signifikan dapat dilihat dari nilai *t-statistic* pada tabel *path coefficient* dari hasil analisis PLS, berikut adalah tabel 4.8 yang menunjukkan nilai *t-statistic*:

Tabel 4.8
Nilai T-Statistic

Hubungan Antar Variabel	T Statistics	Keterangan
Latar Belakang Keluarga Wirausaha -> Niat untuk Berwirausaha	5,546	Signifikan
Latar Belakang Keluarga Wirausaha -> <i>Feasibility</i>	4,729	Signifikan
<i>Feasibility</i> -> Niat untuk Berwirausaha	4,793	Signifikan
Latar Belakang Keluarga Wirausaha -> <i>Desirability</i>	6,572	Signifikan
<i>Desirability</i> -> Niat untuk Berwirausaha	3,171	Signifikan

Sumber : Penghitungan

Berdasar pada tabel 4.8 di atas, dengan mengacu pada nilai t tabel sebesar 1,96, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk berwirausaha.
2. Latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *perceived of feasibility*.
3. *Perceived feasibility* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat untuk berwirausaha.
4. Latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *perceived of desirability*.
5. *Perceived desirability* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap niat untuk berwirausaha.

c. Hasil uji pengaruh tidak langsung dan signifikansinya

Untuk melihat besarnya pengaruh latar belakang keluarga wirausahaterhadap niat untuk berwirausaha melalui *feasibility* dan *desirability*, berikut adalah gambaran nilai *original sample* pada tabel koefisien path, berikut nilainya :

Tabel 4.9
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error (STERR)	T Statistic (O/STERR)
Desirability-> Entrepreneurial Intention	0.2381	0.231	0.0751	0.0751	3.1709
Family Background-> Desirability	0.5326	0.5458	0.081	0.081	6.5721
Family Background-> Entrepreneurial Intention	0.4229	0.4448	0.0762	0.0762	5.5463
Family Background-> Feasibility	0.4156	0.4257	0.0879	0.0879	4.7293
Feasibility-> Entrepreneurial Intention	0.2699	0.2679	0.0563	0.0563	4.7933

Sumber : Penghitungan

Dan berikut adalah tingkat signifikasi pengaruh tidak langsung *entrepreneurial family background* terhadap *entrepreneurial intention* melalui *feasibility* dan *desirability*.

Tabel 4.10
Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh Tidak Langsung	Koefisien Path	T-statistic
Latar Belakang Keluarga Wirausaha → <i>feasibility</i> → Niat untuk Berwirausaha	0,112	3,29
Latar Belakang Keluarga Wirausaha → <i>desirability</i> → Niat untuk Berwirausaha	0,127	2,89

Sumber : Hasil Perhitungan

Berdasar pada tabel 4.10 di atas, dengan mengacu pada nilai t tabel sebesar 1,96, maka dapat diinterpretasikan bahwa pengaruh tidak langsung latar belakang keluarga wirausahaterhadap niat untuk berwirausahamelalui *perceived feasibility* dan pengaruh tidak langsung latar belakang keluarga wirausahaterhadap niat untuk berwirausahamelalui *perceived desirability* adalah signifikan.

d. Hasil uji hipotesis

Hasil pengujian dari PLS adalah sebagai berikut:

- Pengujian hipotesis 1 : Latar Belakang Keluarga Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Niat untuk Berwirausaha.

Dengan nilai *t-statistic* di atas nilai t-tabel 1,96 yaitu sebesar 5,546 dan nilai *original sample estimate* berada pada angka 0,423, maka Hipotesis 1 diterima.

- Pengujian hipotesis 2 : Latar Belakang Keluarga Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Niat untuk Berwirausaha melalui *perceived feasibility*.

Dengan nilai *t-statistic* diatas nilai t-tabel 1,96 yaitu sebesar 3,29, maka Hipotesis 2 diterima.

- Pengujian hipotesis 3 : Latar Belakang Keluarga Wirausaha berpengaruh signifikan terhadap Niat untuk Berwirausaha melalui *perceived desirability*.

Dengan nilai *t-statistic* diatas nilai t-tabel 1,96 yaitu sebesar 2,89, maka Hipotesis 3diterima.

e. Pembahasan

• Pengaruh Latar Belakang Keluarga Wirausahaterhadap Niat untuk Berwirausaha

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Saeed dan Muffatto (2014) yang menyatakan bahwa latar belakang keluarga wirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat untuk berwirausaha. Sekaligus mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sata (2013) yang juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara langsung dan signifikan hubungan antara latar belakang keluarga wirausaha dengan niat berwirausaha.

Dilihat dari *mean* tiap indikator dalam variabel latar belakang keluarga wirausaha, nilai pada setiap indikator berada dalam kategori sangat tinggi kecuali pada indikator nomor 1 yang berada dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa peranan status pekerjaan orang tua sebagai wirausaha dapat mempengaruhi atau mendorong minat seorang anak untuk berwirausaha. Seorang anak secara tidak langsung akan meniru apa yang dilakukan oleh orang tuanya. Sehingga seorang anak yang berasal dari keluarga wirausaha akan memiliki peluang atau minat untuk menjadi wirausaha lebih tinggi, sebab seorang anak nantinya akan menjadi generasi penerus dalam bisnis keluarga.

Peranan orang tua terhadap niat berwirausaha seorang anak dari keluarga wirausaha di bidang industri sepatu sandal yang ada di Mojokerto tidak hanya dalam status pekerjaannya saja, melainkan bagaimana orang tua akan memberikan ilmunya atau pengalamannya dalam berwirausaha. Selain itu, orang tua juga akan memberikan bantuan secara finansial maupun memberikan arahan dalam mencari modal untuk berwirausaha. Dalam hal ini keluarga dapat dijadikan sebagai *role models* atau panutan bagi seorang anak, dan panutan ini merupakan faktor yang sangat penting dalam penentuan karir seorang anak.

Pengaruh Latar Belakang Keluarga Wirausahaterhadap Niat untuk Berwirausaha melalui *Perceived Feasibility*

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha melalui persepsi kelayakan atau keyakinan dalam berwirausaha. Dilihat dari *mean* secara keseluruhan dalam variabel *perceived feasibility*, *perceived feasibility* memiliki *mean* yang berada dalam kategori sedang. Meskipun termasuk dalam kategori sedang, dimana indikator yang memiliki nilai *mean* paling tinggi diantara indikator lainnya adalah indikator nomor 3, yaitu “menurut saya, berwirausaha akan membuat saya sukses”. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi yang dirasakan oleh anak dari keluarga wirausaha industri sepatu sandal di Mojokerto masih belum meyakini dengan berwirausaha akan membuat mereka sukses. Adanya anggapan bahwa berwirausaha itu memiliki resiko yang tinggi, bisa berubah sewaktu-waktu secara drastis akan membuat keyakinan yang dirasakan seorang anak untuk berwirausaha menjadi tergoyahkan. Dengan begitu persepsi kelayakan (*feasibility*) dalam penelitian ini tidak dapat memediasi secara keseluruhan pengaruh latar belakang keluarga wirausaha terhadap niat berwirausaha.

Pengaruh Latar Belakang Keluarga Wirausahaterhadap Niat untuk Berwirausaha melalui *Perceived Desirability*

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa latar belakang keluarga wirausaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berwirausaha dengan *perceived desirability* sebagai variabel mediasi. Memiliki latar belakang keluarga wirausaha akan membuat persepsi keinginan (*desirability*) yang dirasakan oleh anak

dari keluarga wirausaha industri sepatu sandal di Mojokerto terhadap niat berwirausaha semakin kuat. Melihat kesuksesan orang tuanya dalam berwirausaha atau kemudahan orang tuanya dalam menjalankan usahanya, maka dalam diri seorang anak tersebut akan muncul daya tarik atau keseriusan dalam memulai berwirausaha. Hal tersebut juga didukung dengan informasi yang disajikan oleh tabel yang menunjukkan nilai *mean* tiap indikator pada variabel *perceived desirability*. Dimana indikator yang memiliki nilai *mean* paling tinggi adalah indikator nomor 3, yaitu “saya memiliki pandangan yang serius dalam memulai berwirausaha”. Sayangnya, meski memiliki orang tua seorang wirausaha yang sebagai faktor pendorong yang kuat untuk menjadi wirausaha, tetapi ketakutan akan kegagalan dalam berwirausaha nampak mempengaruhi persepsi keinginan seorang anak dalam memulai untuk berwirausaha. Dengan begitu persepsi ketertarikan (*desirability*) dalam penelitian ini juga tidak dapat memediasi secara keseluruhan pengaruh latar belakang keluarga terhadap niat berwirausaha.

V. Penutup

Simpulan yang didapat dari hasil penelitian yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Latar belakang keluarga wirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk berwirausaha pada anak keluarga wirausaha.
2. Kelayakan (*feasibility*) yang dipersepsikan oleh anak keluarga wirausaha atas pilihan untuk berwirausaha mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh latar belakang keluarga wirausaha terhadap niat untuk berwirausaha.
3. Ketertarikan (*desirability*) yang dipersepsikan oleh seorang anak keluarga wirausaha atas pilihan untuk berwirausaha mampu memediasi secara positif dan signifikan pengaruh latar belakang keluarga wirausaha terhadap niat untuk berwirausaha.

Dari hasil penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan, antara lain :

1. Faktor latar belakang keluarga wirausaha dalam penelitian ini menunjukkan pengaruh yang besar dalam niat berwirausaha seorang anak. Maka dari itu orang tua harus selalu memberikan dukungan, motivasi dan sering melatih mental anak dalam menghadapi dunia wirausaha nantinya, agar seorang anak memiliki keyakinan dan keinginan yang kuat untuk menjadi seorang wirausaha. Selain sebagai penerus bisnis keluarga, seorang anak yang berwirausaha juga akan dapat menciptakan peluang lapangan kerja bagi orang yang belum bekerja, setidaknya orang-orang yang berada di sekitarnya.
2. Faktor *perceived feasibility* dan *perceived desirability* perlu dipertahankan dan diupayakan, sehingga seorang anak dari keluarga wirausaha dapat tampil lebih percaya diri dan berani segera mengambil keputusan untuk berwirausaha.

Daftar Pustaka

- Andersson, L., Hammarstedt, M. (2011). *Transmission of Self-Employment across Immigrant Generations: The Importance of Ethnic Background and Gender*. Review of Economics of the Household, Vol. 9, No. 4,
- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R. and Lashley, C. (2012). *The Influence of Family Tradition and Psychological Traits on Entrepreneurial Intention*, International Journal of Hospitality Management, Vol. 31, No. 2.
- Aprilianty, E. (2012). *The Effect of Entrepreneur Personality, Entrepreneurship Knowledge, and Environment on Entrepreneurial Interest*. Pendidikan Vokasi, 2(3), 311–324. <http://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-x>
- Dissayanake, D. M. (2013). *The Impact Perceived Desirability and Perceived Feasibility among Undergraduated Students in Sri Lanka : An Extended Model*. The Kelaniya Journal of Management, 2(1).
- Fitzsimmons, J.R, Douglas, E.J. (2011). *Interaction between Feasibility and Desirability in The Formation of Entrepreneurial Intentions*, Journal of Business Venturing, Vol. 26, No. 4.
- Hisrich, D.R, Peters, P.M, Shephard A.D. (2008). *Entrepreneurship 7th ed*. New York : McGraw Hill.
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S. and Patzelt, H. (2012). *Intergenerational Transmission of Entrepreneurial Intentions*, Journal of Business Venturing, Vol. 27 - No. 4.
- Lindquist, M., Sol, J, Van Praag, M. (2012). *Why Do Entrepreneurial Parents Have Entrepreneurial Children?*, IZA Discussion Paper No. 6740 [online] <http://ssrn.com/abstract=2101543>.

- Moriano, J.A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U. and Zarafshani, K. (2011). *A Crosscultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention*, Journal of Career Development, in press
- Nursito, Sarwono, Nugroho, Arif Julianto. (2013). *Analisis Pengaruh Interaksi Pengetahuan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Intensi Kewirausahaan*. Kiat Bisnis. 5(2): 148-158.
- Putu, N., Ardiyani, P., & Kusuma, A. A. G. A. A. (2016). *Pengaruh Sikap, Pendidikan dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Berwirausaha*, 5(8), 5155–5183.
- Rasli, Amran M. (2013). *Factors Affecting Entrepreneurial Intention Among Graduate Students of Universiti Teknologi Malaysia*. International Journal of Business and Social Science, 4(2), pp: 182-188.
- Saeed, Saadat, Muffatto, Moreno, Yousafzai, Shumaila Y. (2014). *Exploring Intergenerational Influence on Entrepreneurial Intention: The Mediating Role of Perceived Desirability and Perceived Feasibility*. Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management, Vol. X. Inderscience Enterprises Ltd
- Sata, Mesay. (2013). *Entrepreneurial Intention among Undergraduate Business Students*. IJRMEC. Vol.3 / 9.
- Shittu, Ayodele, Dosunmu, Zainab. (2014). *Family Background and Entrepreneurial Intention of Fresh Graduates in Nigeria*. Journal of Poverty, Investment and Development. An Open Access International Journal. Vol.5
- Uddin, M.R, Bose Tarun Kanti. (2012) *Determinants of Entrepreneurial Intention of Business Students in Bangladesh*. International Journal of Business and Management, 7(24), pp: 128-137.