



&

**ENTREPRENEURSHIP
MINAT**

JILID SATU

Prof. Ir. M. Havidz Aima, MS., Ph.D

Hernawati W. Retno Wiratih, SPd, M.Sc

Ikramina Larasati Hazrati Havidz, SH., MBA., Ph.D

Entrepreneurship dan Minat

Jilid I

Prof. Ir. M. Havidz Aima, MS., Ph.D.
Hernawati W. Retno Wiratih, SPd, M.Sc.
Ikramina Larasati Hazrati Havidz, SH., MBA., Ph. D



PUSAT PUBLIKASI ILMIAH
UNJA PUBLISHER

Entrepreneurship dan Minat

Jilid I

Pengarah

Prof. Dr. Drs. Veithzal Rivai Zainal, MM., MBA., CRGP., CRMP

Editor

Shinta Amalina Hazrati Havidz, SE., MBA., Ph.D.
Siti Rachmawati, S. KPM., MM

Penulis

Prof. Ir. M. Havidz Aima, MS., Ph.D.
Hernawati W. Retno Wiratih, SPd, M.Sc.
Ikramina Larasati Hazrati Havidz, SH., MBA., Ph. D

UNJA Publisher

Kampus UNJA Mendalo
LPPM Universitas Jambi, Ruang UNJA Publisher
Jl. Jambi-Ma. Jambi, KM.15 Desa Mendalo Darat, Kecamatan
Jambi Luar Kota, Muaro Jambi, Jambi, Indonesia, 36361
Email: unjapublisher@unja.ac.id
Website: www.unjapublisher.unja.ac.id
Telp: (0741) 582965

ISBN: 978-602-73259-8-2

Cetakan pertama 2021

Copyright © 2021

Hak cipta dilindungi Undang-Undang
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin
tertulis dari penerbit. Isi di luar tanggungjawab penerbit. Ketentuan
pidana terkait pelanggaran hak cipta diatur di dalam pasal 113 Undang-
Undang Nomor 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

KATA PENGANTAR

Mengawali kata pengantar buku ini kita panjatkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat dan rahmat-Nya, khususnya dengan selesainya penerbitan buku ini, karena hanya dengan ridho-Nya lah kemampuan dan daya upaya kami, para penulis, sebagai manusia, telah dapat berbuat dan menghasilkan karya tulis ini. Dengan segala keterbatasan sebagai manusia, kami tiada henti memanjatkan doa kehadiran-Nya agar ridho-Nya juga bagi pembaca buku ini agar dapat diperoleh manfaat yang maksimal.

Penulis menyadari bahwa dalam kemajuan dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat, buku ini hanyalah setetes sumbangsih. Tapi pun kami berharap dapat menjadikannya sinerginitas dan perkembangan dengan berbagai buku maupun disiplin ilmu lain guna memberikan wawasan dalam konteks kemajuan bangsa dan Negara Indonesia tercinta ini.

Kemajuan suatu negara ditentukan oleh sumber daya alam, sumber daya manusia, sumber daya modal dan teknologi, meskipun ada negara (seperti) Singapura yang tidak memiliki sumber daya alam akan tetapi dapat sejajar dengan negara-negara maju lainnya dikarenakan memiliki human resources potential. Karenanya, faktor yang amat strategis, diantara keempat faktor yang disebutkan tadi adalah sumber daya manusia. Melalui sumber daya manusia dapat merubah dan meningkatkan teknologi yang merupakan faktor kunci dalam akselerasi pembangunan dan kemajuan.

The World Economic Forum tahun 2015 memprediksi Indonesia akan menempati urutan ke-8 ekonomi dunia di tahun 2020. Pernyataan ini didukung oleh Standard Chartered Bank yang memprediksi hal yang sama, sementara Goldman Sachs memprediksi Indonesia akan menjadi kekuatan ekonomi nomor tujuh dunia setelah China, Amerika Serikat, India, Brazil, Meksiko, dan Rusia (Deloitte Indonesia Perspectives, Edisi Pertama, September 2019). Prediksi ini sungguhlah tidak main-main. Salah satu pendukung kekuatan ekonomi di Indonesia saat ini adalah pesatnya geliat e-commerce yang diyakini menjadi kekuatan ekonomi masa depan. Pada tahun 2015 pengguna internet di Indonesia telah mencapai 47,9% dari populasi atau sebanyak 93,4 juta orang akan tetapi hal tersebut diprediksi mengalami peningkatan hingga 140 juta pengguna di tahun 2020. Berdasarkan data 2017 dari katadata.co.id pengguna ponsel di Indonesia diperkirakan telah mencapai 142% dari total populasi sebanyak 262 juta orang, hal tersebut dengan asumsi bahwa satu orang menggunakan dua hingga tiga kartu telpon seluler.

Sumber Daya Manusia memiliki peran sebagai manajer dan entrepreneur (Aima dkk. 2014). Entrepreneur dengan kemampuan inovasi, knowledge, dan technology capability yang dimilikinya mempunyai peran dalam proses kegiatan ekonomi dalam memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa sehingga menghasilkan nilai tambah. Negara Republik Indonesia yang memiliki kelimpahan

sumber daya alam, belum ditunjang oleh jumlah dan kualitas entrepreneur yang memadai. Dari aspek kuantitas, persentase entrepreneur di Amerika sudah mencapai 11,5 persen, Singapura 7,2 persen, Malaysia 5,0 persen, Thailand 4,1 persen, Korea Selatan 4,0 persen, dan Indonesia berada pada urutan terbawah yang hanya 1,5 persen.

Menurut Infografis BPS 2020, 67,65% penduduk Indonesia merupakan penduduk usia produktif, yaitu usia 15 – 64 tahun, dengan gambaran 57,14% sebagai pekerja dan 42,96% merupakan bekerja di sektor pertanian, perkebunan, dan perikanan. Dari data BPS 2019, diperoleh seseorang yang tidak pernah sekolah memiliki usaha mandiri 16,30 % dan sebagai pegawai/buruh /pekerja 4,5% bahwa. Lulusan SMA juga memiliki usaha mandiri 16,3 % dan pegawai/buruh/pekerja 52,3%. Sebaliknya lulusan Universitas memiliki usaha mandiri hanya 5,3 % dan pegawai/buruh/pekerja % persen. Artinya tanpa disadari bahwa "pendidikan menciptakan ketergantungan". Menyikapi fakta-fakta di atas, buku ini ditulis dengan judul "Entrepreneurship dan Minat", yang ditunjang dengan kajian atau contoh-contoh realita di lapangan atau dunia nyata. Dengan demikian penulis mengharapkan bahwa para pembaca tidak hanya sekedar mengenal teori-teori yang disajikan, akan tetapi juga melalui buku ini diharapkan mampu untuk merubah pola pikir (mindset) dan keyakinan (believe) para pembaca.

Buku ini merupakan sharing dari beberapa penulis yang memiliki latar belakang yang relatif berbeda, yang juga diharapkan dapat memberikan "multiple perspektif" kepada pembaca. Salah satu keunikan yang dimiliki buku ini adalah ada bagian yang sengaja ditulis dalam bahasa Inggris yang dimaksudkan memotivasi para pembaca agar lebih familiar dengan English literature.

Melalui buku dengan judul "Entrepreneurship dan Minat" yang merupakan Jilid 1 ini besar harapan kami pembaca dapat memperoleh manfaat maksimal.

Tim Penulis,
Nopember, 2020

Prof. Dr. M. Havidz Aima, M.Si,
Hernawati W. Retno Wiratih, SPd, M.Sc.
Ikramina Larasati Hazrati Havidz, SH., MBA., Ph.D
Siti Rachmawati, S.KPm

KATA PENGANTAR REKTOR UNIVERSITAS MERCU BUANA, JAKARTA

Universitas Mercu Buana yang berdiri pada tahun 1985 dengan jumlah mahasiswa tahun pertama sebanyak 118 orang, pada saat ini telah mencapai jumlah hampir 25.000 mahasiswa, dan salah satu Fakultas dengan Mahasiswa terbanyak adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Pada tahun 2.000 telah dibuka Program Pascasarjana dengan lima Program Studi yaitu, Magister Manajemen, Magister Ilmu Komunikasi, Magister Teknik Industri, Magister Teknik Elektro, dan Magister Akuntansi. Diantara lima program Studi tersebut, Magister Manajemen merupakan program yang paling diminati oleh masyarakat dengan jumlah mahasiswa lebih dari 2.000 orang.

Universitas Mercu Buana, mempunyai harapan bahwa lulusan tidak hanya mengejar peluang kerja yang ada akan tetapi juga berupaya untuk menciptakan peluang kerja antara lain melalui minat terhadap entrepreneur. Dan salah satu mata kuliah Magister Manajemen adalah "***Entrepreneurship and Innovation Management***".

Entrepreneur (wirausaha) adalah orang yang memiliki sifat-sifat keberanian, keutamaan, keteladanan, dan seorang yang berani mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Kewirausahaan adalah suatu proses kreatif dan penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) dan membuat suatu yang berbeda dari yang sudah ada (invention dan inovasi), dengan tujuan tercapainya kesejahteraan individu dan masyarakat serta memiliki nilai tambah bagi lingkungan masyarakatnya. Dengan kata lain seorang entrepreneurs (wirausaha) adalah orang yang mampu menetaskan gagasannya menjadi sebuah realitas.

Menurut saya, buku dengan judul "***Entrepreneurship dan Minat***" Jilid 1 ini dapat menjadi salah satu referensi mata kuliah yang telah disebutkan terdahulu, dan saya menyampaikan apresiasi kepada para penulis.

Nopember, 2020

Rektor

Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS
NIP: 19520430 19860310 01

PENDAHULUAN

Pelaku usaha melihat dan melakukan identifikasi kebutuhan konsumen dan pasar yang harus dipenuhi, ataupun menemukan langkah yang lebih baik untuk dapat memenuhi kepuasan kebutuhan konsumen dan pasar. Seorang wirausaha yang menjalankan bisnis dapat menemukan peluang bisnis dan kemudian membuat suatu rencana bisnis yang komprehensif untuk melakukan investasi pada peluang bisnis dengan faktor resiko yang harus dihadapi oleh pelaku bisnis.

Untuk itu penulis mencoba memaparkan hal tersebut secara sistematis dan terapan, sehingga akan dapat mudah dipahami dan akan memberi manfaat langsung bagi para profesional muda yang bergerak dalam bisnis dan mampu berkompetisi di era global. Wirausaha dalam menjalankan bisnisnya perlu memperhatikan aspek- aspek bisnis yang meliputi: peran wirausaha yang handal, menemukan peluang bisnis, melakukan inovasi produk untuk berlangsungnya bisnis global yang berkelanjutan dan *competitive*.

Buku ini komprehensif berisi tentang teori dan kajian penelitian empiris berdasarkan dan pengalaman empiris bisnis kaplingan tanah dan properti di Jambi, Sumatera. Dengan memahami buku ini diharapkan akan dapat menjadi bahan acuan dan pendorong dalam melakukan bisnis yang inspiratif dan memiliki daya saing yang kuat serta berkelanjutan di masa mendatang.

Buku ini berisi dengan materi bilingual antara bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, agar dapat memenuhi permintaan pasar pada kelas- kelas Internasional dan kelas Reguler.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----|
| KATA PENGANTAR | i |
| KATA PENGANTAR REKTOR UNIVERSITAS MERCU BUANA, JAKARTA..... | iii |
| PENDAHULUAN..... | iv |
| BAB 1..... | 1 |
| ENTREPRENEURSHIP DAN BISNIS..... | 1 |
| 1.1. Entrepreneurship Dan Sejarah Bisnis | 1 |
| 1.2. What is Entrepreneurship? | 4 |
| 1.3. Mengapa Sulit Belajar Entrepreneurship ?..... | 8 |
| BAB 2..... | 13 |
| EVOLUSI ENTREPRENEURSHIP..... | 13 |
| 2.1. Tipe-tipe Entrepreneurship..... | 14 |
| 2.2 Kewirausahaan Berkelanjutan (Sustainable Entrepreneurship)..... | 19 |
| 2.3. Memupuk Kompetensi berwirausaha | 20 |
| 2.4. Ciri-ciri Seorang Wirausahawan | 22 |
| BAB 3 | 27 |
| KEWIRAUSAHAAN dan MINAT | 27 |
| ENTREPRENEURIAL and INTEREST | 27 |
| 3.1 Minat dan Kekuatannya menurut para ahli | 27 |
| 3.2 Minat Memprediksikan Sukses..... | 30 |
| 3.3. Minat, Entrepreneurial Karakteristik dan Skillnya | 34 |
| BAB 4..... | 43 |
| MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA INTERNASIONAL..... | 43 |
| 4.1. Mengapa Mempelajari MSDM Internasional..... | 44 |
| 4.2. Konteks Budaya, Kesadaran Budaya, dan Organisasi dari SDMI | 48 |
| 4.3 Global Management Development | 53 |
| 4.4 Globalisasi, Budaya, dan Perubahan Ekonomi..... | 65 |
| 4.5 Mengintegrasikan Kulturalisme dan Kelembagaan..... | 74 |
| Integrating Culturalism and Institutionalism | 74 |
| BAB 5 | 79 |
| Kebiasaan Baru Pemasaran | 79 |

| | |
|--|-----|
| The New Rules of Marketing | 79 |
| 5.1 Penggunaan Analisis Pasar | 79 |
| 5.2 Target Pendekatan Pasar Melalui Sosial Media | 83 |
| 5.3 Kembangkan Pola Pikir Waktu-Nyata Anda..... | 86 |
| Develop Your Real-Time Mind-Set..... | 86 |
| BAB 6..... | 90 |
| KISAH INSPIRATIF..... | 90 |
| DAFTAR PUSTAKA | 104 |
| BIOGRAFI PENULIS..... | 108 |

DAFTAR PUSTAKA

- Aima, Susilo, Purwanto, Wiratih. (2015). *Entrepreneurship dan Peluang Usaha Menyusun business plan yang unggul dan inspiratif*. Jakarta: Penerbit In Media.
- Ahmed, G. (2018). Transforming the UAE from desert to developed economy. *Forbes Middle East*, 70, 15-29.
- Barron, B. (2006). Interest and self-sustained learning as catalysts of development: A learning ecology perspective. *Human Development*, 49(4), 193–224.
- Badan Pusat Statistik - *Statistics Indonesia*. (2018). Analisis Isu Terkini. No. Publikasi: 07310.1904. Diterbitkan Oleh: Badan Pusat Statistik. Jakarta, Indonesia. ISBN: 978-602-438-304-6.
- Brockhaus, R.H. & P.S. Horwitz. (1986). The psychology of the entrepreneur. In D. Sexton & R. Smilor (Eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*. Ballinger Publishing Company, Pensacola, FL, 25-48.
- Coulthard, M., 2007. The role of entrepreneurial orientation on firm performance and the potential influence of relational dynamism. *Journal of Global Business and Technology*, 3 (1), 29–39.
- Cooney.M.T., (2018). *Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses*. Report for the Workshop on ‘Skills Development for SMEs and Entrepreneurship’. Copenhagen.
- Collins, C.J., P.J. Hanges & E.A. Locke. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17, 95–117.
- Chow, I. H., 2006. The relationship between entrepreneurial orientation and firm performance in China. *S. A. M. Advanced Management Journal*, 71 (3), 11–20.
- Davidsson, P., Delmar,F. & Wiklund, J. (2006). *Entrepreneurship as Growth: Growth as Entrepreneurship* - In Davidsson, P, Delmar, F, & Wiklund, J (Eds.) *‘Entrepreneurship and the Growth of Firms’*, Edward Elgar Publishing, United Kingdom, England, Cheltenham, pp. 21-38.
- Deloitte Indonesia Perspectives. (2019) Edisi Pertama, September.
- Dencker J., Gruber M., Shah S. (2009). Individual and opportunity factors influencing job creation in new firms. *Acad. Manag. J.* 52, 1125–1147. 10.5465/amj.2009.47084648.
- Dewey, J. (1913). *Interest and effort in education*. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- European Commission (2008). *Entrepreneurship in Higher Education, Especially Within Non-Business Studies*. European Commission, Brussels
- Edwards, L.J. & Muir, E.J. 2005. Promoting Entrepreneurship at The University of Glamorgan through Formal and Informal Learning. *Journal of Small Business and Enterprise Development*; 12, 4; ABI/INFORM Global, pg. 613.
- Elias G._Carayannis et.all., *Innovation and Entrepreneurshi, Theory, Policy and Practice*. © Springer International Publishing Switzerland. ISBN 978-3-319-11242-8 (eBook) DOI 10.1007/978-3-319-11242-8.

- Flowerday, T., & Schraw, G. (2003). Effect of choice on cognitive and affective engagement. *Journal of Educational Research*, 96, 207–215.
- Gartner, W.B. (1988). Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11-32.
- Gary W. Randazzo. (2014). *Developing Successful Marketing Strategies*. Business Expert Press, LLC. New York. ISBN-13: 978-1-60649-961-0 (e-book).
- G. Stahl, I. Bjo' rkman and S. Morris (eds). (2012). *Handbook of Research in International Human Resource Management*, 2nd ed. (Cheltenham, UK: Edward Elgar, 2012).
- G. M. Wederspahn. (2000). *Intercultural Services. A Worldwide Buyer's Guide and Sourcebook* (Houston, TX: Gulf Publishing Company).
- Hall, E. T. and Hall, M. R. *Hidden Differences—Doing Business with the Japanese*. Garden City, NY: Anchor/Doubleday, 1987.
- Harzing A.W and Joris van Ruysseveldt. (2004). *International Human Resource Management*. SAGE Publications, Ltd 1 Olivers Yard, London EC1Y 1SP. ISBN 0 7619 4039 1.
- Hidi, S. (2000). An interest researcher's perspective: The effects of extrinsic and intrinsic factors on motivation. In C. Sansone & J. M. Harackiewicz (Eds.), *Intrinsic and Extrinsic Motivation: The Search for Optimal Motivation and Performance* (pp. 311–342). San Diego, CA: Academic Press.
- Hidi, S., Berndorff, D., & Ainley, M. (2002). Children's argument writing, interest and self-efficacy: an intervention study. *Learning and Instruction*, 12(4), 429–446.
- Hidi, S., & Renninger, K. A. (2006). The four-phase model of interest development. *Educational Psychologist*, 41(2), 111–127.
- Henry, C., Hill, F. & Leitch, C. (2003). *Entrepreneurial education and Training*. Ashgate Aldershot.
- Hepworth, J. *International Communication* (1990) and *Things to Know About Americans* (1991), Denver, CO: University Centers, Inc. See also Lustig, M. W. and Koester, J. *Intercultural Competence*. New York: HarperCollins, 1999.
- Izard, C. E., & Ackerman, B. P. (2000). Motivational, organizational, and regulatory functions of discrete emotions. In M. Lewis & J. M. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of Emotions* (2nd ed., pp. 253–264). New York: Guilford.
- James, W. (1890). *The Principles of Psychology*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Jill Amadio et.al. *Start Your Own Business 5th Edition* Entrepreneur. Entrepreneur Media, Inc.
- Jim Barry. (2015). *Social Content Marketing for Entrepreneurs*. Business Expert Press, LLC. New York. ISBN-13: 978-1-63157-213-5 (e-book).
- John C. Maxwell. (2009). *How Successful People Think*. Center Street, Hachette Book Group, New York. ISBN: 978-1-599-95215-4.
- Jordi Canals. (2015). *Shaping Entrepreneurial Mindsets*. PALGRAVE MACMILLAN. ISBN 978-1-137-51667-1 (eBook) DOI 10.1057/9781137516671
- Katz, J. (2003). The Chronology and Intellectual Trajectory of American Entrepreneurial education 1876-1999. *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 No. 1, pp. 283-300.
- Kindelberger, C.K. (1977). *Economic Development*, McGraw Hill, NY, 1-2.
- Komarkova I., Gagliardi D., Conrads J., Collado A. (2015). Entrepreneurship competence: an overview of existing concepts, policies and initiatives. *Jrc Work. Papers* 11, 1–158. 10.2791/067979

- Kerr S.P et al. (2017). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. Working paper. Harvard Business School.
- Krapp, A. (2002). An educational-psychological theory of interest and its relation to SDT. In E. L. Deci & R. M. Ryan (Eds.), *Handbook of Self-Determination Research* (pp. 405–430). Rochester, NY: The University of Rochester Press.
- Kyrp, P. (2003b). Entrepreneurship Pedagogy-The Current Public and Some Future Expectations. This paper presented at the 3rd European Summer University, Paris, 26 June-3 July.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135–173.
- Lewis, R. D. (2003). *Behavioral Scientists Classifications for Cultural Analysis*, the Cultural Imperative. Yarmouth, ME: Intercultural Press.
- Levesque, M. and Minniti, M., 2006. The effect of aging on entrepreneurial behaviour. *Journal of Business Venturing*, 21, 177–194.
- Magnus Klofsten and Dylan Jones-Evans. (2000). Comparing Academic Entrepreneurship in Europe – The Case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics* 14: 299–309, Ó 2000 Kluwer Academic Publishers. Printed in the Netherlands.
- Martin, G. & Staines H. (1994). Management Competencies in Small Firms. *International Journal of Management Development*, Vol. 137, pp. 23-34.
- McClelland, P. C., (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- Odia J., Odia A. A. (2013). Developing entrepreneurial skills and transforming challenges into opportunities in Nigeria. *J. Educ. Soc. Res.* 3, 289–298. 10.5901/jesr.2013.v4n3p289.
- Peter J. Dowling, Marion Festing and Allen D. Engle, Sr. (2013). *International Human Resource Management*, 6th Edition. Printed in China by RR Donnelley. ISBN: 978-1-4080-3209-1.
- P. R. Harris and R. T. Moran, *Managing Cultural Differences. Leadership Strategies for a New World of Business*, 5th ed. (Houston, TX: Gulf Publishing Company, 2000), p. 23.
- Robert D. Arnott and Frank J. Fabozzi. (1992). “The Many Dimensions of the Asset Allocation Decision,” in *Active Asset Allocation*, ed 3–8 Chicago: Probus.
- Rostow, W.W. (1962). *The stages of economic growth*. Cambridge University Press, London.
- Sansone, C., Thoman, D. B., & Smith, J. L. (2000). Interest and self-regulation. Intrinsic and extrinsic motivation: the search for optimal motivation and performance. In R. H. Hoyle (Ed.), *Handbook of Personality and Self-Regulation* (pp. 343-374): Wiley-Blackwell.
- Saras D. Sarasvathy. (2008). *Effectuation. Elements of Entrepreneurial Expertise*. Edward Elgar Publishing, Inc. Massachusetts. USA
- Silvia, P. J. (2006). *Exploring the psychology of interest*. New York, NY: Oxford University Press.
- Schneider, B. (1987). The people make the place. *Personnel Psychology*, 40, 437-454.
- Scott, David Meerman (2011). *The new rules of marketing & PR : how to use social media, online video, mobile applications, blogs, news releases, & viral marketing to reach buyers directly*, 3rd ed. Published by JohnWiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. ISBN 978-1-118-11966-2 (ebk).

- Stewart, W.H & P.L. Roth. (2004). Data quality affects meta-analytic conclusions: A response to Miner and Raju (2004) concerning entrepreneurial risk propensity. *Journal of Applied Psychology*, 89, 14-21.
- Thomas M. Cooney. (2012). Entrepreneurship Skills for Growth-Orientated Businesses. Dublin Institute of Technology. Copenhagen
- Shane, S. and Venkataraman, S. (2000), 'The promise of entrepreneurship as a field of research', *Academy of Management Review*, **25**, 217–26.
- Steve Smith. (1999). Global Mindset Development. *Global-Mindset.net*. Retrieved July 18,2013 from <http://www.globalmindset.net/GMConcept.html>
- Zhao, H. & S.E. Seibert. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91, 259-271.

