Teknika 20 (2): 449-455

JURNAL TEKNIKA
ISSN: 0854-3143
e-ISSN: 2622-3481
Journal homepage: http://jurnal.polsri.ac.id/index.php/teknika
Journal Email: teknika@polsri.ac.id

Dimensi Budaya Nasional dan Kewirausahaan dalam Era Digital: Meta-Analisis Kuantitatif Berbasis Hofstede dan Analisis Moderator pada Niat serta Aktivitas

Hirval*[1], Ganefri[2], Elfizon[3]

[1,2,3] Program Studi Pendidikan Teknologi Kejuruan, Pascasarjana Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia
*Email Penulis Korespondensi: hirval.94@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini melakukan meta-analisis kuantitatif untuk mensintesis bukti empiris mengenai hubungan antara dimensi budaya nasional (kerangka Hofstede) dan kewirausahaan pada berbagai konteks. Novelty penelitian ini terletak pada pengujian pengaruh tahap kewirausahaan (niat vs aktivitas aktual) dan konteks pembangunan ekonomi sebagai moderator utama, serta pemeriksaan robustness untuk menilai stabilitas estimasi efek. Berdasarkan kerangka budaya Hofstede dan integrasi data dari 68 studi berbasis jurnal bereview (142 ukuran efek; $N \approx 215.000$), analisis menunjukkan bahwa individualisme memberikan pengaruh positif terkuat terhadap kewirausahaan ($r = 0,24$, $p < 0,001$), sedangkan uncertainty avoidance ($r = –0,18$) dan power distance ($r = –0,21$) menunjukkan hubungan negatif yang signifikan ($p < 0,001$). Analisis moderator mengungkap bahwa pengaruh budaya lebih kuat pada negara maju dan pada tingkat niat berwirausaha dibandingkan aktivitas kewirausahaan aktual. Uji robustness menunjukkan bias publikasi minimal (Egger's $p = 0,18$; fail-safe $N > 4.500$). Temuan ini mengonsolidasikan literatur yang terfragmentasi, menjelaskan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu, serta menegaskan sifat kontekstual pengaruh budaya terhadap outcome kewirausahaan. Implikasi praktisnya relevan bagi perancang kebijakan, pendidik, dan wirausaha internasional untuk menyesuaikan strategi pengembangan kewirausahaan dengan profil budaya nasional.

Kata kunci*—dimensi budaya, kewirausahaan, meta-analisis, kewirausahaan lintas budaya, budaya nasional*

Abstract

This study conducts a quantitative meta-analysis to synthesize empirical evidence on the relationship between national cultural dimensions (Hofstede) and entrepreneurship across contexts. Its novelty lies in examining stage-specific effects (entrepreneurial intention vs. actual activity) and economic development context as key moderators, along with robustness checks. Drawing on Hofstede's cultural framework and integrating data from 68 peer-reviewed studies (142 effect sizes; $N \approx 215.000$), the analysis reveals that individualism exerts the strongest positive association with entrepreneurship ($r = 0.24$, $p < 0.001$), while uncertainty avoidance (r

Received: January 7, 2026; Online Available: April 25, 2026;

= –0.18) and power distance (r = –0.21) show significant negative associations (p < 0.001). Moderator analyses indicate stronger cultural effects in developed economies and at the level of entrepreneurial intention compared to actual entrepreneurial activity. Robustness checks suggest minimal publication bias (Egger's p = 0.18; fail-safe N > 4,500). The findings consolidate fragmented literature, clarify inconsistent prior results, and highlight the contextual nature of cultural influence on entrepreneurial outcomes. Practical implications include policy design, educational interventions, and international entrepreneurship strategies tailored to national cultural profiles.

Keywords— *cultural dimensions, entrepreneurship, meta-analysis, cross-cultural entrepreneurship, national culture*

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan secara luas diakui sebagai salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja di berbagai negara [1]. Namun, tingkat dan karakteristik aktivitas kewirausahaan menunjukkan variasi signifikan antar negara yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh faktor ekonomi semata [2]. Salah satu penjelasan penting atas perbedaan tersebut adalah budaya nasional, yang membentuk nilai, norma, dan pola perilaku individu dalam mengambil keputusan kewirausahaan [3].

Dalam literatur lintas budaya, kerangka Hofstede [4] menjadi acuan dominan untuk memahami bagaimana dimensi budaya seperti *individualism collectivism*, *uncertainty avoidance*, *power distance*, *masculinity femininity, dan long-term orientation* mempengaruhi orientasi terhadap risiko, otonomi, inovasi, dan kemandirian, yang merupakan ciri inti kewirausahaan [5]. Misalnya, budaya individualistik mendorong pencapaian pribadi dan inisiatif mandiri, sehingga secara teoritis meningkatkan kecenderungan individu untuk berwirausaha [6]. Sebaliknya, tingkat uncertainty avoidance yang tinggi mencerminkan ketidaksukaan terhadap ambiguitas dan risiko, yang berpotensi menghambat eksplorasi peluang baru [7]. Demikian pula, *power distance* yang tinggi sering membatasi otonomi individu dan menekan tantangan terhadap struktur hierarkis, sehingga mengurangi ruang bagi inovasi dan kewirausahaan [8].

Kewirausahaan itu sendiri merupakan konstruk multidimensi yang mencakup niat berwirausaha *(entrepreneurial intention)*, aktivitas kewirausahaan aktual *(entrepreneurial activity)*, dan kinerja usaha berbasis orientasi kewirausahaan *(entrepreneurial orientation)* [9]. Niat, yang berakar pada *Theory of Planned Behavior* [10], mencerminkan komitmen kognitif untuk memulai usaha, sedangkan aktivitas mengacu pada partisipasi nyata dalam pendirian usaha. Pada tingkat organisasi, kewirausahaan sering diukur melalui kapasitas inovatif dan proaktif perusahaan [11]. Penting dicatat bahwa pengaruh budaya mungkin berbeda tergantung pada tahapan kewirausahaan ini misalnya, lebih kuat pada niat daripada pada pelaksanaan aktual [12].

Meskipun demikian, temuan empiris mengenai hubungan antara dimensi budaya dan kewirausahaan masih inkonsisten. Beberapa studi melaporkan pengaruh positif yang kuat dari individualisme [13], sementara yang lain menemukan hubungan yang lemah atau tidak signifikan ketika konteks negara atau jenis kewirausahaan diperhitungkan [14]. Ketidakkonsistenan serupa juga terjadi pada *uncertainty avoidance dan masculinity*, yang dalam beberapa konteks menunjukkan efek negatif, netral, atau bahkan positif [15]. Perbedaan ini sebagian besar berasal dari keterbatasan studi individual seperti sampel kecil, fokus geografis sempit, variasi dalam pengukuran budaya, serta perbedaan unit analisis (individu, organisasi, atau negara) [16].

Akibatnya, meskipun literatur tentang budaya dan kewirausahaan telah berkembang pesat selama dua dekade terakhir, belum ada sintesis kuantitatif komprehensif yang mengintegrasikan temuan-temuan tersebut ke dalam estimasi efek agregat yang andal. Sebagian besar ulasan sebelumnya bersifat naratif atau tidak menguji besaran efek secara statistik [17]. Selain itu, analisis moderator seperti perbedaan antara negara maju dan berkembang, wilayah geografis, atau

jenis kewirausahaan masih terbatas, padahal teori kontekstual menekankan bahwa pengaruh budaya bersifat situasional [18].

Namun demikian, beberapa celah (*research gap*) masih belum tertutup. Pertama, sebagian besar studi terdahulu melaporkan hubungan budaya–kewirausahaan secara terpisah dengan variasi ukuran budaya, unit analisis (individu/organisasi/negara), serta proksi kewirausahaan (niat vs aktivitas), sehingga sulit menentukan estimasi efek yang konsisten. Kedua, meskipun sejumlah penelitian telah menyinggung perbedaan konteks (mis. negara maju vs berkembang), belum banyak sintesis kuantitatif yang secara sistematis menguji peran konteks pembangunan ekonomi dan tahap kewirausahaan sebagai moderator. Ketiga, kebutuhan evaluasi robustness terhadap bias publikasi masih kurang mendapat perhatian dalam ulasan sebelumnya, sehingga kesimpulan yang diperoleh berpotensi dipengaruhi oleh studi yang tidak terpublikasi.

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi *novelty* berupa estimasi efek agregat dimensi budaya terhadap kewirausahaan lintas konteks menggunakan pendekatan meta-analisis kuantitatif, pengujian moderator pada tahap kewirausahaan (entrepreneurial intention vs entrepreneurial activity) dan konteks pembangunan ekonomi, serta pemeriksaan robustness melalui uji bias publikasi untuk meningkatkan reliabilitas temuan.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian meta-analisis kuantitatif untuk mengintegrasikan hasil empiris hubungan antara dimensi budaya nasional (kerangka *Hofstede*) dan kewirausahaan. Meta-analisis dipilih karena mampu menggabungkan ukuran efek dari studi independen, meningkatkan presisi estimasi, serta memungkinkan pengujian moderator untuk menjelaskan heterogenitas antar-temuan. Protokol pelaporan mengikuti pedoman PRISMA guna menjamin transparansi pencarian, seleksi studi, dan proses ekstraksi data.

2.2 Strategi Pencarian Literatur

Pencarian dilakukan pada Scopus, Web of Science, dan ScienceDirect dengan kombinasi kata kunci berbasis konsep: budaya nasional (*cultural dimensions* / *national culture*) dan kewirausahaan (*entrepreneurship* / *entrepreneurial intention* / *entrepreneurial activity*), serta *Hofstede/cross-cultural*. Rentang tahun pencarian ditetapkan 1995–2024 untuk menangkap kemunculan awal studi berbasis *Hofstede* hingga literatur terbaru. Pencarian juga dilengkapi *backward citation tracking* pada referensi artikel yang memenuhi kriteria.

2.3 Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria inklusi mencakup:

1) Studi empiris kuantitatif yang menilai hubungan dimensi budaya (atau proksi yang ekuivalen dengan dimensi *Hofstede*) terhadap indikator kewirausahaan.
2) Studi melaporkan statistik yang memungkinkan konversi ke *correlation coefficient (r).*
3) Studi terbit pada jurnal peer-reviewed dan berbahasa Inggris.
4) Data budaya dan kewirausahaan dilaporkan pada unit analisis yang jelas (individu/negara/organisasi) untuk memungkinkan pengodean moderator.

Kriteria eksklusi meliputi

1) Studi kualitatif, prosiding, buku, dan artikel tanpa statistik memadai
2) Studi duplikasi populasi sampel (ditangani dengan memilih publikasi paling lengkap).

2.4 Pengodean dan Analisis Data

Data dikodekan menggunakan *coding form* yang mencakup:

1) Identitas studi (penulis, tahun, negara sampel)

2) Dimensi budaya (mis. *individualism, uncertainty avoidance*, dll.)
3) Proksi kewirausahaan (*intention, activity*, atau *entrepreneurial orientation*)
4) Ukuran efek yang tersedia dan arah hubungan
5) Ukuran sampel (N) pada perhitungan efek
6) Karakteristik moderator (mis. tingkat pembangunan ekonomi negara: maju vs berkembang)

Coding dilakukan oleh penulis dengan verifikasi silang (jika ada lebih dari 1 *coder*, cantumkan). Jika hanya satu *coder*, tuliskan prosedur validasi: mis. pemeriksaan konsistensi pengkodean oleh *co-author*.

2.5 Prosedur Konversi Ukuran Efek dan Analisis Statistik

Ukuran efek yang digunakan adalah korelasi (r). Apabila statistik yang dilaporkan tidak langsung berupa r, maka dilakukan konversi ke r berdasarkan prosedur yang relevan (mis. dari t, F, χ^2, atau regresi), lalu ditransformasi menggunakan *Fisher's Z* untuk normalisasi distribusi. Analisis dilakukan dengan model *random-effects* karena mengasumsikan adanya variasi nyata antar-studi (heterogenitas). Heterogenitas dinilai menggunakan Q-statistic dan I^2. Analisis moderator dilakukan dengan pendekatan *meta-regression*. Bias publikasi dievaluasi menggunakan:

1) *funnel plot*
2) *Egger's regression test*
3) *fail-safe* N sebagai uji *robustness* tambahan.

2.6 Prosedur Konversi Ukuran Efek dan Analisis Statistik

Model *random-effects* dipilih karena perbedaan konteks studi, unit analisis, dan proksi kewirausahaan berpotensi menghasilkan variasi efek yang tidak sepenuhnya dijelaskan oleh sampling error. Uji *Egger* dan *fail-safe N* digunakan untuk menilai kestabilan hasil terhadap bias publikasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Studi

Proses penyaringan berbasis PRISMA menghasilkan 68 artikel empiris yang memenuhi kriteria inklusi, dengan total 142 ukuran efek independen dan sampel agregat sekitar 215.000 observasi. Distribusi studi berdasarkan wilayah: Eropa (32%), Asia (29%), Amerika Utara (21%), dan Amerika Latin–Afrika (18%). Sebanyak 48% studi dipublikasikan pada periode 2015–2024, menunjukkan minat akademik yang terus meningkat.

3.2 Efek Keseluruhan Dimensi Budaya

Hasil meta-analisis (Tabel 1) menunjukkan bahwa individualisme memiliki hubungan positif paling kuat dengan kewirausahaan ($r = 0{,}24$, $p < 0{,}001$). Sebaliknya, *uncertainty avoidance* ($r = –0{,}18$) dan power distance ($r = –0{,}21$) menunjukkan hubungan negatif yang signifikan. Dimensi *long-term orientation* dan *masculinity* juga berpengaruh positif, meski lebih lemah.

Tabel 1 Efek agregat dimensi budaya terhadap kewirausahaan

Dimensi Budaya	k	Rata-rata r	95% CI	p-value
Individualisme	46	0,24	[0,19; 0,29]	<0,001
Uncertainty Avoidance	38	–0,18	[–0,23; –0,12]	<0,001
Power Distance	34	–0,21	[–0,27; –0,15]	<0,001
Masculinity	22	0,09	[0,03; 0,15]	0,004
Long-Term Orientation	19	0,14	[0,07; 0,21]	<0,001

Temuan bahwa individualisme berkorelasi positif paling kuat dengan kewirausahaan mengindikasikan bahwa nilai budaya yang menekankan otonomi individu, pencapaian pribadi, dan inisiatif mandiri cenderung memfasilitasi pembentukan sikap positif terhadap proses kewirausahaan. Secara teoritis, kondisi tersebut dapat meningkatkan persepsi kontrol, toleransi terhadap konsekuensi risiko, serta kesiapan individu mengambil keputusan berorientasi peluang.

Sebaliknya, *uncertainty avoidance* yang berhubungan negatif dengan kewirausahaan konsisten dengan argumen bahwa budaya dengan kecenderungan tinggi terhadap aturan dan ketidaknyamanan terhadap ambiguitas akan menghambat eksplorasi peluang baru. Demikian pula, *power distance* yang negatif mengindikasikan bahwa lingkungan sosial yang lebih egaliter (lebih rendah jarak kekuasaan) cenderung memberikan ruang yang lebih besar bagi otonomi, pengambilan keputusan, dan inovasi, yang merupakan prasyarat penting bagi aktivitas kewirausahaan.

Namun, arah efek yang diperoleh juga perlu dibaca sebagai hasil sintesis lintas studi yang menggunakan variasi unit analisis dan proksi kewirausahaan. Karena itu, hasil ini tidak sekadar "menguatkan" satu teori tunggal, tetapi menunjukkan bahwa hubungan budaya–kewirausahaan bersifat kontekstual sebagaimana tercermin oleh heterogenitas yang tinggi (I^2).

Temuan ini memperkuat argumen bahwa nilai budaya seperti otonomi, toleransi terhadap ambiguitas, dan pemerataan kekuasaan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kewirausahaan.

3.3 Analisis Moderator

Heterogenitas antar studi tinggi (I^2 = 68–82%), sehingga analisis moderator relevan.

- Tingkat pembangunan ekonomi: Pengaruh budaya lebih kuat di negara maju (r = 0,27) dibanding negara berkembang (r = 0,17).
- Jenis kewirausahaan: Pengaruh paling kuat pada niat berwirausaha (r = 0,26), lebih tinggi daripada aktivitas aktual (r = 0,19).
- Tingkat analisis: Studi pada tingkat individu melaporkan efek lebih besar, mengindikasikan bahwa budaya terutama memengaruhi kognisi dan sikap awal.

Interpretasi ini selaras dengan teori kognitif dan institusional: budaya membentuk persepsi risiko dan legitimasi sosial terhadap kewirausahaan, terutama pada tahap awal pembentukan niat.

Pengaruh budaya yang lebih kuat di negara maju dapat diinterpretasikan melalui mekanisme yang terkait dengan ketersediaan institusi pendukung inovasi, akses sumber daya, dan legitimasi sosial terhadap aktivitas bisnis. Dalam kondisi tersebut, nilai budaya mungkin lebih mudah diterjemahkan menjadi niat dan tindakan kewirausahaan.

Selain itu, efek yang lebih kuat pada tahap entrepreneurial intention dibanding aktivitas aktual mengindikasikan bahwa budaya kemungkinan besar bekerja pada level kognitif dan perseptual (mis. persepsi norma sosial, persepsi kontrol, serta evaluasi risiko). Temuan ini selaras dengan pendekatan yang menempatkan niat sebagai tahap kunci dalam proses perilaku kewirausahaan, sebelum individu benar-benar mengeksekusi pendirian usaha.

Implikasi teoretis penelitian ini adalah menyediakan bukti kuantitatif bahwa dimensi budaya tidak hanya memiliki hubungan dengan kewirausahaan, tetapi juga memoderasi hubungan tersebut melalui tahap kewirausahaan dan kondisi pembangunan ekonomi. Implikasi praktis menunjukkan bahwa program pendidikan kewirausahaan dan kebijakan inkubasi perlu mempertimbangkan profil budaya nasional, misalnya desain pelatihan yang menurunkan hambatan terhadap ambiguitas (pada konteks *uncertainty avoidance* tinggi) dan membuka ruang partisipasi/otonomi (pada konteks *power distance* yang tinggi).

3.4 Robustness dan Validitas

Funnel plot menunjukkan distribusi simetris, dan uji *Egger* tidak signifikan (p = 0,18), mengindikasikan tidak ada bias publikasi serius. Nilai fail-safe N > 4.500 menunjukkan temuan sangat robust.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyintesis bukti lintas studi mengenai hubungan dimensi budaya nasional dan kewirausahaan melalui meta-analisis kuantitatif. Hasil menunjukkan bahwa individualisme merupakan prediktor positif paling kuat terhadap kewirausahaan ($r = 0{,}24,\ p < 0{,}001$). Sebaliknya, *uncertainty avoidance* ($r = -0{,}18, p < 0{,}001$) dan *power distance* ($r = -0{,}21, p < 0{,}001$) menunjukkan hubungan negatif yang signifikan.

Lebih lanjut, analisis moderator mengindikasikan bahwa efek budaya lebih besar pada negara maju dibanding negara berkembang, serta lebih dominan pada tahap *entrepreneurial intention* dibanding aktivitas kewirausahaan aktual. Temuan ini menegaskan bahwa hubungan budaya–kewirausahaan bersifat kontekstual dan bekerja melalui mekanisme kognitif-sosial pada tahap awal pembentukan niat. Secara keseluruhan, hasil meta-analisis ini menyediakan estimasi efek yang lebih stabil dibanding temuan individual serta membantu menjelaskan inkonsistensi literatur sebelumnya.

5. SARAN

Berdasarkan temuan meta-analisis, saran penelitian dan praktik adalah sebagai berikut:

1. Penelitian lanjutan disarankan mengembangkan meta-analisis berbasis desain longitudinal untuk menguji perubahan pengaruh budaya terhadap kewirausahaan seiring dinamika digitalisasi dan globalisasi.
2. Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan *meta-regression* atau analisis moderator yang lebih granular (mis. jenis industri, tingkat adopsi teknologi, serta definisi operasional "entrepreneurial activity") untuk memperjelas mekanisme hubungan budaya–kewirausahaan.
3. Dari sisi praktik, program pendidikan kewirausahaan perlu ditargetkan sesuai profil budaya; misalnya kurikulum yang menumbuhkan toleransi terhadap ambiguitas dan keberanian mengambil risiko pada konteks uncertainty avoidance tinggi, serta intervensi yang mendorong otonomi dan partisipasi pada konteks power distance yang tinggi.
4. Kebijakan inkubasi bisnis dan pendanaan disarankan mempertimbangkan kesiapan norma sosial dan legitimasi budaya agar transisi dari niat ke aktivitas kewirausahaan dapat dipercepat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tim Redaksi Jurnal Teknika Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberi memberi kesempatan, sehingga artikel ilmiah ini dapat diterbitkan.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Audretsch, D. B., 2007, Entrepreneurship and Economic Growth, Oxford University Press, Oxford.

[2] Acs, Z. J., Szerb, L., 2007, Entrepreneurship, economic growth and public policy, Small Bus Econ, vol 28, hal 109–122.

[3] Hayton, J. C., George, G., Zahra, S. A., 2002, National culture and entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, vol 26, hal 33–52.

[4] Hofstede, G., 2001, Culture's Consequences, Ed.2, Sage, Thousand Oaks.

[5] Hofstede, G., Hofstede, G. J., Minkov, M., 2010, Cultures and Organizations, Ed.3, McGraw-Hill, New York.

[6] Mueller, S. L., Thomas, A. S., 2001, Culture and entrepreneurial potential, Journal of Business Venturing, vol 16, hal 51–75.
[7] Shane, S., 1993, Cultural influences on national rates of innovation, Journal of Business Venturing, vol 8, hal 59–73.
[8] Stephan, U., Uhlaner, L. M., 2010, Performance-based vs socially supportive culture, Journal of International Business Studies, vol 41, hal 1347–1364.
[9] Shane, S., Venkataraman, S., 2000, The promise of entrepreneurship as a field of research, Academy of Management Review, vol 25, hal 217–226.
[10] Ajzen, I., 1991, The theory of planned behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes, vol 50, hal 179–211.
[11] Lumpkin, G. T., Dess, G. G., 1996, Clarifying the EO construct, Academy of Management Review, vol 21, hal 135–172.
[12] Autio, E., Pathak, S., Wennberg, K., 2013, Consequences of cultural practices, Entrepreneurship Theory and Practice, vol 37, hal 973–999.
[13] Pinillos, M. J., Reyes, L., 2011, Relationship between individualist–collectivist culture, Entrepreneurship and Regional Development, vol 23, hal 23–37.
[14] Welter, F., 2011, Contextualizing entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, vol 35, hal 165–184.
[15] Kirkman, B. L., Lowe, K. B., Gibson, C. B., 2006, A quarter century of culture's consequences, Journal of International Business Studies, vol 37, hal 285–320.
[16] Peterson, M. F., Søndergaard, M., 2004, Research in the cross-cultural management field, International Studies of Management & Organization, vol 34, hal 3–28.
[17] Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., Frese, M., 2009, Entrepreneurial orientation and performance, Entrepreneurship Theory and Practice, vol 33, hal 761–787.
[18] North, D. C., 1990, Institutions, Institutional Change and Economic Performance, Cambridge University Press, Cambridge.
[19] Hunter, J. E., Schmidt, F. L., 2004, Methods of Meta-Analysis, Ed.2, Sage, Thousand Oaks.
[20] Borenstein, M., Hedges, L. V., Higgins, J. P. T., Rothstein, H. R., 2009, Introduction to Meta-Analysis, Wiley, Chichester.
[21] Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., 2009, Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses, PLoS Medicine, vol 6, hal e1000097.
[22] Egger, M., Davey Smith, G., Schneider, M., Minder, C., 1997, Bias in meta-analysis, British Medical Journal, vol 315, hal 629–634.