

## **PENGARUH PEMBENTUKAN *MINDSET ENTERPRENEUR START-UP* DALAM KEPUTUSAN TARUNA/TARUNI UNTUK BERWIRAUSAHA**

**Devy Kusumaningrum<sup>1\*</sup>, Karjono<sup>2</sup>**

Program Studi Teknologi Rekaya Operasi Kapal, Politeknik Bumi Akpelni.

Jl. Pawiyatan Luhur II/17, Bendan Dhuwur, Semarang.

Program Studi Manajemen Pelabuhan dan Logistik Maritim, Politeknik Bumi Akpelni

Jl. Pawiyatan Luhur II/17, Bendan Dhuwur, Semarang.

\*Email: [devy@akpelni.ac.id](mailto:devy@akpelni.ac.id)

### **Abstrak**

*Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023 dan saat ini banyak didominasi untuk perdagangan sehingga mendorong munculnya bisnis baru yang sekarang ini banyak dikatakan sebagai start up bisnis. Semua bisnis tersebut bergerak dalam bidang perdagangan dan jasa yang memenuhi kebutuhan sehari – hari, mayoritas dari mereka bergerak di bidang online. Pemanfaatan kesempatan dalam dunia digital masih sulit dilakukan oleh anak muda saat ini, Untuk itu penulis tertarik untuk dapat melakukan penelitian dengan melakukan jajak pendapat kepada Taruna Angkatan. 57 dan Angk. 58 di lingkungan Politeknik Bumi Akpelni, pengaruh pembentukan mindset entrepreneur startup dalam keputusan Taruna berwirausaha dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dari beberapa literatur, data serta menguji pengaruh entrepreneurial mindset dan lingkungan terhadap keputusan berwirausaha dengan self-efficacy sebagai variabel moderasi, hasil dari riset bahwa Entrepreneurial Mindset Startup merupakan proses berpikir dan cara memandang dunia kerja yang dapat mendorong perilaku berwirausaha dan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada Taruna/taruni Politeknik Bumi Akpelni, faktor Lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dapat didefinisikan bahwa semakin tinggi kompleksitas lingkungan, semakin kuat alasan seseorang mengambil tindakan untuk berwirausaha, sedangkan self-efficacy sendiri dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seorang individu, bukan memperkuat lingkungan, Self-efficacy dalam diri seseorang dapat dibangun melalui kesempatan, kepercayaan, pemberian ide dan dukungan dari orang sekitar.*

**Kata Kunci :** *Mindset Entrepreneur Startup, Keputusan Berwirausaha, dan Lingkungan, Self-efficacy*

### **Abstract**

*The number of internet users in Indonesia has reached 213 million people as of January 2023. Currently, many are dominated by trade, thus encouraging the emergence of new businesses, now widely referred to as startup businesses. All of these businesses operate in the field of trade and services that meet daily needs; the majority of them operate in the online sector. Taking advantage of opportunities in the digital world is still a challenge for today's young people. For this reason, the author is interested in conducting research by conducting an opinion poll among Force Cadets. 57 and Angk. 58 in the Bumi Akpelni Polytechnic environment, the influence of forming a startup entrepreneur mindset in Cadets' decisions to become entrepreneurs using quantitative methods. This research aims to examine several kinds of literature and data and test the influence of entrepreneurial mindset and the environment on entrepreneurial decisions with self-efficacy as a moderating variable. The results of the research show that the Entrepreneurial Mindset Startup is a thinking process and way of looking at the world of work that can encourage entrepreneurial behaviour and influence entrepreneurial decisions among Bumi Akpelni Polytechnic cadets/cadets; environmental factors have a positive influence on entrepreneurial decisions. This can be defined as the higher the complexity of the environment, the stronger the reason a person takes action for entrepreneurship. At the same time, self-efficacy can be influenced by the environment around an individual rather than strengthening the environment. Self-efficacy within a person can be built through opportunity, trust, giving ideas, and support from people around.*

**Keywords:** *Startup Entrepreneur Mindset, Entrepreneurial Decisions, Environment, Self-efficacy*

## PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet di Indonesia diinformasikan telah mencapai 202,6 juta orang hingga Januari 2021. Angka ini tumbuh 15,5% dari tahun sebelumnya dengan kenaikan 27 juta orang (suara.com). Sedang hasil riset *Hootsuite* dan *We Are Sosial* yang diunggah oleh *Founder Drone Empirit* Ismail Fahmi, Senin (15/2/2021), dari total keseluruhan masyarakat Indonesia sebanyak 274,9 juta orang, persentase pengguna internet Indonesia jangkau 73,7 %. Sementara untuk jumlah pengguna internet dari perangkat *smartphone* di Indonesia, hasil riset mencatat ada 345,3 juta orang yang menggunakan perangkat tersebut. Angka ini mencakup persentase hingga 125,6% dari total keseluruhan populasi. Angka ini juga tumbuh 4 juta atau 1,2 % dari riset yang dilakukan pada Januari 2020 lalu.

Geliat pemakai jaringan internet dalam perubahan perdagangan yang semakin bertambah mendorong munculnya bisnis – bisnis baru yang sekarang banyak dikatakan sebagai “*start up business*”. Ries, (2011) mengutarakan *start up* merupakan bentuk usaha baru yang didirikan dan masih pada tahap pengembangan serta penelitian untuk menggali potensi pasar yang bermuara pada teknologi dan informasi. Di Indonesia saat ini sudah banyak bermunculan bisnis *start up* diantaranya Shopee, Bukalapak, Gojek, Tokopedia, dll.

Banyak upaya yang telah dilakukan baik sesuai dengan kebijakan pemerintah maupun kebijakan kepala daerah untuk dapat menggerakkan roda perekonomian terutama perdagangan dan jasa yang memenuhi kebutuhan sehari – hari konsumen, yang mayoritas dari mereka bergerak di bidang *online*. Hampir semua dari pemilik bisnis tersebut tergolong masih usia muda dengan pengalaman yang sedikit namun dengan keahlian teknologi informasi yang semakin berkembang mereka dituntut untuk dapat berinovasi dan harus mampu melakukan inovasi tersebut.

Ooi dan Ahmad, (2012) menjelaskan

bahwa munculnya bisnis tersebut dilakukan secara individu. Aspek motivasi yang tepat sangat penting bagi pelaku bisnis *start up* atau calon pengusaha untuk masuk ke bisnis tersebut. Drucker dalam Paunescu (2013) menyatakan “setiap orang yang memulai bisnis baru adalah sedang berwirausaha”. Seorang pengusaha muda khususnya yang bergerak dalam bisnis *start up* memiliki inovasi untuk menghasilkan solusi kreatif yang berhubungan dengan pasar perdagangan demi memenuhi kebutuhan secara *online*.

Kedinamisan dan semangat yang tinggi memiliki semua atribut untuk memulai usaha baru. Lebih lanjut, teknologi yang berkembang pesat saat ini akan semakin mempermudah pemuda untuk menjadi *entrepreneur*. Setiap menit muncul *start up digital/ e-commerce* baru dengan fitur yang hampir sama antara satu dengan yang lain, maka keterampilan, inovasi dan kreativitas yang cenderung dimiliki oleh kaum muda mampu diaplikasikan. Namun sangat di sayangkan, sebagian besar pemuda Indonesia tidak memiliki bayangan sama sekali tentang *entrepreneur*. Kebanyakan dari mereka bercita-cita bekerja di perusahaan, menjadi Aparatur Sipil Negara, dan lain sebagainya.

Kondisi ini memerlukan perhatian dan solusi yang serius agar keadaan tidak semakin parah. Pengenalan, pemahaman dan pengetahuan tentang *entrepreneur* harus segera dimiliki oleh pemuda. Salah satunya adalah pengenalan dan pembentukan jiwa *entrepreneur* melalui institusi pendidikan baik dari jenjang SD, SMP, SMA hingga Perguruan Tinggi. Pengenalan *entrepreneurship* sejak dini diyakini mampu mengubah pola pikir pemuda yang konvensional menjadi pola pikir *entrepreneur*. Seperti apakah pembentukan mindset *entrepreneur* itu? Pada penelitian ini, pembentukan *entrepreneurial mindset start up* akan dibahas secara detail merujuk pada pandangan para ahli. Penelitian ini penting dilakukan karena untuk mengetahui pola pikir kewirausahaan yang bagaimana dan

yang harus dimiliki oleh taruna dan taruni untuk mengambil Keputusan dalam berwirausaha.

Dalam melakukan wirausaha, pelaku usaha harus memiliki tingkat kepercayaan diri. Harus yakin pada kemampuan diri sendiri dalam mengambil setiap keputusan serta mampu meminimalkan risiko yang mungkin diterima.

Penulis juga menjumpai beberapa temuan penting meliputi risiko serta kendala yang harus dihadapi oleh pengusaha *start up digital/ e-commerce*. Risiko yang harus dihadapi adalah meliputi risiko bisnis model, risiko teknologi, risiko eksekusi, dan risiko pasar. Untuk kendala yang dihadapi, pada umumnya *start up* akan menghadapi kendala eksternal dan internal. Tetapi, untuk meminimalkan risiko dan kendala yang ada, para pengusaha *start up* bisa melakukan tahap-tahap terkait dengan pengembangan bisnis *start up*, meliputi *pre-seed, seed, start up, expansion/ exit*. Selain itu, para pengusaha *start up* perlu memperhatikan faktor apa saja yang menjadi penentu dalam keberhasilan sebuah bisnis *start up* yang meliputi *timing, team, business model, dan funding*.

### Entrepreneurship

Konsep *entrepreneurship* diperkenalkan pertama kali oleh ahli Ekonomi Perancis yang bernama Richard Cantillon pada abad ke 18 atau tahun 1950an. Entrepreneurship didefinisikan sebagai pekerjaan itu sendiri (wirausaha). Selain Cantillon Ricardo (1817), Smith (1776), juga merupakan ahli yang mengusung konsep yang sama. Mereka mengaitkan *entrepreneur* dengan aktivitas menanggung risiko dalam perekonomian. Namun jauh sebelum itu, *entrepreneurship* sebenarnya telah berkembang sejak abad ke 11 sebelum Masehi di Phoenicia Kuno. Dimana pada saat itu telah terjadi arus perdagangan dari Syria sampai Spanyol yang dilakukan oleh orang-orang yang telah berani mengambil risiko, menghadapi ketidakpastian, dan mengeksplorasi sesuatu yang belum diketahui. Banyak ahli yang

telah mengemukakan definisi dari *entrepreneurship* (Respati, 2017).

### Mindset

Menurut Merriem Webster, mindset adalah “sikap mental atau kecenderungan.” Mindset adalah pola pikir, sikap mental, kecenderungan, kebiasaan dan disposisi yang menginformasikan kepada individu untuk menafsirkan dan bereaksi pada kondisi eksternal, lingkungan dan situasi. Menurut Carol Dweck seorang ahli Psikologi Stanford, mindset terbagi menjadi dua jenis, yaitu: Fixed Mindset. Fixed mindset adalah mindset yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: menghindari tantangan, mudah menyerah saat menemukan kesulitan, memandang bahwa usaha adalah hal yang sia-sia, mengabaikan kritik yang membangun, dan merasa terancam dengan kesuksesan orang lain. Selanjutnya adalah growth mindset. Growth mindset adalah mindset yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: berani menghadapi tantangan, bertahan saat sulit, memandang usaha sebagai sebuah jalan, belajar dari kritikan, belajar dan terinspirasi dari kesuksesan orang lain (Dewi & Rohma, 2018).

### Mindset Entrepreneur

*Entrepreneurial mindset* adalah pola pikir yang dimiliki oleh seorang wirausaha, dimana mempunyai karakter berpikir simpel, berorientasi pada hal-hal baru, *action oriented*, mampu membaca dan mengambil peluang (McGraith & Mac Millan, 2000). Dengan adanya *entrepreneurial mindset*, seorang pengusaha akan terus berinovasi untuk menciptakan peluang yang menguntungkan seperti yang disampaikan oleh Suaidy & Lewenussa, 2019. Menurut Saputri dan Himam (2015) dalam buku *Mindset Wanita*, menyampaikan bahwa Pengusaha Sukses menemukan usaha yang digeluti dimulai dari keinginan dan kemudian diwujudkan dalam kegiatan usaha. Sementara Ibnu Soedjono dan Roopeke (2003) mengungkapkan bahwa lingkungan juga menjadi faktor yang berpengaruh terhadap

keputusan berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Agus Kurniawan, Muhammad Khafid, Amin Pujiati (2015) menyimpulkan bahwa adanya pengaruh lingkungan keluarga, motivasi dan kepribadian melalui *self-efficacy* terhadap minat wirausaha. Artinya, semakin tinggi kompleksitas lingkungan keluarga, motivasi dan kepribadian dengan *self-efficacy* maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap minat wirausaha. Ketika lingkungan mempunyai daya kreatif yang tinggi, maka akan mendorong seseorang dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Akan tetapi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Septiana Novita Dewi dan Aris Triharyanto (2017) menyebutkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh negatif terhadap pengambilan keputusan berwirausaha.

### **Niat Berwirausaha**

Fishbein dan Ajzen dalam Hall & Devaney (2009) menjelaskan bahwa niat merupakan "probabilitas subjektif seseorang bahwa ia akan melakukan beberapa perilaku". Sihombing (2012) menjelaskan bahwa berwirausaha merupakan salah satu tujuan bagi banyak siswa khususnya anak muda setelah menyelesaikan studi. Hal tersebut dikarenakan bahwa berwirausaha memberikan beberapa keuntungan, seperti mampu mengatur keuntungan sendiri, kepuasan diri, mandiri, dan hasil yang sesuai keinginan.

Niat kemudian menjadi kata yang sering digunakan dalam semangat kewirausahaan pemahaman di kalangan anak muda (Ajzen dalam Hall & Devaney, 2009). Faktor motivasi yang menghasilkan perilaku dapat dinyatakan bahwa besarnya niat untuk melakukan suatu perilaku, yang besar kemungkinan bahwa individu akan terlibat dalam perilaku berwirausaha. Niat merupakan motivasi seseorang untuk bertindak atas sadar perencanaan dan keputusan (Conner & Armitage dalam Hall & Devaney (2009)). Niat berwirausaha merupakan motivasi untuk membuat

perencanaan secara sadar yang bertujuan untuk mendirikan sebuah bisnis. Thompson (2009) mendefinisikan niat kewirausahaan sebagai "*selfacknowledged*" atau keyakinan atau niat yang dimiliki oleh seseorang untuk mendirikan usaha atau bisnis baru secara sadar dan berencana untuk melakukannya di masa depan. Sapienza dan Grimm; Watson, et al dalam Balboni (2014) menjelaskan faktor yang mempengaruhi pertumbuhan atau munculnya usaha baru yaitu faktor pendidikan tinggi. Pendidikan menjadi tolak ukur bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka semakin tinggi juga keterampilan wirausaha. Faktor kedua pengalaman berwirausaha yang berarti seseorang dengan pengalaman berwirausaha sebelumnya telah terbiasa menghadapi ataupun mampu menghindari kesalahan. (Cooper, et al. dalam Balboni, 2014). Faktor selanjutnya yaitu jaringan yang luas yang berarti pendiri usaha memiliki jaringan luas yang akan menguntungkan usahanya dalam aspek modal dan pelanggan. Orientasi berwirausaha juga merupakan faktor pendorong yang menjelaskan berbagai hal mengenai inovasi, berani mengambil risiko untuk mencoba hal baru dan tidak pasti dan mampu melihat peluang baru. Faktor terakhir menurut Baum et al dalam Balboni (2014) yaitu motivasi dan tujuan yang menjelaskan mengenai visi dari pendiri usaha di masa depan yang lebih menantang. Dengan demikian, niat berkorelasi dengan perilaku, semakin kuat niat maka akan mempengaruhi perilaku tersebut (Ajzen dalam Hall & Devaney 2009); oleh karena itu, niat berwirausaha berfungsi sebagai mediator terhadap tindakan.

### **Start-Up**

Mayoritas bisnis yang bermunculan seperti pada era digital saat ini cenderung dimanfaatkan melalui media *online* yang sekarang disebut *e commerce*, dan istilah *Start-up* adalah kata yang sering dipakai seperti sekarang ini. Sheung (2014) menjelaskan bahwa metode *startup* bisnis diikuti oleh inovasi perubahan teknologi.

Pateli dan Giaglis (2005) menyatakan percepatan pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi (ICT) mampu meningkatkan tren yang mengubah model bisnis tradisional atau mendorong berdirinya bisnis baru (*startup*) yang cenderung memanfaatkan teknologi. *Startup* bisnis mampu menumbuhkan atau menciptakan peluang baru bagi para generasi muda khususnya yang bersedia untuk beradaptasi dan mengubah model pasar tradisional ke pasar virtual. Dimana model bisnis lama yang mulai berubah ke model bisnis secara *online* (*startup*) dimana inventaris digantikan dengan informasi dan jejak digital menggantikan pertemuan antara penjual dan pembeli secara langsung.

### **Keputusan Berwirausaha**

Fishbein dan Ajzen dalam Hall & Devaney (2009) menjelaskan bahwa niat merupakan "*probabilitas subjektif*" seseorang bahwa ia akan melakukan beberapa perilaku". Sihombing (2012) menjelaskan bahwa berwirausaha merupakan salah satu tujuan bagi banyak siswa khususnya anak muda setelah menyelesaikan studi. Hal tersebut dikarenakan bahwa berwirausaha memberikan beberapa keuntungan, seperti mampu mengatur keuntungan sendiri, kepuasan diri, mandiri, dan hasil yang sesuai keinginan. Niat kemudian menjadi kata yang sering digunakan dalam semangat kewirausahaan pemahaman dikalangan anak muda (Ajzen dalam Hall & Devaney, 2009). Faktor motivasi yang menghasilkan perilaku dapat dinyatakan bahwa besarnya niat untuk melakukan suatu tindakan, yang besar kemungkinan bahwa individu akan terlibat dalam perilaku berwirausaha. Niat merupakan motivasi seseorang untuk bertindak atas sadar perencanaan dan keputusan (Conner & Armitage dalam Hall & Devaney (2009)). Niat berwirausaha merupakan motivasi untuk membuat perencanaan secara sadar yang bertujuan untuk mendirikan sebuah bisnis. Thompson (2009) mendefinisikan niat kewirausahaan sebagai "*selfacknowledged*" atau keyakinan

atau niat yang dimiliki oleh seseorang untuk mendirikan usaha atau bisnis baru secara sadar dan berencana untuk melakukannya di masa depan.

### **Self - Efficacy**

Menurut Ormrod (2008) *self-efficacy* adalah penilaian seseorang tentang kemampuannya sendiri untuk menjalankan perilaku tertentu atau mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Laura (2010) *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang sehingga dapat menguasai suatu situasi dan menghasilkan berbagai hasil yang bernilai positif dan bermanfaat. Menurut Mujiadi (2003) *self-efficacy* merupakan salah satu faktor personal yang menjadi perantara atau mediator dalam interaksi antara faktor perilaku dan faktor lingkungan. *Self-efficacy* adalah keyakinan seorang individu terhadap kemampuannya untuk mengatur dan melaksanakan tugas dengan efektif dan efisien, motivasi, persepsi, *selfefficacy* dan pengambilan risiko serta penciptaan mindset kewirausahaan juga merupakan bagian dari faktor personal yang mampu memfasilitasi terciptanya mindset sukses. Menurut Christina Widya Utami (2017) *self-efficacy* memoderasi hubungan kewirausahaan

### **METODE PENELITIAN**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Data primer yang diperoleh dengan menyebar kuesioner kepada para responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Sedangkan Populasi dalam penelitian ini adalah meliputi taruna/taruni Angkatan 57 dan 58 di lingkungan Politeknik Bumi Akpelni yang berlokasi di Jalan Pawiyatan Luhur II No.17 Bendan Nduwur Semarang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode simple random sampling. Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti sehingga rumus *unknown populations*

digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan rumus, maka dapat diketahui besaran sampel yang diperlukan adalah 164 responden. Berikut penulis tabel responden yang dimaksud

**Tabel 1 DAFTAR TARUNA / NI T.A  
 2023/2024**

No	Angkatan /Prodi	Na	Ni	Jumlah
1	57 – TROK	68	3	37
2	57 – TRPK	78	0	27
3	57– MPLM	58	5	31
4	57 – TL	23	1	3
5	58 – TROK	113	2	23
6	58 – TRPK	100	0	20
7	58 – MPLM	44	5	17
8	58 - TL	37	2	6
		<b>521</b>	<b>18</b>	<b>164</b>

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam memulai sebuah *start-up*, harus dimulai dari niat pelaku usahanya, karena munculnya niat yang baik akan berimbas pada perilaku dari calon pelaku usaha internet jelas berbeda dengan berwirausaha secara konvensional. Perbedaan yang jelas yaitu ada pada kondisi usaha yang berupa modal, tempat, dan produk. Aspek modal ada perbedaan pada jenis usaha fisik dengan usaha *online*, seperti perhitungan mengenai kebutuhan tempat, produk dan modal yang cukup besar, karena memperhitungkan berbagai hal untuk perizinan usaha dan bahan baku/produk utama yang diperdagangkan. Jika usaha *online* hampir tidak diperlukan modal, karena mayoritas pelaku / calon pelaku usaha digital tidak mensyaratkan banyaknya modal seperti usaha konvensional.

Modal dalam usaha *online* lebih fleksibel, tergantung dari kemampuan pemilik usaha. Modal yang minimal-pun mampu masuk dalam perdagangan *digital*. Banyaknya anak muda pengguna internet dengan sedikit pengalaman usaha dan ketersediaan modal, menjadikan model bisnis *start up* sebagai pilihan yang sesuai

dengan kondisinya. Keahlian dalam teknologi informasi adalah salah satu syarat yang harus dipenuhi.

*Start up digital* yang muncul saat ini menawarkan berbagai banyak pilihan produk dan jasa sekalipun tanpa memerlukan tempat untuk *display*-nya. Keunggulan inilah yang seharusnya mampu dilirik oleh kalangan pemuda yang banyak memiliki ide dan kreativitas dibidangnya. Aspek lain yaitu produk, dalam perkembangan dunia *digital* saat ini berbagai macam jenis *start up* muncul dengan persaingan yang tidak mudah. Ide dan kreativitas terhadap produk tersebut harus dapat menarik konsumen yang mengharapkan kemudahan dan layanan yang serba cepat. Sebagai contoh aplikasi *Go-Jek* yang muncul di Indonesia beberapa tahun lalu mampu merebut hati konsumen Indonesia dan mengangkat moda transportasi ojek konvensional yang lebih modern. Kemudahan dalam aplikasi *Go-Jek* diperlihatkan dengan kemampuan cepatnya layanan pada konsumen yang membutuhkan ojek dengan waktu yang singkat dan lokasi konsumen berada.

## Hasil Analisis Data

Populasi dalam penelitian ini meliputi Taruna/ni Angk. 57 dan Angk. 58 di lingkungan Politeknik Bumi Akpelni yang berlokasi di Jalan Pawiyatan Luhur II No.17 Bendan Nduwur Semarang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode simple random sampling. Jumlah populasi dalam penelitian ini belum diketahui secara pasti sehingga rumus *unknown populations* digunakan dalam penelitian ini. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus *unknown populations* maka dapat diketahui besaran sampel yang diperlukan adalah 164 responden.

### Uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Keterangan
<i>Entrepreneur mindset startup</i>	-0,128	1,66123	Tidak mendukung
<i>Lingkungan</i>	2,420	1,66123	Tidak mendukung
<i>Entrepreneur mindset startup dan Self Efficacy</i>	-0,065	1,66123	Tidak mendukung
<i>Lingkungan dan self efficacy</i>	-1,754	1,66123	Tidak mendukung

### Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.524	.274	.236	.38579

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, nilai Adjusted R sebesar 0,236 yang berarti variabel independen, yaitu *Entrepreneurial Mindset Start Up* dan lingkungan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan berwirausaha dengan *Self-Efficacy* sebagai variabel moderasi adalah sebesar 23,6%, sedangkan sisanya sebesar 76,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Teori motivasi dari McClelland mengemukakan bahwa adanya hubungan positif antara kuatnya keinginan untuk meraih prestasi dengan perilaku usaha yang berhasil. Pada orang dewasa, motivasi tersebut dapat ditingkatkan melalui latihan. Dalam hal ini, banyak hal yang dapat mendorong seseorang mengambil keputusan untuk berwirausaha, bukan hanya *Entrepreneurial Mindset* saja. Seperti yang dikatakan Ducker (Dewi, 2017) dalam teori perilaku yang dikemukakannya bahwa kewirausahaan dipandang sebagai perilaku, bukan sebagai sifat atau kepribadian. Keputusan berwirausaha merupakan sebuah tindakan yang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal yang ada di luar personal manusia saja, bukan hanya dari kepribadian seseorang.

Hasil penelitian dari Lahindah dan Manurung (2015) menemukan bahwa ada faktor-faktor yang dapat menjadi variabel pola pikir kewirausahaan yang dengan jelas diidentifikasi oleh responden. Namun pola pikir kewirausahaan belum tentu dapat dilaksanakan dengan baik, harus ada dorongan khusus yang harus dimiliki sehingga pola pikir tersebut menghasilkan suatu tindakan. Banyak sekali dorongan dari luar yang mampu menghasilkan suatu tindakan berwirausaha, misalnya kondisi lingkungan dimana seorang entrepreneur itu tinggal, tingkat pendidikan, kondisi keluarga dan masih banyak lagi.

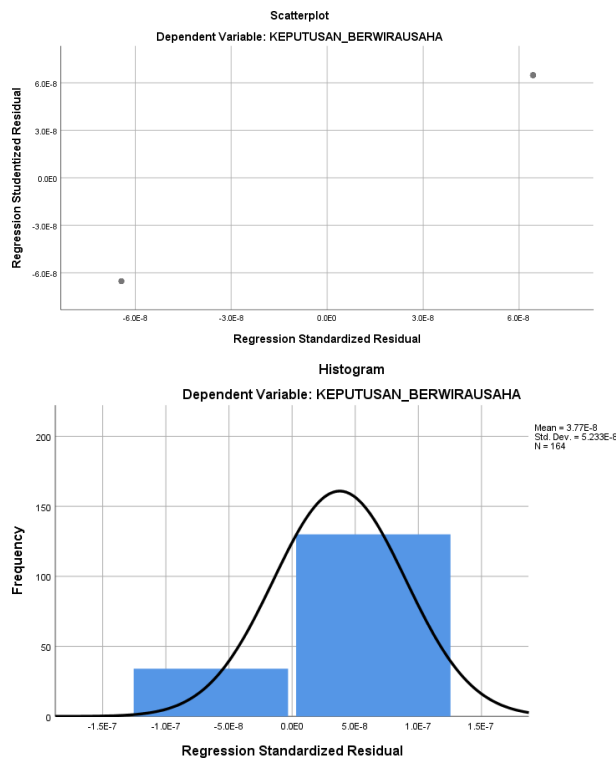
Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa Lingkungan berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Hal ini dapat didefinisikan bahwa semakin tinggi kompleksitas lingkungan, semakin kuat alasan seseorang mengambil tindakan untuk berwirausaha.

Interaksi antara *self-efficacy* dengan *entrepreneurial mindset* dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* bukanlah sebuah variabel moderasi. *Self-efficacy* sendiri bersifat karakter, yaitu sifat ini bisa muncul pada seseorang karena adanya sebuah kondisi (Muhdiyanto & Hidayati). *Self-Efficacy* diketahui tidak mampu memoderasi Lingkungan terhadap keputusan berwirausaha. *Self-Efficacy* sendiri mampu mempengaruhi keputusan berwirausaha, tetapi hasil interaksi keduanya malah memperlemah pengaruhnya. Keyakinan pada diri seseorang dapat meningkat atau menurun sesuai dengan keadaan maupun darimana sumber pendekatan. Dari sumber pendekatan *Self-Efficacy* ini dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* sendiri dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar seorang individu, bukan memperkuat lingkungan itu. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Flora Puspitaningsih (2016) yang menunjukkan bahwa lingkungan mempengaruhi *self-efficacy* dalam kewirausahaan. *Self-efficacy* dalam diri

seseorang dapat dibangun melalui kesempatan, kepercayaan, pemberian ide dan dukungan dari orang sekitar.

**Coefficients<sup>a</sup>**

- a. Dependent Variable:  
Keputusan\_Berwirausaha



Berdasarkan perhitungan hasil jawaban responden serta hasil penggunaan program *windows spss 25* diperoleh hasil bahwa tingkat *mindset entrepreneur, startup* terhadap keputusan berwirausaha ditandai dengan *statistic descriptive* nilai mean sebesar 23.59 %, *mindset entrepreneur* sebesar 23.26 % dan untuk *startup* sendiri sebesar 23,16 %.

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan_Berwirausaha	23.59	.813	164
Mindset_Enterpreneur	23.26	.970	164
Startup	23.16	.990	164

**SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *entrepreneurial mindset startup* dan lingkungan terhadap keputusan berwirausaha dengan *self-efficacy* sebagai variabel moderasi pada Taruna/taruni Politeknik Bumi Akpelni. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Entrepreneurial Mindset Startup* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha pada taruna/taruni Politeknik Bumi Akpelni.
- b. Lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berwirausaha pada taruna/taruni Politeknik Bumi Akpelni.
- c. *Self-Efficacy* tidak memoderasi hubungan *Entrepreneurial Mindset* terhadap keputusan berwirausaha pada taruna/taruni Politeknik Bumi Akpelni.
- d. *Self-Efficacy* tidak memoderasi hubungan Lingkungan terhadap keputusan berwirausaha pada taruna/taruni Politeknik Bumi Akpelni.

**DAFTAR PUSTAKA**

Balboni, et al. (2014). *The Growth Drivers of Start-up Firms and Business Modelling: A First Step toward a Desirable Convergence*. *Journal of Management* 9 (2): 131–154

Beier, Michael (2016): *Startups' Experimental Development of Digital Marketing Activities. A Case of Online Videos*. *Social Science Research Network (SSRN) Electronic Journal, Paper: 2868449*.

Chen, Yongjie, et al. (2013). *Strategic E-Business Framework: A Holistic Approach For Organisations In The Construction Industry*. *Journal Of Information Technology In Construction - Issn 1874-4753*

Drnovsek, et al. (2009). *Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional*

- definition. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research Vol. 16 No. 4, 2010 pp. 329-348 q Emerald Group Publishing Limited 1355-2554*
- Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong. *Jurnal Sentralisasi*, 8(1), 1-7.
- Esmaeeli, H. (2011), *The study of effecting factors on digital entrepreneurship (a case study)*, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(12), 163-172.
- Hall, Adrienne and Sharon A. DeVaney. 2009. *Factors that Influence Small Business Start-up. Consumer Interests Annual Volume 55*
- Mcdaniel, C. And R. Gates. 2014. *Marketing Research*, 10th Edition. 10th Ed. New Jersey: Wiley.
- Ooi & Ahmad 2012. *A Study among University Students in Business Start-Ups in Malaysia: Motivations and Obstacles to Become Entrepreneurs. International Journal of Business and Social Science Vol. 3 No. 19;*
- Respati, H. (2017). *Sejarah Konsepsi Pemikiran Kewirausahaan. Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 211 – 223.
- Ries, Eric. 2011. *The lean start-up. Crown Publishing Group, a division of Random House, Inc., New York*
- Rizki Kusumadewi Saputri, Fathul Himam, *Mindset, Wanita Pengusaha Sukses, Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada, JURNAL PSIKOLOGI VOLUME 42, NO. 2, AGUSTUS 2015: 157-172*
- Saputra, K. (2015). *Pendidikan Berbasis Entrepreneurship*. Yogyakarta: Diva Press.
- Saputro, E., Achmad, N., & Handayani, S. (2016). *Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Sukses Wirausaha. Benefit, Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 34-41.
- Suaidy, H., & Ramli. (2019). *Pengaruh Pola Pikir (mindset) Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Keterampilan Wirausaha Mahasiswa. Program Studi*