



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 6958-6969

P-ISSN: 2963 9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Self-Efficacy dan Dukungan Sosial Terhadap Motivasi Berwirausaha pada Ibu-Ibu Kelompok UP2K Dikelurahan Pematang Sujur, Kota Jambi

Wilsa Amilia¹, Rike Setiawati², Dessy Elliyana³

^{1,2,3}Universitas Jambi

¹wilsaamilia@gmail.com, ²rikesetiawati@unja.ac.id, ³dessvelliyana0587@unja.ac.id

Abstrak

UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di Indonesia, sehingga penguatan usaha mikro berbasis rumah tangga menjadi agenda strategis pembangunan ekonomi. Dalam konteks tersebut, program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) PKK di Kelurahan Pematang Sujur, Kota Jambi, menghimpun 40 ibu rumah tangga pelaku usaha kuliner dan jasa yang menghadapi tantangan rendahnya self-efficacy dan dukungan sosial akibat peran ganda domestik dan bisnis. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh self-efficacy dan dukungan sosial terhadap motivasi berwirausaha secara simultan pada ibu-ibu UP2K, dengan fokus pada keberlanjutan motivasi dalam mengelola usaha mikro rumahan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory dan analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Populasi berjumlah 40 pelaku UP2K aktif yang seluruhnya dijadikan sampel melalui teknik sensus. Instrumen berupa kuesioner tertutup skala Likert 4 poin yang mengukur dimensi self-efficacy, dukungan sosial (emosional, instrumental, informasional, apresiasi), dan motivasi berwirausaha (orientasi prestasi, kerja keras, kemandirian ekonomi, pengembangan usaha, kepuasan). Data dianalisis melalui uji validitas konvergen dan diskriminan, reliabilitas komposit, estimasi R-square, serta pengujian koefisien jalur dengan bootstrapping. Hasil penelitian menunjukkan self-efficacy dan dukungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha, dengan kontribusi penjelasan varians yang sangat kuat. Kesimpulannya, penguatan faktor psikologis internal dan dukungan sosial eksternal penting untuk meningkatkan motivasi berwirausaha berkelanjutan pada perempuan pelaku UMKM melalui program pemberdayaan berbasis komunitas..

Kata Kunci: Dukungan Sosial, Motivasi Berwirausaha, Self-Efficacy, UP2K, Women Entrepreneurship

Latar Belakang

Peran krusial Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia, di mana UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional. Khususnya usaha mikro yang dikelola ibu rumah tangga melalui program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K) di bawah PKK menjadi pilar penting dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga pasca-pandemi. Program UP2K di Kelurahan Pematang Sujur, Kota Jambi, melibatkan 40 pelaku usaha perempuan yang mayoritas menjalankan bisnis rumahan seperti kuliner dan jasa, yang berpotensi mendukung ketahanan ekonomi lokal. [Kementerian Koperasi dan UKM, 2023].

Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa ibu-ibu pelaku UP2K sering menghadapi peran ganda antara tanggung jawab domestik dan usaha, sehingga menimbulkan dinamika unik dalam keberlanjutan bisnis mereka. Data wawancara awal terhadap 15 responden mengungkap bahwa 46,7% mengalami rendahnya keyakinan diri (self-efficacy) dan dukungan sosial, yang berdampak pada konsistensi operasional usaha. [Sakti, 2024] Kondisi ini semakin terlihat pada usaha berbasis rumahan yang rentan terhadap fluktuasi pasar dan keterbatasan sumber daya pribadi [Febrianti Puspitowati, 2025].

Kendala utama yang dihadapi pelaku UP2K adalah rendahnya self-efficacy, yaitu kepercayaan diri dalam mengelola risiko usaha, yang sering kali diperburuk oleh beban peran ganda sebagai ibu rumah tangga. Wawancara menunjukkan bahwa hampir separuh responden merasa kurang mampu menghadapi tantangan seperti persaingan pasar atau kegagalan produksi, meskipun telah menjalankan usaha bertahun-tahun. [Bandura, 1997; Chen et al., 1998] Faktor ini sejalan dengan temuan bahwa self-efficacy rendah menghambat ketangguhan wirausaha pada perempuan.

Pengaruh Self-Efficacy dan Dukungan Sosial Terhadap Motivasi Berwirausaha pada Ibu-Ibu Kelompok Up2k Dikelurahan Pematang Sujur, Kota Jambi

Dukungan sosial dari keluarga dan komunitas juga belum optimal, dengan 53,3% responden melaporkan kurangnya bantuan instrumental seperti tenaga atau fasilitas, serta dukungan emosional yang minim. Hal ini menyebabkan stres psikologis dan penurunan ketekunan dalam mengembangkan usaha, sebagaimana dibuktikan oleh kurangnya apresiasi dari lingkungan terdekat.[Cohen & Wills, 1985; House, 1981] Penelitian terkini menegaskan bahwa dukungan sosial yang lemah pada ibu rumah tangga pelaku UMKM menurunkan adaptasi terhadap tekanan eksternal.

Akibatnya, motivasi berwirausaha untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha menjadi rendah, di mana 46,7% responden tidak menunjukkan semangat ekspansi meskipun ada potensi pasar lokal. Fenomena ini bertentangan dengan teori McClelland tentang need for achievement yang mendorong kemandirian ekonomi, dan belum banyak diteliti pada konteks UP2K.[McClelland, 1961; Sari et al., 2021] Studi sebelumnya seperti Marco Selamat (2022) dan Sennang (2024) fokus pada mahasiswa, bukan pelaku usaha mikro perempuan, sehingga meninggalkan gap pada motivasi sustained entrepreneurship.

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh self-efficacy dan dukungan sosial terhadap motivasi berwirausaha pada ibu-ibu UP2K Kelurahan Pematang Sulur secara simultan, dengan urgensi untuk memberikan rekomendasi program pemberdayaan PKK dan Dinas Pemberdayaan Perempuan Kota Jambi guna meningkatkan keberlanjutan usaha mikro perempuan. Secara teoretis, penelitian ini mengisi kekosongan kajian sustained motivation pada pelaku usaha rumah tangga, berbeda dari studi niat awal berwirausaha, dan secara praktis mendukung target PDB UMKM nasional melalui intervensi psikososial.[Yuliana, 2024; Lestari Prasetyo, 2021] Kebaruan terletak pada analisis gabungan variabel tersebut di konteks UP2K spesifik, dengan dimensi dukungan sosial yang dirinci (emosional, instrumental, informasional, apresiasi), yang belum dieksplorasi mendalam di wilayah Jambi [Rahmawati, 2022; Nurhayati et al., 2021].

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory research untuk menguji pengaruh kausal self-efficacy dan dukungan sosial terhadap motivasi berwirausaha pada ibu-ibu kelompok UP2K di Kelurahan Pematang Sulur, Kota Jambi. Jenis penelitian kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara numerik melalui analisis statistik inferensial, sehingga menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi pada populasi. Metode analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) diterapkan karena sesuai untuk sampel kecil hingga menengah serta model kompleks dengan variabel laten, sebagaimana dijelaskan Sugiyono dalam metodologi penelitian yang menekankan pengujian hipotesis berbasis varian. Pendekatan ini juga didukung Sudaryono yang membahas penggunaan SEM dalam pengujian hubungan variabel pada penelitian sosial-ekonomi. Selain itu, Emzir menegaskan bahwa desain kuantitatif efektif untuk mengonfirmasi teori melalui data empiris, sementara Creswell merekomendasikan PLS-SEM untuk studi kausalitas pada konteks wirausaha.

Instrumen utama penelitian adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert 4 poin (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju) yang mengukur indikator self-efficacy (keyakinan diri, kemampuan menghadapi tantangan, kontrol pribadi, adaptasi, keteguhan), dukungan sosial (emosional, instrumental, informasional, apresiasi), dan motivasi berwirausaha (keinginan mandiri, semangat pengembangan, kepuasan, dorongan kerja keras). Kuesioner disebar via Google Form untuk kemudahan akses responden, dilengkapi wawancara ringan guna klarifikasi, sebagaimana prosedur standar Sugiyono untuk memastikan validitas dan reliabilitas data primer. Teknik analisis data mencakup pengujian outer model (validitas konvergen via loading factor >0.7, AVE >0.5; diskriminan via Fornell-Larcker; reliabilitas via composite reliability >0.7) dan inner model (R-square, path coefficient, bootstrapping dengan t-statistic >1.96 dan p-value <0.05) menggunakan SmartPLS. Pendekatan ini selaras dengan Ghozali (2021) yang dikutip dalam dokumen asli, serta Sudaryono dalam pembahasan analisis data kuantitatif. Emzir menambahkan bahwa instrumen skala Likert efektif untuk mengukur persepsi subjektif, dan studi serupa menggunakan SEM-PLS untuk variabel serupa

Populasi penelitian terdiri dari seluruh 40 ibu-ibu pelaku UP2K aktif di Kelurahan Pematang Sulur, Kota Jambi, yang menjalankan usaha kuliner (31 orang) dan jasa (9 orang), berdasarkan data kelurahan tahun 2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan full sampling (sensus) karena populasi <100, sehingga seluruh anggota dijadikan responden untuk akurasi maksimal, sesuai rumus $n = N (100\%)$ seperti dijelaskan Sugiyono. Pendekatan ini logis mengingat homogenitas populasi sebagai ibu rumah tangga dengan peran ganda, meminimalkan bias

sampling. Sudaryono mendukung sensus untuk populasi kecil dalam studi sosial, sementara Creswell menekankan purposive sampling pada kelompok spesifik seperti pelaku UMKM perempuan

Prosedur penelitian dimulai dengan studi pendahuluan melalui wawancara awal pada 15 pelaku UP2K untuk validasi fenomena, diikuti penyusunan instrumen berdasarkan literatur Bandura (1997), Cohen & Wills (1985), dan operasional variabel. Tahap selanjutnya meliputi perizinan kelurahan, penyebaran kuesioner via Google Form, pengumpulan data primer-sekunder (dokumen kelurahan, literatur), dan analisis SEM-PLS secara bertahap (deskriptif, outer-inner model, hipotesis). Proses ditutup dengan validasi hasil melalui wawancara klarifikasi dan laporan akhir. Urutan sistematis ini mengikuti panduan Sugiyono untuk penelitian kuantitatif, dengan penekanan etika seperti informed consent dari Sudaryono. Emzir dan Creswell menambahkan bahwa prosedur berurutan memastikan triangulasi data, konsisten dengan studi PLS-SEM terkini.

Hasil Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

1. Statistik Deskriptif Variabel Self-Efficacy

Tabel 1 Tanggapan Responden Self Efficacy

Kode	Item Kuesioner <i>SELF EFFICACY</i>	Skor				Total Skor	Keterangan	
		STS	TS	S	SS			
		1	2	3	4			
Keyakinan diri dalam menjalankan usaha								
KD1	saya yakin mampu mengelola usaha dengan baik	Jumlah	3	3	13	21	40	Tinggi
		%	8%	8%	33%	53%	100%	
		Skor	3	6	39	84	132	
KD2	saya percaya diri mengambil keputusan yang diperlukan untuk kemajuan usaha	Jumlah	3	3	12	22	40	Tinggi
		%	8%	8%	30%	55%	100%	
		Skor	3	6	36	88	133	
KD3	Saya mampu menyelesaikan tugas usaha Meski ada hambatan	Jumlah	3	2	16	19	40	Tinggi
		%	8%	5%	40%	48%	100%	
		Skor	3	4	48	76	131	
Rata-rata						132	Tinggi	
Kemampuan menghadapi masalah dan tantangan								
KM1	saat menghadapi masalah usaha, Saya dapat menemukan solusi yang tepat	Jumlah	3	4	10	23	40	Tinggi
		%	8%	10%	25%	58%	100%	
		Skor	3	8	30	92	133	
KM2	saya tidak mudah panik saat menghadapi tantangan usaha	Jumlah	3	2	12	23	40	Tinggi
		%	8%	5%	30%	58%	100%	
		Skor	3	4	36	92	135	
KM3	saya merasa mampu mengatasi tekanan dari pelanggan atau persaingan	Jumlah	2	3	14	21	40	Tinggi
		%	5%	8%	35%	53%	100%	
		Skor	2	6	42	84	134	
Rata-rata						134	Tinggi	
Kontrol pribadi atas hasil usaha								
KP1	saya percaya upaya saya sangat menentukan hasil usaha Saya	Jumlah	4	2	13	21	40	Tinggi
		%	10%	5%	33%	53%	100%	
		Skor	4	4	39	84	131	
KP2		Jumlah	2	4	12	22	40	Tinggi

	saya merasa dapat mengendalikan aspek penting dalam usaha	%	5%	10%	30%	55%	100%	
		Skor	2	8	36	88	134	
KP3	saya bertanggung jawab atas keberhasilan dan kegagalan usaha saya	Jumlah	3	3	13	21	40	Tinggi
		%	8%	8%	33%	53%	100%	
		Skor	3	6	39	84	132	
Rata-rata							132	Tinggi
Kemampuan beradaptasi dengan perubahan								
KBD1	saya cepat menyesuaikan cara kerja bila kondisi pasar berubah	Jumlah	3	2	16	19	40	Tinggi
		%	8%	5%	40%	48%	100%	
		Skor	3	6	48	76	133	
KBD2	saya mau belajar metode baru untuk meningkatkan	Jumlah	4	2	12	22	40	Tinggi
		%	10%	5%	30%	55%	100%	
		Skor	4	4	36	88	132	
Usaha bila diperlukan								
KBD3	saya mudah menerima perubahan yang bisa memperbaiki usaha	Jumlah	3	2	11	24	40	Tinggi
		%	8%	5%	28%	60%	100%	
		Skor	3	4	33	96	136	
Rata-rata							134	Tinggi
Keteguhan mencapai tujuan meskipun gagal								
KMT1	saya tetap berusaha walau pernah mengalami kegagalan usaha	Jumlah	3	2	13	22	40	Tinggi
		%	8%	5%	33%	55%	100%	
		Skor	3	4	39	88	134	
KMT2	kegagalan tidak membuat saya menyerah untuk mengembangkan usaha	Jumlah	4	1	17	18	40	Tinggi
		%	10%	3%	43%	45%	100%	
		Skor	4	2	51	72	129	
KMT3	saya belajar dari kegagalan dan mencoba lagi sampai berhasil	Jumlah	5	0	14	21	40	Tinggi
		%	13%	0%	35%	53%	100%	
		Skor	5	0	42	84	131	
Rata-rata							131	Tinggi
Rata-rata Total							133	Tinggi

2. Statistik Deskriptif Variabel Motivasi Berwirausaha

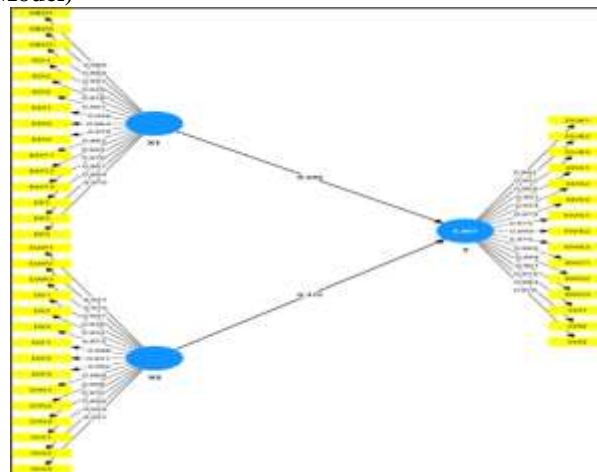
Tabel 2 Tanggapan Responden Motivasi Berwirausaha

Kode	Item Kuesioner MOTIVASI BERWIRAUSAHA	Skor				Total Skor	Keterangan
		STS	TS	S	SS		
		1	2	3	4		
Keinginan mencabai keberhasilan dan prestasi							
KMK1	Saya terdorong untuk mencapai hasil usaha	Jumlah	4	1	13	22	Tinggi
		%	10%	3%	33%	55%	

	yang lebih baik setiap Waktu	Skor	4	2	39	88	133	
KMK2	saya ingin dikenal karena kualitas usaha saya	Jumlah	4	1	11	24	40	Tinggi
		%	10%	3%	28%	60%	100%	
		Skor	4	2	33	96	135	
KMK3	mencapai target penjualan memberi saya kepuasan tersendiri	Jumlah	4	1	13	22	40	Tinggi
		%	10%	3%	33%	55%	100%	
		Skor	4	2	39	88	133	
Rata-rata							134	Tinggi
Dorongan untuk bekerja keras dan pantang menyerah								
DUB1	saya bersedia bekerja keras untuk mempertahankan usaha saya	Jumlah	3	2	12	23	40	Tinggi
		%	8%	5%	30%	58%	100%	
		Skor	3	4	36	92	135	
DUB2	saya tetap berusaha meskipun menemui kesulitan besar dalam usaha	Jumlah	2	3	15	20	40	Tinggi
		%	5%	8%	38%	50%	100%	
		Skor	2	6	45	80	133	
DUB3	saya tidak mudah menyerah saat hasil usaha belum sesuai harapan	Jumlah	3	3	11	23	40	Tinggi
		%	8%	8%	28%	58%	100%	
		Skor	3	6	33	92	134	
Rata-rata							134	Tinggi
Keinginan mandiri secara ekonomi								
KMS1	saya berusaha agar usaha ini dapat membantu kemandirian ekonomi keluarga	Jumlah	3	2	13	22	40	Tinggi
		%	8%	5%	33%	55%	100%	
		Skor	3	4	39	88	134	
KMS2	tujuan saya menjalankan usaha adalah untuk mengurangi ketergantungan pada orang lain	Jumlah	1	3	14	22	40	Tinggi
		%	3%	8%	35%	55%	100%	
		Skor	1	6	42	88	137	
KMS3	saya ingin usaha ini menjadi sumber penghasilan utama untuk keluarga	Jumlah	2	1	15	22	40	Tinggi
		%	5%	3%	38%	55%	100%	
		Skor	2	2	45	88	137	
Rata-rata							136	Tinggi
Semangat mengembangkan dan memperluas usaha								
SM1	saya memiliki rencana untuk mengembangkan produk/layanan usaha saya	Jumlah	4	2	11	23	40	Tinggi
		%	10%	5%	28%	58%	100%	
		Skor	4	4	33	92	133	
SM2	saya aktif mencari peluang untuk memperluas pasar usaha	Jumlah	3	2	12	23	40	Tinggi
		%	8%	5%	30%	58%	100%	
		Skor	3	4	36	92	135	
SM3		Jumlah	2	4	11	23	40	Tinggi
		%	5%	10%	28%	58%	100%	

	saya termotivasi mencoba inovasi agar usaha berkembang	Skor	2	8	33	92	135	
Rata-rata							134	Tinggi
Kepuasan dan kebanggaan atas hasil usaha								
KDK1	saya merasa bangga ketika pelanggan memberi respon	Jumlah	4	1	10	25	40	Tinggi
		%	10%	3%	25%	63%	100%	
		Skor	4	2	30	100	136	
KDK2	Positif terhadap Produk saya kepuasan atas penjualan membuat saya termotivasi melanjutkan usaha	Jumlah	3	2	15	20	40	Tinggi
		%	8%	5%	38%	50%	100%	
		Skor	3	4	45	80	132	
KDK3	hasil usaha yang baik meningkatkan rasa harga diri saya sebagai pelaku usaha	Jumlah	4	2	11	23	40	Tinggi
		%	10%	5%	28%	58%	100%	
		Skor	4	4	33	92	133	
Rata-rata							134	Tinggi
Rata-rata Total							134	Tinggi

Model Pengukuran (Outer Model)



Gambar 5 Model Penelitian

Validitas Konvergen

1. Outer Loading

Tabel 3 outer loading

Variabel	Indikator	Loading Factor	Keterangan
Self efficacy	KD1	0.929	Valid
	KD2	0.978	Valid
	KD3	0.941	Valid
	KM1	0.956	Valid
	KM2	0.964	Valid
	KM3	0.976	Valid
	KP1	0.967	Valid
	KP2	0.964	Valid
	KP3	0.970	Valid
	KBD1	0.896	Valid

	KBD2	0.968	Valid
	KBD3	0.955	Valid
	KMT1	0.992	Valid
	KMT2	0.943	Valid
	KMT3	0.979	Valid
Dukungan sosial	DE1	0.938	Valid
	DE2	0.953	Valid
	DE3	0.975	Valid
	DIN1	0.968	Valid
	DIN2	0.966	Valid
	DIN3	0.953	Valid
	DIF1	0.998	Valid
	DIF2	0.951	Valid
	DIF3	0.982	Valid
Dukungan sosial	DAP1	0.931	Valid
	DAP2	0.970	Valid
	DAP3	0.947	Valid
	DJS1	0.968	Valid
	DJS2	0.939	Valid
	DJS3	0.957	Valid
Motivasi Berwirausaha	KMK1	0.975	Valid
	KMK2	0.946	Valid
	KMK3	0.974	Valid
	DUB1	0.983	Valid
	DUB2	0.952	Valid
	DUB3	0.968	Valid
	KMS1	0.969	Valid
	KMS2	0.944	Valid
	KMS3	0.901	Valid
	SM1	0.976	Valid
	SM2	0.994	Valid
	SM3	0.978	Valid
	KDK1	0.961	Valid
	KDK2	0.954	Valid
	KDK3	0.979	Valid

2. AVE

Tabel 4 AVE model

Average variance extracted (AVE)	
<i>Self-Efficacy</i>	0.919
Dukungan Sosial	0.922
Motivasi Berwirausaha	0.929

Validitas Diskriminan

1. Fornell

Tabel 5 fornell

	Self-Efficacy	Dukungan Sosial	Motivasi Berwirausaha
<i>Self-Efficacy</i>	0.959		
Dukungan Sosial	0.720	0.960	
Motivasi Berwirausaha	0.861	0.799	0.964

2. Cross Loading

Tabel 6 Cross Loading

	Self efficacy	Dukungan Sosial	Motivasi Berwirausaha
KD1	0.929	0.697	0.819
KD2	0.978	0.686	0.839
KD3	0.941	0.667	0.797
KM1	0.956	0.700	0.847
KM2	0.964	0.688	0.822
KM3	0.976	0.710	0.827
KP1	0.967	0.704	0.862
KP2	0.964	0.685	0.816
KP3	0.970	0.668	0.825
KBD1	0.896	0.567	0.739
KBD2	0.968	0.661	0.804
KBD3	0.955	0.681	0.809
KMT1	0.992	0.731	0.851
KMT2	0.943	0.745	0.835
KMT3	0.979	0.742	0.874
DE1	0.646	0.938	0.763
DE2	0.677	0.953	0.749
DE3	0.723	0.975	0.792
DIN1	0.692	0.968	0.762
DIN2	0.696	0.966	0.762
DIN3	0.682	0.953	0.787
DIF1	0.716	0.998	0.788
DIF2	0.685	0.951	0.758
DIF3	0.679	0.982	0.754
DAP1	0.688	0.931	0.776
DAP2	0.721	0.970	0.764
DAP3	0.657	0.947	0.739
DJS1	0.750	0.968	0.753
DJS2	0.653	0.939	0.758
DJS3	0.694	0.957	0.791
KMK1	0.846	0.768	0.975
KMK2	0.838	0.841	0.946
KMK3	0.842	0.798	0.974
DUB1	0.848	0.762	0.983

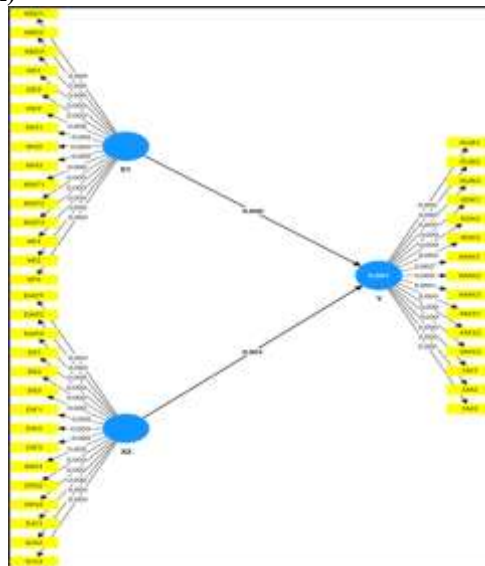
DUB2	0.834	0.732	0.952
DUB3	0.804	0.721	0.968
KMS1	0.862	0.771	0.969
KMS2	0.776	0.737	0.944
KMS3	0.761	0.742	0.901
SM1	0.821	0.778	0.976
SM2	0.855	0.795	0.994
SM3	0.829	0.758	0.978
KDK1	0.859	0.768	0.961
KDK2	0.807	0.793	0.954
KDK3	0.853	0.778	0.979

Reliabilitas

Tabel 7 Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
<i>Self-Efficacy</i>	0.994	0.994	0.994
Dukungan Sosial	0.994	0.994	0.994
Motivasi Berwirausaha	0.995	0.995	0.995

Model Struktural (Inner Model)



Gambar 2 inner model

R-square

Tabel 8 Tabel R-square

	R-square	R-square adjusted
Motivasi Berwirausaha	0.807	0.797

Path Coefficient

Tabel 9 Path Coefficient

Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values

<i>Self-efficacy</i> -> motivasi berwirausaha	0.593	0.590	0.112	5.283	0.000
Dukungan social motivasi berwirausaha	-> 0.372	0.369	0.110	3.372	0.001

PEMBAHASAN

Pengaruh *Self-Efficacy* terhadap Motivasi Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self-efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Artinya, semakin tinggi keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, maka semakin tinggi pula dorongan untuk menjalankan, mempertahankan, dan mengembangkan usaha. Keyakinan ini menjadi kekuatan psikologis internal yang mendorong seseorang untuk terus berusaha meskipun menghadapi berbagai keterbatasan dan tantangan bisnis.

Secara teoritis, hasil penelitian ini sejalan dengan konsep *self-efficacy* yang dikemukakan oleh Bandura (1997), yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu. Dalam konteks kewirausahaan, *self-efficacy* menjadi faktor psikologis yang sangat penting karena menentukan sejauh mana seseorang yakin mampu menghadapi tantangan bisnis, mengambil keputusan, serta bertahan dalam situasi sulit. Individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung memandang hambatan sebagai tantangan yang harus diatasi, bukan sebagai ancaman yang harus dihindari.

Keyakinan terhadap kemampuan diri juga berkaitan erat dengan dorongan internal dalam berwirausaha. Individu dengan *self-efficacy* tinggi umumnya memiliki keberanian mengambil risiko, memiliki orientasi pada pencapaian, serta menunjukkan ketekunan yang lebih besar dalam menjalankan usaha. Mereka tidak mudah menyerah ketika menghadapi kegagalan, karena meyakini bahwa keberhasilan dapat dicapai melalui usaha, strategi, dan kerja keras yang konsisten. Dengan kata lain, *self-efficacy* membentuk mentalitas pantang menyerah yang menjadi fondasi penting dalam motivasi berwirausaha.

Dalam konteks pelaku usaha UP2K yang mayoritas merupakan ibu rumah tangga dengan peran ganda, *self-efficacy* memiliki peran yang semakin krusial. Mereka tidak hanya menjalankan usaha, tetapi juga bertanggung jawab terhadap pekerjaan domestik dan keluarga. Keterbatasan waktu, energi, serta sumber daya seringkali menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, keyakinan terhadap kemampuan diri menjadi penentu apakah mereka mampu mempertahankan motivasi berwirausaha di tengah berbagai tekanan tersebut. Ibu-ibu dengan *self-efficacy* tinggi cenderung lebih mampu mengelola waktu, mengatasi stres, serta tetap fokus pada pengembangan usaha.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh temuan empiris sebelumnya. Penelitian Halim et al. (2024) menemukan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap motivasi berwirausaha, di mana pelaku usaha dengan tingkat keyakinan diri tinggi lebih berani mengambil keputusan bisnis serta mencoba strategi baru dalam mengembangkan usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri tidak hanya meningkatkan motivasi, tetapi juga mendorong perilaku inovatif dalam kewirausahaan.

Selain itu, penelitian Heryanto & Wijaya (2021) menunjukkan bahwa *self-efficacy* berperan dalam meningkatkan ketangguhan mental pelaku UMKM dalam menghadapi ketidakpastian usaha. Ketangguhan mental tersebut tercermin dari kemampuan bertahan saat penjualan menurun, saat menghadapi persaingan, maupun ketika mengalami kerugian. Dengan demikian, *self-efficacy* tidak hanya memengaruhi motivasi pada tahap awal usaha, tetapi juga menjaga keberlanjutan motivasi dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* merupakan faktor internal yang sangat dominan dalam membentuk motivasi berwirausaha. Semakin tinggi keyakinan ibu-ibu UP2K terhadap kemampuan dirinya, maka semakin besar dorongan untuk mencapai keberhasilan usaha, mempertahankan bisnis, serta mengembangkannya secara berkelanjutan.

Pengaruh Dukungan Sosial terhadap Motivasi Berwirausaha

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi dukungan yang diterima individu dari lingkungan sosialnya, maka semakin kuat pula dorongan untuk menjalankan dan mengembangkan usaha.

Secara konseptual, dukungan sosial merupakan persepsi individu bahwa dirinya diperhatikan, dihargai, serta memperoleh bantuan nyata dari lingkungan sosialnya, baik keluarga, teman, maupun komunitas (Cohen & Wills, 1985). Dalam aktivitas kewirausahaan, dukungan sosial menjadi faktor eksternal yang mampu memperkuat semangat, rasa percaya diri, serta ketahanan individu dalam menghadapi tantangan usaha. Teori buffering hypothesis yang dikemukakan Cohen & Wills (1985) menjelaskan bahwa dukungan sosial berfungsi sebagai “penyangga” (buffer) terhadap stres dan tekanan psikologis. Dalam konteks wirausaha, tekanan dapat berasal dari risiko kerugian, ketidakpastian pasar, keterbatasan modal, maupun konflik peran keluarga. Dukungan sosial mampu mereduksi tekanan tersebut sehingga individu tetap memiliki stabilitas emosional dan motivasi yang kuat untuk melanjutkan usahanya.

House (1981) mengemukakan bahwa dukungan sosial terdiri dari empat bentuk, yaitu dukungan emosional, instrumental, informasional, dan penghargaan. Dukungan emosional berupa empati, perhatian, dan semangat dari keluarga. Dukungan instrumental dapat berupa bantuan modal, tenaga, atau fasilitas usaha. Dukungan informasional mencakup saran, pelatihan, maupun informasi pasar. Sedangkan dukungan penghargaan berupa pengakuan atas keberhasilan usaha. Keempat bentuk dukungan ini secara bersama-sama mampu memperkuat motivasi berwirausaha.

Dalam konteks perempuan pelaku usaha, dukungan sosial memiliki peran yang lebih signifikan. Hal ini karena perempuan seringkali menghadapi keterbatasan akses sumber daya, waktu, serta mobilitas. Penelitian Jennings & Brush (2013) menunjukkan bahwa perempuan pelaku usaha yang memperoleh dukungan keluarga memiliki motivasi lebih tinggi serta komitmen yang lebih kuat terhadap usahanya. Dukungan suami dan keluarga, misalnya, dapat meningkatkan kepercayaan diri serta memberikan ruang bagi perempuan untuk berkembang secara ekonomi.

Sarafino (2011) juga menjelaskan bahwa dukungan sosial memperkuat adaptasi psikologis individu. Artinya, individu yang merasa didukung akan lebih mampu menyesuaikan diri dengan tekanan, perubahan pasar, maupun tantangan bisnis. Adaptasi psikologis yang baik inilah yang kemudian menjaga stabilitas motivasi berwirausaha. Pada ibu-ibu kelompok UP2K, dukungan sosial dapat berasal dari keluarga, sesama anggota kelompok, maupun pemerintah melalui program pemberdayaan. Dukungan tersebut dapat berupa pelatihan, pendampingan, bantuan alat, hingga akses pemasaran. Ketika dukungan ini dirasakan secara nyata, maka ibu-ibu pelaku usaha akan merasa lebih percaya diri, lebih dihargai, dan lebih termotivasi untuk mengembangkan usahanya.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa dukungan sosial merupakan faktor eksternal penting yang mampu meningkatkan motivasi berwirausaha, khususnya pada perempuan pelaku usaha mikro. Kombinasi antara dukungan keluarga, lingkungan, dan komunitas akan memperkuat ketahanan usaha sekaligus mendorong keberlanjutan aktivitas kewirausahaan.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha pada ibu-ibu UP2K di Kelurahan Pematang Sulur, Kota Jambi, dengan koefisien jalur 0.593 ($t=5.283$, $p<0.001$), sementara dukungan sosial juga berpengaruh positif signifikan dengan koefisien 0.372 ($t=3.372$, $p=0.001$), menjelaskan 80,7% varians motivasi ($R^2=0.807$). Ketiga variabel berada pada kategori tinggi secara deskriptif, mengonfirmasi hipotesis bahwa faktor psikologis internal dan eksternal memperkuat dorongan untuk mempertahankan serta mengembangkan usaha mikro rumahan. Namun, keterbatasan penelitian meliputi ukuran sampel kecil (40 responden sensus), konteks geografis spesifik yang membatasi generalisasi, serta ketergantungan pada data self-report yang rentan bias subjektif, tanpa variabel moderator seperti usia usaha atau literasi digital. Secara praktis, temuan ini merekomendasikan PKK dan Dinas Pemberdayaan Perempuan Kota Jambi untuk merancang pelatihan penguatan self-efficacy melalui mentoring dan simulasi risiko, serta program libatkan keluarga untuk dukungan sosial instrumental-emosional guna tingkatkan ketahanan usaha UP2K. Untuk penelitian lanjutan, saran menambahkan sampel lebih luas dari UP2K lain di Jambi, masukkan variabel mediator seperti entrepreneurial orientation, atau pendekatan mixed-method dengan wawancara mendalam untuk validasi longitudinal, sehingga memperkaya kajian sustained entrepreneurship pada perempuan UMKM Indonesia.

Daftar Pustaka

1. Aldrich, H., & Cliff, J. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
2. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
3. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman and Company.
4. Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316.
5. Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310–357. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
6. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
7. Emzir. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Prenada Media.
8. Febrianti Puspitowati. (2025). Pengaruh motivasi, pembelajaran kewirausahaan, penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha. *Jurnal MEA*.
9. Ghozali, I. (2021). *Partial least squares: Konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 3.2.9 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
10. Halim, N. H., Mahmuddin, M., Pahrul, P., Arisah, N., & Dewantara, H. (2024). Pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan inovasi terhadap motivasi berwirausaha mahasiswa kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 2303–2318. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4762>
11. Heryanto, J., & Wijaya, A. (2021). Peran jaringan sosial, self-efficacy, dan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja UMKM di Jakarta. *Jurnal Manajemen*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/34012>
12. House, J. S. (1981). *Work stress and social support*. Addison-Wesley.
13. Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on women entrepreneurs: Challenges to (and from) the broader entrepreneurship literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715. <https://doi.org/10.1080/19416520.2013.782190>
14. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
15. Lestari Prasetyo. (2021). Dukungan sosial keluarga terhadap motivasi wirausaha perempuan. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
16. Marco Selamat. (2022). Pengaruh efikasi diri kewirausahaan dan dukungan sosial terhadap intensi kewirausahaan sosial. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2), 75–85. <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/18221>
17. McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
18. Nurhayati, R., Nurlaila, S., & Fadhillah, R. (2021). Efikasi diri dan dukungan sosial keluarga memprediksi minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Proyeksi*, 16(1), 33–44. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/proyeksi/article/download/4850/4342>
19. Rahmawati, S. (2022). Peran dukungan sosial keluarga terhadap konsistensi perempuan berwirausaha. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 7(2), 115–128.
20. Sakti. (2024). Wawancara awal pelaku UP2K Kelurahan Pematang Sulur.
21. Sari, A. D., Suharno, & Achmad, G. N. (2021). Pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja inovatif dan kinerja pemasaran pada UMKM Kota Bontang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 23–28. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1431>
22. Sennang, I. (2024). Pengaruh dukungan sosial dan efikasi diri terhadap minat berwirausaha siswa SMK. *Psikoborneo*, 12(1), 15–25. <https://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4416>
23. Sudaryono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Pustaka Pelajar.
24. Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
25. Sugiyono. (2021). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta.
26. Yuliana, D. (2024). Peningkatan kinerja UMKM melalui kelompok UP2K berbasis inovasi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 45–60.