
MOTIVASI, EFIKISASI DIRI, DAN STATUS SOSIAL SEBAGAI PREDIKTOR TERHADAP MINAT BERWIRUSAHA UMKM PADA PEREMPUAN DI JAKARTA

Felita Budiman

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
felita.117222007@stu.untar.ac.id

Sawidji Widodoatmojo

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Tarumanagara
sawidjiw@pps.untar.ac.id (*corresponding author*)

Masuk: 23-04-2025, revisi: 06-05-2025, diterima untuk diterbitkan: 08-05-2025

Abstract: This study aims to analyze the influence of motivation, self-efficacy, and social status on women's entrepreneurial interest in Jakarta. Women's entrepreneurship in Small and Medium Enterprises (SMEs) plays a crucial role in economic growth, especially amid economic uncertainty and high female unemployment rates. This study adopts a quantitative approach using a survey method, distributing questionnaires to 100 female entrepreneurs in Jakarta. The data analysis technique employs multiple linear regression using SPSS version 29. The findings indicate that motivation, self-efficacy, and social status collectively have a positive influence on entrepreneurial interest. Individually, each independent variable also has a significant impact, with motivation being the most dominant factor in shaping entrepreneurial interest.

Keywords: Motivation, Self-Efficacy, Social Status, Entrepreneurial Interest, Women, SMEs

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motivasi, efikasi diri, dan status sosial terhadap minat berwirausaha pada perempuan di Jakarta. Kewirausahaan perempuan dalam Usaha Micro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, terutama di tengah kondisi ketidakpastian ekonomi dan tingginya angka pengangguran perempuan. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden perempuan wirausaha di Jakarta. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, efikasi diri, dan status sosial secara simultan berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Secara parsial, masing-masing variabel independen juga memiliki pengaruh yang signifikan, dengan motivasi sebagai faktor yang paling dominan dalam membentuk minat berwirausaha.

Kata Kunci: Motivasi, Efikasi Diri, Status Sosial, Minat Berwirausaha, Perempuan, UMKM

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Banyaknya pengangguran di Indonesia membuat perekonomian negara ini semakin lemah dan terpuruk. Dalam hal pengangguran, jumlah perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Fenomena ini tidak hanya disebabkan oleh latar belakang pendidikan perempuan, tetapi juga karena adanya diskriminasi (Sustrisno et. al, 2022). Selain itu, pandemi COVID-19 yang terjadi di awal tahun 2020 telah menyebabkan banyak perusahaan menutup usahanya karena mengalami kerugian, sehingga banyak muncul wirausaha Wanita yang muncul untuk membantu mendukung keuangan keluarga (Lucky et. al, 2022). Ada beragam pandangan tentang gender dalam kewirausahaan. Beberapa peneliti berpendapat bahwa kewirausahaan bukanlah pilihan karier yang tepat bagi perempuan karena kurangnya kontrol yang dirasakan dan tidak adanya dukungan lingkungan yang menyatakan bahwa kewirausahaan komersial

terutama merupakan ideologi maskulin, sedangkan kewirausahaan sosial dicirikan oleh ideologi feminin yang pada prinsipnya "netral gender" mungkin memiliki hasil yang dibedakan berdasarkan gender, yang menghambat perempuan lebih besar daripada laki-laki dalam hal akses ke kredit, aset, pendidikan, pelatihan, dan informasi yang diperlukan untuk memulai dan menjalankan bisnis (Ali et. Al, 2022).

Wanita wirausaha berperan penting dalam mendorong peran perempuan sebagai agen perubahan. Peran ini menjadi salah satu sumber pertumbuhan ekonomi yang signifikan melalui penciptaan lapangan kerja baru, sehingga patut mendapat perhatian lebih (Tinaprilla, 2007). Di Indonesia, perkembangan wirausaha perempuan menunjukkan peningkatan yang pesat, yang tercermin dari bertambahnya jumlah koperasi wanita serta keberhasilan berbagai usaha kecil dan menengah yang dijalankan oleh perempuan (SMECDA, 2006). Kewirausahaan perempuan dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) Indonesia memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara. Di Indonesia, 52,9% usaha mikro dijalankan oleh perempuan, dan persentase pengusaha perempuan mencapai 21%, lebih tinggi dari rata-rata global sebesar 8% (Hayu et. al, 2023). Alasan mengapa wanita terlibat menjadi pengusaha antara lain yang pertama adalah karena tekanan ekonomi yaitu memperoleh pendapatan untuk menambah penghasilan suami, secara alamiah usaha tersebut sudah terbentuk dari orang tuanya sehingga mereka mewarisi usaha tersebut dan adanya keinginan wanita untuk menjalankan usaha pribadinya dimana suami mereka memiliki pekerjaan lain dan mereka sendiri sudah memiliki pengalaman (Machfud *et al* 1994). Pada penelitian sebelumnya, variabel motivasi, efikasi diri, dan status social cukup banyak digunakan sebagai variabel independent terhadap variabel minat kewirausahaan, namun kebanyakan penelitian dilakukan secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran holistik mengenai pengaruhnya terhadap minat kewirausahaan. Dalam konteks UMKM pada Perempuan, penelitian dengan menggunakan aplikasi SPSS untuk menganalisis hubungan kompleks antar variabel jarang dilakukan. Oleh karena itu peneliti mencoba menggunakan aplikasi SPSS untuk mendapatkan temuan yang lebih mendalam.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji peran kewirausahaan perempuan dalam mengurangi angka pengangguran dan memperkuat perekonomian keluarga pasca pandemi COVID-19, serta menganalisis faktor-faktor yang mendorong perempuan menjadi wirausaha, seperti tekanan ekonomi, warisan usaha keluarga, dan keinginan pribadi untuk mandiri secara finansial. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh motivasi, efikasi diri, dan status sosial terhadap minat kewirausahaan perempuan dalam konteks UMKM. Dengan menggunakan aplikasi SPSS, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai keterkaitan antar variabel tersebut dan memberikan kontribusi empiris terhadap strategi pemberdayaan perempuan sebagai agen perubahan dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

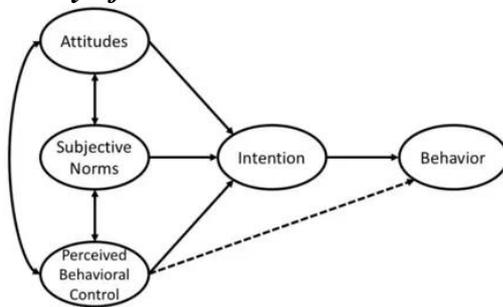
TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) atau yang dikenal juga dengan teori perilaku terencana merupakan sebuah teori yang dicetuskan oleh Icek Azjen pada tahun 1985 (Nilan, 2009). Menurut Ajzen, 1991 (dalam Ozer dan Yilmaz, 2011), dalam teori TPB dinyatakan bahwa intensi bisa diprediksi dari tiga elemen pembentuk, yaitu: sikap, norma subjektif, dan control perilaku yang dirasakan. Dapat dilihat pada gambar 1 dijelaskan bahwa *Attitude towards behavior* adalah menguntungkan atau tidaknya suatu perilaku. Pada aspek ini dapat dikatakan sejauh mana individu menganggap pilihannya sebagai alternatif yang menguntungkan dibandingkan semua pilihan yang ada. Selanjutnya, norma subjektif dapat diartikan sebagai persepsi bahwa norma social menerima atau tidaknya pilihan yang dilakukan oleh orang tersebut. Kontrol perilaku sendiri merupakan keyakinan kontrol suatu

individu terhadap kemampuannya, termasuk keterlibatan penilaian tingkat kemudahan dan kesulitan yang akan dihadapi (Ajzen, 2005).

Gambar 1
Theory of Planned Behavior model



Sumber: Ajzen (2005)

Motivasi dalam berwirausaha berperan dalam membentuk *Attitude toward behavior*. Seseorang dengan motivasi yang tinggi, cenderung memiliki sikap positif untuk berwirausaha, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk berwirausaha (Ajzen, 1991). Sedangkan Perceived behavior control dalam teori TPB berkaitan erat dengan efikasi diri. Jika seseorang memiliki kepercayaan diri yang tinggi untuk berwirausaha, maka ia akan merasa lebih mampu untuk mengambil langkah-langkah dalam berwirausaha (Bandura, 1997). Subjective norms pada teori TPB menjabarkan norma social dan ekspektasi dari lingkungan, seperti dukungan keluarga, teman, komunitas yang dapat memengaruhi keputusan untuk berwirausaha. Jika status social seseorang mendukung kewirausahaan sebagai sesuatu yang positif dan diakui, maka minat seseorang untuk berwirausaha juga akan meningkat (Linan et. al, 2009).

Motivasi

Motivasi berwirausaha merupakan kondisi dalam diri seseorang yang mendorong individu untuk melakukan suatu aktivitas demi meraih tujuan usahanya (Handoko dalam Firda, 2011:7). Menurut Robbins dan Judge (2008:222), motivasi dapat dilihat sebagai sebuah fungsi, yakni sebagai kekuatan pendorong internal yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dari sudut pandang proses, motivasi bisa dibentuk oleh rangsangan eksternal yang menumbuhkan dorongan dari dalam diri melalui proses pembelajaran hingga individu mampu mencapai target yang diharapkan. Sementara itu, jika ditinjau dari sisi tujuan, motivasi dipandang sebagai sasaran atau stimulus yang ingin dicapai. Seseorang yang memiliki keinginan untuk mempelajari sesuatu akan terdorong dan termotivasi untuk meraihnya (Herawati dalam Sinarsi dan Hanun, 2012:344).

Efikasi Diri

Efikasi diri adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas, yang berperan penting dalam memengaruhi niat seseorang. Efikasi diri terkait dengan peningkatan harapan, tujuan, dan kinerja dalam pekerjaan. Efikasi diri dapat dilihat baik secara umum maupun spesifik, tergantung pada bidang atau konteksnya (Cassar & Friedman, 2009). Dalam kaitannya dengan karier, efikasi diri mencerminkan proses pemilihan dan penyesuaian diri terhadap jalur karier yang dipilih. Semakin tinggi efikasi diri dalam kewirausahaan, semakin kuat niat untuk menjadi wirausaha (Indarti & Rostiana, 2008). Teori kognitif sosial menyatakan bahwa persepsi efikasi diri berfungsi sebagai mekanisme yang membantu individu mengatasi tekanan. Jika individu percaya mampu menghadapi tekanan dengan efektif, mereka akan lebih tenang. Sebaliknya, jika merasa tidak mampu mengendalikan tekanan, individu akan merasa cemas dan tertekan, yang mengarah pada gangguan fungsi normal mereka (Bandura, 1997).

Status Sosial

Status sosial adalah posisi seseorang dalam masyarakat yang ditentukan oleh faktor ekonomi, pendidikan, pekerjaan, dan gaya hidup (Santrok, 2010; Soekanto dalam Abdul Syani, 2015). Status ini mencerminkan hak, kewajiban, dan penghormatan yang diterima individu, serta dapat diperoleh sejak lahir atau melalui pencapaian pribadi (Aulianingrum, 2021). Status juga memengaruhi harapan sosial terhadap individu dalam kelompoknya (Kimbal Young et al., 1959).

Minat Berwirausaha

Minat Berwirausaha adalah adanya keinginan yang ada pada seseorang untuk menjadi seorang wirausaha yang berkeinginan untuk bekerja keras dalam mencapai tujuan. Minat berwirausaha tidak dibawa sejak lahir, melainkan tumbuh dan berkembang mengikuti faktor-faktor yang memengaruhi. Tumbuhnya factor yang memengaruhi keputusan untuk berwirausaha merupakan hasil interaksi dari beberapa factor yaitu karakter, kepribadian seseorang, dan lingkungan (Bygrave dalam Budi Wahyono, 2013). Minat berwirausaha sendiri berasal dari dua kata yaitu "minat" dan "berwirausaha". "minat" memiliki arti adanya ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas dengan sendirinya, tanpa adanya yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu yang ada di luar diri (Slameto, 2010).

Kaitan Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Motivasi sangat penting dalam berwirausaha. Teori "push" menyatakan bahwa individu terdorong berwirausaha karena faktor negatif eksternal seperti ketidakpuasan pekerjaan, gaji rendah, dan jadwal kaku. Sedangkan teori "pull" menyatakan motivasi berasal dari keinginan untuk mandiri, lebih kaya, dan mencapai tujuan. Secara keseluruhan, motivasi mendorong intensi untuk berwirausaha, dan semakin tinggi motivasi, semakin besar minat untuk berwirausaha (Picone et al., 2021; Anik, 2018).

Kaitan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha

Efikasi diri adalah karakteristik dasar dan kepercayaan diri sendiri akan kemampuan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan atau dengan kata lain, kondisi motivasi seseorang yang lebih didasarkan pada apa yang mereka percaya daripada apa yang secara objektif benar (Indiarti, 2008). Efikasi diri yang dimiliki oleh seseorang dapat menentukan bagaimana seseorang dapat mengambil peluang dengan kemampuan yang dimiliki. Faktor penentu keberhasilan dan kegagalan serta bagaimana seseorang dapat segera bangkit dari kegagalan juga sangat dipengaruhi oleh efikasi diri yang dimiliki. Penentuan karier dan keinginan seseorang untuk berhasil dan sukses bergantung pada efikasi diri yang dimiliki seseorang, termasuk keinginan atau niat untuk memulai suatu usaha. Semakin tinggi efikasi diri seseorang, maka semakin tinggi pula peluang orang tersebut untuk dapat memutuskan apakah keinginannya akan berhasil tercapai atau tidak berdasarkan kemampuan yang dimiliki (Deliana, 2023).

Kaitan Status Sosial terhadap Minat Wirausaha

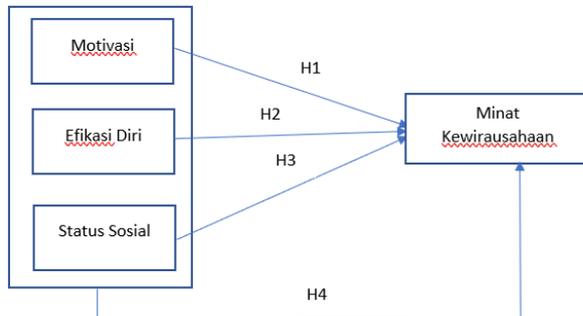
Pada status sosial ekonomi terkandung beberapa unsur seperti: pekerjaan, penghasilan, kekayaan/kepemilikan barang, Pendidikan, kehormatan atau kedudukan (R Gumelar, 2014). Salah satu alasan seseorang berwirausaha adalah untuk memperoleh gengsi/status supaya dapat orang tersebut dapat dikenal dan dihormati, dan menjadi kaya serta mendapatkan pendapatan tambahan untuk jaminan stabilitas keuangan (Suryana, 2001). Status sosial wirausahawan secara khusus merujuk pada posisi atau penghargaan yang dimiliki oleh individu yang memimpin bisnis baru dalam masyarakat. Status ini mencerminkan perbandingan kedudukan wirausahawan dengan profesi lainnya. Hal ini secara tidak langsung memengaruhi pandangan

individu terhadap berwirausaha, termasuk minat mereka untuk berwirausaha (L Fuentelsaz, 2024).

Hipotesis Penelitian

Gambar 2

Model Penelitian



Sumber: Peneliti (2024)

1. H1 = Motivasi merupakan prediktor yang positif terhadap minat berwirausaha
2. H2 = Efikasi diri merupakan prediktor yang positif terhadap minat berwirausaha
3. H3 = Status social merupakan prediktor yang positif terhadap minat berwirausaha
4. H4 = Motivasi, Efikasi Diri, dan Status sosial secara bersama-sama merupakan prediktor terhadap minat berwirausaha.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada para Perempuan di Jakarta, dengan usia 18-40 tahun, seorang wanita karier, ibu rumah tangga, wanita pengusaha, atau wanita yang bekerja di rumah. Sample dipilih dengan menggunakan pendekatan non-probability sampling dengan purposive sampling sebagai pemilihan sampelnya. Rentang responden yang dipilih adalah 50-100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi responden. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan program *SPSS for Windows Version 29.0*. Hasil analisis dari program SPSS akan diolah dengan uji validitas, reliabilitas, koefisien hubungan antar variabel, serta pengujian hipotesis untuk menjawab tujuan penelitian secara komprehensif (Hair dkk., 2010).

Tabel 1

Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Minat Berwirausaha (I)	Kesiapan individu untuk mewujudkan perilaku sebagai wirausaha untuk menciptakan usaha baru, membangun konsep bisnis baru atau menciptakan nilai baru di Perusahaan yang sudah ada (Darmawan, 2021)	Saya akan memilih karir dalam berwirausaha	Likert 1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = kurang setuju 4 = setuju 5 = sangat setuju
		Memiliki niat menjadi wirausaha daripada bekerja dengan orang lain	
		Memiliki intensi yang kuat untuk memulai bisnis dalam 1-3 tahun ke depan	
		Berorientasi ke masa depan dalam perancangan.	

Motivasi (M)	Dorongan yang muncul dalam diri seseorang yang keseluruhan dorongan, keinginan, kebutuhan dan sejenisnya mengarahkan perilaku (Lis, 2020)	Saya memilih berwirausaha karena dapat dengan bebas menentukan besarnya laba yang akan diterima	Likert 1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = kurang setuju 4 = setuju 5 = sangat setuju
		Saya memilih menjadi wirausahawan karena tidak suka terikat peraturan perusahaan	
		Menjadi wirausaha yang sukses merupakan hal yang saya impikan	
		Saya optimis bisa sukses apabila saya menjadi wirausahawan	
Efikasi Diri (ED)	Keyakinan atau kepercayaan individu mengenai kemampuan dirinya untuk mengorganisasi, melakukan tugas, dan mencapai suatu tujuan (Sri et. Al, 2019)	Saya yakin dengan kemampuan yang saya miliki	Likert 1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = kurang setuju 4 = setuju 5 = sangat setuju
		Saya yakin berwirausaha pilihan tepat untuk menjadi seseorang yang sukses	
		Saya dapat bertahan dalam situasi yang sulit dalam berwirausaha	
		Saya yakin akan berhasil dalam menjalankan usaha	
		Saya yakin mampu menuntaskan masalah-masalah	
Status Sosial (SS)	Status Sosial merupakan kedudukan tempat atau posisi seseorang dalam kelompok sosial (Nugroho, 2003)	Saya yakin ingin meningkatkan status sosial dengan berwirausaha	Likert 1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = kurang setuju 4 = setuju 5 = sangat setuju
		Saya ingin meningkatkan harga diri sebagai wirausaha	
		Saya akan mendapatkan pendapatan yang lebih baik dalam berwirausaha	
		Saya dapat menargetkan pendapatan dengan berwirausaha	

Sumber: Olahan data peneliti (2024)

HASIL DAN KESIMPULAN

Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui studi lapangan. Data diperoleh melalui distribusi kuesioner yang terdiri dari dua bagian: bagian pertama berisi pertanyaan mengenai latar belakang responden, dan bagian kedua mencakup 5 pertanyaan profil serta 13 pertanyaan utama terkait penelitian menggunakan kuesioner disebarikan melalui *Google Form*. Selama periode pengumpulan data diperoleh 100 responden. Semua responden adalah perempuan dengan rentang usia 18-40 tahun, dengan area wilayah Jakarta, yang memiliki pendidikan terakhir dari SMP-S2, dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) dan Wanita Karier. Mayoritas responden merupakan Perempuan dengan usia 30-35 tahun, bertempat tinggal di wilayah Jakarta Barat, dengan pendidikan terakhir S1, dan pekerjaan sebagai wanita karier.

Hasil Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah instrument yang digunakan valid atau tidak. Instrumen dinyatakan valid jika korelasi dari masing-masing indikator (*Corrected Item-Total Correlation*) memiliki nilai yang lebih besar dari 0.3 pada tiap butir pertanyaan yang valid (Sugiyono, 2013: 126).

Tabel 2

Uji Validitas

Kode	Indikator/Variabel	Corrected Item-Total Correlation
Motivasi		
X1.1	Bebas menentukan besarnya laba	0,74
X1.2	Meningkatkan harga diri sebagai wirausaha	0,62
X1.3	Impian menjadi wirausaha sukses	0,70
X1.4	Optimis sukses sebagai wirausahawan	0,77
Efikasi Diri		
X2.1	Yakin dengan kemampuan diri	0,63
X2.2	Berwirausaha sebagai pilihan sukses	0,70
X2.3	Mampu bertahan dalam situasi sulit	0,67
X2.4	Yakin berhasil menjalankan usaha	0,73
X2.5	Mampu menyelesaikan masalah	0,78
Status Sosial		
X3.1	Meningkatkan status sosial	0,73
X3.2	Berwirausaha sebagai pilihan sukses	0,63
X3.3	Mendapatkan pendapatan lebih baik	0,71
X3.4	Menargetkan pendapatan lebih tinggi	0,77
Minat Berwirausaha		
Y1	Siap melakukan apa saja untuk berwirausaha	0,60
Y2	Memilih karir sebagai wirausaha	0,66
Y3	Lebih ingin berwirausaha daripada bekerja	0,51
Y4	Minat kuat memulai bisnis 1-3 tahun ke depan	0,62

Sumber: Olahan data peneliti (2024)

Dapat dilihat dari tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa semua instrumen pertanyaan pada variabel motivasi, efikasi diri, status sosial, dan minat berwirausaha masing-masing memiliki nilai lebih dari 0,3, sehingga dapat dikatakan bahwa semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan memenuhi standar reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2012: 48).

Tabel 5

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items
Motivasi	0,861	4
Efikasi Diri	0,851	5

Status Sosial	0,857	4
Minat Berwirausaha	0,855	4

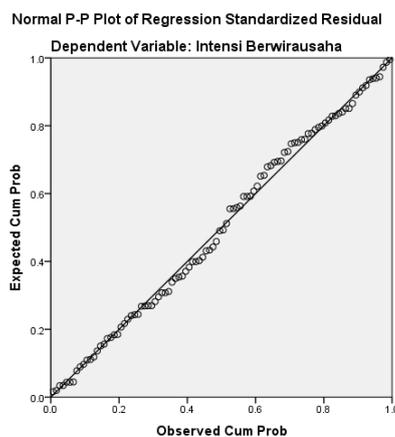
Sumber: Olahan data peneliti (2024)

Pada tabel 5 di atas, dapat terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* tiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7 sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel adalah *reliable*.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah ada atau tidaknya variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau tidak. Suatu model regresi dapat dinyatakan memenuhi asumsi normalitas, jika penyebaran datanya mengikuti pola garis diagonal atau jika histogramnya berbentuk menyerupai distribusi normal. (Ghozali, 2012: 161).

Gambar 3
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Olahan data peneliti (2024)

Dari gambar 3 di atas, dapat dilihat data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Nilai VIF pada uji ini harus berada di antara 0,1 dan 10 untuk memenuhi kriteria yang valid (Ghozali, 2012).

Tabel 6
Hasil Pengujian Multikolinieritas

KODE	Variabel	VIF
X1	Motivasi	1,06
X2	Efikasi Diri	1,05
X3	Status Sosial	1,04

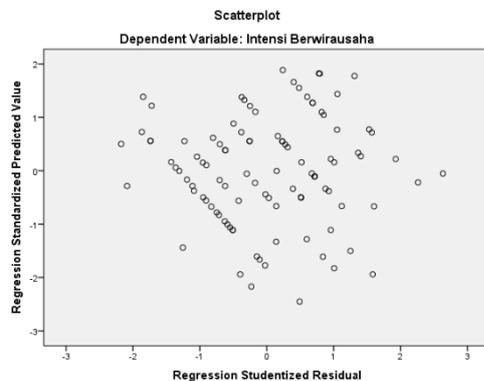
Sumber: Olahan data peneliti (2024)

Pada tabel 6 di atas, dapat diketahui bahwa perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1. Dapat disimpulkan, bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan variansi residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika pola tertentu muncul, seperti titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, lalu menyempit) atau titik-titik terkumpul di satu sisi, maka hal tersebut menandakan adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2012).

Gambar 4
Hasil Uji Heteroskedasitas



Sumber: Olahan data peneliti (2024)

Hasil dari grafik *scatterplot* pada gambar 4 di atas tidak menunjukkan adanya pola tertentu seperti menyempit atau melebar. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini baik karena tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 7

Uji Hipotesis

Variabel	Path Coefficient (b)	T statistics (t)	P Values	Keterangan
Motivasi (M)	0,25	5,53	0,000	Positif Signifikan
Efikasi Diri (ED)	0,16	3,12	0,002	Positif Signifikan
Status Sosial (SS)	0,16	2,14	0,001	Positif Signifikan

Sumber: Olahan data peneliti (2024)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 7, terdapat beberapa hubungan variabel yang memengaruhi minat berwirausaha (Y). Motivasi (M) memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat berwirausaha, dengan nilai t hitung sebesar 5,53 dan P-value sebesar 0,000, menunjukkan bahwa motivasi dapat menjadi predictor yang positif terhadap minat berwirausaha. Selanjutnya, efikasi diri (ED) juga memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat berwirausaha, dengan nilai t hitung sebesar 3,12 dan P-value sebesar 0,002, menunjukkan bahwa efikasi diri dapat menjadi predictor yang positif terhadap minat berwirausaha. Terakhir, status sosial (SS) juga memiliki pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat berwirausaha, dengan nilai t hitung sebesar 2,14 dan P-value sebesar 0,001, menunjukkan bahwa status sosial dapat menjadi predictor yang positif terhadap minat berwirausaha.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pada nilai koefisien determinasi memiliki arti besarnya peran masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen yang berkisar antara 0 sampai 1. Adapun pembagian nilai koefisien menurut (Hair et al., 2010), determinasi menjadi tiga, yaitu *substantial* (0,750), *moderate* (0,500) dan *weak* (0,250). Semakin besar nilai R^2 (mendekati nilai 1), maka semakin baik model yang digunakan dalam penelitian. Pada table 7, nilai koefisien determinasi (R^2) untuk variabel minat berwirausaha (Y) adalah 0,589. Nilai ini menunjukkan bahwa konstruk independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sekitar 59,9% dari variasi pada minat berwirausaha (Y). Dengan kata lain, sebesar 40,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Uji-F

Uji F ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama (secara simultan). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan tingkat kepercayaan variabel secara keseluruhan dengan nilai α . Penelitian ini menggunakan α sebesar 5% atau tingkat keyakinan sebesar 95% sedangkan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut jika $\text{sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen tetapi jika $\text{sig} > \alpha$ maka H_0 diterima, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji-F

Variabel	Sig
Minat Berwirausaha (Y)	0,000

Berdasarkan tabel 8, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (lebih kecil dari $\alpha = 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a tidak ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa minimal satu variabel (motivasi, efikasi diri, atau status sosial) yang merupakan prediktor terhadap minat berwirausaha UMKM pada Perempuan di Jakarta.

Uji-t

Pada uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai $\text{Sig} < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa koefisien regresi positif dan signifikan untuk memprediksi variabel dependen (Y) (Aritonang, 2007). Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, nilai signifikansi untuk variabel motivasi adalah 0,000, yang berarti $\text{sig} < 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa motivasi berperan sebagai prediktor positif terhadap minat berwirausaha perempuan di Jakarta. Nilai signifikansi untuk variabel efikasi diri adalah 0,002, yang berarti $\text{sig} < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa efikasi diri juga menjadi prediktor positif terhadap minat berwirausaha pada perempuan di Jakarta. Nilai signifikansi untuk variabel status sosial adalah 0,001, yang berarti $\text{sig} < 0,05$, yang menunjukkan bahwa status sosial berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha perempuan di Jakarta.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa motivasi, efikasi diri, dan status sosial secara simultan maupun individu memiliki pengaruh positif terhadap minat berwirausaha perempuan di Jakarta, yang menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut merupakan prediktor penting dalam mendorong partisipasi perempuan dalam dunia usaha. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah, lembaga, dan organisasi terkait lebih aktif dalam menyelenggarakan program pelatihan, serta menyediakan komunitas dan mentor bisnis guna meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri pada UMKM perempuan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain seperti dukungan keluarga, faktor budaya, atau

pengaruh kebijakan, serta mengeksplorasi efek mediasi dan moderasi, agar diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat berwirausaha perempuan di berbagai konteks dan bidang usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeline. (2011). *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Berwirausaha*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Universitas Gunadarma
- Adi Susanto. (2000). *Kewirausahaan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2005) *Attitudes, Personality, and Behavior*, 2nd ed., Maidenhead: Open University Press.
- Ali, Jabir & Jabeen, Zakia & Burhan, Muqbil. (2022). Measuring factors influencing entrepreneurial intention across gender in India: evidence from Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Database. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. 25. 10.1108/JRME-08-2021-0105.
- Andi Mappriare. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Remaja.
- Angki, Adi Tama. (2010). *Analisis Faktor-faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Angki, Adi Tama. (2010). *Analisis Faktor-faktor yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Wirausaha*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Aritonang, Lerbin R. (2007). *Riset Pemasaran Teori dan Praktik*. Bogor: Yudhistira Ghalia Indonesia.
- Batz Liñeiro, A., Romero Ochoa, J.A. & Montes de la Barrera, J. Exploring entrepreneurial intentions and motivations: a comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *J Innov Entrep* 13, 11 (2024). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00366-8>
- Buchari Alma. (2009). *Kewirausahaan*. Bandung: Alfa Beta.
- Bygrave, William D. (1996). *The Portable MBA: Entrepreneurship*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Cynthia Agustina. (2011). *Intensi Kewirausahaan Mahasiswa: Studi Perbandingan antara Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Komputer*. Skripsi. Bekasi: Universitas Gunadarma.
- Danang Sunyoto. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Cetakan 1. Yogyakarta: CAPS.
- Deaux, K.F.C., and Wrightman, L.S. (1993). *Social psychology* (6th ed.). California : Brooks / Cole Publishing Company.
- Douglas, E.J. and Shepherd, D.A. (1999). *Entrepreneurship as a utility-maximizing response*. *Journal Of Business Venturing*, 15(3) : 231-251.
- Drucker, Peter F. (1996). *Inovasi dan Kewiraswastaan*. Jakarta: Erlangga.
- Dwi Riyanti, B.P. (2003). *Kewirausahaan Dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Grasindo.
- Fuentelsaz, L., Maicas, J.P. & Montero, J. (2023) The social status of entrepreneurs: An analysis of informal and formal institutional determinants. *European Management Review*, 1–21. <https://doi.org/10.1111/emre.12616>
- Gerry Segal, Dan Borgia and Jerry Schoenfeld. (2005). *The Motivation to Become an Entrepreneur*. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research. Vol.11 No.1. Emerald Group Publishing Limited. USA.
- Marquardt, D. W. (1970). *Generalized Inverses, Ridge Regression, Biased Linear Estimation, and Nonlinear Estimation*. *Technometrics*, 12(3), 591. <https://doi.org/10.2307/1267205>.
- Omar, Nor Asiah & Shah, Najeeb & Abu Hasan, Norhafizah & Ali, Mohd Helmi. (2019). The Influence of Self-Efficacy, Motivation, And Independence on Students' Entrepreneurial Intentions. 4. 1-28. 10.24200/jonus.vol4iss2pp1-28.
- Rachbini, Didik J. (2002). *Kiat Sukses Berwirausaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rambat Lupiyoadi. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Serian Wijatno. (2009). *Pengantar Entrepreneurship*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Supranto. J. (2003). *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*. Vol.13 No.2. Jakarta: Rineka Cipta.
- W.S. Winkel. (1986). *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Pengajaran*. Jakarta: Gramedia.
- Wang, Clement K. Poh-Kam Wong. (2004). *Entrepreneurial Interest of University Students in Singapore Centre for Entrepreneurship*. Singapore: National University of Singapore.
- Wardoyo. (2010). *Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Karakteristik dan Kompetensi Kewirausahaan serta Implikasinya pada Intensi Berwirausaha Mahasiswa*. Disertasi. Jakarta: Gunadarma.
- Winardi. (2003). *Entrepreneur dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Young, K., & Mack, R. W. (1959). *Sociology and Social Life*. New York: American Book Company.
- Yusuf, E., & Efendi, R. (2019). Student Entrepreneurial Interests that are influenced by Income Expectations, Entrepreneurship Education, and Self Efficacy. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6(6), 572-580.
- Yuyun Wirasmita. (2003). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Yuyus Suryana. (2013). *Kewirausahaan*. Kencana. Jakarta.
- Zimmerer, Thomas W. dan Norman M. Scarborough. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Fifth Edition. New Jersey: Pearson Education, Inc.