

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teori

2.1.1 UMKM

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang disingkat UMKM memiliki pengertian suatu usaha yang dimiliki perorangan maupun berupa badan usaha yang telah memenuhi kriteria. Suatu kriteria dari UMKM itu berdasarkan jenis usahanya (mikro, kecil, dan menengah) yang tertuang pada Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM. Kriteria UMKM ditentukan berdasarkan omzet, jumlah aset ataupun jumlah tenaga kerja. Berikut tabel pembagian kriteria antara usaha mikro, kecil dan menengah.

Tabel 2. 1 Jenis UMKM berdasarkan aset dan omzet

No	Jenis Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Rp 50jt	Rp 300 juta
2	Usaha Kecil	Rp 50jt – Rp 500jt	Rp 300jt – Rp 2.5M
3	Usaha Menengah	Rp 500jt – Rp 10M	Rp 2.5M – Rp 50M

Sumber: kompas.com (2023)

Usaha Mikro biasanya dimiliki oleh perorangan maupun suatu badan usaha sesuai dengan kriterianya, contohnya seperti pedagang kecil di pasar, pangkas rambut, toko kelontong, pedagang kaki lima dan lainnya. Usaha Kecil merupakan suatu usaha yang berdiri secara mandiri entah itu milik perorangan ataupun suatu kelompok namun bukan badan usaha dari

perusahaan, contohnya seperti restoran kecil, usaha catering, bengkel, fotokopian, jasa cuci kendaraan, jasa laundry dan lainnya. Terakhir, Usaha Menengah adalah usaha dalam kategori produktif namun bukan berupa anak perusahaan ataupun cabang dan biasanya memiliki legalitas usaha, contohnya usaha roti rumahan, restoran besar, toko bangunan dan lainnya.

2.1.2 *Entrepreneurship* (Kewirausahaan)

Menurut Anindita et al., (2023) wirausaha adalah bidang studi yang mempelajari prinsip, kemampuan dan cara seseorang bertindak saat dihadapkan dengan tantangan serta kemampuan memanfaatkan peluang dengan meminimalisir resiko yang ada. Bagi Ahmad Bairizki (2021) dalam buku Puji Muniarty (2021) kewirausahaan berarti upaya pergerakan usaha yang dilakukan secara mandiri entah itu secara individu maupun organisasi dengan tujuan yang sama yang menciptakan ide serta peluang berupa barang ataupun jasa yang ditawarkan untuk menuju kepada keuntungan. Definisi kewirausahaan menurut Daryanto (2012) dalam Puji Muniarty (2021) adalah suatu kemampuan untuk menemukan dan mengevaluasi peluang usaha, mencari sumber daya dan memberikan aksi untuk mencapai keberhasilan. Buku karya Puji Muniarty (2021) mengatakan Hendro (2011) juga berpendapat mengenai kewirausahaan sebagai kemampuan untuk mengontrol apa yang kita punya sehingga bisa dimanfaatkan secara maksimal untuk memperbaiki kualitas hidup kedepannya.

Menurut Schumpeter dalam Sri Hartono (2022), wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di pasar melalui cara-cara seperti menghadirkan produk baru, memperkenalkan cara baru, menciptakan pasar yang baru yang berkaitan dengan sumber daya.

Kasmir (2007) dalam Sri Hartono (2022) menyatakan kewirausahaan secara sederhana merupakan individu yang memiliki rasa keberanian

selayaknya tidak takut untuk menerima resiko berdasarkan peluang yang ada di kegiatan usaha.

Menurut Suryana (2006) dalam Enny Widayati et al., (2019), ada tiga (3) jenis dalam berwirausaha, diantaranya:

1. Memulai usaha baru, dimana seorang wirausahawan akan membuat usaha dengan bermodalkan semuanya dari diri sendiri dari awal.
2. Membeli usaha orang lain, dimana seorang wirausahawan membeli usaha yang sudah didirikan dan dirintis oleh individu atau kelompok lain yang sudah terbentuk dan sudah memiliki nama.
3. Kerjasama (*franchise*), dimana seorang wirausahawan melakukan kerja sama dengan organisasi yang sudah besar untuk menjalankan suatu usaha dengan nama dari organisasi tersebut.

2.1.3 Social Identity Theory

Teori Identitas Sosial diungkapkan oleh Henri Tajfel dan John Turner di tahun 1970-an yang mengungkapkan bahwa suatu individu akan mendapatkan konsep atau jati dirinya sendiri dari kelompok sosial atau suatu komunitas sekitarnya. Berdasarkan lingkungan suatu kelompok atau komunitas itulah suatu individu bisa terjadi proses kognitif ataupun kondisi sosial yang mendasari individu tersebut terhadap perilaku mereka. Identitas sosial ini merupakan suatu perasaan dalam diri individu terkait diri mereka siapa yang tentunya didasari pada kelompok sosial ataupun komunitas asal mereka. Menurut Tajfel (1974) dalam Ellemers (2012) konsep identitas sosial itu dapat dianggap

sebagai suatu konsep dari suatu individu yang terbentuk dan diketahui berdasarkan kelompok sosialnya.

2.1.4 Entrepreneurial Social Identities (Identitas Kewirausahaan)

Menurut Obschonka (2012) dalam Maria Gonzalez et al., (2021) identitas sosial mempengaruhi proses yang mendasari pembentukan rasa niat dan cara kita menilai diri sendiri yang berkaitan dengan cara kita berperilaku nantinya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Shelter S. Teyi et al., (2023) Identitas kewirausahaan merupakan penentu penting variasi strategi, perilaku dan hasil kewirausahaan (Radu-Lefebvre et al., 2021). Bagi Lheureux & Auzoult (2017) dalam Maria Gonzalez et al., (2021) ketika identitas sosial kewirausahaan memberikan pengaruh positif yang melekat pada suatu individu maka semakin membuat suatu individu tersebut ingin memulai bisnisnya. Identitas kewirausahaan sendiri berpengaruh terhadap jalannya kegiatan wirausaha khususnya dalam pengambilan keputusan. Sehingga identitas kewirausahaan masih berkaitan dengan perilaku berwirausaha seseorang. Ada tiga jenis identitas kewirausahaan yang pernah dijelaskan oleh peneliti sebelumnya, yaitu *Darwinian*, *Missionary* dan *Communitarian* (de la Cruz et al., 2018; Fauchart & Gruber, 2011).

2.1.4.1 Darwinian Identity

Menurut Fauchart & Gruber (2011), Identitas *Darwinian* memiliki karakteristik sebagai seorang usaha atau pebisnis yang berorientasi pada bisnis yang menguntungkan, mereka cenderung berfokus pada tujuan yang bisa membuat usahanya sukses.

Menurut Khazami (2020), Identitas *Darwinian* mengarah kepada pebisnis klasik dengan tujuan utamanya membangun bisnis yang sukses dan berfokus pada pertumbuhan perusahaan. *Darwinian Identity* sendiri

merupakan identitas seorang wirausaha yang cenderung membandingkan diri mereka dengan para pesaing ataupun wirausaha lainnya di lingkungan bisnis untuk mengevaluasi tingkat keberhasilan mereka. Mereka bertujuan untuk membangun bisnis yang kuat, menguntungkan, serta bertahan.

Ungkapan dari Malmstrom & Oqvist (2021) dalam Maria Gonzalez et al., (2021) menyatakan bahwa orang dengan karakteristik *darwinian* ini sangat mengidentifikasi dirinya pada wirausaha dan bertujuan untuk memperkaya dirinya sendiri sehingga diharapkan individu dengan karakteristik *darwinian* ini bisa membuat sebuah bisnis ataupun perusahaan untuk mendukung jiwa pengusaha mereka dengan julukan “*born to be*”.

2.1.4.2 Missionary Identity

Bagi Fauchart & Gruber (2011), Identitas *Missionary* ini lebih berorientasi pada tujuan sosial. Mereka akan mencari cara untuk memberi dampak bagi sosial maupun masyarakat dalam wujud wirausahawan sehingga aktivitas bisnis mereka sebagai jembatan mereka dalam memberi perubahan kepada sosial. *Missionary Identity* mengarahkan kepada tujuan untuk memotivasi inovasi serta kreatif akan solusi dengan misi mereka ketimbang keunggulan kompetitif dalam suatu industri.

Menurut Brandle (2018), Identitas *Missionary* lebih mengarah kepada pentingnya tujuan sosial yang dimana perusahaan dapat berperan sebagai agen untuk mengubah masyarakat (Maria Gonzales et al., 2021)

Pendapat Wry & York (2017) bahwa individu dengan identitas *missionary* ini akan menciptakan bisnis untuk mengatasi permasalahan sosial sehingga dapat memberikan perubahan (Maria Gonzales et al., 2021).

2.1.4.3 *Communitarian Identity*

Bagi Fauchart & Gruber (2011), Identitas *Communitarian* tidak menjadikan keuntungan ataupun finansial sebagai tujuan utamanya. Identitas *communitarian* menyediakan produk atau jasa sesuai kegemaran mereka yang bisa menjadi solusi bagi mereka sendiri dan orang sekitarnya sehingga mereka merasa bahwa keberadaan mereka berguna bagi suatu masyarakat atau komunitas.

Menurut Alsos (2016), Identitas *Communitarian* dipicu oleh hobinya yang dikembangkan berupa wirausaha untuk melayani komunitasnya sendiri.

Ungkapan Daskalopoulou & Skandalis (2019) terhadap identitas *communitarian* merupakan mereka yang membuat usaha ketika mereka sadar bahwa produk atau jasa yang mereka miliki berhasil membuat komunitasnya tertarik (Maria Gonzalez et al., 2021).

Pendapat Ko & Kim (2020) identitas *communitarian* ini berfokus untuk memberikan produk atau jasa kepada kelompok yang dikenali sehingga tujuan mereka lebih mengarah kepada memberi nilai lebih terhadap suatu kelompok bukan mengejar keuntungan secara finansial.

2.1.5 *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Alwisol (2009) dalam penelitian yang dilakukan oleh Sukma Prabawati (2019) memandang *self-efficacy* sebagai pedoman individu terkait seberapa layak diri mereka dalam menghadapi suatu situasi yang berkaitan dengan rasa kepercayaan mereka bahwa ada kemampuan dalam menghadapi situasi tersebut. Wardani (2015) dalam Sukma Prabawati (2019) turut mengungkapkan terkait *self-efficacy* sebagai rasa yakin individu dalam

kemampuannya untuk melaksanakan dan menyelesaikan persoalan berupa tanggung jawab dirinya serta mampu menghadapi kesulitan-kesulitan dalam proses hingga mencapai yang diinginkan. Menurut Luthan (2006) dalam Anto P. Hattu (2021) *self-efficacy* merupakan rasa percaya seseorang terhadap kemampuannya untuk mengerjakan serta menyelesaikan suatu pekerjaan. Hand et al., (2020) dalam penelitian yang dilakukan oleh Majid Murad et al., (2022) mengungkapkan *entrepreneurial self-efficacy* mengarah kepada rasa yakin pada suatu individu terkait kemampuannya menangkap peluang yang ada untuk memulai bisnis baru.

Entrepreneurial Self-Efficacy adalah suatu konstruk yang mengukur kepercayaan suatu individu pada kemampuan yang dimilikinya dalam dunia kewirausahaan. Efikasi diri wirausaha juga didefinisikan sebagai penilaian terhadap kemampuan suatu individu untuk mencapai tingkat kinerja tertentu. *Self-Efficacy* sendiri merupakan suatu rasa kepercayaan suatu individu terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk melakukan suatu tindakan demi mencapai sesuatu (Bandura, 1997). Suatu individu yang dibekali dengan rasa *self-efficacy* tentunya akan memiliki rasa percaya diri khususnya dalam menjalankan suatu kewirausahaan karena mereka yakin dapat menghadapi tantangan maupun resiko saat hendak memulai bisnis. Drnovsek et al. (2010) dalam Ari Saptono et al., (2021) berpendapat bahwa dalam konteks kewirausahaan, *entrepreneurial self-efficacy* itu rasa yakin suatu individu terhadap kemampuannya sendiri dalam mencapai kesuksesan dan kemampuannya menghadapi berbagai tantangan maupun mengindikasi peluang nanti ketika memulai bisnis baru.

2.1.6 *Nascent Entrepreneurial Behavior*

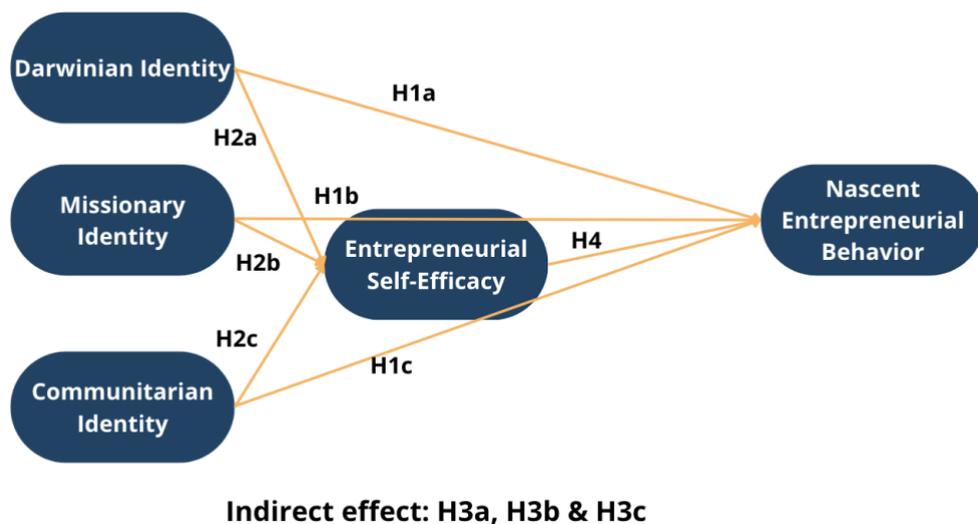
Entrepreneurial Behavior menurut Wijandi (2003) dalam Sukma Prabawati (2019) merupakan sebuah perilaku berwirausaha dengan pengetahuan, sikap, mental, keterampilan serta kewaspadaan pada masa yang akan datang. Sedangkan bagi Khalid et al., (2016) dalam Sukma Prabawati (2019) perilaku wirausaha itu bagian utama atau inti dari proses kegiatan berwirausaha. Bagi Suryana (2011) dalam Anto P. Hattu (2021) dalam perilaku kewirausahaan diartikan sebagai patokan rasa siap atau tidaknya suatu individu untuk berkonsisten terhadap sifat dari seorang wirausaha seperti percaya diri, mengejar kesuksesan atau tujuan, berani mengambil resiko serta memiliki sifat kepemimpinan dan terus melihat kedepan atau *visioner*. Menurut Gadaam (2008) dalam Anto P. Hattu (2021) perilaku kewirausahaan itu dapat diukur dari skala sikap berwirausaha suatu individu yang mencirikan tertarik pada peluang yang ada, mampu berpikir secara kreatif, mengambil pelajaran dari kegagalan, menghadapi resiko serta memiliki jiwa kepemimpinan. Pandangan Wijaya (2008) terhadap perilaku kewirausahaan merupakan tindakan berupa perilaku ataupun lisan terkait perilakunya dalam kegiatan berwirausaha yang mengacu pada indikator keputusan berwirausaha, tindakan dalam menjalankan usaha, serta rencana pengembangan usaha. Nishimura & Tristan (2011) dalam penelitian Anto P. Hattu (2021) menjelaskan terkait perilaku terhadap aktivitas wirausaha baru yang berupa perilaku mengenal pelaku usaha lain, persepsi peluang membuka usaha baru, kemampuan dalam menjalankan wirausaha, dan berani menghadapi resiko kegagalan.

Nascent Entrepreneurial Behavior cenderung mengacu kepada tindakan atau perilaku individu untuk menemukan dan memanfaatkan peluang kewirausahaan yang dapat digambarkan berupa tindakan seorang wirausaha dalam mencari, menganalisis serta mengembangkan ide usaha atau meningkatkan produk/jasa untuk suatu pasar tertentu (Wenjun Cai et al.,

2021). *Nascent Entrepreneurial Behavior* sendiri dapat juga didefinisikan sebagai individu yang memulai aktivitas serius yang dimaksudkan untuk mengarah pada pembentukan usaha baru yang layak, namun pada akhirnya belum dapat dikatakan sebagai pemilik bisnis yang sah (Zapkau et al., 2017). Kemudian Wagner (2006) berpendapat bahwa *Nascent Entrepreneurial Behavior* merupakan tindakan dari orang-orang yang terlibat dalam penciptaan usaha baru.

2.2 Model Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti mengadopsi metode penelitian yang terlebih dahulu sudah dilakukan pada jurnal dengan judul “*Entrepreneurial social identities and nascent entrepreneurial behavior: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy*” oleh Majid Murad, Sheikh Farhan Ashraf, Nausheen Syed, Muhammad Munir, dan Rehan Sohail Butt pada tahun 2022. Dengan pengadopsian model penelitian beserta hipotesis dari jurnal tersebut, berikut model penelitian yang ditunjukkan:



Gambar 2. 1 Model Penelitian

Sumber: Majid Murad et al., (2022)

Pada H1 dapat dilihat terbagi menjadi 3, H1a berisikan *Darwinian Identity* yang berpengaruh terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior* selanjutnya H1b berisikan *Missionary Identity* yang berpengaruh terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior* dan kemudian H1c berisikan *Communitarian Identity* yang berpengaruh terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*. Selanjutnya pada H2 juga terbagi menjadi 3, H2a berisikan *Darwinian Identity* yang berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*, lalu H2b berisikan *Missionary Identity* yang berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan H2c yang berisikan *Communitarian Identity* yang berpengaruh terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Sementara itu, H3 merupakan hubungan tak langsung atau dianggap sebagai mediasi dengan H3a yang berisikan *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh sebagai mediasi antara *Darwinian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*, H3b yang berisikan *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh sebagai mediasi antara *Missionary Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior* dan H3c yang berisikan *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh sebagai mediasi antara *Communitarian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. Terakhir, H4 yang berisikan *Entrepreneurial Self-Efficacy* berpengaruh terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3 Hipotesis

2.3.1 H1a: *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada

Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang signifikan dan positif antara *Darwinian Identity* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Darwinian Identity* dianggap memiliki pengaruh terhadap munculnya *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Alsos et al., (2019) yang menyatakan bahwa *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H1a: *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3.2 H1b: *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang signifikan dan positif antara *Missionary Identity* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Missionary Identity* dianggap memiliki pengaruh terhadap munculnya *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Alsos et al., (2019) yang menyatakan bahwa *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H1b: *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3.3 H1c: *Communitarian Identity* memiliki pengaruh positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang positif antara *Communitarian Identity* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Communitarian Identity* dianggap berpengaruh terhadap munculnya *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Alsos et al., (2019) yang menyatakan bahwa *Communitarian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H1c: *Communitarian Identity* memiliki pengaruh positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3.4 H2a: *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang signifikan dan positif antara *Darwinian Identity* dengan

Entrepreneurial Self-Efficacy. *Darwinian Identity* dianggap berpengaruh terhadap munculnya *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Brandle et al., (2018) yang menyatakan bahwa *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H2a: *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

2.3.5 H2b: *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang signifikan dan positif antara *Missionary Identity* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy*. *Missionary Identity* dianggap berpengaruh terhadap munculnya *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H2b: *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

2.3.6 H2c: *Communitarian Identity* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang positif antara *Communitarian Identity* dengan *Entrepreneurial Self-Efficacy*. *Communitarian Identity* dianggap berpengaruh terhadap munculnya *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Brandle et al., (2018) yang menyatakan bahwa *Communitarian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H2c: *Communitarian Identity* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

2.3.7 H3a: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Darwinian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang positif dalam *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang memediasi antara

Darwinian Identity dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Entrepreneurial Self-Efficacy* dianggap memiliki hubungan tak langsung (mediasi) antara *Darwinian Identity* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H3a: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Darwinian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3.8 H3b: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Missionary Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang positif dalam *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang memediasi antara *Missionary Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Entrepreneurial Self-Efficacy* dianggap memiliki hubungan tak langsung (mediasi) antara *Missionary Identity* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H3b: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Missionary Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3.9 H3c: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Communitarian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang positif dalam *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang memediasi antara *Communitarian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Entrepreneurial Self-Efficacy* dianggap memiliki hubungan tak langsung (mediasi) antara *Communitarian Identity* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H3c: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Communitarian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.3.10 H4: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Majid Murad et al., (2022) kepada 455 responden dengan usia berkisar 18-40 tahun yang

merupakan mahasiswa sarjana dan mahasiswa jurusan bisnis, teknik dan IT pada Universitas-Universitas di Pakistan menghasilkan hasil yang positif antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* dengan *Nascent Entrepreneurial Behavior*. *Entrepreneurial Self-Efficacy* dianggap berpengaruh terhadap munculnya *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Duong, et al., (2023) kepada mahasiswa magister dengan minimal satu tahun pengalaman dalam bekerja dan berbisnis dan ternyata menghasilkan korelasi yang kuat antara *Entrepreneurial Self-Efficacy* dengan *Entrepreneurial Behavior*. Ketika seorang individu tingkat kepercayaan dirinya terhadap kemampuannya untuk menjalankan kegiatan berwirausaha tinggi, maka individu tersebut dapat dipastikan akan terlibat dalam kegiatan berwirausaha.

Hal ini juga didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Jun Sun et al., (2023) yang menyatakan bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Behavior*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka diajukan hipotesis berikut:

H4: *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa peneliti terdahulu dengan topik atau variabel sejenis, diantaranya:

Tabel 2. 2 Daftar Jurnal Peneliti Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul Penelitian	Temuan Inti
1	Majid Murad et al. (2022)	<i>Eber</i>	<i>Entrepreneurial social identities and nascent entrepreneurial behavior: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>Entrepreneurial Social Identities (Darwinian, Missionary, Communitarian)</i> memiliki pengaruh terhadap <i>Nascent Entrepreneurial Behavior</i> dengan hubungan tak langsung (mediasi) oleh <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> pada mahasiswa di Pakistan.
2	Brandle et al., (2018)	<i>Journal of Business Venturing Insights</i>	<i>I am what I am – How nascent entrepreneurs' social identity affects their entrepreneurial self-efficacy</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>Nascent Entrepreneurial Self-Efficacy</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Darwinian Identity</i> dan <i>Communitarian Identity</i> , namun tidak ada pengaruh signifikan terhadap <i>Missionary Identity</i> dengan <i>Nascent Entrepreneurial Self-Efficacy</i> .

3	Alsos et al., (2019)	Routledge	<i>Entrepreneurs's social identity and the preference of causal and effectual behaviours in start-up processes</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>Darwinian Identity</i> , <i>Missionary Identity</i> dan <i>Communitarian Identity</i> memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>Entrepreneurial Behavior</i> .
4	Jun Sun et al. (2023)	MDPI AG	<i>How Entrepreneurial Self-Efficacy Promotes Part-Time Entrepreneurial Behavior: The Moderating Role of Entrepreneurial Resources</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>entrepreneurial self-efficacy</i> ada pengaruh signifikan dan positif terhadap <i>part-time entrepreneurial behavior</i>
5	Jabeen et al. (2018)	Emerald	<i>Imperatives for improving entrepreneurial behavior among females in the UAE</i>	Penelitian menghasilkan bahwa pengusaha perempuan di UAE melakukan usaha berdasarkan tren pasar dan kebutuhan pelanggan
6	Cai Li et al. (2023)	MDPI AG	<i>The Influence of Women's Green Entrepreneurial Intention on Green Entrepreneurial Behavior through University and Social Support</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>women green entrepreneurial intention</i> dan <i>social support</i> memiliki pengaruh positif terhadap <i>green entrepreneurial behavior</i>

7	Ching Yin Ip et al. (2024)	Palgrave Macmillan	<i>Effect of digital literacy on social entrepreneurial intentions and nascent behaviors among students and practitioners in mass communication</i>	Penelitian menghasilkan pengaruh positif dari digital literacy terhadap social entrepreneurial intention dan nascent behaviors
8	Duong et al. (2023)	Nicolaus Copernicus University Press	<i>A moderate mediation model of perceived barrier, entrepreneurial self-efficacy, intentions, and behaviors: A social cognitive career theory perspective</i>	Penelitian menghasilkan bahwa entrepreneurial self-efficacy dan entrepreneurial intention ada pengaruh signifikan terhadap entrepreneurial behavior
9	Maria Gonzalez et al. (2021)	Universidad Alberto Hurtado; JOTMI	<i>Is It Because I Can or Because of Who I Am?: The moderating effect of entrepreneurs' social identity on entrepreneurial self-efficacy's – entrepreneurial intention relationship</i>	Penelitian menghasilkan bahwa Darwinian identity dan missionary identity memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap entrepreneurial intention sedangkan communitarian identity tidak memiliki pengaruh yang signifikan dengan entrepreneurial intention
10	Tomoyo et al. (2017)	Emerald	<i>Institutional support and women's entrepreneurial self-efficacy</i>	Penelitian menghasilkan bahwa formal institutional support dan

				<i>informal institutional support</i> mempengaruhi <i>entrepreneurial self-efficacy</i> dan <i>entrepreneurial self-efficacy</i> mempengaruhi <i>venture performance</i>
11	Wenjun Cai et al. (2021)	MDPI AG	<i>How Entrepreneurship Education and Social Capital Promote Nascent Entrepreneurial Behaviors: The Mediating Roles of Entrepreneurial Passion and Self-Efficacy</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>entrepreneurship education</i> dan <i>social capital</i> berpengaruh terhadap <i>nascent entrepreneurial behavior</i> yang dimana dapat membuat siswa terlihat dalam kewirausahaan yang sebenarnya
12	Duong et al. (2022)	Cracow University of Economics	<i>Entrepreneurial education, government policies and programmes and entrepreneurial behavior: A serial moderated mediation model</i>	Penelitian menghasilkan bahwa <i>attitude towards entrepreneurship, entrepreneurial education, entrepreneurial government policies and programmes</i> memiliki pengaruh terhadap <i>entrepreneurial intention</i> dan <i>entrepreneurial behavior</i> namun <i>entrepreneurial education</i> tidak

				memiliki dampak signifikan terhadap <i>entrepreneurial intention</i>
--	--	--	--	--

Sumber: Data Olahan Peneliti (2024)

