

ENTREPRENEURIAL COMMITMENT SEBAGAI MEDIATOR HUBUNGAN ANTARA ENTREPRENEURIAL SELF-EFFICACY DAN KINERJA BISNIS

Dinar Nur Affini^{1)*}; dan Cut Edwina Safia Oebit²⁾

¹⁾ dinarnuraffini@mercubuana.ac.id, Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia*

²⁾ cutedwinaoebit@yahoo.com, Universitas Mercu Buana Jakarta, Indonesia

*¹⁾ Corresponding Author

Received: 10 Januari 2023

Reviewed: 06 Maret 2023

Accepted: 09 April 2023

Published: 15 Juni 2023

ABSTRACT

Objective: The goal of this investigation to understand and analyze the relationship between entrepreneurial self-efficacy and commitment and business performance, as well as the function of entrepreneurial commitment as a mediator in that relationship. A total of 250 independent coffee shops are thought to make up the research population. Due to the usage of the Krejcie and Morgan 1970 table, a total of 108 Coffee Shop MSMEs in South Tangerang were included in the research sample.

Methodology: The PLS-SEM approach is utilized to analyze the data, and SmartPLS software is employed as tool for statistical testing.

Findings: At a 5% level of confidence, the hypotheses H1, H2, and H3 are accepted, and the path coefficient values are positive.

Conclusion: The study's findings indicate that: (1) Business Performance is positively and significantly impacted by entrepreneurial self-efficacy. That is to say, self-efficacy Coffee business owners in South Tangerang have faith in their capacity to manage a company and generate financial performance. (2) The performance of a company benefits from entrepreneurial commitment. Inferring that business actors still have a strong desire (commitment) to manage a firm and earn profits, UMKM South Tangerang Coffee Shops' current actions are demonstrably substantiation on respect (3) Business performance is also significantly impacted by entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurship dedication. (4) The study's findings also point to the importance of entrepreneurial commitment as a mediator in the relationship between self-efficacy and business performance.

Keyword : Entrepreneurial Self-efficacy, Entrepreneurial Commitment, and Business Performance.

PENDAHULUAN

Bandura 1982 menyatakan bahwa, mengetahui dan memahami *self-efficacy* (efikasi diri) juga merupakan konsep yang paling berguna secara teoretik dan praktis yang dirumuskan secara psikologi pada era modernisasi (Radipere, 2014). Selanjutnya diklarifikasi juga bahwa, efikasi diri adalah variabel motivasi pengaturan diri (*self-regulatory motivational*) yang berkaitan dengan penilaian tentang “apakah tindakan yang dilakukan dalam suatu situasi tertentu menghasilkan sesuatu yang lebih baik, atau sebaliknya. Hal tersebut melibatkan keyakinan pada kemampuan individual untuk mengaktifkan motivasi, kognitif, dan tindakan yang diperlukan untuk memenuhi tuntutan pada lingkungan tertentu. Reaksi emosional individu (pemikiran) merupakan konsekuensi dari efikasi diri. Menurut Robbins & Judge (2013) *self-efficacy* merupakan keyakinan individu tentang kemampuan

dalam mengerjakan suatu tugas atau pekerjaan dengan baik. Selanjutnya dijelaskan juga bahwa, semakin tinggi rasa percaya diri, maka semakin tinggi rasa percaya diri individu untuk berhasil menyelesaikan suatu pekerjaan". Jadi, dalam situasi-situasi sulit, seseorang yang memiliki *self-efficacy* rendah cenderung mengurangi usaha mereka atau menyerah, sementara individu dengan *self-efficacy* tinggi akan berusaha lebih keras untuk mengalahkannya tantangan.

Bandura 1986 dalam Radipere (2014) mengemukakan bahwa konsep diri (*self concept*) mencerminkan keyakinan seseorang terhadap kemahiran pribadinya dan ada faktor-faktor yang mempengaruhi cara menilai kehidupan secara umum seperti harga diri (*self-esteem*). Entrepreneur yang terlalu percaya diri menunjukkan bahwa ia tidak bersentuhan dengan kenyataan. Terlalu percaya diri berhubungan dengan arogansi, yang menggabungkan rasa percaya diri yang berlebihan dengan perkiraan yang terlalu rendah terhadap risiko (Vancouver et al., 2002). Entrepreneur (pengusaha) harus selalu memperhatikan umpan balik dari lingkungan untuk memastikan tingkat efikasinya sesuai (Carsrud & Brännback, 2009). Hal ini akan meningkatkan kinerja bisnis. Menurut Bandura dalam Radipere (2014), efikasi diri mengacu pada penilaian individu terhadap kompetensi dan kemampuan individu untuk mengatasi kondisi dan hambatan yang merugikan serta keyakinan bahwa tindakan mereka di masa depan akan membuahkan hasil atau manfaat. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha ada banyak dan terdiri dari berbagai kombinasi atribut pribadi, sifat, latar belakang, pengalaman dan watak (Bandura, 1982 dalam Radipere, 2014). Salah satu atribut pribadi ini, *entrepreneurial self-efficacy* tampaknya menjadi faktor yang sangat penting dalam niat usaha baru (*new venture intention*). Efikasi diri wirausaha (*Entrepreneurial self-efficacy*) adalah sebuah konstruksi yang mengukur keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menjalankan wirausaha dengan sukses (Radipere, 2014). Keyakinan pemilik bisnis terhadap kemampuannya untuk berhasil mencapai tujuan kewirausahaan memiliki efek positif pada kinerja bisnis terkait dengan persepsi profitabilitas, pendapatan, pertumbuhan, pemenuhan harapan, dan kesuksesan secara keseluruhan. Ketika laju perubahan terus meningkat secara global, keberhasilan komunitas usaha bergantung pada inovasi pelaku wirausaha itu sendiri. Jadi, efikasi diri wirausaha dapat mempengaruhi secara signifikan terhadap kinerja bisnis (*business performance*).

Hasil penelitian Kaczmarek & Piotr (2016) menjelaskan bahwa aspek efikasi diri yang spesifik domain ditemukan menjadi prediktor terhadap *entrepreneurial business performance* yang jauh lebih baik daripada efikasi diri secara umum. Selanjutnya penelitian tersebut menjelaskan, hasil tersebut membuktikan anggapan yang dirumuskan oleh Bandura pada tahun 2012 yaitu efikasi diri wirausaha yang diukur setelah tahap pelatihan dan setelah menyiapkan ide usaha sendiri lebih berpengaruh terhadap kinerja bisnis dibandingkan efikasi diri wirausaha yang diukur pada awal program saat peserta memiliki sedikit pengalaman berwirausaha dan pengetahuan yang terbatas mengenai permasalahan yang dihadapi ketika menjalankan usaha. Radipere (2014) dalam studi menjelaskan bahwa ketika orang bertujuan untuk standar yang menantang tetapi harus menebak bagaimana keadaannya, maka semakin kuat efikasi diri seseorang yang dirasakan untuk pencapaian tujuan dan lebih senang dengan apa pun yang dihasilkan, atau semakin tinggi kinerja yang telah diupayakan. Selain itu, kesimpulan penelitiannya bahwa *self efficacy* memiliki dampak positif terhadap kinerja bisnis. Hasil penelitian Agustina et al., (2022) menjelaskan bahwa, terdapat hubungan positif *entrepreneurial self-efficacy* terhadap kinerja, dan mampu membentuk menciptakan inovasi produk sehingga berampak juga terhadap kinerja bisnis.

Selanjutnya adalah hasil penelitian Rostinia et al., (2021) menjelaskan, dalam mencapai kinerja bisnis, tidak cukup hanya mengandalkan daya saing dan orientasi pembelajaran semata melainkan perlu diikuti dengan keinginan yang kuat (*commitment*) untuk menjaga dan mempertahankan nilai-nilai tujuan perusahaan melalui komitmen kewirausahaan (*entrepreneurial commitment*). Selanjutnya, dijelaskan juga bahwa *entrepreneurial commitment* merupakan kesadaran seseorang untuk menjaga dan memelihara nilai-nilai dan tujuan bisnis dengan menciptakan sesuatu baru dan menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada, tujuannya adalah untuk mencapai nilai tambah, baik bagi usahanya maupun untuk pihak lainnya. Ayoade et al., (2018) hasil penelitian menjelaskan bawa adanya dampak signifikan dari *entrepreneurial commitment* terhadap kinerja bisnis, dan membuktikan komitmen wirausaha masih konsisten walaupun perekonomian mengalami resesi. Ambarawati et al., (2022) dalam risetnya menjelaskan bahwa, efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap komitmen berwirausaha, dan komitmen yang kokoh sangat diperlukan bagi para pelaku wirausaha. Sedangkan hasil penelitian Ambarwati & Fitriasari (2021) menjelaskan bahwa dengan adanya keinginan yang kuat dalam berwirausaha, maka akan meningkatkan kinerja usaha. Namun hasil pengujiannya menunjukkan bahwa efikasi diri wirausaha tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, yang berarti adanya keyakinan untuk mencapai tujuan tanpa adanya keterlibatan dalam usaha, sehingga belum adanya dampak pada kinerja usaha.

Berdasarkan uraian fenomena di atas, maka dalam penelitian ini penulis akan mengkaji terkait dengan pengaruh *entrepreneurial self-efficacy* terhadap business performance, dan juga melihat dampak dari mediator *entrepreneurial commitment* pada UMKM di Kota Tanggerang Selatan.

REVIEW LITERATUR

Entrepreneurial Self-Efficacy

Entrepreneurship atau *entreprenure* merupakan Bahasa Perancis, artinya adalah melakukan (*to under take*) kegiatan yakni: mengorganisir dan mengatur (Antoni, 2014). Pada tahun 1755 Richard Cantillon merumuskan satu teori yang disebut dengan Cantillon's theory yang pada prinsipnya bahwa teori ini tidak memandang pengusaha (*entrepreneur*) sebagai faktor produksi, namun sebagai agen yang mengambil risiko dan dengan demikian menyeimbangkan penawaran dan permintaan dalam perekonomian (Bula, 2012). Menurut (Suryana, 2013) *entrepreneurship* merupakan suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan dan mencari peluang dari masalah yang dihadapi oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Richard dan Ralph sebagaimana dikutip oleh Winardi (2003) menyatakan bahwa seorang *entrepreneur* mengorganisasi dan mengoperasikan sebuah perusahaan untuk mencapai keuntungan.

Bandura 1977, sebagaimana dikutip oleh Colquitt et al., (2014) efikasi diri (*self-efficacy*) adalah kepercayaan seseorang atas kemampuannya untuk menghasilkan hasil kerja yang baik. Hal ini juga dikemukakan oleh George & Jones (2008) sefikasi diri adalah kepercayaan seorang individu atas kemampuannya yang diperlukan untuk menghasilkan pekerjaan tertentu secara sukses. Jadi, *Entrepreneurial Self-Efficacy* merupakan kepercayaan pelaku usaha atas beragam kemampuan yang dimiliki untuk menghasilkan benefit atau hasil sesuai dengan tujuan tertentu atau secara spesifik. Dengan kata lain, efikasi diri wirausaha sangat berkaitan dengan keyakinan dan harapan usaha dalam menghasilkan kinerja usaha secara spesifik.

Pengukuran self-efficacy menurut Bandura 1997 sebagaimana dikutip oleh Marwan et al., (2018) secara spesifik terdiri dari: (1) tingkat kesulitan tugas (*level/magnitude*) yaitu terkait dengan kepercayaan terhadap kemampuan untuk mencapai hasil tertentu. (2) kekuatan (*strength*) yaitu keyakinan pada kapastian untuk dapat mencapai hasil kerja pada tingkat yang lebih baik. Pengharapan yang kuat dan mantap pada individu akan mendorong untuk gigih dalam berupaya mencapai tujuan, walaupun mungkin belum memiliki pengalaman-pengalaman yang menunjang. (3) generalisasi (*generality*) yaitu kepercayaan terhadap beberapa kemampuan tertentu yang dapat dicapai pada berbagai situasi.

Entrepreneurial Commitment

Komitmen mengacu pada konsentrasi psikologis individu terhadap lembaganya melalui rasa memiliki, kepemilikan terhadap tujuan organisasi dan kesiapan menerima tantangan (Indrawati et al., 2015). Komitmen kewirausahaan mempromosikan konsep-konsep utama wirausaha, mempengaruhi pengembangan produk baru, mengidentifikasi peluang pasar, membangun hubungan investor yang sehat, menciptakan lingkungan modern dan bersedia bereaksi terhadap pola pasar yang menakjubkan (Jaeger & Schultz, 2017).

Menurut Davis & Newstrom (2002) bahwa, “komitmen organisasi atau loyalitas karyawan adalah sejauh mana identifikasi karyawan dengan organisasi dan ingin aktif berpartisipasi untuk melanjutkan suatu pekerjaan terkait dengan tujuan organisasi”. Selain itu, menurut Steers sebagaimana dikutip oleh Chien-Chi Tseng (2010) menggambarkan “komitmen organisasi sebagai kekuatan keterlibatan karyawan dan identifikasi karyawan pada organisasi”. Dengan demikian, komitmen wirausaha merupakan loyalitas pelaku usaha yang secara kontinyu menjalankan usaha dan selalu berupaya memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Indikator yang dapat digunakan adalah indikator komitmen afektif, komitmen kontinyu, dan komitmen normatif (Meyer, Allen, dan Smith, dalam (Robbins & Judge, 2013)

Kinerja Bisnis (*Business Performance*)

Terdapat penelitian yang menyoroti pengukuran financial dan dan juga pengukuran non-financial. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kombinasi ukuran keuangan dan non-keuangan menawarkan evaluasi kinerja perusahaan yang lebih komprehensif (Li et al., 2009) karena ukuran keuangan saja mungkin tidak memberikan penilaian kinerja bisnis yang akurat. Menurut Smith dan Reece “Kinerja bisnis didefinisikan sebagai kemampuan operasional untuk memuaskan keinginan pemegang saham utama perusahaan, dan itu harus dinilai untuk mengukur pencapaian organisasi (Udriyah et al., 2019). Ada berbagai metode untuk mengukur kinerja bisnis perusahaan karena kinerja bersifat multidimensi yang terkait dengan subjek yang diminati (Rahman et al., 2018). Business performance didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menciptakan tindakan dan hasil yang diharapkan, oleh karena itu diperlukan konsep dan sistem operasional yang baik dan dapat diukur sebagai standarisasi business performance (Anggadwita & Mustafid, 2014).

Menurut Zulkifli & Perera (2011) kinerja bisnis dapat diukur berdasarkan: (1) *Market Performance*: Market-share growth, dan Sales turnover; (2) *Supplier Performance*: Supplier product quality, Suppler communication, dan Supplier delivery performance; (3) *Process Performance*: Work in process (WIP) inventory, Order-fulfilment lead time, dan Product-quality development; (4) *People Performance*: Performance-appraisal results, Skill level of employees, dan Departmental communication; (5) *Customer-Relationship Performance*:

Resolution of customer complaints, Customer loyalty/retention, Quality reputation and award achievement, Product returns rate, dan The speed of order handling and processing.

Kerangka Penelitian dan Hipotesis

Pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Kinerja Bisnis

Efikasi diri dapat mempengaruhi pilihan tindakan seseorang dan jumlah usaha yang dilakukannya. Efikasi diri adalah penentu utama motivasi dan perilaku (Bandura, 1986) dan telah terbukti meningkatkan kinerja. Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Drnovšek et al., (2010); (Khalil et al., 2021); Putri (2023); dan Caliendo et al., (2023) menunjukkan bahwa entrepreneurial self-efficacy ditemukan berhubungan positif dengan kinerja bisnis. Bidang kewirausahaan, meskipun tidak ada bukti nyata bahwa efikasi diri wirausahawan mempengaruhi kinerja bisnis perusahaan, namun terdapat dugaan bahwa self-efficacy berdampak pada niat dan tindakan wirausaha, yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja bisnis.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1: Entrepreneurial *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh Entrepreneurial Commitment Terhadap Kinerja Bisnis

Rostinia et al., (2021) dalam risetnya menjelaskan bahwa *entrepreneurial commitment* merupakan kesadaran seseorang untuk menjaga dan memelihara nilai-nilai dan tujuan bisnis dengan menciptakan sesuatu baru dan menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang sudah perusahaan mendapatkan keuntungan atau benefit yang relevan dengan tujuan yang ditetapkan. Mendukung hal ini Ayoade et al., (2018) membuktikan kembali bahwa *entrepreneurial commitment* mampu memberikan kontribusi positif bagi kinerja usaha. Hal ini juga sesuai dengan konsep Kinerja bisnis merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan tindakan dan hasil yang diharapkan yang memerlukan konsep dan sistem operasional berkualitas sebagai standarisasi kinerja bisnis (Anggadwita & Mustafid, 2014).

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: Entrepreneurial commitment berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Pengaruh Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Entrepreneurial Commitment

Wirausaha atau orang yang memiliki usaha jika masih merasakan dan meyakini bahwa kemampuannya mampu membentuk rasa keterikatan terhadap organisasi, secara konsisten akan membentuk komitmen terhadap usahanya. Dengan kata lain, self efficacy wirausaha mampu menghasilkan komitmen, jika pengusaha meyakini, memahami dan memiliki kemampuan dalam menjalankan usaha, serta meyakini bahwa kemampuannya akan menghasilkan kinerja yang lebih baik di masa yang akan datang. Dengan demikian dapat disimpulkan, *self-efficacy* secara langsung mempengaruhi secara signifikan terhadap komitmen wirausaha sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayoade et al., (2018) menunjukkan bahwa self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Entrepreneurial Commitment*. Selain itu, perlu dijelaskan juga bahwa hasil penelitian Ambarwati & Fitriyani (2021) menemukan entrepreneurial commitment memiliki peran penting sebagai mediator, dan hasil uji statistiknya mengindikasikan mampu memediasi hubungan antara entrepreneurial self-efficacy dan *business performance*.

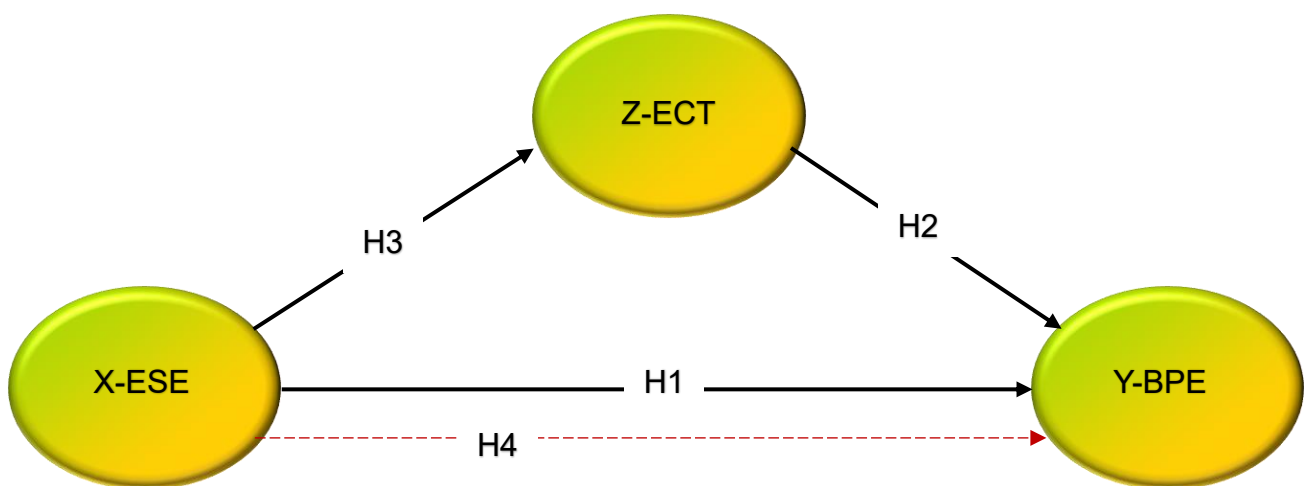
Ambarwati et al., (2022) dalam hasil penelitiannya menjelaskan bahwa, Komitmen kewirausahaan mempunyai peran mediasi parsial terhadap pengaruh antara self-efficacy

dan kinerja bisnis. Selanjutnya dijelaskan, keyakinan yang kuat terhadap tercapainya suatu tujuan dalam berusaha dan didorong oleh motivasi yang kuat akan meningkatkan keterlibatan pelaku usaha dalam berwirausaha dengan berusaha semaksimal mungkin sehingga semakin meningkat kinerja bisnis dalam hal penjualan dan profitabilitas. Hasil pengujian mediasi ini menjadikan komitmen kewirausahaan sebagai mediasi parsial. Hasil penelitian tersebut juga mengindkasikan adanya pengaruh langsung self-efficacy terhadap entrepreneurial commitment.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis ketiga dan keempat adalah:

H3: *Entrepreneurial self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap entrepreneurial commitment.

H4: *Entrepreneurial commitment* sebagai mediator dalam hubungan antara Entrepreneurial self-efficacy dan kinerja bisnis.



Gambar 1. Kerangka Pikir Penelitian

Keterangan:

- > Pengaruh Langsung
- - - - -> Mediasi (Pengaruh tidak langsung)

METODOLOGI PENELITIAN

Pengembangan Pengukuran

Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE): Kepercayaan pelaku usaha atas beragam kemampuan yang dimiliki untuk menghasilkan benefit atau hasil sesuai dengan tujuan tertentu atau secara spesifik. Dengan kata lain, efikasi diri wirausaha sangat berkaitan dengan keyakinan dan harapan usaha dalam menghasilkan kinerja usaha secara spesifik. Variabel ini diukur berdasarkan: secara spesifik terdiri dari: (1) tingkat kesulitan tugas (*level/magnitude*); (2) kekuatan (*strength*); dan (3) generalisasi (Bandura dalam Marwan et al., 2018).

Entrepreneurial Commitment (Z-ECT): Loyalitas pelaku usaha yang secara kontinyu menjalankan usaha dan selalu berupaya memberikan layanan terbaik kepada konsumen. Variabel dapat diukur menggunakan: komitmen afektif, komitmen kontinyu, dan komitmen normatif (Meyer, Allen, dan Smith, dalam (Robbins & Judge, 2013).

Business Performance (Y-BPE): Kemampuan perusahaan dalam menciptakan tindakan dan hasil yang diharapkan, dan oleh karena itu diperlukan konsep dan sistem operasional yang baik dan dapat diukur sebagai standarisasi business performance (Anggadwita & Mustafid, 2014). Pengukuran kinerja bisnis meliputi: (1) *Market*

Performance; (2) Supplier Performance; (3) Process Performance; (4) People Performance; (5) Customer-Relationship Performance.

Metode Analisis Data

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian survey yang maksud adalah bersifat menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Metode yang dipilih untuk analisis data penelitian adalah PLS-SEM. Hair et al., (2014) telah mengklarifikasi sifat dan peran PLS-SEM dalam penelitian ilmu sosial, “menurutnya: para peneliti perlu menyadari alat analisis PLS-SEM adalah alat yang akan memungkinkan peneliti untuk mengejar “peluang penelitian dengan cara yang baru dan berbeda” (*opportunities in new and different ways*)”. PLS-SEM dilakukan untuk mengevaluasi *outer* dan *inner* model (evaluasi model pengukuran dan evaluasi model structural).

Evaluasi model pengukuran (*outer model*) reflective model terdiri dari: *Convergent Validity (AVE)*, *Discriminant Validity (Fornell-Larcker criterion dan Heterotrait-Monotrait Ratio)*, dan *Composite Reliability*. Evaluasi model structural (*inner model*) terdiri dari: *Collinearity (VIF)*, *R2value*, *Q2value*, dan *PLSpredict* (Hair et al., 2019).

Populasi penelitian adalah kedai kopi non-franchise diperkirakan sebanyak 250 kedai kopi, sehingga sampel penelitian menggunakan tabel Krejcie dan Morgan 1970 (Sekaran & Bougie, 2018). Karena itu, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 108 UMKM Kedai Kopi di Tangerang Selatan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Evaluasi Model Pengukuran

Berdasarkan hasil pengujian pertama kali yaitu uji validitas konvergen dengan indikator reflektif secara keseluruhan menggunakan Software SmartPLS 4 vers. 4.0.9.3 menunjukkan adanya indikator-indikator yang memiliki *loading factor* lebih kecil dari *rule of thumbs* (0,50 sampai dengan 0.708) yaitu Business performance (BPE) terdiri dari indikator Y3, Y14, dan Y16. Hal tersebut sebagaimana menurut Hair et al., (2014) kriteria uji *convergent validity* adalah *indicators loading* ≥ 0.708 , dan menurut Chin (1998) lebih besar dari 0,50 – 0,60 dianggap cukup. Hal ini berarti bahwa, indikator-indikator variabel eksogen dan variabel endogen perlu di lakukan pengujian ulang dengan menghilangkan (*drop out*) indikator-indikator yang belum valid. Hasil pengujian kedua dapat dilihat pada ilustrasi tabel 1 dan gambar 2.

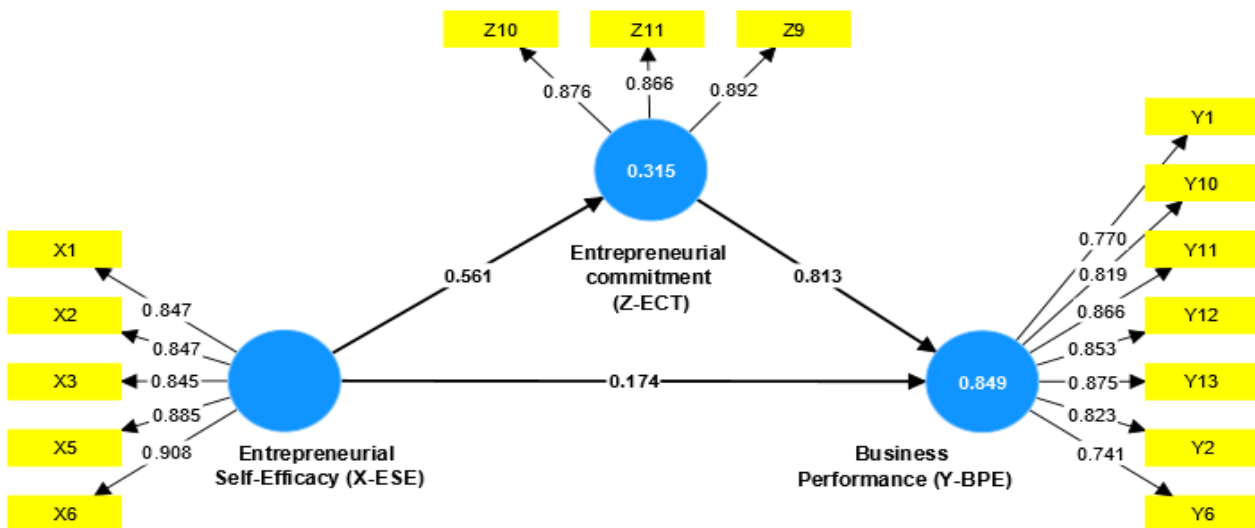
Tabel 1. Outer Loading Variabel Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE), Entrepreneurial commitment (ECT), dan Business performance (BPE)

INDIKATOR	ESE	ECT	BPE	Kriteria (>0,50-0,708)
X1	0.847			Valid
X2	0.847			Valid
X3	0.845			Valid
X5	0.885			Valid
X6	0.908			Valid

INDIKATOR	ESE	ECT	BPE	Kriteria (>0,50-0,708)
Y1		0.770		Valid
Y10		0.819		Valid
Y11		0.866		Valid
Y12		0.853		Valid
Y13		0.875		Valid
Y2		0.823		Valid
Y6		0.741		Valid
Z10			0.876	Valid
Z11			0.866	Valid
Z9			0.892	Valid

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan hasil uji *outer loading* pada tabel 1 di atas, menunjukkan bahwa uji validitas konvergen dengan indikator reflektif secara keseluruhan adalah signifikan, karena *loading* faktor sebagian indikator variabel penelitian lebih dari 0,50 - 0,70. Namun demikian, masih perlu dilakukan pengujian yang ke tiga, karena walaupun nilai *loading factor* valid tetapi *variance inflation factor* (VIF) masih lebih besar dari 5. Dengan kata lain, terdapat beberapa (sebagian) indikator yang valid juga drop out berdasarkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang lebih besar dari 5 diantaranya adalah indikator X4, X7, X8, Y4, Y6, Y7, Y8 Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, Z6, Z7, dan Z8. Nilai VIF secara rinci akan dijelaskan pada bagian evaluasi model struktural. Hasil Uji algorithm sebagaimana pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Output SmartPLS Algorithm

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Selain uji validitas di atas, dapat juga dilihat *convergent validity* berdasarkan *Average variance extracted* (AVE) sebagaimana pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Average Variance Extracted (AVE)

Variable	AVE	Kriteria
Business_Performance (Y-BPE)	0.676	Valid
Entrepreneurial_Self-Efficacy (X-ESE)	0.752	Valid
Entrepreneurial_commitment_(Z-ECT)	0.771	Valid

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan tabel 2 di atas, menunjukkan bahwa nilai *AVE* variabel Variabel Entrepreneurial Self-Efficacy (ESE), *Entrepreneurial commitment* (ECT), dan Business performance (BPE) lebih besar dari nilai *loading* faktor (*rule of thumbs*) yaitu 0,50 ($AVE > 0,50$). Hal ini juga berarti bahwa seluruh indikator variabel eksogen dan endogen layak digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya adalah evaluasi *discriminant validity* dilakukan untuk membuktikan apakah indikator pada suatu konstruk akan mempunyai *loading factor* terbesar pada konstruk yang dibentuknya dari pada *loading factor* dengan konstruk yang lain. Selain itu dapat juga berdasarkan uji *Fornell-Larcker criterion* yaitu akar kuadrat dari *AVE* setiap konstruk harus lebih tinggi dari korelasi konstruk dengan konstruk lain dalam model (gagasan ini identik dengan membandingkan *AVE* dengan korelasi kuadrat antara konstruk (Hair et al., 2014). Tabel berikut ini adalah hasil uji kriteria *Fornell-Larcker* menggunakan SmartPLS 4 Version 4.0.9.3-*algorithm*:

Tabel 3. Fornell-Larcker Criterion

	BPE	ESE	ECT
Business_Performance (Y-BPE)	0.822		
Entrepreneurial_Self-Efficacy (X-ESE)	0.629	0.867	
Entrepreneurial_commitment_(Z-ECT)	0.910	0.561	0.878

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan nilai *Fornell-Larcker* pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa *average variance extracted (AVE)* dari varians rata-rata lebih tinggi daripada korelasi yang melibatkan variabel laten (indikator). Hal ini berdasarkan hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa: 1) konstruksi reflektif BPE memiliki nilai **0,867** lebih tinggi dari nilai korelasi dikolom BPE; 2) konstruksi reflektif ESE memiliki nilai **0,764** lebih tinggi dari nilai korelasi dikolom ESE; 3) konstruksi reflektif ECT memiliki nilai **0,788** lebih tinggi dari nilai korelasi dikolom ECT. Dengan demikian, maka seluruh item pada instrumen penelitian ini valid atau dapat digunakan dalam penelitian. Namun demikian, menurut Henseler et al., 2015 dalam Hair et al., (2019) bahwa kriteria FornellLarcker tidak bekerja dengan baik, terutama ketika muatan indikator pada konstruk hanya sedikit berbeda (misalnya semua muatan indikator antara 0,65 dan 0,85). Sebagai gantinya, Henseler et al., (2015) mengusulkan rasio heterotrait-monotrait (HTMT) dari korelasi HTMT yaitu sebagai nilai rata-rata korelasi item di seluruh konstruksi relatif terhadap rata-rata (geometris) rata-rata korelasi untuk item yang mengukur konstruksi yang sama. Prosedur berikutnya dapat dilakukan untuk menguji validitas diskriminan menggunakan metode HTMT menggunakan standar pengukuran nilai 0.85 sebagai batas tertinggi ratio, dan nilai ratio dibawah 0.85 dinyatakan valid discriminant.

Tabel 4. Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT)-Algorithm

Variable	BPE	ESE	ECT
Business _Performance (Y-BPE)	-		
Entrepreneurial _Self-Efficacy (X-ESE)	0,672		
Entrepreneurial _commitment _(Z-ECT)	1,023	0,613	-

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Seluruh sebaran nilai menunjukkan masih di bawah 0.85, sehingga dinyatakan secara keseluruhan konstruk adalah *valid discriminant* (Henseler et al.,2015). Walaupun masih terdapat nilai HTMT lebih besar 0,85, namun dapat digunakan uji signifikansi pada konstruk *outer-loading*, disajikan pada tabel 4 (ECT). Berdasarkan sajian tabel tersebut menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki P-Values lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk penelitian adalah valid dan meyakinkan peneliti untuk dapat dilanjutkan ke tahapan analisis *inner-model*.

Composite Reliability

Konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *composite reliability* atau Internal consistency reliability di atas 0,70 dan *cronbach's alpha* di atas 0,60, atau 0,70 sampai dengan 0,90 (Hair et al., 2019). Berikut ini adalah hasil pengujian *composite reliability* dan *cronbach's alpha* dari Smart PLS:

Tabel 5. Composite Reliability-Algorithm

Variable	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
Business Performance (Y-BPE)	0.919	0.923
Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE)	0.919	0.942
Entrepreneurial commitment (Z-ECT)	0.851	0.851

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan hasil output *SmartPLS* di atas semua konstruk memiliki nilai *composite reliability* di atas 0.60 sampai dengan 0,70 dan *cronbach's alpha* di atas 0,60. Jadi dapat kemukakan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik (*good fit*) sebagaimana menurut Hair et al., (2014) bahwa, "*rule of thumbs nilai alpha atau composite reliability* harus lebih besar dari 0.7 meskipun nilai 0.6 masih dapat diterima".

Uji Model Struktural (Inner Model)

Uji Collinearity (VIF)

Nilai VIF 5 atau lebih menunjukkan masalah kolinearitas kritis di antara indikator konstruksi yang diukur secara formatif. Namun, masalah kolinearitas juga dapat terjadi pada nilai VIF yang lebih rendah dari 3 (Mason dan Perreault, 1991; Becker et al.,2015 dalam Hair et al., (2019). VIF menggunakan kriteria: adanya masalah kolinearitas kritis jika $VIF \geq 5$, Kemungkinan masalah kolinearitas jika $VIF \geq 3-5$, dan Idealnya jika $VIF < 3$ artinya model

tidak memiliki masalah kolinearitas. Rangkuman hasil perhitungan collinearity (VIF) disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 6. Variance Infaltion Factor (VIF)

INDIKATOR	VIF	Keterangan	INDIKATOR	VIF	Keterangan
X1	3.260	Model Fit	Y12	2.970	Model Fit
X2	2.593	Model Fit	Y13	4.355	Model Fit
X3	3.247	Model Fit	Y2	3.124	Model Fit
X5	3.210	Model Fit	Y8	2.794	Model Fit
X6	4.059	Model Fit	Y9	3.050	Model Fit
Y1	2.663	Model Fit	Z10	2.106	Model Fit
Y10	2.255	Model Fit	Z11	1.947	Model Fit
Y11	3.391	Model Fit	Z9	2.274	Model Fit

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan VIF pada tabel tersebut, maka data dijelaskan bahwa model dalam penelitian ini tidak memiliki masalah kolinearitas karena memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 3, walaupun ada indikator memiliki VIF > 3,0 masih dapat diterima sebagaimana pendapat Hair et al., (2019) ideal model penelitian tidak mengalami kolinearitas jika nilai VIF < 3, ≥ 3-5 kemungkinan adanya multikolinearitas. Artinya model penelitian ini tidak mengalami masalah kolinearitas diantara konstruksi prediktor.

R² (Coefficient of Determination)

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa: (1) nilai kontribusi variabel Variabel nonfinancial compensation (NC) terhadap job satisfaction (JS) adalah sebesar 0,696. Artinya bahwa, variabel eksogen mampu memprediksikan variabel endogen (job satisfaction) sebesar 69,60% yang berada pada kategori moderat; selanjutnya (2) nilai kontribusi variabel variabel nonfinancial compensation (NC) dan job satisfactio (JS) terhadap employee performance (EP) adalah sebesar 0,784 berada pada kategori kuat (substansial). Artinya bahwa, variabel eksogen mampu memprediksikan variabel endogen yaitu Turnover Intention sebesar 78,40% yang berada pada kategori substantial (kuat). Penjelasan ini sejalan dengan pendapat Ghozali & Latan (2015) bahwa, nilai R² merupakan hasil uji regresi linear yaitu besarnya *variability endogen* yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen. Model dikatakan kuat jika memiliki nilai R-Squares 0,67, model moderate mensyaratkan nilai R-Square 0,75 dan nilai R-Squares 0,19 menunjukkan model yang diprediksi lemah. Selanjutnya menurut Hair et al., (2019) guideline structural model berdasarkan nilai R₂ sebesar 0,75, 0,50 dan 0,25 masing-masing can be considered substantial, moderate and weak.

Tabel 7. Coefficients of Determination

	R-square	Keterangan
Business Performance (Y-BPE)	0.849	Kuat
Entrepreneurial commitment (Z-ECT)	0.315	Lemah

Sumber: Output Algorithm SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Uji f^2 dan Predictive Relevance (Q^2)

Pengujian effect size (f^2) evaluasi konstruk endogen adalah melihat besarnya pengaruh substantif eksogen (f^2 effect sizes) dan *total effect*. Nilai f^2 akan melihat pengaruh substantif eksogen terhadap konstruk endogen. Perubahan nilai f^2 effect sizes ketika konstruk eksogen tertentu dihilangkan dari model yang dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah konstruk yang dihilangkan tersebut memiliki dampak substantif pada konstruk endogen (Hair et al., 2014). Nilai f^2 variabel ESE→BPE, ECT→BPE, dan ESE→ECT masing sebesar 0,218; 0,336; dan 2,132 memiliki f^2 effect size berada pada kategori medium dan large. Kriteria ini sesuai dengan pendapat Cohen 1988 dalam Hair et al., (2014): “Guidelines for assessing f^2 are that values of 0,02, 0,15, and 0,35, respectively, represent small, medium, and large effects of the exogenous latent variable”.

Selanjutnya adalah evaluasi Predictive relevance (Q^2) menunjukkan bahwa Nilai Q^2 *predictive relevance* pada variabel endogenous yakni Business Performance (Y-BPE) dan Entrepreneurial commitment (Z-ECT) masing-masing sebesar 0,614 dan 0,546. Hal ini berarti, nilai Q^2 memiliki prediksi variabel eksogen terhadap variabel endogen adalah berada pada kategori large ($Q^2 > 0,50$). Penjelasan ini sejalan dengan pendapat Hair et al., (2019) bahwa pedoman untuk nilai Q^2 berdasarkan pada nilai nilai lebih tinggi dari 0,025 dan 0,50 yang menggambarkan akurasi prediksi kecil, sedang dan besar dari model jalur PLS.

Uji Hipotesis

Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Untuk menilai signifikansi model prediksi dalam pengujian model struktural, dapat dilihat dari nilai p-value dan *t-statistic* antara variabel eksogen terhadap endogen sebagaimana rangkuman pada Tabel 9 dan gambar 3 *output* Bootstrapping SmartPLS 4 Version 4.0.9.3.

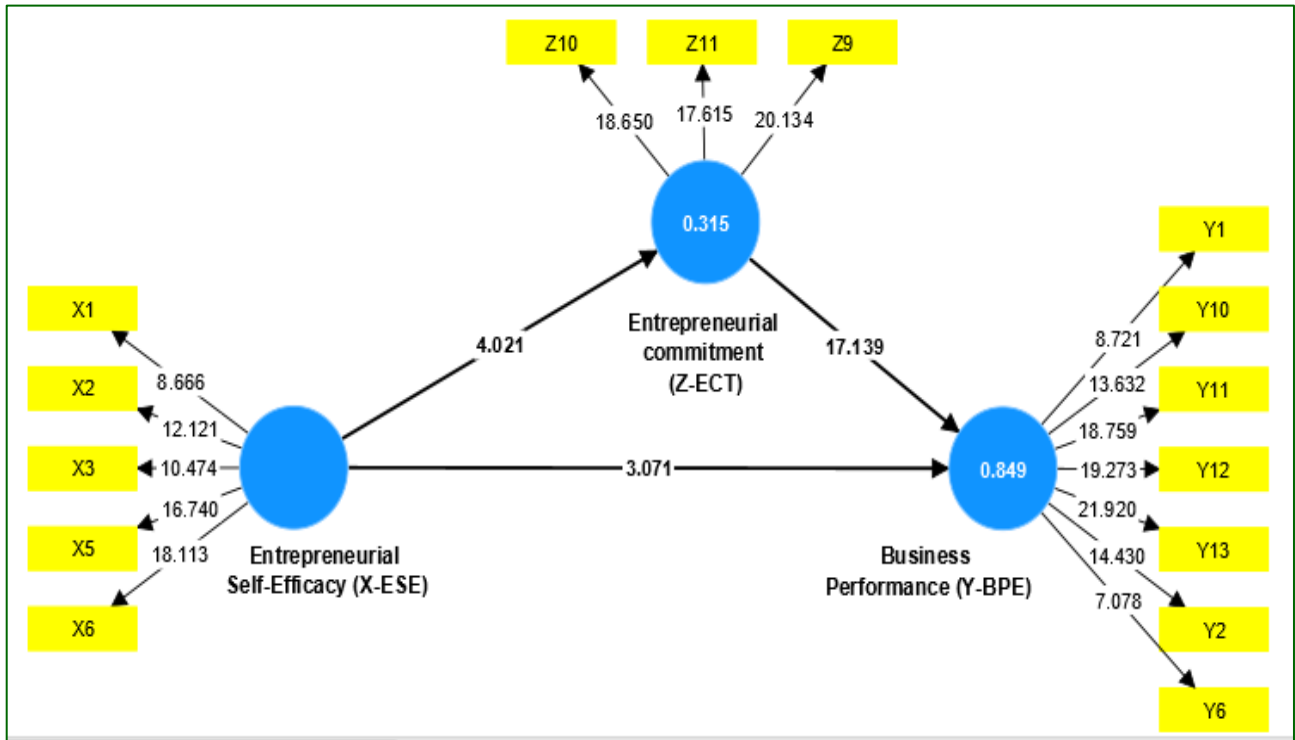
Table 9. Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)

Variable	B (Path Coefficient)	T - statistics	P-values
Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE)→Business Performance (Y-BPE)	0.174	3.071	0.002
Entrepreneurial Commitment (Z-ECT)→Business Performance (Y-BPE)	0.813	17.139	0.000
Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE)→Entrepreneurial Commitment (Z-ECT)	0.561	4.021	0.000

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan *output bootstrapping* smartPLS 4 tersebut, maka dapat deskripsikan beberapa hal sebagai berikut:

- (1) Hipotesis yang menyatakan bahwa Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Business Performance (Y-BPE) **di terima**. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan SEM-SmartPls menunjukkan bahwa, t-hitung sebesar $3,701 > t_{tabel} = 1,98$, dan nilai signifikansi P-value sebesar $0,002 < \alpha 0,05$, dan nilai koefisien jalur (β) = 0,834.



Gambar 3. Output Bootstrap t statistic & p-value

Sumber: Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.2, 2023

- (2) Hipotesis yang menyatakan bahwa Entrepreneurial Commitment (Z-ECT) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Business Performance (Y-BPE) **di terima**. Hal ini sesuai dengan hasil perhitungan SEM-SmartPLS menunjukkan bahwa, t-hitung sebesar $17,139 > t_{tabel} = 1,98$, dan nilai signifikansi P-value sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, dan nilai koefisien jalur (β) = 0.813. Hasil pengujian ini memiliki nilai koefisien jalur yang lebih tinggi dibandingkan dengan koefisien jalur lainnya.
- (3) Berdasarkan hasil perhitungan SEM-SmartPLS menunjukkan bahwa, t-hitung sebesar $4,021 > t_{tabel} = 1,98$, dan nilai signifikansi P-value sebesar $0,000 < \alpha 0,05$, dan nilai koefisien jalur (β) = 0.561. Karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Entrepreneurial Commitment (Z-ECT) **di terima**.

Uji Hipotesis Mediasi

Tabel 10. Mediation Test (Specific Indirect Effect)

Variable	β	T statistics	P-values
E. Self-Efficacy (X-ESE) → E. Commitment (Z-ECT) → Business Performance (Y-BPE)	0.456	4.075	0.000

Output SmartPLS 4 Version 4.0.9.3, 2023

Berdasarkan kedua tabel 10 di atas menunjukkan bahwa, pengaruh tidak langsung Entrepreneurial Self-Efficacy (X-ESE) terhadap Business Performance (Y-BPE) melalui (mediator) Entrepreneurial Commitment (Z-ECT) memiliki nilai T-statistik sebesar $4,075 > t$ tabel 1.98 dan P-value 0,000 lebih kecil dari 0,05. Karena itu, maka hipotesis yang menyatakan bahwa, Entrepreneurial Commitment mampu berperan sebagai mediator dalam hubungan antara Entrepreneurial self-efficacy dan kinerja bisnis **terimah**. Kemampuan mediasi tersebut merupakan mediasi parsial (*partial mediation*) karena, *Assess the variance accounted for (VAF)* lebih besar dari 20% dan kurang dari 80% ($20\% \leq VAF \text{ Z-ECT} = 72,39\% \ \& \ x1 = 70,39\% \leq 80\%$), atau pengaruh langsung maupun tidak langsung adalah signifikan.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini relevan dengan pendapat yang dikemukakan Bandura 1977, *self-efficacy* adalah kepercayaan seseorang atas kemampuannya untuk menghasilkan hasil kerja yang baik (Colquitt et al., 2014). Artinya, seorang wirausaha dalam menjalankan bisnisnya memerlukan kepercayaan diri dan memahami kemampuannya untuk menghasilkan kinerja bisnis. Efikasi diri Wirausaha yang dimiliki oleh pengusaha Kopi di Tangerang saat ini mampu menggunakan kepercayaan dan kemampuannya dalam menjalankan bisnis sehingga menghasilkan kinerja bisnis. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan hasil analisis statistik (loading factor tanggapan responden) yang memperlihatkan bahwa, para pelaku usaha kopi Tangerang memiliki: (a) persepsi positif atas usahanya saat ini; (b) memiliki fleksibilitas dalam menjalankan usahanya; dan (c) memiliki keyakinan tentang kemampuan dalam menjalankan bisnis kopi. Berbagai alasan tersebut merupakan *self-efficacy* wirausaha yang berkaitan dengan tingkat kesulitan dalam menjalankan usaha (level/magnitude). Artinya bahwa, pelaku usaha kopi di Tangerang meyakini atas kemampuan yang dimiliki saat ini untuk menjalankan usaha kopi dalam menghasilkan keuntungan atau kinerja bisnis. Hal ini senada dengan pandangan Winardi (2003) bahwa mencapai keuntungan dalam suatu usaha adalah tujuan dari seorang entrepreneur. Selain itu, hasil penelitian ini juga membuktikan (tanggapan responden) bahwa, pelaku usaha kopi memiliki kekuatan (*strength*) yaitu meyakini bahwa kemampuan yang dimiliki saat ini menjadikan atau melahirkan kepercayaan tinggi dalam menjalankan bisnis walaupun berada pada situasi yang sulit. Hal tersebut sebagaimana pandangan pekau usaha Kopi Tangerang bahwa: (a) hingga saat ini bisnis kopi mampu menyelesaikan masalah atau menemukan solusi atas masalah bisnis yang hadapi; dan (b) konsisten meyakini bahwa penghasilan bisnis saat ini diperoleh karena berbagai kemampuan yang digunakan. Berbagai hal tersebut menjelaskan kepada seluruh pelaku usaha dalam bentuk apapun bahwa, *self efficacy* wirausaha merupakan faktor psikologis yang turut mempengaruhi peningkatan kinerja bisnis. Hasil penelitian ini sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Radipere (2014) yang memberikan pandangan bahwa, *entrepreneurial self-efficacy* merupakan konstruksi pengukuran keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk menjalankan wirausaha dengan sukses.

Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa efikasi diri wirausaha juga memiliki dampak konstruktif terhadap komitmen wirausaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ayoade et al., (2018) menunjukkan bahwa *self-efficacy* wirausaha secara signifikan memberikan efek positif terhadap *Entrepreneurial Commitment*. Selain itu, hasil penelitian memperlihatkan tanggapan pelaku usaha terkait dengan komitmen normatif dalam usaha kopi yang mempersepsikan bahwa: (a) hasil-hasil usaha

yang diperoleh saat ini karena adanya usaha dan rasa tanggungjawab, dan merasa bahwa aktifitas wirausaha merupakan suatu Tindakan yang seharusnya dilakukan; (b) nilai-nilai bisnis kopi memiliki kesamaan dengan nilai pelaku usaha; dan (c) masih adanya kecocokan antara kegiatan bisnis kopi dan keinginan jenis usaha. Pandangan pelaku usaha dalam penelitian ini sejalan dengan normative commitment yang dikemukakan oleh Jenifer dan Jones (2005) kekuatan keinginan seseorang untuk terus bekerja bagi suatu organisasi karena ia merasa berkewajiban dari orang lain untuk tetap ada. Dengan demikian semakin jelas bahwa, persepsi pelaku usaha kopi terkait komitmen wirausaha di Tangerang saat ini adalah suatu bukti bahwa usaha kopi merupakan keinginan kuat seseorang untuk menjalankan bisnis karena merasa ada kewajiban terhadap orang lain. Dengan kata lain pikiran (kognitif) dan perasaan (afektif) pemilik usaha kopi dapat dimanifestasikan melalui tindakannya yakni saat ini konsisten menjalankan bisnis kopi. Penjelasan tersebut mendukung juga hasil penelitian ini, yaitu entrepreneurial commitment mampu memberikan pengaruh berarti terhadap kinerja bisnis. Karena itu, hasil tersebut masih relevan dengan penelitian (Anggadwita & Mustafid, 2014) yang mengindikasikan komitmen wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Entrepreneurial commitment dalam penelitian ini membuktikan mampu berperan sebagai mediator parsial dalam memperkuat hubungan antara self efficacy dan kinerja bisnis wirausaha Kopi di Tangerang. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Ambarwati & Fitriyani (2021) menemukan adanya pengaruh entrepreneurial self-efficacy terhadap business performance yang cukup berarti karena adanya faktor mediator dari entrepreneurial commitment. Secara keseluruhan hasil penelitian sejalan dengan konsep kinerja bisnis yaitu kemampuan perusahaan dalam menciptakan tindakan dan hasil yang diharapkan, dan memerlukan konsep dan sistem operasional yang baik dan dapat diukur sebagai standarisasi business performance (Anggadwita & Mustafid, 2014). Artinya faktor self efficacy maupun komitmen wirausaha merupakan kekuatan perusahaan atau Usaha mikro dalam menghasilkan kinerja bisnis. Arti lainnya juga bahwa, hasil atau kinerja bisnis pelaku usaha Kopi Tangerang memiliki keyakinan atas kemampuan, dan konsisten loyal pada usaha yang dijalankan sehingga mampu menghasilkan kinerja bisnis.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa, Entrepreneurial self-efficacy memiliki efek positif dan signifikan terhadap Business Performance. Artinya, efikasi diri Wirausaha pengusaha Kopi di Tangerang Selatan memiliki keyakinan atas kemampuannya dalam menjalankan bisnis untuk menghasilkan kinerja bisnis. Entrepreneurial Commitment memberikan efek konstruktif terhadap Business Performance. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas UMKM Kedai Kopi Tangerang Selatan hingga saat ini adalah bukti nyata bahwa para pelaku usaha masih memiliki keinginan kuat (komitmen) dalam menjalankan bisnis dan menghasilkan keuntungan (profit). Entrepreneurial self-efficacy juga berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis Entrepreneurial commitment. Artinya bahwa, semakin kuat keyakinan seorang wirausaha terhadap keberhasilan usahanya, maka dapat menciptakan dan mendorongnya konsistensi loyalitasnya terhadap keberlangsungan usaha. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan adanya peranan Entrepreneurial commitment sebagai mediator dalam mengintervensi hubungan antara self-efficacy dan kinerja bisnis. Hal ini memberikan gambaran secara general bahwa, komitmen wirausaha tidak hanya berdampak langsung terhadap peningkatan atau hasil kerja bisnis, tetapi

mampu memberikan kontribusi secara tidak langsung terhadap keuntungan dalam suatu bisnis.

Saran

Pada masa yang akan datang, UMKM Kedai Kopi di Tangerang Selatan perlu meningkatkan kinerja bisnisnya tidak hanya dari sisi financial tetapi dari sisi non-financial yaitu: (a) secara kontinyu selalu mempersepsipkan secara positif bahwa usahanya saat ini mampu melahirkan kesejahteraan bagi pelau usaha dan masyarakat; (b) terus meyakini atas kemampuan (pengetahuan dan keterampilan) menjalankan bisnis kopi akan memnciptakan kesuksesan dimasa depan; (c) mengidentifikasi kembali masalah bisnis yang pernah dihadapi untuk merumuskan strategi baru dalam berbagai perspektif (misalnya marketing, sdm, keuangan, dan lainnya); dan tidak kalah pentingnya adalah (d) secara kontinyu meyakini bahwa loyalitas atau komitmen untuk tetap berjalan bisnis kopi karena mampu memberikan benefit kepada berbagai pihak.

Penelitian kuantitatif yang menggunakan variabel entrepreneurial self-efficacy dan commitment banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, namun belum menyetuh secara spesifik dan belum ada kajian atau studi kualitatif dan/atau metode campuran. Karena itu, penelitian dimasa akan datang dapat menambahkan variabel lain, namun mungkin dapat diperluas menggunakan metode campuran sehingga lebih terungkap kekuatan hubungan psikologis (efikasi diri dan komitmen) terhadap kinerja UMKM.

REFERENSI

- Agustina, T., Nurhikmah, N., & Rudiansyah, M. (2022). The Influence of Locus of Control, Self-Efficacy, and Adversity Quotient on Business Performance. *Jurnal Economia*, 18(1), 1–15. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i1.34013>
- Ambarawati, T., Djatmika, E. T., & Handayanti, P. (2022). Entrepreneurial Values On Business Performance: Entrepreneurial Commitment As A Mediation. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 3(2), 234–241. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v3i2.139>
- Ambarwati, T., & Fitriasaki, F. (2021). Efikasi Diri Terhadap Kinerja Usaha Dengan Komitmen Berwirausaha Sebagai Variabel Mediasi Pada Umkm. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1430–1439. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1430-1439>
- Anggadwita, G., & Mustafid, Q. Y. (2014). Identification of Factors Influencing the Performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, 415–423. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.448>
- Antoni. (2014). Muslim Entrepreneurship: Membangun Muslim Peneurs Characteristics Dengan Pendekatan Knowledge Based Economy. *EL-HIKAM: Jurnal Pendidikan Dan Kajian Keislaman*, VII(2), 326–352.
- Ayoade, E. O., Adegbuyi, O., & Ogunnaike, O. O. (2018). Entrepreneurs' commitment and business performance in a recessed economy. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24(1), 11–22. <https://doi.org/10.21125/iceri.2017.2259>
- Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*, 1(11), 81–96. www.ijbcnet.com
- Caliendo, M., Kritikos, A. S., Rodriguez, D., & Stier, C. (2023). Self-Efficacy and Entrepreneurial Performance of Start-Ups. *SSRN Electronic Journal*, 1–25. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4325294>

- Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2009). *Understanding the Tntrepreneurial Mind*. New York: Springer Science and Business Media.
- Chien-Chi Tseng. (2010). The Effects of Learning Organization Practices on Organizational Commitment and Effectiveness for Small and Medium-Sized Enterprises in Taiwan. *ProQuest Dissertations and Theses*, 1–24.
- Colquitt, J. A., Lepine, J. A., & Wesson, M. J. (2014). *Organizational Behavior: Improving Performance 4th* (4th Editio). McGraw-HillIrwin, New York.
- Davis, K., & Newstrom. (2002). *John, W. 2002. Organizational Behavior At Work. 11 edition*. New York. Mc Graw - Hill.
- Drnovšek, M., Wincent, J., & Cardon, M. S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: Developing a multi-dimensional definition. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16(4), 329–348. <https://doi.org/10.1108/13552551011054516>
- George, J. M., & Jones. (2008). *Understanding and Managing Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip. SemarangHarnanto. 2017. Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis. Yogyakarta: BPF.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Rstedt, M. (2014). *A Primier On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Vol. 21, Issue 1). America: SAGE Publication, Inc.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarsted, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 114–135. <https://doi.org/doi:10.1007/s11747-014-0403-8>
- Indrawati, N. K., Salim, U., Djumahir, & Djawahir, A. H. (2015). Moderation Effects of Entrepreneurial Self-efficacy in Relation between Environmental Dimensions and Entrepreneurial Alertness and the Effect on Entrepreneurial Commitment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 13–22. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.281>
- Jaeger, C. M., & Schultz, P. W. (2017). Coupling social norms and commitments: Testing the underdetected nature of social influence. *Journal of Environmental Psychology*, 51, 199–208. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.03.015>
- Kaczmarek, M., & Piotr, K. K. (2016). Personality traits and selfefficacy as predictors of business performance: A longitudinal study. *Annals of Psychology*, 19(1), 103–120. <https://doi.org/10.18290/rpsych.2016.19.1-4pl>
- Khalil, M., Khan, M. A., Zubair, S. S., Saleem, H., & Tahir, S. N. (2021). Entrepreneurial self-efficacy and small business performance in Pakistan. *Management Science Letters*, 11, 1715–1724. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.2.011>
- Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440–449. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.02.004>
- Marwan, Rajak, A., & Yallo, A. M. (2018). Pengaruh Locus of Control dan Self-Efficacy Terhadap Komitmen Organisasi Pegawai Pada Balai Latihan Kerja (BLK) Di Kota Ternate. *Jurnal Manajemen Sinergi (JMS)*, 6(1), 126–128.
- Putri, E. (2023). Financial Attitude , Marketing Strategy , Locus of Control , And Self-Efficacy

- on MSME Performance. *The International Journal of Business Management and Technology*, 7(2), 465–478.
- Radipere, S. (2014). The effects of start-up factor (self-efficacy) on business performance. *Corporate Ownership and Control*, 12(1CONT7), 671–682. <https://doi.org/10.22495/cocv12i1c7p6>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational Behavior and Management, Ninth Edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Rostinia, R., Souisab, W., Masmarulanc, R., & Yasinc, N. A. (2021). Competitiveness development, learning orientation, entrepreneurial commitment and business performance in the silk industry. *Management Science Letters*, 11, 903–908. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.10.008>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2018). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-keahlian. Edisi 6. Buku 2*. Salemba Empat. Jakarta.
- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat Danproses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Udriyah, Tham, J., & Ferdous Azam, S. M. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile smes. *Management Science Letters*, 9(9), 1419–1428. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.009>
- Vancouver, J. B., Thompson, C. M., Tischner, E. C., & Putka, D. J. (2002). Two studies examining the negative effect of self-efficacy on performance. *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 506–516. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.3.506>
- Winardi, J. (2003). *Entrepreneur Dan Entrepreneurship*. Jakarta: Prenada Media.
- Zulkifli, S. N. 'Atikah, & Perera, N. (2011). *A literature analysis on business performance for SMES-subjective or A literature analysis on business performance for SMES-subjective or objective measures? objective measures?* 1–11. <https://ro.uow.edu.au/gsbpapers>