

2. Peran Role Model dan Identitas Entrepreneurial untuk Meningkatkan Kinerja dalam Berwirausaha

by Tommy C. Efrata

Submission date: 17-Jan-2023 10:09AM (UTC+0700)

Submission ID: 1993895539

File name: Paper866.pdf (459.56K)

Word count: 3688

Character count: 24255

PERAN *ROLE MODEL* DAN IDENTITAS *ENTREPRENEURIAL* UNTUK MENINGKATKAN KINERJA DALAM BERWIRAUSAHA

Tommy C. Efrata¹⁾, Maichal²⁾

Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Ciputra

¹⁾email: tommy.christian@ciputra.ac.id

²⁾email: maichal@ciputra.ac.id

Abstrak: Pengembangan identitas *entrepreneurial* merupakan bagian penting dari pengembangan kompetensi kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *role model* terhadap kinerja berwirausaha dengan mediasi identitas *entrepreneurial*. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menjalankan usaha rintisan, selama 2 sampai 3 tahun, dengan omset kurang dari 4,8 milyar per tahun. Metode sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Total terdapat 57 responden yang dinyatakan layak sebagai sampel dalam penelitian ini. Data yang terkumpul melalui kuisioner diolah dengan menggunakan *partial least square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *role model* secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja berwirausaha. Pengaruh *role model* terhadap kinerja berwirausaha dimediasi oleh identitas *entrepreneurial*. Temuan dari penelitian ini dapat mengisi celah konseptual dengan menjelaskan keterkaitan antara *role model*, identitas *entrepreneurial* dan kinerja kewirausahaan. Keberadaan identitas *entrepreneurial* yang memediasi hubungan antara *role model* dan kinerja berwirausaha, menunjukkan pentingnya seorang *entrepreneur* dalam memilih *role model*-nya dalam rangka meningkatkan kinerja berwirausaha

Kata Kunci: *role model*, identitas *entrepreneurial*, kinerja berwirausaha

Pendahuluan

Entrepreneurship merupakan topik yang sering didiskusikan guna memberikan akselerasi pertumbuhan ekonomi dan solusi bagi masalah pengangguran dalam perekonomian suatu negara. Indonesia sebagai negara berkembang yang mempunyai total populasi penduduk keempat terbanyak di dunia—memiliki tantangan untuk memberikan kesempatan bekerja bagi masyarakatnya. Ketersediaan lapangan pekerjaan merupakan suatu keharusan untuk dapat menekan angka kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat. Badan Pusat Statistik (BPS, 2015) menunjukkan perbandingan tingkat pengangguran di beberapa negara ASEAN, yang mana pada tahun 2014 tingkat pengangguran di Singapura, Thailand, Malaysia, dan Indonesia masing-masing sebesar 2%, 0,8%, 2,9%, dan 5,9%. Apabila dibandingkan dengan negara ASEAN lainnya - Indonesia memiliki tantangan untuk dapat bersaing dalam menekan angka pengangguran. Tentunya, dengan jumlah penduduk Indonesia yang tercatat pada tahun 2010 mencapai 237 juta jiwa, bukan hal yang mudah untuk menurunkan tingkat pengangguran.

Prieger *et al.*, (2016) menunjukkan bahwa *entrepreneurship* di negara berkembang dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi dibandingkan dengan negara maju. Pada sisi lain, Prieger *et al.* (2016) menyatakan bahwa negara berkembang memiliki lebih banyak usaha kecil, namun tidak didukung dengan jumlah *entrepreneur* yang memadai. Keberadaan usaha kecil di negara berkembang umumnya didominasi oleh sektor informal yang merupakan sumber pendapatan dan pekerjaan bagi sebagian besar masyarakat (Babbitt *et al.*, 2015). Salah satu masalah yang dihadapi Indonesia untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan angkatan kerja adalah kurangnya jumlah *entrepreneur*. Jumlah *entrepreneur* di Indonesia pada tahun 2011 hanya sebesar 0,5% dari total populasi, meningkat menjadi 1,5% di tahun 2012 (Rasuanto, 2013), serta pada kuartal kedua tahun 2014 menjadi 1,65% (Santoso, 2014). Kehadiran *entrepreneur* dapat memberikan lapangan pekerjaan yang lebih banyak bagi masyarakat, sehingga dengan terserapnya angkatan kerja, maka akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat.

Untuk itu, dalam rangka meningkatkan jumlah *entrepreneur* di Indonesia, berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta mendesain program pembelajaran berbasis kewirausahaan yang dapat mendorong minat generasi muda khususnya mahasiswa untuk menjadi *entrepreneur*. Pendidikan *entrepreneurship* memiliki peran penting dalam meningkatkan intensi untuk berwirausaha (Sondari, 2014). Maresch *et al.* (2016) menunjukkan bahwa *role model* memiliki peran penting dalam keberhasilan pendidikan kewirausahaan, terutama ketika mahasiswa menganggap bahwa terdapat kesenjangan antara teori yang dipelajari dan aplikasi praktisnya. Mahasiswa cenderung akan memiliki motivasi yang rendah dalam pendidikan kewirausahaan, apabila mahasiswa tersebut memiliki pandangan bahwa terdapat kesenjangan teori-aplikasi praktis yang sangat lebar dalam pendidikan kewirausahaan yang ditempuhnya. Sehingga, keberadaan *role model* dapat menjadi jembatan untuk mengatasi kesenjangan teori-aplikasi praktis tersebut.

Selain itu, seorang *entrepreneur* dalam mengambil sebuah keputusan untuk mendirikan usaha rintisan (*start-up business*) dan pengembangan usaha tersebut tidaklah hanya ditentukan oleh diri *entrepreneur* itu sendiri—tetapi juga terdapat kontribusi dari orang lain (*role model*) (Bosma *et al.*, 2012). Bosma *et al.* mendefinisikan *role model* sebagai seseorang yang dapat dijadikan referensi umum untuk dicontoh dan ditiru oleh orang lain dan sekaligus dapat

merangsang dan menginspirasi orang lain untuk membuat keputusan dan mencapai tujuan tertentu.

Identitas menggambarkan citra diri seseorang terkait bagaimana seseorang memandang dirinya sendiri serta bagaimana pandangan diri tersebut ditentukan oleh tindakannya sehari-hari (Akerlof dan Kranton, 2005). Dengan demikian, identitas seseorang akan terlihat dari pola perilakunya sehari-hari—bagaimana orang tersebut berperilaku, itulah cerminan dari identitasnya. Sehingga, memiliki identitas *entrepreneurial* berarti bahwa seseorang membentuk kepribadiannya dan cara berperilakunya sebagai seorang *entrepreneur*, yaitu menciptakan inovasi dan nilai dari segala sesuatu yang dikerjakannya (Falck *et al.*, 2012). Donnellon *et al.* (2014) berpendapat bahwa pengembangan identitas *entrepreneurial* merupakan bagian penting dari pengembangan kompetensi kewirausahaan seperti keterampilan dan pengetahuan, terutama jika tujuan pendidikan adalah belajar mempraktekan kewirausahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran *role model* dan identitas *entrepreneurial* terhadap kinerja berwirausaha. Keberadaan *role model* memiliki keterkaitan terhadap pembentukan identitas *entrepreneurial* (Donnellon *et al.*, 2014). Keberadaan *role model* berkaitan dengan bagaimana individu mengenali identitas *entrepreneurial*-nya—yang pada akhirnya dapat menjadi faktor penentu kinerja berwirausaha.

Kajian Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

Role Model dan Identitas Entrepreneurial

Identitas memainkan peran penting dalam menjelaskan minat individu untuk menjadi *entrepreneur* (Falck *et al.*, 2012). Bucher dan Stelling (1977, dalam Gibson, 2004) menunjukkan bahwa keberadaan *role model* dapat membantu seseorang dalam menciptakan visi individual (*ideal self*). Selain itu, Gibson (2004) juga menyatakan bahwa pentingnya *role model* terletak pada fungsi-fungsi yang saling berkaitan antara pembelajaran, motivasi dan inspirasi dan membantu individu untuk menentukan *self-concept*. Identitas tidak terletak dalam kepribadian individu, melainkan didasari melalui interaksi antara individu, masyarakat dan budaya (Down dan Warren, 2008). Dengan kata lain, identitas terbentuk melalui aktivitas sehari-hari ketika menjalankan bisnis dengan orang lain (Fuller *et al.*, 2008). Identitas *entrepreneurial* membentuk kepribadian melalui proses pembelajaran sosial yang terjadi ketika seorang individu berinteraksi dengan individu lainnya. Kepribadian merupakan salah satu perwujudan dari perilaku seseorang,

di mana perilaku hanya dapat dijelaskan oleh interaksi faktor personal dan situasional (seperti hadirnya *role model*) (Kuratko dan Hodgetts, 2001). Oleh karena itu, Chlosta *et al.* (2012) menyatakan bahwa kepribadian dan *role model* merupakan dua variabel yang saling melengkapi antara satu dengan yang lainnya.

Istilah *role model* mengacu pada dua konstruksi bangunan teoritis yang menonjol: pertama adalah konsep dari peran (*role*) yaitu kecenderungan individu untuk mengenali orang lain, serta kedua adalah konsep dari *modeling* yaitu kesesuaian secara psikologis dari keterampilan kognitif dan pola perilaku untuk mempersamakan dengan orang lain (Gibson, 2004). Hal tersebut juga mengimplikasikan bahwa individu tertarik dengan adanya panutan yang dipersepsikan memiliki kesesuaian pada hal karakteristik, perilaku dan tujuan (aspek peran), sehingga mereka dapat belajar mengenai kemampuan dan keterampilan tertentu (aspek model) (Bosma *et al.*, 2012).

H₁: Semakin berperan keberadaan *role model* dapat menggambarkan perilaku yang dapat menjadikannya sebagai panutan berwirausaha, semakin individu dapat mengidentifikasi dirinya sebagai seorang *entrepreneur*.

Identitas Entrepreneurial dan Kinerja Berwirausaha

Role model diharapkan dapat dijadikan panutan atau sumber inspirasi dan memiliki dampak yang positif terhadap kinerja berwirausaha. Merujuk pada *social cognitive theory* (Bandura, 1986), individu akan dengan cepat belajar dan bekerja secara lebih efektif ketika individu tersebut memiliki *role model* yang secara aktif memperlihatkan contoh perilaku nyata, dibandingkan misalnya hanya memberikan deskripsi secara verbal. Individu memiliki kecenderungan untuk meniru perilaku dari individu lain yang memiliki status yang lebih tinggi, yang dianggap memiliki kredibilitas serta keandalan (Bandura, 1986). Kompetensi *role model* serta adanya kemiripan identitas antara *role model* dan individu akan meningkatkan kinerja dari individu tersebut (Marx dan Ko, 2012).

Lebih jauh, hasil kajian Down dan Warren (2008), berdasarkan analisis dari beberapa hasil penelitian menyatakan bahwa *entrepreneur* adalah seorang operator budaya yang terampil dalam memanipulasi persepsi diri (*entrepreneurial self*) untuk mencapai hasil yang diinginkan bagi usaha mereka. Selain itu, Dawn dan Warren juga menekankan pentingnya merumuskan identitas *entrepreneurial* untuk diri dan perusahaan dalam memperoleh legitimasi dalam tahap awal mendirikan sebuah bisnis. Terkait hubungan antara *entrepreneurial personality* dan proses

entrepreneurial yang akan menentukan kinerja perusahaan, Chapman (2000) menyatakan bahwa kepribadian, keyakinan, nilai-nilai dan perilaku individu merupakan faktor-faktor yang memberikan dampak yang kuat dalam menentukan masa lalu, masa kini dan masa depan sebuah bisnis.

Identitas *entrepreneurial* dapat diperoleh melalui sebuah proses belajar dan interaksi sosial yang melibatkan *role model* dalam proses tersebut. Jika seorang individu mengenali identitas dirinya sebagai *entrepreneur*, maka individu tersebut akan mencurahkan waktu lebih banyak untuk menjalankan usaha, sehingga individu tersebut lebih proaktif dalam merespon peluang pasar (Stewart *et al.*, 2016).

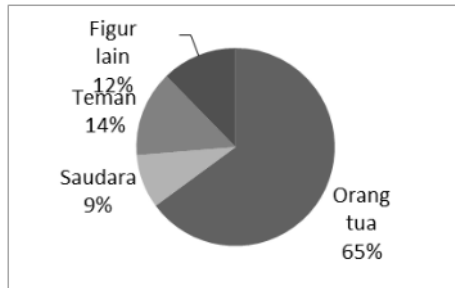
H₂: Semakin berperan keberadaan *role model* dapat menggambarkan perilaku yang dapat menjadikannya sebagai panutan dalam berwirausaha, semakin baik kinerja berwirausaha individu.

H₃: Semakin individu dapat mengidentifikasi dirinya sebagai seorang *entrepreneur*, semakin baik kinerja berwirausaha individu.

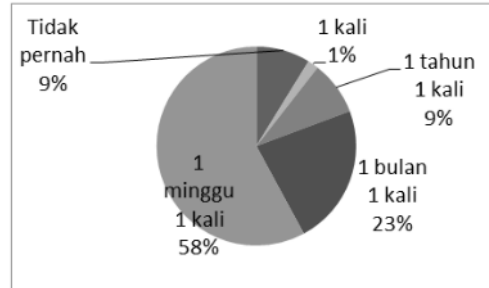
Metode Penelitian

Subyek penelitian ini adalah *entrepreneur* muda yang menjalankan usaha rintisan (*start-up business*). Secara spesifik, populasi yang dipilih pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Ciputra yang sedang menjalankan usaha rintisan, selama 2 sampai 3 tahun, dengan omset kurang dari 4,8 milyar per tahun. Metode sampling yang digunakan adalah *simpel random sampling*. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner. Persepsi responden terhadap variabel penelitian diukur dengan 7 tingkatan pada skala Likert. Total terdapat 57 responden yang dinyatakan layak sebagai sampel dalam penelitian ini. Gambar 1 menunjukkan komposisi persentase responden berdasarkan *role model* kewirausahaan. Orang tua diakui oleh 65% responden sebagai *role model* dalam berwirausaha, diikuti oleh teman (14%), figur lain yang diamati secara khusus (12%) serta saudara atau kerabat (9%). Dilihat dari persentase interaksi dengan *role model*, 58% responden mengakui cukup dekat, dengan intensitas yang sangat tinggi yaitu setidaknya bertemu seminggu sekali (lihat Gambar 2). Hal ini dinilai cukup wajar, mengingat sebagian besar responden memilih orang tua sebagai *role model*-nya. Yang menarik justru 9% responden tidak pernah bertemu dengan *role model*-nya. Dalam hal ini, responden

memilih figur atau tokoh yang dikenal secara luas sebagai orang yang sukses berwirausaha sebagai *role model*.



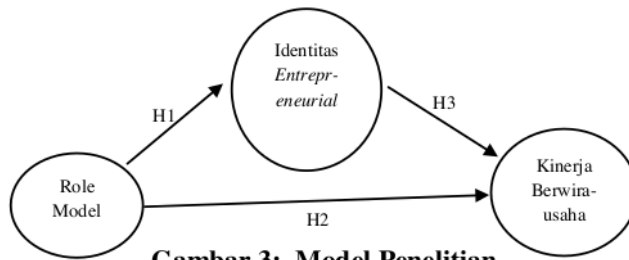
Gambar 1: Role Model Kewirausahaan



Gambar 2: Intensitas Interaksi dengan Role Model

Mengikuti definisi *role model* dari Bosma *et al.* (2012), yang dimaksud *role model* dalam penelitian ini adalah referensi umum yang melekat pada individu yang berperan sebagai panutan yang mampu menstimulasi atau menginspirasi untuk mengambil keputusan atau meraih tujuan tertentu. Indikator *role model* meliputi: (i) inspirasi: meliputi *role model* sebagai sumber inspirasi; (ii) validasi kemampuan diri: meliputi *role model* sebagai tolok ukur kemampuan diri; (iii) teladan: meliputi *role model* sebagai tuntunan berperilaku; (iv) dukungan: *role model* sebagai motivator untuk mencapai tujuan.

Sejalan dengan Donellon *et al.* (2014) yang dimaksud identitas *entrepreneurial* dalam penelitian ini adalah persepsi identitas individu pada kedekatan atau kesamaan diri sebagai *entrepreneur*. Indikator pada variabel ini meliputi: (i) peluang untuk melakukan hal yang sama; (ii) kendali dalam menjalankan usaha; (iii) adanya keunggulan dan keunikan; (iv) penampilan yang menunjang; (v) daya persuasif. Mengikuti Wiklund dan Shepard (2003), indikator kinerja berwirausaha dalam penelitian ini menggunakan *proxy* kinerja usaha, yaitu meliputi (i) peningkatan laba bersih usaha; (ii) peningkatan nilai usaha (iii) nilai perusahaan; (iv) peningkatan arus kas pada usaha. Berdasarkan hipotesis penelitian yang telah dikembangkan, maka model pada penelitian ini adalah seperti yang disajikan pada Gambar 1. Metode *Partial Least Square (PLS)* digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan.



Gambar 3: Model Penelitian

Hasil dan Pembahasan

Suatu model statistik harus menghasilkan hasil penaksiran yang valid. Untuk menghasilkan hasil analisis statistik yang valid, maka model penelitian harus melalui uji validitas dan reliabilitas. Parameter yang digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan pengujian validitas konvergen dan diskriminan. Parameter uji validitas konvergen dilihat dari skor *Average Variance Extracted* (AVE) dan *communality* yang masing-masing harus bernilai diatas 0,5—sedangkan untuk uji validitas diskriminan, parameter yang diukur adalah dengan membandingkan akar dari AVE suatu konstruk harus lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel laten tersebut atau dengan melihat skor *cross loading* (Jogiyanto & Abdillah, 2009).

Tabel 1 menunjukkan nilai AVE dan *communality* untuk variabel identitas *entrepreneurial*, kinerja berwirausaha dan *role model* lebih besar dari 0,5, yaitu masing-masing sebesar 0,515, 0,630 dan 0,731. Nilai *cross loading* yang terdapat pada Gambar 4 memiliki nilai terendah sebesar 0,612 untuk konstruk Y1.4, serta nilai tertinggi sebesar 0,886 untuk konstruk X1.2. Dengan demikian, nilai *cross loading* pada seluruh konstruk yang mengukur variabel laten berada dikisaran 0,6-0,8, sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk (indikator) yang digunakan untuk mengukur variabel laten valid.

Tabel 1: Nilai AVE dan *Communality*

	AVE	<i>Communality</i>
<i>Identitas Entrepreneurial</i>	0,515307	0,515307
<i>Kinerja</i>	0,630955	0,630955
<i>Role Model</i>	0,731718	0,731718

Tabel 2 menunjukkan nilai akar AVE dari variabel laten lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi variabel laten. Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan uji validitas diskriminan, model penelitian dinyatakan valid. Pengukuran yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah dengan melihat nilai *cronbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Untuk dapat dikatakan suatu konstruk reliabel, maka nilai *cronbach's alpha* harus lebih besar 0,6 dan nilai *composite reliability* harus lebih besar 0,7 (Jogiyanto & Abdillah, 2009).

Tabel 2: Nilai Korelasi Variabel Laten dan Akar AVE

	Identitas <i>Entrepreneurial</i>	Kinerja	<i>Role Model</i>	Akar AVE
Identitas				0,7178
<i>Entrepreneurial</i>	1,000000			
Kinerja	0,380920	1,000000		0,7943
<i>Role Model</i>	0,448568	0,216322	1,000000	0,8554

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6 dan nilai *composite reliability* lebih besar dari 0,7. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa hasil uji reliabilitas dinyatakan valid. Oleh karena itu, model penelitian setelah melalui uji validitas dan reliabilitas dinyatakan baik dan dapat digunakan untuk mengestimasi hubungan antara *role model*, identitas *entrepreneurial* dan kinerja berwirausaha.

Tabel 3. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
<i>Identitas Entrepreneurial</i>	0,780215	0,840449
<i>Kinerja</i>	0.809474	0,872082
<i>Role Model</i>	0.882585	0,915944

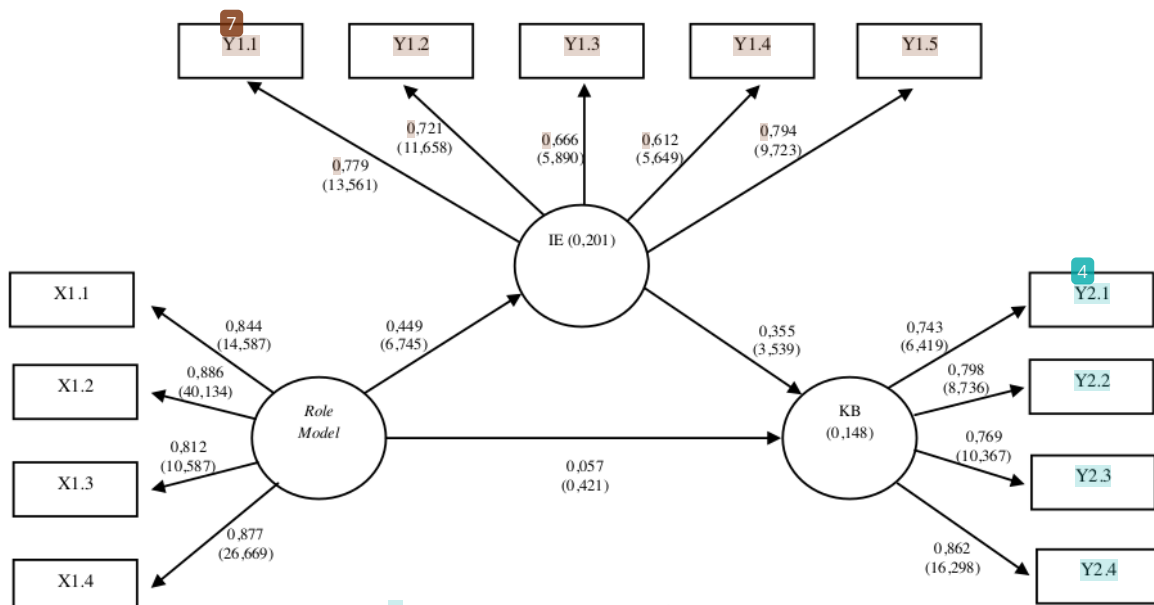
Gambar 4 menunjukkan model penelitian dilengkapi dengan koefisien korelasi dan nilai t-statistik. Nilai t-statistik yang terdapat pada *outer model* menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten dinyatakan secara signifikan mampu mengukur variabel latennya. Seluruh nilai t-statistik *outer model* signifikan pada tingkat signifikansi 5 persen. Sedangkan untuk nilai t-statistik yang terdapat pada *inner model* ditemukan bahwa *role model* mempengaruhi identitas *entrepreneurial* secara signifikan pada tingkat signifikansi 5

persen. Nilai t-statistik pengaruh *role model* terhadap identitas *entrepreneurial* ditemukan sebesar 6,745 - lebih besar dari 1,96. Dengan demikian, H₁ pada penelitian ini diterima. Pengaruh identitas *entrepreneurial* terhadap kinerja berwirausaha signifikan pada tingkat kepercayaan 5 persen, di mana nilai t-statistik sebesar 3,539 lebih besar dari 1,96. Sehingga, H₃ pada penelitian ini diterima atau terpenuhi.

H₂ pada penelitian ini ditolak atau tidak terpenuhi. Nilai t-statistik pengaruh *role model* terhadap kinerja berwirausaha adalah sebesar 0,421 atau lebih kecil dari 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan *role model* sebagai panutan untuk berwirausaha tidaklah cukup untuk dapat membuat kinerja berwirausaha yang dijalankan tersebut menjadi semakin baik. Hasil penelitian ini ternyata mendukung hasil penelitian Rich (1997) yang menemukan tidak adanya efek langsung antara *role model* dan individu. Dalam penelitiannya, Rich menjelaskan bahwa keberadaan *role model* hanya akan berdampak pada individu apabila terdapat *trust* dari individu terhadap kompetensi dan kinerja dari *role model*.

Pengujian identitas *entrepreneurial* sebagai mediasi dilakukan menggunakan Sobel test. Nilai Z-test pada pengujian ini menunjukkan nilai 5,302, sehingga dapat disimpulkan bahwa identitas *entrepreneurial* memediasi pengaruh antara *role model* dan kinerja berwirausaha. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keberadaan *role model* menjadi sangat penting untuk meningkatkan kinerja berwirausaha, jika *role model* tersebut berfungsi untuk membentuk identitas *entrepreneurial* responden. Keberadaan *role model* bagi pelaku usaha rintisan menjadi penting, karena dengan adanya *role model*, pelaku usaha memiliki peluang untuk mengamati perilaku *role model* untuk membentuk potensi diri, persepsi dan tindakan—melalui upaya untuk meniru dan memodifikasi tindakan yang dilakukan *role model* (Gibson, 2003; Chlosta *et al.*, 2012; BarNir *et al.*, 2011).

Membentuk identitas *entrepreneurial* dalam hal ini berarti bahwa dengan adanya *role model*, responden sebagai pelaku usaha rintisan menjadi semakin yakin bahwa dirinya pun memiliki peluang yang sama untuk sukses seperti *role model* yang dijadikan panutan (Gibson, 2003). Pada penelitian ini, sebagian besar responden memilih orang tua sebagai *role model*. Intensitas responden dalam berinteraksi dengan *role model* juga relatif tinggi. Kedekatan karakteristik antara *role model* dan individu serta tingginya intensitas interaksi antara keduanya dalam berinteraksi mempermudah individu dalam membentuk identitas *entrepreneurial* (Gibson, 2003).



Gambar 4: Hasil Analisis *Partial Least Square*

Keterangan: IE merupakan Identitas *Entrepreneurial*, KB merupakan Kinerja Berwirausaha.

Pembentukan identitas *entrepreneurial* melalui *role model* juga sangat menentukan bagaimana kemampuan seorang pengusaha dalam mengendalikan bisnis yang dijalankannya, secara khusus terkait pengambilan keputusan ditengah ketidakpastian bisnis (Falck *et al.*, 2012). Keberadaan *role model* akan menyediakan akses informasi yang memungkinkan untuk memprediksi kondisi bisnis yang akan datang sehingga dapat mengurangi ketidakpastian (Falck *et al.*, 2012). *Role model* dapat menceritakan pengalaman yang telah ditempuhnya dalam menjalani bisnis, yang mana melalui cerita tersebut identitas *entrepreneurial* dapat terbentuk (Donnellon *et al.*, 2014). Cerita pengalaman yang disampaikan *role model* dapat menjadi salah satu sumber informasi yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha rintisan untuk mengurangi ketidakpastian bisnis (Lounsbury dan Glynn, 2001).

Kesimpulan dan Saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *role model* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja *berwirausaha* secara langsung. *Role model* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap identitas *entrepreneurial*, selanjutnya identitas *entrepreneurial* berengaruh signifikan terhadap kinerja *berwirausaha*. Temuan ini membuktikan arti penting dari keberadaan *role*

model dalam meningkatkan kinerja berwirausaha. Selanjutnya, keberadaan identitas *entrepreneurial* yang memediasi hubungan antara *role model* dan kinerja berwirausaha, menunjukkan pentingnya seorang *entrepreneur* dalam memilih *role model*-nya. Entrepreneur muda dapat mempertimbangkan untuk memilih *role model* kewirausahaan yang memiliki kesamaan karakteristik dengan dirinya. Selain itu, interaksi yang intensif dengan *role model* akan membantu dalam pembentukan identitas *entrepreneurial*. Temuan dari penelitian ini dapat mengisi celah konseptual dengan menjelaskan keterkaitan antara *role model*, identitas *entrepreneurial* dan kinerja kewirausahaan. Lebih jauh, manfaat praktis dari hasil penelitian ini pada pendidikan kewirausahaan, adalah untuk mendorong para pendidik agar dapat mengarahkan peserta didik untuk menentukan *role model* kewirausahaannya. Role model yang tepat akan memberikan dampak yang lebih besar terhadap pembentukan identitas *entrepreneurial* peserta didik, agar memiliki peluang lebih besar untuk sukses dalam berwirausaha. Penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada bentuk interaksi *strong-ties*, *weak-ties* antara *role model* kewirausahaan dan *entrepreneur*, serta kemungkinan adanya negatif *role model* kewirausahaan yang berpengaruh pada pembentukan identitas *entrepreneurial*.

Daftar Pustaka

- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2005). Identity and the Economics of Organizations. *The Journal of Economic Perspectives*, 19(1), 9-32.
- Babbitt, L. G., Brown, D., & Mazaheri, N. (2015). Gender, Entrepreneurship, and the Formal_Informal Dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163-174.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall, Inc.
- BarNir, A., Watson, W. E., & Hutchins, H. M. (2011). Mediation and Moderated Mediation in the Relationship Among Role Models, Self-Efficacy, Entrepreneurial Career Intention, and Gender. *Journal of Applied Social Psychology*, 41(2), 270-297.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Praag, M. V., & Verheul, I. (2012). Entrepreneurship and Role Models. *Journal of Economic Psychology*, 33, 410-424.
- BPS (2015). *Badan Pusat Statistik*, <https://www.bps.go.id/>
- Chapman, M. (2000). "When The Entrepreneur Sneezes, the Organization Catches a Cold": A Practitioner's Perspective on the State of the Art in Research on the Entrepreneurial

- Personality and the Entrepreneurial Process. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1), 27-101.
- Chlosta, S., Patzelt, H., Klein, S. B., & Dormann, C. (2012). Parental Role Model and the Decision to Become Self-Employed: The Moderating Effect of Personality. *Small Business Economics*, 38(1), 121-138.
- Donnellon, A., Ollila, S., & Middleton, K. W. (2014). Constructing Entrepreneurial Identity in Entrepreneurship Education. *The International Journal of Management Education*, 12, 490-499.
- Down, S., & Warren, L. (2008). Constructing Narratives of Enterprise: Cliches and Entrepreneurial Self-Identity. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(1), 4-23.
- Falck, O., Stephan, H., & Luedemann, E. (2012). Identity and Entrepreneurship: Do School Peers Shape Entrepreneurial Intentions? *Small Business Economics*, 39(1), 39-59.
- Fuller, T., Warren, L., & Argyle, P. (2008). Sustaining Entrepreneurial Business: A Complexity Perspective on Processes that Produce Emergent Practice. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, 1-17.
- Gibson, D. E. (2003). Developing the Professional Self-Concept: Role Model Construals in Early, Middle, and Late Career Stages. *Organization Science*, 14(5), 591-610.
- Gibson, D. E. (2004). Role Model in Career Development: New Directions for Theory and Research. *Journal of Vocational Behavior*, 65, 134-156.
- Jogiyanto, H., & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship, a contemporary approach* (5th ed.). Florida: Hartcourt College Publishers.
- Lounsbury, M., & Glynn, M. A. (2001). Cultural Entrepreneurship: Stories, Legitimacy, and the Acquisition of Resources. *Strategic Management Journal*, 22, 545-564.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm, B. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Intention of Students in Science and Engineering versus Business Studies University Programs. *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179.
- Marx, D. M., & Ko, S. J. (2012). Superstars “like” me: The effect of role model similarity on performance under threat. *European Journal of Social Psychology*, 42(7), 807-812.
- Prieger, J. E., Bampoky, C., Blanco, L. R., & Liu, A. (2016). Economic Growth and the Optimal Level of Entrepreneurship. *World Development*, 85, 95-109.
- Rasuanto, S. (2013). Fostering Indonesia's High-Impact Entrepreneurs. *Strategic Review*, 3(3), 6-10.

- Rich, G. A. (1997). The sales manager as a role model: Effects on trust, job satisfaction, and performance of salespeople. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(4), 319-328.
- Santoso, A. B. (2014, Desember 10). Analysis: Current Condition of Indonesia's Entrepreneurs. *The Jakarta Post*.
- Sondari, M. C. (2014). Is Entrepreneurship Education Really Needed?: Examining the Antecedent of Entrepreneurial Career Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 115, hal. 44-53.
- Stewart, S. A., Castrogiovanni, G. J., & Hudson, B. A. (2016). A Foot in Both Camps: Role Identity and Entrepreneurial Orientation in Professional Service Firms. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22(5), 718-744.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307-1314.

Acknowledgment: Penelitian ini didanai oleh program dana hibah penelitian DIKTI melalui skema Penelitian Hibah Bersaing Tahun Anggaran 2016.

2. Peran Role Model dan Identitas Entrepreneurial untuk Meningkatkan Kinerja dalam Berwirausaha

ORIGINALITY REPORT

17%

SIMILARITY INDEX

16%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	1%
2	juruperanan.blogspot.com Internet Source	1%
3	journal.uii.ac.id Internet Source	1%
4	repository.its.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uksw.edu Internet Source	1%
6	ojs.widyakartika.ac.id Internet Source	1%
7	www.slideshare.net Internet Source	1%
8	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
9	www.researchgate.net Internet Source	1%

10	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1 %
11	repository.wima.ac.id Internet Source	1 %
12	www.scilit.net Internet Source	1 %
13	Submitted to Universiti Putra Malaysia Student Paper	<1 %
14	Submitted to Universitas Lancang Kuning Student Paper	<1 %
15	jurnal.stikom.edu Internet Source	<1 %
16	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
17	dewey.petra.ac.id Internet Source	<1 %
18	ojs.uho.ac.id Internet Source	<1 %
19	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
20	www.repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
21	Harridhi Mukminin 'Azmi, Dedi Junaedi, Muhammad Rizal Arsyad, Faisal Salistia.	<1 %

"Komunitas Pengusaha Muslim : Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Dukungan Finansial dan Peluang Pasar terhadap Niat Berwirausaha", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022

Publication

22

Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Student Paper

<1 %

23

swanstatistics.com

Internet Source

<1 %

24

eprints.perbanas.ac.id

Internet Source

<1 %

25

repository.upi.edu

Internet Source

<1 %

26

www.neliti.com

Internet Source

<1 %

27

Mega Wati, Hida Yani. "Pengaruh Peran Tenaga Kesehatan, Peran Keluarga, Kondisi Kesehatan Fisik, Dan Motivasi Terhadap Kecemasan Pada Ibu Menopause", Citra Delima : Jurnal Ilmiah STIKES Citra Delima Bangka Belitung, 2020

Publication

<1 %

28

bagawanabiyasa.wordpress.com

Internet Source

<1 %

29 digilib.unhas.ac.id <1 %
Internet Source

30 jurnal.umb.ac.id <1 %
Internet Source

31 www.budpar.go.id <1 %
Internet Source

32 www.scribd.com <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On