

MOTIVASI SEBAGAI MODERASI PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN NORMA BUDAYA TERHADAP KESIAPAN BERWIRAUSAHA UMKM

Farza Azzahra¹, Agus Wibowo², Marsofiyati³

Pendidikan Administrasi Perkantoran, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

E-mail: zfarza6@gmail.com¹

ABSTRAK	Penelitian ini menganalisis pengaruh lingkungan sosial dan norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha pelaku UMKM di Griya Parahita, Pagedangan, dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan PLS-SEM, melibatkan 130 responden. Hasil menunjukkan bahwa lingkungan sosial dan norma budaya berpengaruh signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Motivasi memoderasi pengaruh lingkungan sosial, namun tidak pada norma budaya. Temuan ini menegaskan pentingnya motivasi dan dukungan sosial dalam pengembangan kewirausahaan UMKM.
Kata kunci	Lingkungan Sosial, Norma Budaya, Kesiapan Berwirausaha, Motivasi, UMKM
ABSTRACT	<i>This study analyzes the influence of social environment and cultural norms on entrepreneurial readiness among MSME actors in Griya Parahita, Pagedangan, with motivation as a moderating variable. A quantitative approach using PLS-SEM was employed, involving 130 respondents. The results indicate that both social environment and cultural norms significantly affect entrepreneurial readiness. Motivation moderates the relationship between social environment and readiness, but not between cultural norms and readiness. These findings highlight the importance of motivation and social support in fostering entrepreneurship among MSMEs.</i>
Keywords	Social Environment, Cultural Norms, Entrepreneurial Readiness, Motivation, MSMEs

1. PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), sektor UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sebagian besar tenaga kerja. Namun, keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh modal dan manajemen, tetapi juga oleh kesiapan individu untuk terjun ke dunia usaha. Kesiapan ini dapat dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial dan norma budaya yang membentuk pandangan serta perilaku kewirausahaan (Suryana, 2013).

Lingkungan sosial, termasuk dukungan dari keluarga, teman, dan komunitas, berperan penting dalam membentuk keyakinan dan motivasi seseorang untuk memulai usaha (Indrawati, 2017). Sementara itu, norma budaya juga memberikan pengaruh terhadap cara individu memandang risiko, kerja keras, dan inovasi (Hofstede, 2001). Namun, setiap individu tidak merespons kedua faktor tersebut secara seragam. Perbedaan tersebut salah satunya dipengaruhi oleh tingkat motivasi berwirausaha, yang dapat memperkuat atau bahkan melemahkan pengaruh lingkungan sosial dan norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha (Robbins & Judge, 2017).

Menurut McClelland (1961), salah satu karakter penting individu yang siap berwirausaha adalah dorongan berprestasi (need for achievement) yang tinggi, yang mendorong seseorang untuk menetapkan standar keberhasilan secara pribadi dan berani mengambil risiko. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi internal memiliki peran penting dalam kesiapan seseorang memulai dan menjalankan usaha. Selain itu, Hofstede (2001) menyatakan bahwa nilai budaya suatu masyarakat, seperti kolektivisme, ketidakpastian, dan penghindaran risiko, dapat memengaruhi perilaku kewirausahaan. Dalam konteks UMKM, norma budaya yang mendukung inovasi dan kemandirian cenderung memperkuat kesiapan berwirausaha. Kesiapan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal dan budaya, namun juga lingkungan sosial di sekitar individu. Menurut Wilson et al. (2007), persepsi efikasi diri dalam berwirausaha dapat ditingkatkan melalui dukungan sosial dari keluarga, teman, dan komunitas. Dukungan ini menjadi dorongan psikologis yang memperkuat keyakinan individu untuk terjun ke dunia usaha.

Meskipun berbagai program dukungan UMKM telah dijalankan oleh pemerintah dan swasta, pada kenyataannya masih banyak pelaku usaha kecil yang belum menunjukkan kesiapan berwirausaha secara optimal. Berdasarkan observasi awal di lingkungan Griya Parahita, Pagedangan, sebagian besar pelaku UMKM memulai usaha karena terpaksa akibat keterbatasan ekonomi, bukan karena dorongan motivasi internal atau kesiapan mental yang matang. Selain itu, pengaruh lingkungan sosial dan norma budaya belum sepenuhnya mendorong semangat kewirausahaan, melainkan lebih condong pada pola usaha informal yang bersifat turun-temurun. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara dukungan eksternal yang tersedia dan kesiapan aktual pelaku UMKM di lapangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lingkungan sosial dan norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha pelaku UMKM pasar malam di Griya Parahita, Pagedangan, Kota Tangerang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menguji peran motivasi sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori kewirausahaan, khususnya yang berkaitan dengan faktor sosial dan budaya serta peran psikologis individu. Secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi dasar bagi pelaku UMKM dan pemerintah dalam merancang program pemberdayaan kewirausahaan yang lebih efektif dan kontekstual sesuai kondisi sosial-budaya masyarakat lokal.

2. METODE PENELITIAN

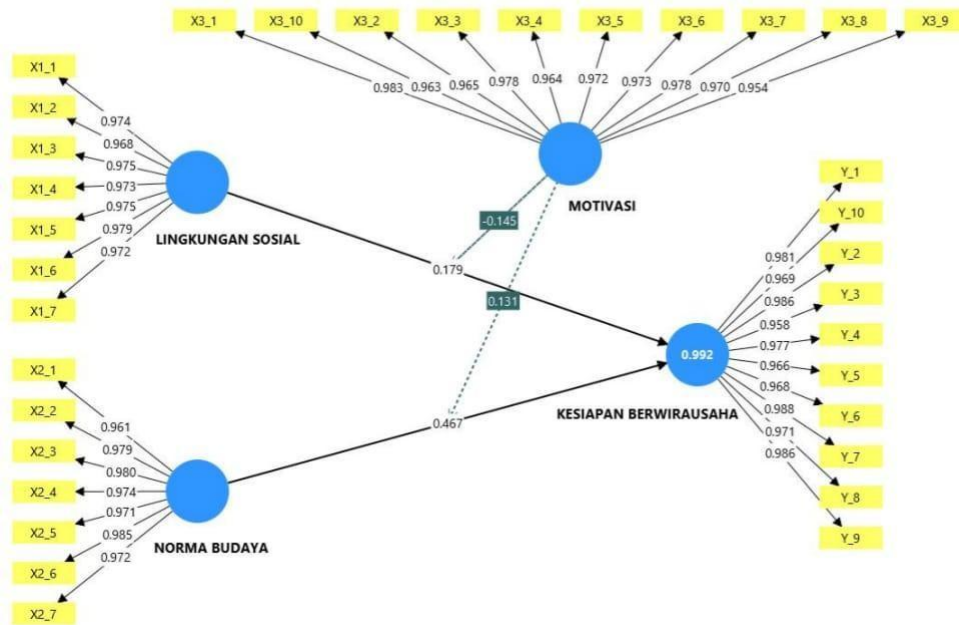
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antar variabel menggunakan metode Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Square (PLS-SEM). Teknik ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan kausal yang kompleks, termasuk efek moderasi antar variabel laten. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden terpilih. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 4 poin, mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 4 (Sangat Setuju), tanpa pilihan netral, agar responden terdorong untuk menunjukkan kecenderungan sikap yang jelas terhadap setiap pernyataan. Penyusunan indikator

didasarkan pada teori dan penelitian sebelumnya yang relevan untuk masing-masing variabel, yaitu lingkungan sosial, norma budaya, kesiapan berwirausaha, dan motivasi.

Tabel 1: Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
Lingkungan Sosial	jaringan/kelompok sosial, nilai sosial, dan dukungan/pengaruh sosial	Hisrich et al. (2017)
Norma Budaya	nilai dan kepercayaan bersama, aturan/pedoman perilaku, dan keteraturan dan stabilitas sistem nilai	Hofstede et al. (1976)
Motivasi	keinginan untuk mencapai keberhasilan, tujuan jelas dalam menjalankan usaha, keinginan untuk hidup mandiri, ketekunan dalam menghadapi kegagalan, ketertarikan dalam bidang usaha	McClland (1961)
kesiapan berwirausaha	pengetahuan tentang usaha, kesiapan menghadapi risiko, kemandirian dalam mengambil keputusan, sikap percaya diri dalam memulai usaha, kemampuan manajerial	Zimmerer, Scarborough, dan Wilson (2008)

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beraktivitas di pasar malam Griya Parahita, Pagedangan, Kota Tangerang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 130 orang, dengan kriteria telah menjalankan usaha minimal satu tahun. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Tahapan analisis meliputi pengujian outer model (validitas dan reliabilitas konstruk), inner model (nilai R^2 dan path coefficient), serta pengujian efek moderasi melalui nilai interaksi variabel. Model penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar.



Gambar 1: Model Penelitian

Uji validitas konvergen menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, yang berarti valid. Selain itu, nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha seluruh konstruk berada di atas 0,70, yang menandakan reliabilitas konstruk sangat baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, data yang digunakan berasal dari sebaran hasil kuesioner pada pelaku UMKM Griya Parahita, Pagedangan. Adapun hasil hipotesis yang diterima sebagai berikut:

a. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Kesiapan Berwirausaha

Hasil pengujian menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha ($\beta = 0,429$; T-statistik = 4,206; p-value = 0,000). Artinya, semakin tinggi dukungan dari lingkungan sosial seperti keluarga, teman, atau masyarakat sekitar, maka semakin tinggi pula kesiapan individu untuk menjalankan usaha. Temuan ini konsisten dengan teori sosial yang menyatakan bahwa dukungan sosial merupakan salah satu faktor eksternal penting dalam mendorong individu untuk memulai dan menekuni kegiatan kewirausahaan (Indrawati, 2017).

Koefisien Jalur	<i>Original sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>	Keterangan
(H1) Lingkungan Sosial → Kesiapan Berwirausaha	0,179	2,221	0,026	Terbukti
(H2) Norma Budaya → Kesiapan Berwirausaha	0,467	6,660	0.000	Terbukti
(H3) Motivasi x Lingkungan Sosial → Kesiapan Berwirausaha	-0,145	2,083	0.037	Terbukti
(H4) Motivasi x Norma Budaya → Kesiapan Berwirausaha	0,131	1,944	0.052	Tidak Terbukti

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Gambar 2: Output SmartPLS 4 (2025)

b. Pengaruh Norma Budaya terhadap Kesiapan Berwirausaha

Norma budaya juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha ($\beta = 0,199$; T-statistik = 2,033; p-value = 0,043). Ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya lokal yang mendorong kemandirian, kerja keras, dan keberanian mengambil risiko berperan dalam membentuk kesiapan pelaku UMKM untuk berwirausaha. Hasil ini mendukung pendapat Hofstede (2001), bahwa budaya nasional dan lokal dapat memengaruhi perilaku ekonomi masyarakat, termasuk kesiapan untuk menjadi wirausahawan.

c. Peran Moderasi Motivasi

Penelitian ini juga menguji apakah motivasi memoderasi pengaruh lingkungan sosial dan norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha. Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi tidak mampu memoderasi hubungan antara lingkungan sosial dan kesiapan berwirausaha ($\beta = -0,019$; T-statistik = 0,287; p-value = 0,774), maupun hubungan antara norma budaya dan kesiapan berwirausaha ($\beta = 0,016$; T-statistik = 0,242; p-value = 0,809). Nilai p yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi dua arah (two-tailed), efek interaksi antara variabel bebas dan motivasi tidak signifikan. Artinya, baik pengaruh lingkungan sosial maupun norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha tidak berubah secara bermakna meskipun individu memiliki tingkat motivasi yang tinggi atau rendah. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa motivasi dalam konteks ini tidak cukup kuat untuk mempengaruhi hubungan antara faktor eksternal dan kesiapan berwirausaha, atau bisa jadi faktor moderasi yang lebih cocok adalah variabel lain seperti pengalaman usaha atau pendidikan.

d. Nilai R² dan Implikasi Penelitian

Nilai R-square (R²) untuk variabel kesiapan berwirausaha sebesar 0,121, yang berarti bahwa variabel lingkungan sosial, norma budaya, serta interaksinya dengan motivasi hanya mampu menjelaskan 12,1% variasi kesiapan berwirausaha. Nilai R-

square (R^2) sebesar 0,121 menunjukkan bahwa model hanya mampu menjelaskan sebesar 12,1% variabilitas kesiapan berwirausaha. Meskipun termasuk kategori lemah, hal ini membuka ruang bagi penelitian selanjutnya untuk mempertimbangkan variabel lain yang berpengaruh secara signifikan terhadap kesiapan berwirausaha UMKM.

Dengan kata lain, terdapat faktor lain yang lebih besar pengaruhnya terhadap kesiapan berwirausaha, seperti pengalaman, pelatihan, akses terhadap modal, dan dukungan kebijakan. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pendamping UMKM untuk lebih menekankan aspek peningkatan kapasitas usaha dan pelatihan teknis secara langsung.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh lingkungan sosial dan norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha pelaku UMKM, serta menguji peran motivasi sebagai variabel moderasi. Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS terhadap 130 responden UMKM pasar malam Griya Parahita, diperoleh beberapa temuan utama. Pertama, lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Dukungan dari lingkungan sekitar seperti keluarga dan teman terbukti dapat meningkatkan kesiapan pelaku UMKM dalam memulai dan menjalankan usaha. Kedua, norma budaya juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiapan berwirausaha. Nilai-nilai budaya yang mendorong kemandirian dan kerja keras turut membentuk kesiapan individu dalam berwirausaha.

Namun demikian, motivasi tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara lingkungan sosial maupun norma budaya terhadap kesiapan berwirausaha. Efek interaksi antara motivasi dan kedua variabel independen tidak signifikan, sehingga tidak memperkuat atau memperlemah hubungan yang ada. Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti lingkungan dan budaya memiliki pengaruh langsung terhadap kesiapan berwirausaha, tetapi tidak dimoderasi oleh faktor internal motivasi. Oleh karena itu, pendekatan yang bersifat eksternal seperti dukungan sosial dan penguatan nilai budaya tetap perlu diperhatikan dalam upaya mendorong kewirausahaan di kalangan pelaku UMKM.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelaku UMKM mendapatkan dukungan sosial dan pelatihan kewirausahaan secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesiapan mereka dalam memulai usaha. Pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM dapat merancang program yang selaras dengan nilai-nilai budaya lokal, serta mengoptimalkan peran komunitas dalam memberikan motivasi dan informasi kewirausahaan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar menggunakan pendekatan campuran (mixed methods) serta mempertimbangkan variabel lain sebagai moderator, seperti pengalaman usaha, pendidikan, atau akses terhadap modal, guna memperkuat model penelitian dan meningkatkan nilai R^2 yang masih tergolong rendah.

5. DAFTAR PUSTAKA

Hisrich, R.D., Peters, M.P. and Shepherd, D.A. (2017). Entrepreneurship (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Indrawati, H. (2017). Pengaruh lingkungan sosial terhadap minat berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), pp.101–109.
- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Robbins, S.P. and Judge, T.A. (2017). *Organizational Behavior* (17th ed.). Harlow: Pearson Education.
- SmartPLS GmbH. (2025). *SmartPLS 4 User Manual*. Boenningstedt: SmartPLS GmbH.
- Suryana, Y. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wilson, F., Kickul, J. and Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), pp.387–406.
- Zimmerer, T.W. and Scarborough, N.M. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.