

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Peneliti dalam kajian pustaka ini akan mengemukakan tentang teori-teori apa saja yang berhubungan berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi. Dan pustaka yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai *Entrepreneurial Self Efficacy*, Motivasi Usaha Serta Keberhasilan Usaha.

2.1.1 Entrepreneurial Self Efficacy

2.1.1.1 Definisi Entrepreneurial Self Efficacy

Self efficacy yang didefinisikan oleh Bandura dalam Widaryati, (2013:96), ialah keyakinan yang dipegang oleh seseorang mengenai kemampuannya dan juga hasil yang nantinya akan diperoleh dari kerja kerasnya yang dimana akan mempengaruhi cara individu berperilaku.

Pada dasarnya, bahwa *self efficacy* ialah hasil proses yang kognitif berupa sebuah keputusan, keyakinan, bahkan penghargaan tentang sejauh mana individu tersebut memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan sebuah tugas atau tindakan tentu yang dimana diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan, menurut Sarumaha (2018).

Sedangkan menurut Aini, Purwana & Saptono (2015), *Self efficacy* ialah sebuah keyakinan yang ada di dalam diri seseorang yang mempengaruhi besarnya motivasi itu sendiri.

Dapat disimpulkan oleh penulis bahwa *self efficacy* ialah sebuah proses keyakinan dan keputusan yang dipegang oleh seseorang tersebut dalam melaksanakan sebuah tugas yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Mengutip dari (Indarti dan Rostiani, 2008:371) mendefinisikan *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebagai keyakinan seseorang atas kapasitas dirinya untuk menyelesaikan tugas, atau dengan kata lain, sebagai keadaan motivasi ketika seseorang lebih didorong oleh keyakinan mereka daripada oleh apa yang secara objektif benar. Sedangkan (Glinow et. Al.,2010) mendefinisikan *Entrepreneurial SelfEfficacy* sebagai bentuk keyakinan yang kuat terhadap kemampuan dalam diri seseorang untuk berhasil melakukan tugas dan peran seorang wirausaha.. *Entrepreneurial Self-efficacy* mengacu pada keyakinan dan kepercayaan bahwa dia memiliki kemampuan yang cukup untuk menyelesaikan sebuah tugas dalam berwirausaha dengan sukses (Glinow et. al., 2010). Dari pernyataan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa *Entrepreneurial Self-Efficacy* adalah sebuah keyakinan seseorang terhadap kemampuan dan keberhasilan dalam mengambil peran dan tugas seorang wirausaha. *Entrepreneurial Self Efficacy* adalah keyakinan individu terhadap kemampuan. Mengambil tindakan kewirausahaan (Liza putri wiharti et al 2017). mengidentifikasi enam dimensi teoritis yang secara khusus terkait dengan persyaratan keterampilan yang harus dimiliki seseorang untuk memulai suatu usaha. Komponen-komponen tersebut antara lain:

1. Keterampilan mengelola ketidakpastian dan beresiko
2. Keterampilan mengembangkan produk dan inovasi

3. Keterampilan mengelola jaringan kerja dan hubungan interpersonal
4. Kemampuan mengenali peluang pasar
5. Pengadaan dan pengalokasian sumber daya yang sangat penting
6. Mengembangkan dan merawat lingkungan yang inovatif

Konstruksi *Entrepreneur Self Efficacy* sangat baru, perannya dalam menentukan dan menjelaskan tindakan kewirausahaan adalah signifikan (Zhao, Seibert, & Hills, 2005). Oleh karena itu, memahami *Entrepreneur Self Efficacy* sangat penting, karena tidak hanya menjelaskan perilaku mereka yang bersedia menjadi pengusaha, tetapi mereka yang sudah menjadi pengusaha (Li & Jing, 2008).

2.1.1.2 Kegunaan Entrepreneurial Self Efficacy

Entrepreneurial Self Efficacy berguna untuk mengukur kekuatan keyakinan individu bahwa ia mampu berhasil melaksanakan tugas dalam berwirausaha (Mueller,2007). *Entrepreneurial Self Efficacy* umumnya merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk mengambil tindakan kewirausahaan (Liza Putri wiharti et al 2017). Sedangkan menurut Glinow et. al., 2010 Mendefinisikan *Entrepreneurial Self Efficacy* sebagai keyakinan yang kuat terhadap kemampuan seseorang untuk berhasil melakukan peran dan tugas seorang wirausaha.

Dari beberapa pengertian di atas dapat dirumuskan bahwa *Entrepreneurial Self Efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk mengambil tindakan kewirausahaan.

2.1.1.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Entrepreneurial Self Efficacy

Faktor-faktor yang mempengaruhi *Entrepreneurial Self-Efficacy* diri seseorang menurut Bandura dalam (Feist dan Feist, 2013:505):

a) Pengalaman menguasai sesuatu (mastery experiences),

Sumber paling berpengaruh dari *Entrepreneurial Self-Efficacy* adalah pengalaman menguasai sesuatu, yakni performa masa lalu. Performa yang berhasil akan meningkatkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* secara proporsional, sedangkan kegagalan cenderung akan menurunkan *Entrepreneurial Self-Efficacy* seseorang.

b) Modeling sosial (vicarious experiences),

Sumber kedua dari *Entrepreneurial Self-Efficacy* adalah modeling sosial (melakukan modelling lewat pengalaman seseorang). *Entrepreneurial Self-Efficacy* meningkat saat mengamati keberhasilan orang lain yang mempunyai kompetensi yang setara, namun akan berkurang saat melihat rekan sebaya gagal.

c) Persuasi sosial (verbal persuasion),

Dampak dari sumber ini cukup terbatas, tetapi di bawah kondisi yang tepat, persuasi dari orang lain dapat meningkatkan atau menurunkan *Entrepreneurial Self-Efficacy*. dalam hal ini kondisi pertama adalah orang tersebut harus mempercayai pihak yang dapat melakukan persuasi.

d) Kondisi fisik dan emosional,

Emosi yang kuat sering mengganggu performa: ketika seseorang berada di bawah pengaruh ketakutan yang kuat, kecemasan akut, atau tingkat stres yang tinggi, mereka mungkin tidak berharap banyak dari diri mereka sendiri. Seseorang cenderung lebih tenang dan yakin ketika emosinya stabil.

2.1.1.4 Indikator Entrepreneurial Self Efficacy

Dalam penelitian yang dilakukan Liza Putri wiharti et al (2017, aspek dari *Enterepreneurial Self – Efficacy* yaitu:

1. Keterampilan mengembangkan produk baru atau peluang pasar

Pengembangan produk adalah proses perubahan yang dilakukan terhadap produk yang sudah ada sekaligus proses pencarian inovasi untuk menambah nilai terhadap barang lama dengan mengkonversikannya ke dalam produk tersebut. Dengan adanya pengembangan produk berarti perusahaan sudah memahami tentang kebutuhan dan keinginan pasar.

2. Membangun lingkungan inovatif

Membangun lingkungan inovatif adalah mengembangkan lingkungan kerja yang mendukung yang mendorong eksperimen dan pengambilan risiko. Ini melibatkan penciptaan budaya kepercayaan dan kolaborasi, di mana karyawan merasa nyaman berbagi ide dan saran mereka, dan di mana mereka didorong untuk mengambil risiko dan bereksperimen dengan pendekatan baru. Untuk mendukung jenis lingkungan kerja ini, pelaku usaha UMKM harus bersedia merangkul perubahan dan terbuka terhadap ide dan pendekatan baru.

3. Hubungan dengan para penyedia modal

Pinjaman modal menjadi salah satu alternatif agar usaha dapat berjalan dengan baik. Pinjaman modal sangat penting dilakukan, terutama bila ingin merintis sebuah usaha dari nol. Pinjaman modal juga juga bisa menjadi jawaban, karena usaha untuk mencari investor atau pemilik modal tentu tak semudah memiliki presentasi bisnis yang bagus. Oleh karena itu perlu dibina hubungan yang

baik dengan para penyedia modal, agar ketika suatu saat para pelaku usaha UMKM ingin mengembangkan usahanya dan membutuhkan dana yang besar tidak kesulitan untuk mencari investor.

4. Fokus pada tujuan

Dengan fokus menjalankan usaha yang dijalankan, maka akan banyak memiliki pengalaman dari para pelanggan. Para pelanggan dapat memberikan feedback positif guna membangun bisnis lebih maju lagi. Selain itu, memberikan peluang untuk memiliki pelanggan yang loyal karena fokus untuk memuaskan mereka benar-benar terwujud.

5. Menghadapi tantangan tak terduga

Kita tak tahu kapan situasi buruk datang. Tapi, dengan upaya antisipasi yang baik, mempertahankan upaya yang mantap dan konsisten untuk mencapai tujuan usaha, bisa meminimalkan dampak yang mungkin terjadi dan membangun bisnis yang kuat dalam menghadapi adanya tantangan yang datang secara tak terduga.

6. Pengembangan sumber daya manusia kritis

Perkembangan teknologi saat ini melahirkan cara baru dalam menyelesaikan pekerjaan di berbagai sektor, seperti manufaktur, perbankan, jasa dan lain sebagainya. Kondisi ini kemudian menuntut adanya sumber daya manusia (SDM) yang kreatif, inovatif kritis, serta berdaya saing.

Menjalankan usaha tanpa kreativitas dan inovasi akan berakibat usaha yang kurang berkembang dan kinerjanya akan menurun. Oleh karena sumber daya manusia yang kritis dan memiliki daya saing harus terus dibina, dengan demikian

ketika di internalnya sudah kuat dan menghasilkan produk luar yang siap dan solid, otomatis ketika menghadapi permasalahan eksternal organisasi dapat diatasi.

Pelaku usaha harus menanamkan budaya kerja yang mendukung sebagai terciptanya kreativitas dan inovasi baru. Salah satu cara adalah dengan memberdayakan sumber daya manusia agar selalu bersikap kritis dan menindaklanjuti sifat kritisnya dengan tindakan yang nyata untuk secepatnya menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Kemudian sikap tersebut diberikan kesempatan untuk melakukan proses aktualisasi diri.

2.1.2 Motivasi Usaha

2.1.2.1 Definisi Motivasi Usaha

Menurut Hasibuan yang dikutip oleh Arjuna Rizaldi (2017) Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upaya untuk mencapai kepuasan.

Sutrisno (2013:109) mengemukakan motivasi usaha adalah “faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas dalam berwirausaha, motivasi sering kali diartikan pula sebagai faktor pendorong perilaku seseorang”.

Adapun Siswanto (2009) juga merumuskan motivasi sebagai berikut:

1. Setiap perasaan atau kehendak dan keinginan yang amat mempengaruhi kemauan individu, sehingga individu tersebut didorong untuk berperilaku atau bertindak.
2. Pengaruh kegiatan yang menimbulkan perilaku individu
3. Setiap tindakan atau kejadian yang menyebabkan berubahnya perilaku seseorang

4. Proses dalam yang menentukan gerakan atau tingkah laku individu kepada tujuan (goals). Sebagaimana dikemukakan oleh Alifia dan Jojok (2019 : 142) motivasi berwirausaha merupakan “dorongan psikologis yang muncul dari dalam maupun luar individu untuk melakukan sesuatu secara mandiri”. Dengan dorongan yang muncul tersebut, maka individu tersebut akan mampu menentukan usaha apa yang akan digelutinya sekaligus dapat menentukan tujuan dan harapan masa depan. Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh Vivin Oblivia Yunal dan Ratih Indriyani (Baum, 2013 : 142) motivasi berwirausaha merupakan “daya penggerak/dorongan dalam diri yang menimbulkan semangat terhadap penciptaan suatu kegiatan/pekerjaan dengan melihat peluang yang ada disekitar, bertindak berani dalam mengambil resiko, melakukan kegiatan yang inovatif, serta memiliki orientasi terhadap laba”. Kemudian sebagaimana yang dikemukakan oleh Siti Rochmah Maulida, Dhini Rama Dhania (Maulida & Dhania, 2012 : Th) “motivasi berwirausaha adalah keadaan yang mendorong, menggerakkan dan mengarahkan keinginan individu untuk melakukan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi”.

Menurut Suryana dan Bayu (2010) Motivasi merupakan hubungan sistematis antara suatu respons atau suatu himpunan respons dan keberadaan dorongan tertentu. Ketika antara hubungan psikologis seseorang dan respons untuk bertindak laku cepat ini menjalankan daya dorong dari dirinya.

2.1.2.2 Fungsi Motivasi Usaha

Motivasi seseorang dipengaruhi oleh stimuli kekuatan intrinsic yang ada pada diri seseorang/individu yang bersangkutan, stimuli eksternal mungkin juga dapat mempengaruhi motivasi, tetapi motivasi itu sendiri mencerminkan reaksi individu terhadap stimuli tersebut. Adapun tujuan pemberian motivasi menurut Hasibuan (2008), antara lain:

1. Mendorong gairah dan semangat kerja bawahan
2. Meningkatkan moral dan kepuasan kerja karyawan
3. Meningkatkan produktivitas kerja karyawan
4. Mempertahankan loyalitas dan kestabilan karyawan perusahaan
5. Meningkatkan disiplin dan menurunkan tingkatan absensi karyawan
6. Menciptakan suasana dan hubungan kerja yang baik
7. Meningkatkan kreativitas dan partisipasi karyawan
8. Meningkatkan kesejahteraan karyawan
9. Mempertinggi rasa tanggung jawab karyawan terhadap tugastugasnya.

Setiap wirausaha memiliki motivasi meskipun dalam bentuk yang berbeda. Motivasi diartikan sebagai penggerak bagi wirausaha untuk melakukan tindakan agar tujuan dan harapan dapat tercapai. Menurut Sardiman (2012:85), mengemukakan motivasi mempunyai tiga fungsi yaitu:

- a) Mendorong manusia untuk berbuat, motivasi penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan oleh wirausaha
- b) Menentukan arah perbuatan, motivasi memberikan arah dan kegiatan yang akan dikerjakan

- c) Menyeleksi perbuatan yang harus dikerjakan untuk mencapai tujuan

2.1.2.3 Tujuan Motivasi Usaha

Tujuan motivasi pada hakekatnya adalah memberikan dorongan semangat kepada seseorang agar dapat mencapai tujuannya. Pemberian motivasi dilakukan untuk dapat mengubah perilaku seseorang agar sesuai dengan keinginan perusahaan, meningkatkan gairah dan semangat kerja, meningkatkan disiplin kerja, meningkatkan prestasi kerja, mempertinggi moral kerja, meningkatkan rasa tanggung jawab, meningkatkan produktivitas dan efisiensi serta menumbuhkan loyalitas pada perusahaan. Tujuan akhir motivasi adalah untuk merealisasikan citra pribadi (selfconcept) yaitu, untuk hidup dalam cara yang sesuai dengan peranan yang diinginkan, untuk diperlakukan dalam cara yang sesuai dengan kedudukan, dan untuk dihargai dalam cara yang mencerminkan tingkat kemampuan. Dengan demikian, semua orang berada dalam upaya untuk memburu apapun yang dipandang sebagai peran yang diinginkannya, dan mencoba untuk merealisasi ide subyektif tentang diri sendiri menjadi kebenaran obyektif.

2.1.2.4 Jenis Motivasi Usaha

Menurut Otto dalam Yunita Widyaning Astiti (2014 : 35), terdapat 6 (enam) jenis motivasi dalam berwirausaha, yaitu:

- a) Motivasi psikologi merupakan keinginan dalam diri seseorang yang muncul tanpa adanya dorongan dari luar untuk mengembangkan kemampuannya dalam membuat suatu kreativitas.
- b) Motivasi praktis merupakan keinginan untuk melaksanakan kewajiban yang terkandung dalam nilai-nilai ketuhanan.

- c) Motivasi pembentukan pribadi merupakan keinginan untuk meningkatkan kepribadian yang dimiliki agar menjadi lebih baik.
- d) Motivasi kesusilaan merupakan keinginan untuk memenuhi dokumen agar menjadi wirausaha yang lebih baik.
- e) Motivasi sosial merupakan keinginan untuk belajar sesuatu yang layak dikerjakan untuk menjalin hubungan dengan orang lain.
- f) Motivasi kebutuhan merupakan keinginan untuk taat kepada Tuhan dan usaha untuk menghargai setiap manusia. Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak jenis motivasi berwirausaha yang dimiliki oleh setiap orang. Motivasi tersebut akan muncul jika orang tersebut memiliki keinginan untuk memperbaiki diri dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Sehingga motivasi berwirausaha sangat penting dimiliki oleh setiap orang.

2.1.2.5 Indikator Motivasi Usaha

Motivasi usaha merupakan suatu dorongan psikologis dari dalam tubuh seseorang yang digunakan untuk melakukan wirausaha. Sakti Fajar W (2014) menyatakan bahwa motivasi berwirausaha mempunyai beberapa indikator diantaranya yaitu :

1. kebutuhan akan prestasi
2. pengambilan resiko
3. toleransi ketidakpastian, kepercayaan kepada diri sendiri maupun orang lain
4. kepercayaan diri
5. kemerdekaan
6. keinginan yang kuat

7. kreativitas

Menurut Suryana (2014:50) wirausaha yang memiliki motif berprestasi tinggi pada umumnya mempunyai ciri sebagai berikut

1. Hambatan dan kesulitan yang dihadapi dalam menjalankan usaha dapat diatasi sendiri
2. Selalu memerlukan umpan balik segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan dalam menjalankan usaha
3. Dalam menjalani usaha memiliki tanggung jawab personal yang tinggi
4. Berani menghadapi risiko dengan penuh pertimbangan dalam menjalankan usaha
5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang untuk mengembangkan usaha yang dijalani

2.1.3 Keberhasilan Usaha

2.1.3.1 Definisi Keberhasilan Usaha

Keberhasilan suatu usaha tidak mungkin diraih begitu saja, tetapi keberhasilan usaha dapat dilihat dari diri wirausahanya itu sendiri, karena keberhasilan disebabkan oleh wirausahawan memiliki otak yang cerdas, kreatif memiliki rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi dan dapat menerapkannya secara produktif atau secara tepat.

Keberhasilan usaha merupakan utama dari sebuah perusahaan dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditunjukkan untuk mencapai suatu keberhasilan. Dalam pengertian umum, keberhasilan menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari masa sebelumnya.

Daulay dan Ramadini (2013:3) mengemukakan bahwa : “Keberhasilan usaha merupakan sesuatu keadaan yang menggambarkan keadaan lebih baik daripada sebelumnya.”

Keberhasilan usaha menurut Algifari dikutip oleh Isniar Budiarti (2016), keberhasilan usaha dapat dilihat dari efisiensi proses produksi yang dikelompokkan berdasarkan efisiensi secara teknis dan efisiensi secara ekonomis. Ranto dalam Daulay dan Ramadini (2013:3) berpendapat : “Keberhasilan berwirausaha tidaklah identik dengan seberapa berhasil seseorang mengumpulkan uang atau harta serta menjadi kaya, karena kekayaan bisa diperoleh dengan berbagai cara sehingga menghasilkan nilai tambah. Berusaha lebih dilihat dari bagaimana seseorang bisa membentuk, mendirikan, serta menjalankan usaha dari sesuatu yang tadinya tidak berbentuk, tidak berjalan atau mungkin tidak ada sama sekali.”

Hari dan Bambang dikutip oleh Muhammad Iffan (2018) mengemukakan bahwa keberhasilan usaha pada hakikatnya adalah keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Laba adalah tujuan dari orang yang melakukan bisnis, sehingga suatu perusahaan dianggap berhasil ketika menghasilkan keuntungan. indikator keberhasilan usaha terdiri dari Laba/Profitability, Produktivitas dan Efisiensi, Daya saing, Kompetensi dan Etika Usaha, dan Terbangunnya citra baik.

Serta pendapat Suryana dalam Lestari (2013: 9) : “Keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya.” Seperti yang dikemukakan oleh Suryana (2011:66) bahwa “Untuk menjadi wirausaha yang

sukses harus memiliki ide atau visi bisnis (*business vision*) yang jelas, kemudian ada kemauan dan keberanian untuk menghadapi resiko baik waktu maupun uang”.

Dari semua definisi yang ada dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha adalah suatu keadaan usaha yang lebih baik daripada keadaan sebelumnya serta dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Kasmir (2006; dalam Muchtar dan Ramadini, 2011: 200) keberhasilan usaha dapat diindikasikan dalam lima hal, yaitu:

- a. Jumlah penjualan meningkat.
- b. Hasil produksi meningkat.
- c. Keuntungan atau profit bertambah.
- d. Pertumbuhan usaha.
- e. Perkembangan usaha berkembang cepat dan memuaskan.

2.1.3.2 Faktor – faktor keberhasilan usaha

Menurut Tambunan dalam Mashuri et al (2019:139) faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya yaitu:

1. Kualitas sdm
2. Penguasaan organisasi
3. Struktur organisasi
4. Sistem manajemen
5. Partisipasi
6. Kultur/budaya bisnis
7. Kekuatan modal
8. Jaringan bisnis dengan pihak luar

9. Tingkat entrepreneurship

2.1.3.3 Indikator Keberhasilan Usaha

Terdapat 5 indikator keberhasilan usaha menurut Suryana (2014), yaitu sebagai berikut :

1. Modal

Modal adalah kumpulan dari uang atau barang yang digunakan untuk menjalankan suatu usaha

2. Pendapatan

Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima oleh perusahaan atau organisasi dari kegiatan aktivitasnya seperti penjualan produk dan/atau jasa kepada pelanggan

3. Volumen Penjualan

Volume penjualan adalah ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual.

4. Jumlah Produksi

Jumlah Produksi yaitu adalah kegiatan pembuatan atau pemenuhan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan

5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau produk serta jasa baik untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri maupun masyarakat.

Indikator keberhasilan usaha menurut Henry Faizal Noor (2007) adalah sebagai berikut :

1. (Laba/Profitability)

Laba merupakan tujuan utama dari bisnis. Laba usaha adalah selisih antara pendapatan dengan biaya.

2. Produktivitas dan Efisiensi

Besar kecilnya produktivitas suatu usaha akan menentukan besar kecilnya produksi. Hal ini akan mempengaruhi besar kecilnya penjualan dan pada akhirnya menentukan besar kecilnya pendapatan, sehingga mempengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh.

3. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan atau ketangguhan dalam bersaing untuk merebut perhatian dan loyalitas konsumen. Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing.

4. Kompetensi dan Etika Usaha

Kompetensi merupakan akumulasi dari pengetahuan, hasil penelitian, dan pengalaman secara kuantitatif maupun kualitatif dalam bidangnya sehingga dapat menghasilkan inovasi sesuai dengan tuntutan zaman.

5. Terbangunnya citra baik

Citra baik perusahaan terbagi menjadi dua yaitu, trust internal dan trust external. Trust internal adalah amanah atau trust dari segenap orang yang ada dalam perusahaan. Sedangkan trust external adalah timbulnya rasa amanah atau percaya dari segenap stakeholder perusahaan, baik itu konsumen, pemasok, pemerintah, maupun masyarakat luas, bahkan juga pesaing.

2.1.4 Hasil Penelitian Terdahulu

Selanjutnya untuk mendukung penelitian ini, dapat di sajikan daftar penelitian terdahulu dan teori yang sudah dijabarkan atau dikemukakan sehingga dapat membedakan keorisinalitasan penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1.	Liza Putri Wiharti, Zakhyadi Ariffin, dan Dahniar (2017)	Pengaruh <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> Dan Motivasi (<i>Need For Achievement</i>) Terhadap Kinerja Umkm Pada Sektor Industri Olahan Di Kabupaten Tabalong ISSN : 2442-2282 Volume: III, Nomor II, Desember 2017	. <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> Dan Motivasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM Kabupaten Tabalong baik secara parsial maupun simultan	Menggunakan variable yang sama yaitu <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> Dan Motivasi	Variable Y dan tempat peneliti unit yang berbeda
2.	Renaldo Sutandy (2020)	Pengaruh <i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i> Terhadap <i>Entrepreneur Career Intention</i> Pada Kalangan Mahasiswa S1 Di Indonesia	<i>Entrepreneurial self efficacy</i> berpengaruh terhadap <i>entrepreneur career</i> pada kalangan mahasiswa S1 di Indonesia	Menggunakan variable X1 yang sama yaitu <i>Entrepreneurial self efficacy</i>	Variable Y dan tempat penelitian yang berbeda
3	Linda Maryani, Tjutju Yuniarsih (2022)	Pengaruh <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> Dan <i>Entrepreneurial Orientation</i> Terhadap <i>Green Entrepreneurial Intention</i> ISSN : 2549-2284	<i>Entrepreneurial Self Efficacy</i> Dan <i>Entrepreneurial Orientation</i> berpengaruh terhadap <i>Entrepreneurial Intention</i>	Menggunakan variable yang sama yaitu <i>Entrepreneurial Self Efficacy</i>	Variable X2 ,Y dan tempat Peneliti unit yang berbeda
4.	Dyah Ayu Ardiyanti,	Pengaruh Minat Usaha dan Motivasi	Minat Usaha dan Motivasi Usaha	Menggunakan Variabel yang	Variabel X1 dan

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
	Zulkarnen Mora (2019)	Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda di Kota Langsa P-ISSN 2089-1989 E-ISSN 2614-1523	berpengaruh terhadap wirausaha muda di kota Langsa	sama yaitu X2 motivasi, Dan Y keberhasilan usaha	tempat peneliti unit yang berbeda
5.	Mei Ie,Eni Visantia (2013)	Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Pemilik Toko Pakaian Di Pusat Grosir Metro Tanah Abang, Jakarta ISSN : 2597-5234	Efikasi Diri Dan Motivasi berpengaruh terhadap pemilik toko di Tanah Abang	Menggunakan Variabel yang sama yaitu motivasi dan keberhasilan usaha	Varibel yang berbeda yaitu X1 serta Meneliti unit yang berbeda
6.	Dwi Gemina*, Endang Silaningsih, dan Erni Yuningsih(2016)	Pengaruh Motivasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Kemampuan Usaha sebagai Variabel Mediasi pada Industri Kecil Menengah Makanan Ringan Priangan Timur-Indonesia P-ISSN 1411-8637 E-ISSN 2550-1178	Motivasi usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha pada industry kecil di Timur Indonesia	Menggunakan variable motivasi dan keberhasilan usaha	Tempat penelitian yang berbeda
7.	Muhamad Ekhsan1 (2019)	Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan ISSN 1978-2586 EISSN 25974823	Motivasi dan Disiplin Kerja berpengaruh terhadap kinerja karyawan	Menggunakan Variabel yang sama yaitu motivasi	Menggunakan variable yang berbeda yaitu disiplin kerja dan Meneliti unit yang berbeda

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
8.	Welsi Damayanti (2014)	Penggunaan Kedwibahasaan Sebagai Media Komunikasi Penjual Asesoris Toko Rock Stuff Plaza Parahyangan Bandung	Kedwibahasaan Sebagai Media Komunikasi sangat berpengaruh terhadap Penjual Asesoris Toko Rock Stuff Plaza Parahyangan Bandung	Tempat penelitian yang sama yaitu Plaza Parahyangan Bandung	Menggunakan variable yang berbeda
9	Helmy Annas Kharisma1, Theresia Pynkyawati2 (2021)	Penerapan Arsitektur Kontekstual Pada Desain Bangunan Parahyangan Krita Plaza	Menerapkan Arsitektur Kontekstual Pada Desain Bangunan Parahyangan Krita Plaza	Tempat penelitian yang sama yaitu Plaza Parahyangan Bandung	Menggunakan variable yang berbeda
10.	Lies Indriyatni(2013)	Analisis Faktor Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil ISSN : 2252-7826	Analisis Faktor berpengaruh terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil	Menggunakan Variabel yang sama yaitu keberhasilan usaha	Meneliti unit yang berbeda
11	<i>José Fernando López-Muñoz, Ignacio Mirasolives, Josefina NovejarqueCivera & Mabel Pisá-Bó</i>	<i>Entrepreneurial education and opportunity entrepreneurship: the mediation of self-efficacy belief</i>	Berpengaruh positif dan signifikan	<i>Self efficacy</i>	<i>Entrepreneurial education and opportunity entrepreneurship</i>
12	<i>Veronika Agustini Srimulyani 1 and Yustinus Budi Hermanto 2</i>	<i>Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in</i>	Berpengaruh positif dan signifikan	<i>Entrepreneurial Self-Efficacy</i>	<i>Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia</i>

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
		<i>East Java, Indonesia</i>			
13	<i>Dorota Janiszewska, Luiza Ossowska</i>	<i>Food Festival Exhibitors' Business Motivation</i>	Berpengaruh positif dan signifikan	<i>Business Motivation</i>	<i>Food Festival Exhibitors</i>
14	Noveri Maulana a, Anggun Intan Pesona a 2	<i>Improving business motivation in the time of crisis</i>	Berperngaruh positif dan signifikan	<i>Business motivation</i>	<i>Improving business in the time of crisis</i>
15	Monica Putri1, *, Wan Junita Raflah2	<i>Observation Study of Business Capital Factors, Business Locations, and Marketing Strategies on The Success of Culinary MSME Business in Dumai City</i>	Berpengaruh positif dan signifikan	<i>Business success</i>	<i>Observation Study of Business Capital Factors, Business Locations, and Marketing Strategies</i>

2.2 Kerangka Pemikiran

Tak bisa dipungkiri bahwa banyaknya jumlah (UKM) tepatnya di Kota Bandung tentu besar pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi. Yang mana hal tersebut akan membuat kesejahteraan di Kota Bandung dan sekitarnya akan meningkat hanya saja ada masalah lain yang perlu di perhatikan khususnya untuk pelaku usaha kecil menengah atau UKM ini yaitu bagaimana *Entrepreneurial Self Efficacy* yang mereka lakukan agar usaha mereka dapat terus berkembang dan semakin maju. Di zaman yang serba kompetitif ini seorang pelaku usaha harus mampu memiliki keterampilan dalam menemukan peluang pasar yang baru, Serta harus memiliki percaya diri yang tinggi dan keyakinan atas kemampuan dirinya

untuk menghasilkan kinerja yang baik. Selain itu seorang wirausaha juga harus memiliki motif berprestasi yang tinggi agar kesuksesan dan keberhasilan untuk memperluas jaringan usahanya akan lebih mudah untuk diraih.

Entrepreneurial Self Efficacy dan Motivasi ini jika diterapkan maka akan membuat keberhasilan akan mudah untuk diraih. *Entrepreneurial Self Efficacy* sangat berperan penting dan harus diterapkan oleh seorang wirausahawan khususnya pada usaha kecil menengah atau UKM agar dapat memajukan usaha tersebut. Dengan didukung adanya motivasi yang tinggi wirausahawan dapat lebih percaya diri, Berani menghadapi resiko dengan penuh pertimbangan Dan berfikir kreatif sehingga dapat memperluas jaringan usahanya.

2.2.1 Hubungan Entrepreneurial Self Efficacy Terhadap Keberhasilan Usaha

Entrepreneurial self efficacy (ESE) adalah alat untuk mengukur kepercayaan seseorang terhadap kemampuan dan keterampilan dalam menemukan peluang baru (DeNoble et al, 1999). Menurut Bandura (1994) Self-efficacy didefinisikan sebagai keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang di miliki untuk menghasilkan kinerja yang baik. Teori efikasi diri (self efficacy theory) merupakan keyakinan seseorang bahwa dia mampu untuk melaksanakan tugas (Roobins dan Judge, 2015: 139). Sejalan dengan itu Menurut Bandura (2006) Self Efficacy adalah rasa kepercayaan seseorang yang mampu menunjukkan perilaku saat dituntut dalam situasi yang spesifik.

A. *Entrepreneurial Self Efficacy* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fiqih Maria Rabiatul Hariroh et al,2022 (Peran *Entrepreneurial Self Efficacy* Pada Analisis Perilaku Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah, Jurnal ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada nilai t-statistics pada hubungan variabel ini adalah $2.724 > 2.02$ dan pvalues $0.007 < 0.05$.

B. *Entrepreneurial self Efficacy* tidak memoderasi hubungan dengan keputusan berwirausaha (keberhasilan usaha). Penelitian yang dilakukan oleh Lailatul Azizah (2018), Pengaruh Entrepreneurial Mindset Dan Lingkungan Terhadap Keputusan Berwirausaha Dengan *Self-Efficacy* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada UMKM Di Kota Dan Kabupaten Magelang), Prosiding 2nd *Business And Economics Conference In Utilizing Of Modern Techonolgy* ISSN 2662-9404 , Menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Self Efficacy* tidak berpengaruh terhadap kewirausahaan (Keberhasilan usaha).

2.2.2 Hubungan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Motivasi usaha merupakan suatu kerelaan untuk berusaha sebaik dan seoptimal mungkin agar dapat mencapai tujuan organisasi dimana dipengaruhi oleh kemampuan usaha dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan individu. Peran motivasi seseorang sangat penting dalam berwirausaha, karena motivasi dapat menentukan sejauh mana keberhasilan dapat diraih. Motivasi juga menggambarkan suatu keadaan yang dapat mempengaruhi berbagai aspek dari proses kewirausahaan. (Gemina & Ginanjar, 2019).

A. Motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

Penelitian yang dilakukan oleh Yusniar (2017), Pengaruh Motivasi dan Kemampuan Usaha Terhadap Peningkatan Keberhasilan Usaha Industri Kecil Batu Bata di Kecamatan Muara Batu dan Dewantara Kabupaten Aceh Utara, *JURNAL VISIONER & STRATEGIS* Volume 6, Nomor 2, September 2017, Menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha batu bata di Kecamatan Muara batu dan Dewantara hal ini dibuktikan dengan nilai sig lebih kecil dari nilai alpha yaitu $0,000 < 0,05$.

B. Motivasi tidak berpengaruh terhadap keberhasilan usaha

Penelitian yang dilakukan oleh Sihombing (2020), Pengaruh Motivasi Dan Social Support Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Usaha Toko Pakaian Di Kota Medan, *E-Journal Universitas HKBP Nommensen*, Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Motivasi (X1) terhadap Keberhasilan Usaha (Y) yang ditunjukkan dengan nilai signifikan (0.152) lebih besar dari 0.05.

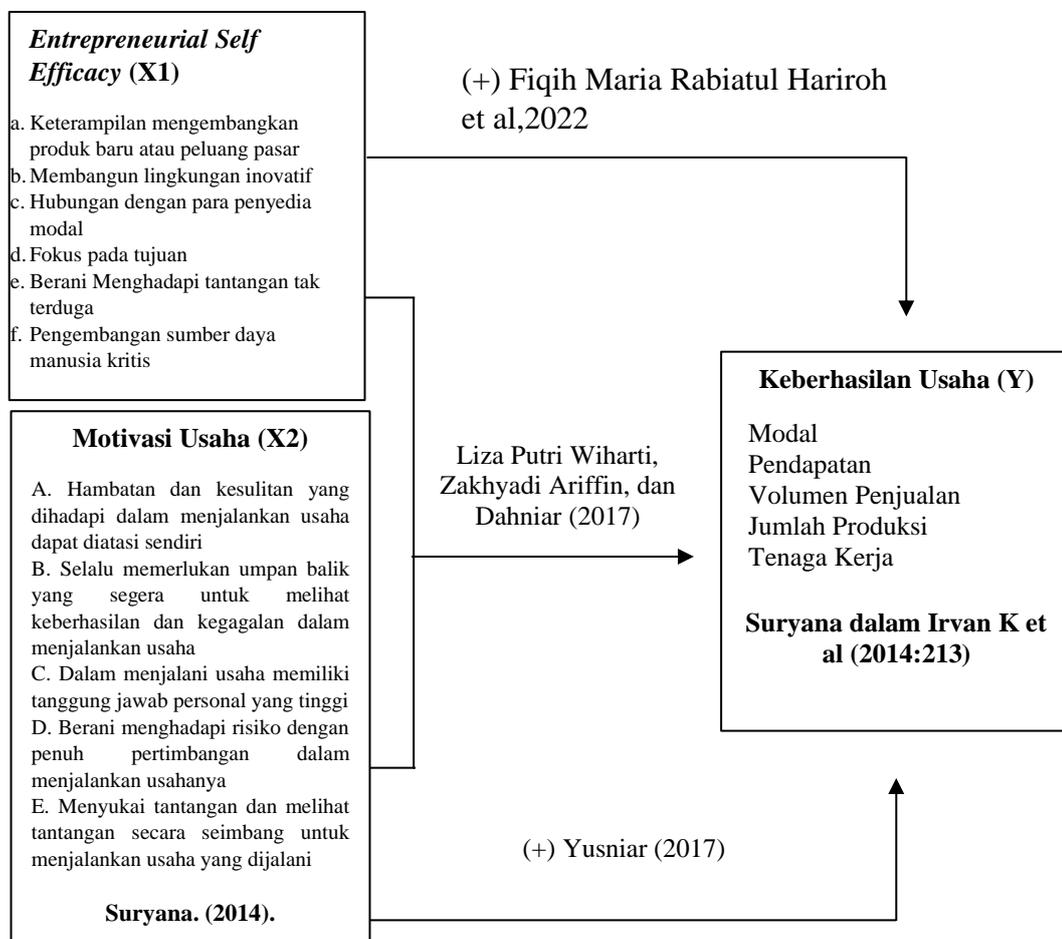
2.2.3 Keterkaitan Entrepreneurial Self Efficacy dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha

Saiman (2014:43) mengemukakan seorang yang dapat disebut wirausahawan adalah:

1. Orang yang memulai mengoprasikan sebuah usaha/bisnis
2. Para individu yang menemukan kebutuhan pasar dan membangun perusahaan baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar tersebut adalah orang yang berani mengambil risiko yang mampu memberikan daya dorong bagi perubahan, inovasi dan kemajuan Indikator keberhasilan usaha menurut Benedicta (2003: 25),

kriteria yang cukup signifikan untuk menentukan keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari peningkatan dalam akumulasi modal atau peningkatan modal, jumlah produksi, jumlah pelanggan, perluasan usaha, perluasan daerah pemasaran, perbaikan sarana fisik, pendapatan usaha.

Lee dan Miller (2001) menegaskan bahwa ukuran subjektif bisa digunakan dalam Sebuah penelitian dimana sampelnya terdiri dari beraneka ragam bisnis/ industri kecil/ menengah yang memiliki tujuan dan kriteria pengukuran kinerja yang berbeda –beda. Covin & Slevin (1989) menjelaskan bahwa ukuran kinerja subjektif memiliki reliabilitas dan validitas yang tinggi.



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis mengambil hipotesis sementara dalam memecahkan masalah sebagai berikut:

1. H1: *Entrepreneurial Self Efficacy* berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di Sentra Distro Plaza Parahyangan Bandung.
2. H2: Motivasi Usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di Sentra Disro Plaza Parahyangan Bandung.
3. H3: *Entrepreneurial Self Efficacy* dan Motivasi Usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha di Sentra Distro Plaza Parahyangan Bandung.