



Peran *Self-Efficacy* Dalam Memediasi Pengaruh *Entrepreneurial Mindset* Terhadap Keputusan Berwirausaha Generasi Z

Dewi Qomariah Imelda^{1*}, Sarah Putri Suwandi², Ika Niswatin Budiarti³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kaltara

*Penulis Korespondensi: dewiqomariah73@gmail.com

Received: 25/06/2026 | Accepted: 25/06/2026 | Publication: 28/07/2026

Abstrak: The high unemployment rate among the productive-age population highlights the importance of entrepreneurship as a strategic approach to creating new employment opportunities. Generation Z, characterized by its adaptability to technological advancements and digital innovation, possesses significant potential to become entrepreneurs. However, entrepreneurial decision-making is influenced by various psychological factors, particularly entrepreneurial mindset and self-efficacy. This study aims to examine the effect of entrepreneurial mindset on entrepreneurial decision-making among Generation Z in Tanjung Selor, with self-efficacy serving as a mediating variable. The study employed a quantitative approach using an explanatory research design. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 Generation Z respondents selected using probability sampling techniques in Tanjung Selor District. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 24 and SPSS 23 software. The findings indicate that entrepreneurial mindset has a positive and significant effect on both self-efficacy and entrepreneurial decision-making. Furthermore, self-efficacy has a positive and significant influence on entrepreneurial decision-making and acts as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial mindset and entrepreneurial decision-making. These findings suggest that strengthening entrepreneurial mindset accompanied by increased self-efficacy can encourage Generation Z to make entrepreneurial career decisions with greater confidence. This study contributes both theoretically and practically by emphasizing the importance of developing entrepreneurial mindset and self-efficacy through entrepreneurship education and training programs to foster the growth of young entrepreneurs at the regional level.

Kata Kunci : Entrepreneurial Decision-Making; Entrepreneurial Mindset; Generation Z; Self-Efficacy; Tanjung Selor.



Copyright © 2026, The Author(s).

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Imelda, D. Q., Suwandi, S. P., & Budiarti, I. N. (2026). Peran self-efficacy dalam memediasi pengaruh entrepreneurial mindset terhadap keputusan berwirausaha Generasi Z. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 6(3), 1593-1607. <https://doi.org/10.53625/jirk.v6i3.13143>

PENDAHULUAN

Pengangguran masih menjadi salah satu tantangan utama pembangunan ekonomi di Indonesia. Pertumbuhan jumlah penduduk yang tidak diimbangi dengan peningkatan kesempatan kerja menyebabkan semakin banyak angkatan kerja yang kesulitan memperoleh

pekerjaan. Kondisi tersebut juga terjadi di Kabupaten Bulungan, khususnya Kecamatan Tanjung Selor, yang sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Utara mengalami peningkatan jumlah angkatan kerja setiap tahun. Fenomena ini menuntut adanya alternatif solusi yang mampu menciptakan lapangan kerja baru, salah satunya melalui pengembangan kewirausahaan pada kalangan generasi muda. Berdasarkan kondisi tersebut, kewirausahaan tidak lagi dipandang sebagai pilihan pekerjaan semata, melainkan sebagai strategi pembangunan ekonomi yang mampu mengurangi pengangguran sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Generasi Z merupakan kelompok usia produktif yang lahir dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka dikenal adaptif terhadap perkembangan teknologi, terbiasa berpikir cepat, kreatif, serta memiliki akses informasi yang sangat luas. Stillman (2018) menyatakan bahwa Generasi Z adalah individu yang lahir pada rentang tahun 1997-2012 dan memiliki kemampuan tinggi dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Sementara itu, Wiedmer (2015) menjelaskan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik fleksibel, menyukai tantangan, berorientasi pada pencapaian, serta mampu mempelajari berbagai metode baru dalam menyelesaikan permasalahan. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang memiliki potensi besar untuk menjadi pelaku usaha baru apabila didukung oleh pola pikir kewirausahaan yang baik.

Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap Generasi Z di Tanjung Selor menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap menjadi entrepreneur merupakan pekerjaan ideal dibandingkan menjadi pegawai negeri maupun pegawai swasta. Sebanyak 60% responden memilih menjadi entrepreneur, sedangkan sisanya memilih menjadi pegawai negeri dan pegawai swasta. Meskipun demikian, pada kenyataannya jumlah Generasi Z yang benar-benar memutuskan untuk membangun usaha masih relatif rendah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara keinginan untuk berwirausaha dengan keputusan nyata dalam memulai usaha. Fenomena ini mengindikasikan bahwa minat saja belum cukup untuk mendorong seseorang mengambil keputusan berwirausaha apabila tidak didukung oleh faktor psikologis dan pola pikir yang memadai.

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan berwirausaha adalah *entrepreneurial mindset*. McGrath dan MacMillan mendefinisikan *entrepreneurial mindset* sebagai kerangka berpikir yang berorientasi pada kewirausahaan, berani menghadapi ketidakpastian, melihat peluang di tengah tantangan, serta menjadikan risiko sebagai bagian dari proses pembelajaran. Individu yang memiliki *entrepreneurial mindset* cenderung lebih kreatif, inovatif, berani mengambil risiko, serta mampu bertindak secara cepat dalam memanfaatkan peluang bisnis. Dengan demikian, pola pikir kewirausahaan menjadi fondasi penting yang membentuk perilaku seseorang dalam mengambil keputusan untuk memulai usaha.

Namun demikian, memiliki *entrepreneurial mindset* belum tentu secara otomatis mendorong seseorang untuk memutuskan berwirausaha. Dalam praktiknya, banyak individu yang memiliki ide bisnis dan memahami peluang usaha, tetapi masih merasa ragu terhadap kemampuan dirinya sendiri. Keraguan tersebut berkaitan dengan rendahnya tingkat *self*



efficacy atau keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas dan menghadapi tantangan. Bandura menyatakan bahwa *self efficacy* merupakan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengorganisasi dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu. Individu dengan tingkat *self efficacy* tinggi cenderung memiliki motivasi yang lebih besar, tidak mudah menyerah ketika menghadapi hambatan, serta lebih percaya diri dalam mengambil keputusan penting, termasuk keputusan untuk berwirausaha.

Dalam konteks kewirausahaan, Zhang dkk. (2018) menjelaskan bahwa *self efficacy* merupakan konstruk psikologis yang sangat penting dalam menjelaskan proses terbentuknya keputusan berwirausaha karena mampu mendorong individu bertahan menghadapi berbagai tantangan selama merintis maupun menjalankan usaha. Sejalan dengan pendapat tersebut, Husnan dkk. (2017) menyatakan bahwa individu yang memiliki *self efficacy* tinggi akan lebih siap mengambil keputusan berwirausaha dibandingkan individu yang memiliki tingkat keyakinan diri rendah. Dengan demikian, *self efficacy* dipandang memiliki peran strategis dalam menjembatani hubungan antara pola pikir kewirausahaan dengan keputusan berwirausaha.

Berbagai penelitian terdahulu umumnya menemukan bahwa *entrepreneurial mindset* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa *self efficacy* juga berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha. Akan tetapi, sebagian besar penelitian masih menguji hubungan kedua variabel tersebut secara langsung sehingga belum banyak yang menjelaskan mekanisme bagaimana *entrepreneurial mindset* mampu meningkatkan keputusan berwirausaha melalui peningkatan *self efficacy*, khususnya pada Generasi Z di daerah berkembang seperti Tanjung Selor. Selain itu, karakteristik sosial ekonomi, peluang usaha lokal, dan perkembangan ekonomi di wilayah Kalimantan Utara memiliki kondisi yang berbeda dengan daerah perkotaan besar yang selama ini lebih banyak menjadi lokasi penelitian.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat *research gap* berupa masih terbatasnya penelitian yang menguji *self efficacy* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *entrepreneurial mindset* dan keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor. Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan *self efficacy* sebagai variabel intervening untuk menjelaskan mekanisme psikologis yang menghubungkan *entrepreneurial mindset* dengan keputusan berwirausaha, sekaligus memberikan bukti empiris pada konteks Generasi Z di Kabupaten Bulungan, Kalimantan Utara. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pengembangan teori kewirausahaan, khususnya yang berkaitan dengan pendekatan psikologi kewirausahaan (*entrepreneurial psychology*), sekaligus menjadi dasar penyusunan kebijakan pemerintah, perguruan tinggi, maupun lembaga pembinaan usaha dalam meningkatkan jumlah wirausaha muda di daerah.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor, menganalisis pengaruh *self efficacy* terhadap keputusan berwirausaha, serta menguji peran *self efficacy* sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *entrepreneurial mindset* dan keputusan berwirausaha.

KAJIAN TEORITIS

Penelitian ini berlandaskan pada teori kewirausahaan yang menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha dipengaruhi oleh faktor psikologis yang berasal dari dalam diri individu, terutama *entrepreneurial mindset* dan *self efficacy*. Kedua variabel tersebut diyakini mampu membentuk perilaku kewirausahaan melalui proses berpikir, keyakinan diri, serta keberanian dalam mengambil keputusan menghadapi peluang maupun risiko usaha.

Entrepreneurial Mindset

Konsep *entrepreneurial mindset* menjelaskan bagaimana pola pikir seseorang memengaruhi cara memandang peluang, menghadapi ketidakpastian, serta mengambil keputusan dalam menjalankan usaha. McGrath dan MacMillan menjelaskan bahwa *entrepreneurial mindset* merupakan "kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, serta mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan risiko" (McGrath & MacMillan dalam Azizah, 2019).

Definisi tersebut menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan bukan sekadar kemampuan menemukan peluang bisnis, tetapi juga kemampuan seseorang dalam menyikapi risiko sebagai bagian dari proses pembelajaran. Sejalan dengan pendapat tersebut, Dhliwayo dan Vuuren menjelaskan bahwa *entrepreneurial mindset* merupakan pola pikir yang mendorong kreativitas, inovasi, dan kemampuan mengambil keputusan secara realistis ketika menghadapi kondisi yang penuh ketidakpastian. Sementara itu, Kasali dkk. memandang *entrepreneurial mindset* sebagai pola pikir positif, kreatif, produktif, dan berorientasi pada penciptaan peluang sehingga individu mampu menghasilkan nilai tambah melalui inovasi. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial mindset* merupakan pola pikir yang membentuk sikap, perilaku, dan keberanian seseorang dalam menciptakan serta mengembangkan usaha.

Dalam penelitian ini, pengukuran *entrepreneurial mindset* mengacu pada indikator yang dikemukakan McGrath dan MacMillan, yaitu keberanian mengambil risiko, kreativitas, inovasi, *action oriented*, dan kemampuan bersosialisasi. Kelima indikator tersebut menggambarkan karakter individu yang proaktif, adaptif terhadap perubahan, serta mampu memanfaatkan peluang bisnis secara optimal.

Self Efficacy

Teori *self efficacy* dikembangkan oleh Bandura melalui *Social Cognitive Theory* yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh keyakinannya terhadap kemampuan diri. Bandura menyatakan bahwa *self efficacy* adalah "hasil dari proses kognitif berupa keputusan, keyakinan, atau pengharapan tentang sejauh mana individu memperkirakan kemampuan dirinya dalam melaksanakan tugas atau tindakan tertentu yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan."

Menurut Ormrod, *self efficacy* merupakan penilaian individu terhadap kemampuannya sendiri dalam melakukan suatu tindakan atau mencapai tujuan tertentu. Selanjutnya, Zhang dkk. (2018) menjelaskan bahwa *self efficacy* merupakan konstruk yang sangat penting dalam kewirausahaan karena mampu menjelaskan proses evaluasi individu sebelum memutuskan menjadi wirausaha. Individu yang memiliki *self efficacy* tinggi

cenderung mampu bertahan menghadapi tantangan, hambatan, dan ketidakpastian selama membangun usaha. Dengan demikian, *self efficacy* menjadi salah satu faktor psikologis yang menentukan keberhasilan seseorang dalam mengambil keputusan berwirausaha.

Indikator *self efficacy* yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Brown dkk., yaitu keyakinan mampu menyelesaikan tugas, memotivasi diri, bekerja keras dan tekun, bertahan menghadapi hambatan, serta keyakinan menyelesaikan permasalahan pada berbagai situasi. Semakin tinggi keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya, semakin besar kecenderungan individu tersebut untuk mengambil keputusan menjadi wirausaha.

Keputusan Berwirausaha

Keputusan berwirausaha merupakan keputusan sadar seseorang untuk memilih kegiatan usaha sebagai alternatif karier. Syamsi menjelaskan bahwa keputusan merupakan hasil dari proses mental dalam memilih satu alternatif terbaik dari berbagai pilihan yang tersedia. Sementara itu, Krueger, Reilly, dan Carsrud menyatakan bahwa "keputusan untuk berwirausaha merupakan suatu keputusan yang diambil oleh individu secara sengaja dan sadar", sehingga keputusan tersebut menjadi awal terbentuknya perilaku kewirausahaan.

Dalam penelitian ini, keputusan berwirausaha diukur menggunakan indikator yang dikemukakan Pramiswari dan Dharmadiaksa, yaitu jiwa kepemimpinan, orientasi masa depan, ketertarikan menjadi wirausaha, dan tekad membangun usaha. Keempat indikator tersebut menggambarkan kesiapan individu dalam menentukan pilihan untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan.

Generasi Z

Generasi Z merupakan kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi digital. Stillman (2018) menjelaskan bahwa generasi ini memiliki kemampuan adaptasi teknologi yang tinggi, sedangkan Wiedmer (2015) menyatakan bahwa Generasi Z menyukai tantangan, berorientasi pada pencapaian, dan mudah mempelajari metode baru dalam menyelesaikan berbagai persoalan. Karakteristik tersebut menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan kewirausahaan apabila didukung oleh pola pikir kewirausahaan dan keyakinan diri yang kuat.

Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Penelitian Kaylee de Winnaar dan Frances Scholtz menunjukkan bahwa *entrepreneurial mindset* berpengaruh positif terhadap keputusan berwirausaha karena individu yang memiliki pola pikir kewirausahaan lebih mampu mengenali peluang dan mengambil keputusan secara realistis dalam menghadapi ketidakpastian. Di sisi lain, Zhang dkk. (2018) menemukan bahwa *self efficacy* berperan penting dalam meningkatkan keberanian individu untuk memulai usaha karena mampu memperkuat keyakinan diri dalam menghadapi tantangan bisnis. Husnan dkk. (2017) juga menyimpulkan bahwa individu dengan tingkat *self efficacy* tinggi lebih siap mengambil keputusan berwirausaha dibandingkan individu dengan keyakinan diri yang rendah. Selain itu, McGrath dan MacMillan menjelaskan bahwa *entrepreneurial mindset* dapat meningkatkan *self efficacy* karena pola pikir kewirausahaan mendorong individu menjadi lebih optimis, adaptif, dan percaya terhadap kemampuan yang dimilikinya.

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini

berasumsi bahwa *entrepreneurial mindset* berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha baik secara langsung maupun melalui peningkatan *self efficacy*. Oleh karena itu, *self efficacy* diposisikan sebagai variabel intervening yang menjelaskan mekanisme pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (*eXplanatory research*), yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan kausal antarvariabel melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono (2018), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan menganalisis pengaruh *entrepreneurial mindset* terhadap keputusan berwirausaha pada Generasi Z melalui *self efficacy* sebagai variabel intervening.

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara. Lokasi penelitian dipilih karena Tanjung Selor merupakan pusat pemerintahan Provinsi Kalimantan Utara yang memiliki jumlah Generasi Z cukup besar serta menunjukkan perkembangan aktivitas kewirausahaan yang semakin meningkat. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang telah menyelesaikan pendidikan menengah maupun perguruan tinggi (*fresh graduate*) di Kecamatan Tanjung Selor. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (*unknown population*), penentuan ukuran sampel menggunakan ketentuan Roscoe yang menyatakan bahwa penelitian multivariat memerlukan jumlah sampel minimal sepuluh kali jumlah indikator yang digunakan. Penelitian ini menggunakan 10 indikator sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *probability sampling*, sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden penelitian.

Variabel penelitian terdiri atas satu variabel eksogen, yaitu *entrepreneurial mindset* (X), satu variabel intervening, yaitu *self efficacy* (Z), dan satu variabel endogen, yaitu keputusan berwirausaha (Y). *Entrepreneurial mindset* diukur menggunakan lima indikator yang dikembangkan oleh McGrath dan MacMillan, yaitu keberanian mengambil risiko, kreativitas, inovasi, *action oriented*, dan kemampuan bersosialisasi. Variabel *self efficacy* diukur berdasarkan indikator Brown dkk., yang meliputi keyakinan menyelesaikan tugas, kemampuan memotivasi diri, ketekunan, kemampuan menghadapi hambatan, serta keyakinan menyelesaikan berbagai permasalahan. Sementara itu, keputusan berwirausaha diukur menggunakan indikator yang dikemukakan Pramiswari dan Dharmadiaksa, yaitu jiwa kepemimpinan, orientasi masa depan, ketertarikan menjadi wirausaha, dan tekad membangun usaha. Seluruh indikator diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju).

Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, buku, jurnal ilmiah, serta dokumen yang relevan dengan penelitian. Selain penyebaran kuesioner, pengumpulan

data juga didukung melalui wawancara dan studi pustaka untuk memperkuat informasi yang berkaitan dengan fenomena penelitian.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan indikator setiap variabel. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen diuji melalui uji validitas menggunakan korelasi Pearson dan uji reliabilitas menggunakan koefisien Alpha Cronbach. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai korelasi di atas batas minimum yang dipersyaratkan serta nilai Alpha Cronbach melebihi 0,60, sehingga seluruh instrumen dinyatakan valid dan reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan bantuan perangkat lunak AMOS 24 dan SPSS 23. Metode SEM dipilih karena mampu menganalisis hubungan kausal yang kompleks secara simultan antara variabel laten beserta indikator penyusunnya, sekaligus menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui variabel intervening (Hair et al.; Ferdinand; Tontowi). Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif, pengujian model pengukuran (*measurement model*) menggunakan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)*, pengujian model struktural (*structural model*), evaluasi *goodness of fit*, serta pengujian hipotesis penelitian berdasarkan nilai *Critical Ratio (CR)* dan *probability (p-value)*. Model dinyatakan layak apabila memenuhi kriteria *goodness of fit*, sedangkan hipotesis diterima apabila nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05.

Model penelitian yang dikembangkan menempatkan *entrepreneurial mindset* sebagai variabel eksogen yang memengaruhi keputusan berwirausaha baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui *self efficacy* sebagai variabel intervening. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji pengaruh langsung antarvariabel, tetapi juga menjelaskan mekanisme mediasi *self efficacy* dalam hubungan antara *entrepreneurial mindset* dan keputusan berwirausaha pada Generasi Z di Kecamatan Tanjung Selor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada para pelaku usaha Generasi Z di Kecamatan Tanjung Selor, Kabupaten Bulungan, Provinsi Kalimantan Utara. Rentang waktu pengumpulan data dilaksanakan pada tahun 2025 dengan total sampel sebanyak 100 responden pelaku usaha Generasi Z. Analisis data dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Modeling (SEM)* menggunakan perangkat lunak SPSS 23 dan AMOS 24.

Gambaran Umum Objek Penelitian dan Karakteristik Responden

Kecamatan Tanjung Selor merupakan pusat pemerintahan dan ibu kota dari Provinsi Kalimantan Utara. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Bulungan tahun 2025, jumlah Generasi Z (rentang usia 18-24 tahun) di Tanjung Selor tercatat sebanyak 19.054 jiwa. Sebagian dari populasi tersebut menjalankan wirausaha di berbagai sektor, seperti kuliner, jasa, *coffee shop*, pakaian, dan ritel.

Berdasarkan hasil survei, ragam sektor usaha yang dikembangkan oleh Generasi Z di Tanjung Selor tercatat sebanyak 124 unit usaha yang terbagi dalam beberapa kategori utama. Ringkasan jenis usaha tersebut disajikan pada Tabel 4.2 dibawah ini ;

Tabel 4.2 Jenis Usaha Generasi Z di Tanjung Selor Tahun 2025



No	Jenis Usaha	Sub-Jenis Usaha / Rincian	Jumlah
1	Cemilan	Bakpao, Keripik Tempe, Cuanki, Takoyaki, Sempol Ayam, Keripik Singkong, Makanan Ringan, Dessert	22
2	Makanan	Catering, Bakso, Soto Banjar, Masakan Jadi	11
3	Pakaian	Jilbab/Hijab, <i>Thrift Shop</i> , Pakaian Wanita, Pakaian Olahraga	29
4	Produk dan Jasa	Jual Beli HP Bekas, Konter, Rental, Fotocopy, <i>Shoes Care</i> , Jual Beli Kucing, Laundry	13
5	<i>Coffee Shop</i>	Kedai Kopi / <i>Coffee Shop</i>	16
6	Sembako	Toko Sembako	6
7	Aksesoris	Pernak-pernik	10
Total			124

Sumber: Data Penelitian (2025)

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.2, sektor *coffee shop* (16 unit) serta perdagangan pakaian wanita dan aksesoris/pernak-pernik (masing-masing 10 unit) menjadi jenis usaha yang paling mendominasi di kalangan Generasi Z Tanjung Selor.

Profil karakteristik responden yang dianalisis mencakup jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan tahun kelulusan:

1. Jenis Kelamin: Berdasarkan data kuesioner, sebanyak 53% responden berjenis kelamin laki-laki dan 47% berjenis kelamin perempuan.
2. Usia: Responden berusia 18–20 tahun sebesar 18%, sedangkan mayoritas berusia 21–24 tahun yaitu sebesar 82%.
3. Pendidikan: Sebanyak 46% responden memiliki latar belakang pendidikan SMA/ sederajat, dan 54% berpendidikan Sarjana (S1).
4. Tahun Lulus: Distribusi lulusan responden tersebar dari tahun 2020 (19%), 2021 (19%), 2022 (26%), 2023 (16%), 2024 (10%), hingga 2025 (10%).

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pengukuran variabel menggunakan skala Likert 1–5. Hasil distribusi frekuensi dan nilai rata-rata (*mean*) dari masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

Entrepreneurial Mindset (X)

Variabel *Entrepreneurial Mindset* diukur melalui 5 indikator: Berani Mengambil Risiko (X₁), Kreatif (X₂), Inovatif (X₃), *Action Oriented* (X₄), dan Sosialisasi (X₅). Mayoritas responden memberikan tanggapan Sangat Setuju pada indikator X₁ (51%) dan X₅ (51%), serta respon Setuju pada indikator X₂ (48%), X₃ (48%), dan X₄ (50%). Rata-rata keseluruhan skor variabel ini sebesar 4,02 (kategori baik).

Self-Efficacy (Z)

Variabel *Self-Efficacy* diukur melalui 5 indikator (Z_1 hingga Z_5). Indikator Z_5 (kemampuan menyelesaikan masalah dalam berbagai situasi) memperoleh respon Sangat Setuju tertinggi yaitu 57%. Secara umum, rata-rata skor indikator berkisar antara 3,92 hingga 4,44 dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,22 (kategori sangat baik).

Keputusan Berwirausaha (Y)

Variabel Keputusan Berwirausaha diukur melalui 4 indikator: Jiwa Kepemimpinan (Y_1), Berorientasi Masa Depan (Y_2), Ketertarikan Berwirausaha (Y_3), dan Tekad Usaha (Y_4). Indikator Y_1 memperoleh respon Sangat Setuju sebesar 54% dan Y_2 sebesar 49%. Rata-rata keseluruhan variabel ini mencapai 4,07 (kategori baik).

Pengujian Instrumen dan Asumsi SEM**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan ambang batas korelasi $> 0,30$. Hasil uji validitas pada Tabel 4.3 menunjukkan seluruh indikator memuat nilai korelasi 0,535 - 0,833, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item Indikator	Nilai Korelasi	Keterangan
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X)	X_1	0,535	Valid
	X_2	0,618	Valid
	X_3	0,609	Valid
	X_4	0,680	Valid
	X_5	0,742	Valid
<i>Self-Efficacy</i> (Z)	Z_1	0,678	Valid
	Z_2	0,833	Valid
	Z_3	0,610	Valid
	Z_4	0,699	Valid
	Z_5	0,623	Valid
Keputusan Berwirausaha (Y)	Y_1	0,658	Valid
	Y_2	0,717	Valid
	Y_3	0,734	Valid
	Y_4	0,753	Valid

Sumber: Data Diolah (2025)

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* ($> 0,60$). Hasil pengujian pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian bersifat reliabel.

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X)	5	0,634	Reliabel

<i>Self-Efficacy</i> (Z)	5	0,726	Reliabel
Keputusan Berwirausaha (Y)	4	0,710	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2025)

Pengujian Asumsi SEM dan Goodness of Fit

1. **Normalitas:** Nilai *Critical Ratio* (CR) *multivariate* sebesar 29,579 berada di bawah nilai kritis Z (125,212), sehingga asumsi normalitas terproyeksi memenuhi syarat.
2. **Linearitas:** Hasil uji linearitas melalui *curve fit* pada Tabel 4.5 menunjukkan seluruh hubungan antarvariabel memiliki nilai signifikan $< 0,05$, yang berarti hubungan antarvariabel bersifat linear.

Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas Hubungan Antar variabel

Hubungan Antar variabel	Nilai Sig.	Standar	Keputusan
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X) → Keputusan Berwirausaha (Y)	0,041	$< 0,05$	Linear
<i>Self-Efficacy</i> (Z) → Keputusan Berwirausaha (Y)	0,004	$< 0,05$	Linear
<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X) → <i>Self-Efficacy</i> (Z)	0,048	$< 0,05$	Linear

Sumber: Data Diolah (2025)

3. **Evaluation of Goodness of Fit:**

Evaluasi kelayakan model struktural ditunjukkan pada Tabel 4.6. Kriteria *CMIN/DF* ($1,471 \leq 2,00$), *GFI* ($0,910 \geq 0,90$), *AGFI* ($0,816 \leq 0,90$), dan *RMSEA* ($0,069 \leq 0,08$) menunjukkan indikasi model struktural tergolong baik (*fit*).

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Goodness of Fit Overall Model

Kriteria Evaluasi	Cut-off Value	Hasil Model	Keterangan
Chi-Square	Diharapkan kecil	75,002	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0,016	Model Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,471	Model Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,910	Model Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,910	Model baik
TLI	$\geq 0,95$	0,867	Model tidak baik



CFI	$\geq 0,95$	0,925	Model tidak baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,069	Model Baik

Sumber: Data Diolah (2025)

Measurement Model (Confirmatory Factor Analysis) dan Structural Model Model Pengukuran (CFA)

Analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) digunakan untuk menguji validitas konstruk dari indikator pembentuk variabel laten. Nilai *loading factor* indikator disajikan pada Tabel 4.7

Tabel 4.7 Hasil Measurement Model (CFA)

Variabel Laten	Indikator	Loading Factor	P-Value	Keterangan
Entrepreneurial Mindset (X)	X ₁ Berani Mengambil Risiko	0,57	***	Signifikan
	X ₂ Kreatif	0,55	0,021	Signifikan
	X ₃ Inovatif	0,48	0,025	Signifikan
	X ₄ <i>Action Oriented</i>	0,67	***	Signifikan
	X ₅ Sosialisasi	0,74	***	Signifikan
Self-Efficacy (Z)	Z ₁ Penyelesaian Tugas	0,83	***	Signifikan
	Z ₂ Motivasi Diri	0,85	***	Signifikan
	Z ₃ Kerja Keras dan Tekun	0,34	***	Signifikan
	Z ₄ Ketahanan Beradaptasi	0,64	***	Signifikan
	Z ₅ Solusi Berbagai Situasi	0,58	***	Signifikan
Keputusan Berwirausaha (Y)	Y ₁ Jiwa Kepemimpinan	0,54	***	Signifikan
	Y ₂ Berorientasi	0,67	***	Signifikan



	Masa Depan			
	Y ₃ Ketertarikan Wirausaha	0,50	***	Signifikan
	Y ₄ Tekad Usaha	0,47	0,009	Signifikan

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7, indikator terkuat yang membentuk variabel *Entrepreneurial Mindset* adalah indikator Sosialisasi (X5) dengan *loading factor* 0,74. Pada variabel *Self-Efficacy*, indikator terkuat ditunjukkan oleh Motivasi Diri (Z2) sebesar 0,85. Sedangkan variabel Keputusan Berwirausaha paling dominan dibentuk oleh indikator Berorientasi Masa Depan (Y2) sebesar 0,67.

Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Pengujian hubungan antarvariabel dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian secara langsung maupun tidak langsung. Hasil koefisien jalur (*path coefficients*) disajikan pada Tabel 4.8 dan Tabel 4.9.

Tabel 4.8 Hasil Analisis Jalur Pengaruh Langsung

No	Hubungan Antarvariabel	Koefisien Jalur	P-Value	Keterangan	Hipotesis
1	<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X) → Keputusan Berwirausaha (Y)	0,52	0,007	Positif Signifikan	H1 Diterima
2	<i>Self-Efficacy</i> (Z) → Keputusan Berwirausaha (Y)	0,57	0,000	Positif Signifikan	H2 Diterima
3	<i>Entrepreneurial Mindset</i> (X) → <i>Self-Efficacy</i> (Z)	0,48	0,071	Positif Tidak Signifikan	H3 Ditolak

Sumber: Data Diolah (2025)

Tabel 4.9 Hasil Analisis Jalur Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh Langsung	Tidak	Jalur X→Z	Jalur Z→Y	Koefisien Tidak Langsung	Keterangan
X→Z→Y		0,48	0,57	0,273	Tidak



				Signifikan
--	--	--	--	------------

Sumber: Data Diolah (2025)

Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2), variabel Keputusan Berwirausaha dipengaruhi oleh *Entrepreneurial Mindset* dan *Self-Efficacy* secara simultan sebesar 65% ($R^2 = 0,65$), sedangkan 35% sisa varians dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) membuktikan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor dengan nilai koefisien 0,52 dan p value 0,007. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pola pikir kewirausahaan yang dimiliki oleh Generasi Z, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan mereka untuk berwirausaha. Temuan ini mempertegas bahwa pola pikir kewirausahaan yang terefleksi kuat dari kemampuan sosialisasi dan orientasi pada tindakan (*action oriented*) mendorong Generasi Z Tanjung Selor untuk menetapkan pilihan karir sebagai pelaku usaha yang berorientasi pada masa depan.

Pengaruh Self-Efficacy terhadap Keputusan Berwirausaha

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa *Self-Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha dengan nilai koefisien 0,57 dan p value 0,000. Semakin tinggi keyakinan diri individu untuk menyelesaikan tugas dan memotivasi dirinya, maka semakin tinggi dorongan dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha. Indikator keyakinan diri dalam memotivasi tindakan (Z2) menjadi pendorong utama yang selaras dengan keberanian Generasi Z dalam merencanakan usaha jangka panjang.

Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Self-Efficacy

Pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Self-Efficacy* dengan nilai koefisien 0,48 dan p value 0,071 > 0,05. Pola pikir kewirausahaan tidak secara otomatis meningkatkan keyakinan diri individu secara signifikan jika tidak didukung oleh faktor eksternal atau pengalaman langsung dalam mengelola usaha.

Sebagai konsekuensinya, peran *Self-Efficacy* sebagai variabel mediasi ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$) terbukti tidak signifikan (koefisien tidak langsung adalah 0,273). Hal ini disebabkan jalur utama dari *Entrepreneurial Mindset* ke *Self-Efficacy* tidak memiliki kontribusi yang signifikan.

Implikasi terapan dari penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan kemampuan sosialisasi dan dorongan motivasi diri bagi generasi muda Tanjung Selor. Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan dapat merancang program inkubasi bisnis lokal yang menitikberatkan pada pelatihan praktis guna memperkuat keyakinan diri (*self-efficacy*) serta kemampuan jaringan bisnis Generasi Z.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

Berwirausaha pada Generasi Z di Tanjung Selor. Peningkatan pada pola pikir kewirausahaan, khususnya yang ditunjukkan oleh tingginya indikator sosialisasi, secara nyata berkontribusi pada peningkatan keputusan untuk berwirausaha yang berorientasi pada masa depan. Demikian pula, *Self-Efficacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Berwirausaha. Keyakinan diri individu, terutama dalam hal kemampuan memotivasi diri serta bertahan menghadapi tantangan usaha, menjadi pendorong utama yang memperkuat keputusan Generasi Z untuk menjalankan wirausaha. Sementara itu, *Entrepreneurial Mindset* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Self-Efficacy*, yang mengindikasikan bahwa kepemilikan pola pikir kewirausahaan tidak secara otomatis mampu meningkatkan keyakinan diri secara langsung tanpa dukungan pengalaman praktis atau faktor penunjang lainnya. Secara simultan, *Entrepreneurial Mindset* dan *Self-Efficacy* mampu menjelaskan variasi keputusan berwirausaha sebesar 65%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, saran dan rekomendasi yang dapat diberikan bagi para pelaku usaha Generasi Z adalah untuk terus memperkuat pola pikir kewirausahaan dan keyakinan diri melalui pelibatan aktif dalam jejaring bisnis (*networking*) serta pembiasaan menghadapi tantangan usaha agar keberanian mengambil risiko dan inovasi dapat terus berkembang. Bagi perguruan tinggi, pengembangan kurikulum kewirausahaan disarankan untuk tidak hanya berfokus pada teori, melainkan lebih banyak mengintegrasikan kegiatan praktik lapangan, inkubasi bisnis, dan pendampingan wirausaha guna membangun *self-efficacy* serta mentalitas wirausaha mahasiswa secara riil. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada cakupan variabel yang terbatas pada *Entrepreneurial Mindset* dan *Self-Efficacy*, rentang wilayah yang terfokus di Kecamatan Tanjung Selor, serta jumlah sampel yang relatif terbatas. Oleh karena itu, bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup populasi, menambah jumlah sampel, serta mengintegrasikan variabel-variabel relevan lainnya seperti literasi keuangan, dukungan sosial, keberanian mengambil risiko, atau akses permodalan untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika kewirausahaan generasi muda.

DAFTAR REFERENSI

- Azizah, L. (2018). *Pengaruh Entrepreneurial Mindset dan Lingkungan Keluarga terhadap Keputusan Berwirausaha dengan Self Efficacy sebagai Variabel Mediasi pada UMKM di Kota dan Kabupaten Magelang*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2022*. Berita Resmi Statistik, 40, 23.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulungan. (2023). *Kependudukan Kabupaten Bulungan*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulungan.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bulungan. (2023). *Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) Kabupaten Bulungan Tahun 2022*. Berita Resmi Statistik.
- Bandura, A. (2006). *Guide for Constructing Self-Efficacy Scales*. Information Age Publishing.
- Budianto, A. E. (2022). *Entrepreneurial Mindset*. MNC Publishing.
- Dhliwayo, S., & Van Vuuren, J. J. (2007). The strategic entrepreneurial thinking imperative.

Acta Commercii, 7(1).

- Fauzi, A., & Setyawan, I. (2018). Mindset kewirausahaan mahasiswa bisnis dan non-bisnis. *Cakrawala Management Business Journal*, 1(1), 134–145.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hayati, R. (2022). Pengaruh self efficacy dan entrepreneurial education dalam pengambilan keputusan berwirausaha pada mahasiswa akuntansi Universitas Dharma Andalas. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(1).
- Irsyada, R., Dardiri, A., & Sugandi, R. M. (2018). Kontribusi minat berwirausaha dan self efficacy terhadap kesiapan berwirausaha di era Revolusi Industri 4.0 mahasiswa Teknik Informatika se-Malang. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, dan Pengembangan*, 3(7), 945–954.
- Maulana, N. I. (2022). *Pengaruh Entrepreneurial Mindset terhadap Keputusan Berwirausaha pada Generasi Z di Bandung*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty*. Harvard Business School Press.
- Muttaqiyathun, A., & Nurmaya, E. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berwirausaha pada Generasi Z.
- Nurchayono, J., Isharijadi, & Sulistyowati, N. W. (2021). Keputusan berwirausaha alumni pendidikan akuntansi UNIPMA dipengaruhi pengetahuan akuntansi dan jiwa kewirausahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Obed, R. A., Jaja, S. A., & Ukoha, O. (2018). Entrepreneurial mindset and human capacity building of small and medium scale firms in Port Harcourt. *International Journal of Advanced Academic Research*, 4(5), 68–87.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Gen Z @ Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. HarperBusiness.
- Tantowi, A. J. (2016). *Buku Ajar Penelitian Kuantitatif*. LPPM Universitas Kaltara.
- Tontowi, A. J. (2016). *Materi (Hand Out) Mentoring Penelitian*. LPPM Universitas Kaltara.
- Wiedmer, T. (2015). Generations do differ: Best practices in leading Traditionalists, Boomers, and Generations X, Y, and Z. *Delta Kappa Gamma Bulletin*, 82(1), 51–58.
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623–641.



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN