

**GAMBARAN *ENTREPRENEURIAL MINDSET* PADA
PEDAGANG UMKM DI MEDAN TUNTUNGAN**

SKRIPSI

OLEH:

STEFANY FEBRIANINTA PURBA

16. 860. 0338



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/3/21

Access From (repository.uma.ac.id)9/3/21

**GAMBARAN ENTREPRENEURIAL MINDSET PADA
PEDAGANG UMKM DI MEDAN TUNTUNGAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

OLEH:

STEFANY FEBRIANINTA PURBA

16. 860. 0338



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 9/3/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)9/3/21

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Gambaran *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang
UMKM di Medan Tuntungan
Nama : Stefany Febrianinta Purba
NPM : 16.860.0338
Bagian : Psikologi Industri dan Organisasi

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Endang Haryati, S.Psi M.Psi, Psikolog

Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si

Ka. Bagian

Dekan

Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi

Dr.Hj.Risydah Fadilah, M.Psi, Psikolog

Tanggal Lulus: 13 Januari 2021

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Derajat
Sarjana (S1) Psikologi

Pada Tanggal

13 Januari 2021



Mengesahkan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

Dekan

Dr.Hj.Risydah Fadilah, M.Psi, Psikolog

DEWAN PENGUJI

1. Hasanuddin, Ph.D
2. Drs. Mulia Siregar, M.Psi
3. Endang Haryati, S.Psi, M.Psi, Psikolog
4. Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Si

TANDA TANGAN

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain dan telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Stefany Febrianinta Purba
NPM : 168600338
Program Studi : Psikologi Industri dan Organisasi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Gambaran *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di :

Medan

Pada Tanggal :

13 Januari 2021

Yang menyatakan



(Stefany Febrianinta Purba)

MOTTO

Ambil Langkah Itu

Jika kau tidak bisa berjuang untuk apa yang kau yakini, bersiaplah untuk kalah.

Jika kau tidak memiliki keberanian untuk mengejar impianmu, bersiaplah ketika orang lain yang meraihnya.

Jika kau tidak punya kekuatan untuk mempertahankan apa yang benar-benar penting dalam hidupmu, bersiaplah melepaskannya.

Jika kau tidak berinisiatif untuk mengambil langkah maju yang akan memberimu masa depan yang lebih baik, bersiaplah ketika masa depan itu menjauhimu.

Berhentilah menyalahkan lingkunganmu untuk konsekuensi yang kaubuat sendiri.

Tempuh hidupmu dan ikuti mimipimu, bukan mengikuti orang lain.

-Najwa Zebian

PERSEMBAHAN

Ayub 1:21 katanya : “Dengan telanjang aku keluar dari kandungan ibuku, dengan telanjang pula aku akan kembali ke dalamnya. TUHAN yang memberi, TUHAN yang mengambil, terpujilah nama TUHAN!”



Lukas 18:27 Kata Yesus : “ Apa yang tidak mungkin bagi manusia, mungkin bagi Allah.”

Yeremia 29:12 Dan apabila kamu berseru dan datang untuk berdoa kepada-Ku, maka Aku akan mendengarkan kamu;

ABSTRAK

GAMBARAN *ENTREPRENEURIAL MINDSET* PADA PEDAGANG UMKM DI MEDAN TUNTUNGAN

Oleh:

STEFANY FEBRIANINTA PURBA

NPM :16.860.0338

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan. Sampel dalam penelitian ini adalah 129 pedagang UMKM di Medan Tuntungan. Penelitian ini menggunakan skala *entrepreneurial mindset* yang terdiri dari tujuh jenis, yaitu : *action oriented*, fokus pada eksekusi, berpikir simpel, memiliki kreativitas, memiliki integritas, mengambil peluang, dan membangun jaringan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *skala Likert*. Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan maka diperoleh hasil dari gambaran *entrepreneurial mindset* ditinjau dari jenisnya. Hasil ini diketahui dengan melihat nilai atau koefisien validitas memiliki rentang 0.300 sampai dengan 0.492, dengan skor reliabilitas *Cronbach Alpha* 0.788 dan koefisien reliabilitas sebesar 0,788. Hasil penelitian ini sesuai dengan fenomena yang peneliti lihat dilapangan, yaitu jenis *entrepreneurial mindset* “*action oriented* (35,7%), membangun jaringan (26,4%), dan memiliki kreativitas (38%)” memiliki nilai persentase tiga terendah dari antara jenis *entrepreneurial mindset* lainnya, sementara indikator “memiliki integritas” memiliki persentase tertinggi yaitu sebesar 76%. Temuan lain dari penelitian ini adalah jumlah pedagang UMKM di Medan Tuntungan dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa jumlah pedagang UMKM di Medan Tuntungan pada rentang usia > 25-40 tahun lebih banyak dibanding kelompok usia lainnya. Selain itu, dalam penelitian ini menunjukan bahwa jumlah pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang berpendidikan SMA lebih tinggi dari pada kelompok berpendidikan lainnya. Temuan terakhir dalam penelitian ini adalah jumlah pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang berusaha > 3 tahun lebih banyak daripada usia usaha lainnya.

Kata Kunci : *Entrepreneurial Mindset*

ABSTRACT

DESCRIPTION OF ENTREPRENEURIAL MINDSET ON UMKM TRADERS IN MEDAN TUNTUNGAN

STEFANY FEBRIANINTA PURBA

NPM :16.860.0338

This study aims to describe the entrepreneurial mindset of UMKM traders in Medan Tuntungan. The sample in this study were 129 UMKM traders in Medan Tuntungan. Research that uses an entrepreneurial mindset scale consists of seven types, namely: action-oriented, focus on execution, simple thinking, creativity, integrity, taking opportunities, and building networks. Data collection was carried out using a Likert scale. Based on the results of the data analysis carried out, the results obtained from the description of the entrepreneurial mindset in terms of its type. The known results by looking at the value or validity coefficient range from 0.300 to 0.492, with a Cronbach Alpha reliability score of 0.788 and a reliability coefficient of 0.788. The results of this study are in accordance with the phenomenon that researchers see in the field, namely the type of entrepreneurial mindset "action-oriented (35.7%), building networks (26.4%), and having creativity (38%)" has the lowest three proportion values among other types of entrepreneurial mindset, while the indicator "has integrity" with the highest proportion of 76%. Another finding from this study is that the number of UMKM traders in Medan Tuntungan is more male than female. This study also revealed that the number of UMKM traders in Medan Tuntungan was more than 25-40 years old than other age groups. In addition, this research indicates that the number of UMKM traders in Medan Tuntungan who has high school education is higher than other educated groups. The latest finding in this study is the number of UMKM traders in Medan Tuntungan who tried > 3 years, more than the other business age.

Keywords: *Entrepreneurial Mindset*

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Medan. Pada tanggal 21 Februari 1998 dari ayah Martan Purba dan ibu Esterlina Tarigan. Penulis merupakan putri bungsu dari dua bersaudari. Tahun 2016 Penulis lulus dari SMA Swasta Advent Pematang Siantar dan pada tahun 2016 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah menjadi asisten mata kuliah bahasa inggris pada tahun ajaran 2016/2017. Pada tahun 2019 Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Pelindo I Belawan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terimakasih peneliti ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas segala berkat, rahmat, dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran, dan kesempatan kepada peneliti sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Sesungguhnya peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak penulisan skripsi ini tidak dapat diselesaikan, oleh sebab itu penulisan skripsi ini telah banyak menerima bantuan waktu, tenaga dan pikiran dari banyak pihak. Sehubungan dengan itu, maka pada kesempatan ini perkenankanlah peneliti menyampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Yayasan Haji Agus Salim, Universitas Medan Area.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Sc, M.Eng selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Dr.Hj.Risydah Fadilah, M.Psi, Psikolog, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Laili Alfita, S.Psi., M.M., M.Psi, selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak Hasanuddin, Ph.D selaku Ketua dalam sidang meja hijau saya, yang telah bersedia hadir dan bersedia menguji dan memberi arahan perbaikan kesalahan peneliti dalam menyusun skripsi ini.

6. Bapak Drs. Mulia Siregar, M.Psi selaku Sekertaris dalam sidang meja hijau saya, yang telah bersedia menguji dan memberi arahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Ibu Endang Haryati, S.Psi., M.Psi, Psikolog selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar membimbing, mengingatkan dan memberikan motivasi untuk terus berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi., M.Si selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, membimbing dan memberikan inspirasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Arif Fachrian, S.Psi., M.Psi selaku Kepala Bagian Akademik Psikologi Industri dan Organisasi.
10. Dosen-dosen dan staf administrasi Fakultas Psikologi yang telah memberikan masukan dan dukungan serta membantu segala hal yang berbentuk administrasi saya selama pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada Ibu Dra. Siti Mahrani Hasibuan selaku Sekretaris Balitbang Kota Medan, yang atas nama Kepala Balitbang Kota Medan telah memberikan saya izin untuk mengambil data , juga kepada Bapak Khairul Azhar Daulay, S. Sos selaku Kepala Bagian Kepegawaian Perusahaan Daerah Pasar Kota Medan, serta Bapak Hermanto, SH yang telah memberikan saya izin untuk mengambil data guna penelitian di Pasar Tradisional Simalingkar.
12. Kepada Bapak Martan Purba dan Ibu Esterlina Tarigan yang saya sayangi, sebagai orangtua yang sudah menerima tanggung jawab untuk membesarkan saya, memenuhi kebutuhan saya hingga saat ini, yang memberi dukungan dalam berbagai bentuk beserta kepada keluarga besar Purba dan Tarigan yang

senantiasa menjadi motivasi dan panutan sehingga pada akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

13. Kepada Ribcha Marientha Lesy Purba saudara perempuan serahim satu-satunya yang saya kasihi dan banggakan.

14. Kepada Sahabat-sahabat jiwa saya “Tentop”, Cut Ratna Sari, Endang Setiawati, Joana Mimi Kristin Panjaitan, Kiky Rianti, Lela Karmina Rezky Ginting, Lena Wati Sinaga, Riani Puspa, Siti Juleha, dan Vivi Hariani yang membuat hari-hari perkuliahan terasa singkat dan bermakna, terimakasih untuk waktu yang menyenangkan dan kenangan yang berharga, tidak lupa juga kepada teman baik saya semasa PKL (Praktek Kerja Lapangan) di Pelindo 1 Belawan Nur Utari dan abang Rahmad Fachrozi yang berharga, serta teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Dalam akhir penyusunan skripsi ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dari berbagai pihak sehingga dapat lebih baik dimasa depan.

Medan,13 Januari 2021

Stefany Febrianinta Purba

16.860.0338

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DALAM (COVER)	ii
HALAMAN PENGESAHAN SEMINAR HASIL	iii
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN DAN SPESIFIKASI PENELITIAN	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
RIWAYAT HIDUP	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR/DIAGRAM	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. <i>Entrepreneurial</i>	8
1. Pengertian <i>Entrepreneurial</i>	8
2. Karakteristik <i>Entrepreneurial</i>	9
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Entrepreneurial</i>	11
4. Jenis-Jenis <i>Entrepreneurial</i>	14
5. Ciri-Ciri <i>Entrepreneurial</i>	14
B. <i>Mindset</i>	15
1. Pengertian <i>Mindset</i>	15
2. Jenis-Jenis <i>Mindset</i>	17
2.1 <i>Growth Mindset</i>	17
2.2 <i>Fixed Mindset</i>	17
3. Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan <i>Mindset</i>	18
C. <i>Entrepreneurial Mindset</i>	20

1. Pengertian <i>Entrepreneurial Mindset</i>	20
2. Karakteristik <i>Entrepreneurial Mindset</i>	20
3. Jenis-Jenis <i>Entrepreneurial Mindset</i>	21
4. Cara Mengembangkan <i>Entrepreneurial Mindset Positive</i>	24
5. Komponen <i>Entrepreneurial Mindset</i>	26
D. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)	29
1. Pengertian UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	29
2. Kriteria UMKM	31
3. Peranan UMKM dalam Perekonomian	32
4. Kinerja UMKM di Indonesia	33
5. Aspek yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM	34
E. Gambaran <i>Entrepreneurial Mindset</i> pada UMKM.....	35
F. Kerangka Konseptual	37
G. Pertanyaan Penelitian	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Tipe Penelitian	38
B. Identifikasi Variabel Penelitian	39
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
D. Subjek Penelitian	40
1. Populasi	40
2. Sampel	40
3. Teknik Pengambilan Sampel	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Analisis Data	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Orientasi Kancah Penelitian	48
B. Persiapan Penelitian	49
1. Persiapan Administrasi	50
2. Persiapan Alat Ukur	50
C. Pelaksanaan Penelitian	56
1. Pengumpulan Data	56
2. Pelaksanaan Skoring	57
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	57
1. Uji Asumsi	57
a. Uji Normalitas	57
b. Hasil Penelitian Analisis Data	58
2. Deskriptif Responden	60
E. Pembahasan	66
1. Analisis Deskriptif	66
1.1 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset Action Oriented</i>	66
1.2 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset Berpikir Sempel</i>	68
1.3 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset Fokus pada Eksekusi</i>	69
1.4 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset Memiliki Kreativitas</i>	70
1.5 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset Memiliki Integritas</i>	72

1.6 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset</i> Mengambil Peluang	74
1.7 Gambaran Jenis <i>Entrepreneurial Mindset</i> Membangun Jaringan	75
1.8 Gambaran Ketujuh <i>Entrepreneurial Mindset</i> berdasarkan Kategori Tinggi	77
BAB V SIMPULAN DIKUSI DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	88
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	113

DAFTAR TABEL

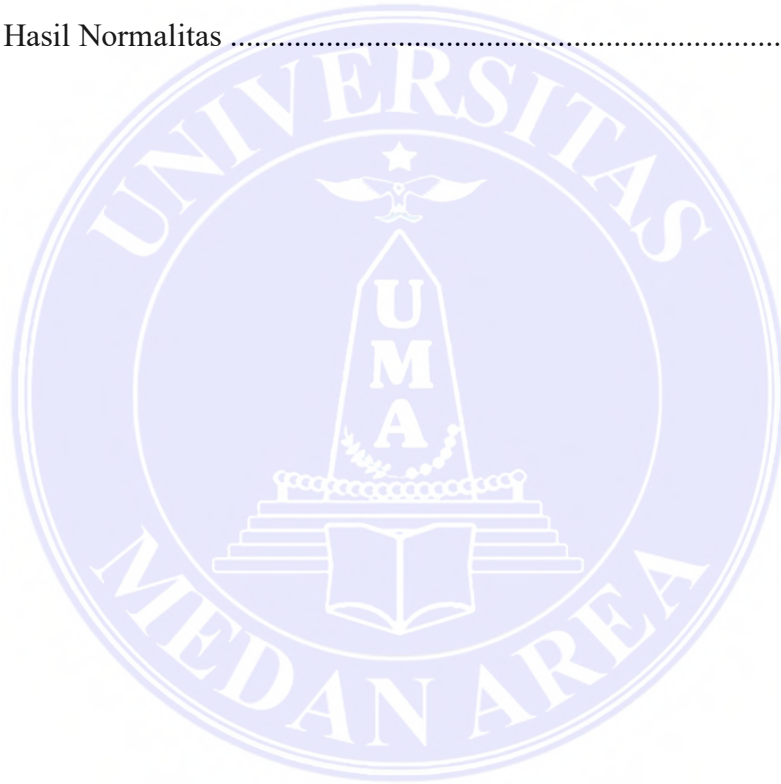
Tabel	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	37
3.1 Skor Skala <i>Entrepreneurial Mindset</i> pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	44
3.2 Sebaran Nomor Aitem pada Instrumen <i>Entrepreneurial Mindset</i>	45
4.1 Distribusi Butir Skala <i>Entrepreneurial Mindset</i> Sebelum Uji Coba.....	51
4.2 Distribusi Buti-Butir Valid dari Skala <i>Entrepreneurial Mindset</i> setelah Uji Coba	54
4.3 Intepretasi Reabilitas	56
4.4 Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran	58
4.5 Kriteria Kondisi <i>Entrepreneurial Mindset</i>	59
4.6 Jenis Kelamin Pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang diambil sebagai Responden	60
4.7 Rentang Usia Pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang diambil sebagai Responden	61
4.8 Pendidikan Terakhir Pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang diambil sebagai Responden	62
4.9 Lama Usaha Pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang diambil sebagai Responden	63
4.10 Jumlah Karyawan yang dimiliki Pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang diambil sebagai Responden	64
4.11 Omset Penjualan Pedagang UMKM di Medan Tuntungan yang diambil sebagai responden	65

DAFTAR GAMBAR/DIAGRAM

Diagram	Halaman
4.1 Persentase <i>Action Oriented</i> pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	66
4.2 Persentase Berpikir Sempel pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	68
4.3 Persentase Fokus pada Eksekusi pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	69
4.4 Persentase Berkreasi dan Mencari Peluang Baru pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	71
4.5 Persentase Memiliki Integritas pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	72
4.6 Persentase Mengambil Peluang pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	74
4.7 Persentase Fokus pada Eksekusi pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan	76
4.8 Persentase Jenis <i>Entrepreneurial Mindset</i> berdasarkan Kategori Tinggi..	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Angket <i>Entrepreneurial Mindset</i>	89
2. Hasil Kuesioner Penelitian	94
3. Hasil Reabilitas dan Validitas	97
4. Hasil Frekuensi Jenis <i>Entrepreneurial Mindset</i>	106
5. Hasil Normalitas	110



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingginya jumlah pengangguran dikarenakan peluang kerja lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah pencari kerja dari berbagai jenjang pendidikan membuat Indonesia menjadi salah satu dari beberapa negara berkembang dengan tingkat pengangguran yang tinggi. Meningkatnya jumlah wirausaha (*entrepreneur*) di suatu negara akan sangat berpengaruh terhadap terbukanya lapangan pekerjaan, dalam menciptakan kreativitas dan meningkatkan produktivitas.

Beberapa penelitian juga menunjukkan adanya hubungan positif antara kewirausahaan (*entrepreneurial*) dengan pertumbuhan ekonomi, khususnya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, kelangsungan hidup perusahaan dan perubahan teknologi. Besarnya jumlah *entrepreneur* juga membantu suatu negara dalam menghadapi perubahan arah ekonomi. Dengan demikian, *entrepreneurial* memiliki peran yang sangat penting bagi sebuah negara, khususnya sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi.

Namun, minat untuk menjadi seorang *entrepreneur* masih menjadi pilihan akhir bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Karir sebagai *entrepreneur* masih dianggap sebagai pilihan yang tidak begitu menarik khususnya bagi generasi muda dikalangan para akademisi (Thrikawala, 2011). Hal ini terbukti dengan tingginya jumlah pencari kerja dan jumlah pengangguran terdidik yang terus meningkat setiap tahunnya.

Meskipun sudah sejak lama diperkenalkan, namun masyarakat belum memiliki kecakapan dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri mereka sendiri. Orang-orang yang mencari pekerjaan jauh lebih tinggi dibandingkan dengan orang-orang yang membuka lapangan pekerjaan, tidak jauh berbeda dari mahasiswa setelah menyelesaikan pendidikannya akan lebih banyak yang mencari pekerjaan dibandingkan dengan membuka lapangan pekerjaan.

Ada beberapa alasan mengapa mahasiswa lebih cenderung memilih untuk mencari pekerjaan dibandingkan menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri mereka sendiri yang peneliti peroleh melalui wawancara dengan mahasiswa di Medan Tuntungan sebagai berikut :

“Kalau berwirausaha itu kan ya, harus punya modal. Dan modalnya bukan hanya uang aja. Modal keberanian juga. Terus kalau mau buka usaha, maunya jangan asal buka aja gitu, supaya usahanya jalan terus jangan baru buka sebentar terus tutup karena kalah hits.” (Pendapat mengenai berwirausaha, 2020)

“Lebih memilih cari pekerjaan sih ya, soalnya kalau udah dapat kerjaan rasanya lebih terjamin aja. Udah pasti tiap bulan gajian, dan yang diterima itu udah ditentukan, jadi lebih pasti. Kalau buka usaha, kan uang yang masuk ngga sama setiap hari. Ada untung ruginya dan ngga bisa ditebak.” (Pendapat mengenai berwirausaha, 2020)

Kesimpulan yang peneliti ambil dari hasil wawancara diatas adalah alasan mahasiswa di Medan Tuntungan lebih memilih mencari pekerjaan dibanding menjadi *entrepreneur* karena untuk menjadi *entrepreneur* dianggap sebagai pilihan yang beresiko dibanding dengan bekerja di sebuah organisasi/perusahaan. Karena adanya tuntutan menjadi kreatif dan modal yang cukup untuk memulai usaha serta pendapatan yang masuk tidak pasti masih membuat mahasiswa tersebut lebih memilih bekerja di sebuah organisasi atau perusahaan.

Padahal untuk menjadi seorang *entrepreneur*, *mindset* seperti itu harus dihindari. McGrath & MacMillan (2000) mendefinisikan “*entrepreneurial mindset* sebagai 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, mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko. *Entrepreneurial mindset* menunjukkan cara berpikir dan tindakan tentang bisnis dan peluangnya dalam menangkap manfaat ketidakpastian.”

Pendapat ini sejalan dengan pendapat Neneh (2012) yaitu, “*Entrepreneurial mindset* mengindikasikan cara berpikir tentang bisnis dan memanfaatkan peluangnya dalam kondisi ketidakpastian. Hal itu menggambarkan perilaku inovatif untuk memanfaatkan peluang dan segera mengambil tindakan nyata untuk mengeksplorasi. Keberadaan *entrepreneurial mindset* penting untuk menentukan daya saing organisasi serta masyarakat dan penciptaan lapangan kerja. *Entrepreneurial mindset* juga mengindikasikan keberanian menemukan ide-ide yang bernilai. Dengan demikian pendefinisian *entrepreneurial mindset* adalah kemampuan untuk bertindak merubah peluang menjadi kenyataan.”

Berangkat dari sebuah *mindset*, *entrepreneur* akan mewujudkan cara apa yang ada di pikirannya ke dalam bentuk nyata yaitu melalui perilakunya. Bagaimana mewujudkan suatu harapan atau ekspektasi dalam pikiran menjadi kenyataan lewat perilaku dalam menjalankan usaha. Perilaku *entrepreneur* didasarkan pada seperangkat nilai atau kepercayaan dan kebutuhan tertentu yang memberi individu motivasi dan penentuan nasib sendiri untuk terlibat dalam

perilaku *entrepreneurial* (Kirkley, 2016). *Mindset* merupakan cara atau langkah dasar yang akan membawa seorang *entrepreneur* kepada tujuan, impian ataupun *goal* besar yang ingin dicapai. Oleh sebab itu semakin tinggi *entrepreneurial mindset* pada seorang *entrepreneur* diharapkan dapat membantu seorang *entrepreneur* mencapai kesuksesan lebih cepat dari yang memiliki *entrepreneurial mindset* yang lebih rendah.

Fenomena lain yang berkaitan dengan *entrepreneurial mindset* yang peneliti lihat melalui observasi di Medan Tuntungan, adalah dimana pedagang UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Medan Tuntungan, banyak yang memasarkan produk yang sama tanpa memberikan ide baru dalam produk tersebut dengan kata lain mengambil ide usaha orang lain secara utuh. Padahal menurut Suharti (2011) “Kreativitas merupakan aspek penting dalam berwirausaha. Kreativitas tidak hanya mendukung tetapi juga sangat mempengaruhi intensi berwirausaha, yang merupakan sumber lahirnya *entrepreneur* di masa depan.” Pendapat Suharti ini, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Febrianti (2014) dengan hasil penelitian bahwa "Inovasi Produk dan Kreativitas memiliki pengaruh kuat terhadap keberhasilan suatu usaha.”

Adapun alasan mengapa banyak pedagang UMKM di Medan Tuntungan menjual produk yang sama, karena banyak dari antara pedagang tersebut yang menjadi reseller namun peneliti beranggapan meskipun pedagang hanya menjadi reseller, pedagang juga hendaknya memiliki kreativitas dalam memasarkan produk mereka. Dimana peneliti temukan ada satu UMKM yang menjalankan bisnis Pulsa dan Kuota, pedagang tersebut memberi kupon kepada pembelinya untuk menjadikan pembeli tersebut menjadi pelanggan. Ide ini ada disebabkan

adanya kreativitas dari si pedagang karena pedagang UMKM tersebut memiliki *entrepreneurial mindset* yang tinggi. Karena dapat diketahui bahwa kreativitas menjadi salah satu dari tujuh jenis *entrepreneurial mindset* menurut pendapat ahli Mcgrath & Macmillan (2000). Namun sayangnya ide-ide seperti ini jarang ditemukan pada pedagang lainnya.

Fenomena lain yang peneliti lihat melalui observasi, saat terjadinya pandemi. Dimana COVID-19 memaksa pedagang UMKM menutup usaha mereka karena PSBB (Pembatasan Sosial Berkala Besar), berkurangnya pembeli dikarenakan pembeli takut keluar rumah, yang pada akhirnya menyebabkan omset penjualan relatif menurun pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan sehingga tidak jarang UMKM di Medan Tuntungan tutup atau gulung tikar.

Seperti yang dimuat dalam sebuah artikel berikut ini :

“Sebanyak 672.000 usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) serta 7.700 koperasi di Sumatera Utara (Sumut) telah terdampak pandemi virus corona (Covid-19). Pelaksana tugas Kepala Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumut, Ridho Haykal Amal di Medan, Selasa, mengatakan bahwa jumlah UMKM dan koperasi yang terdampak itu tersebar di seluruh kabupaten maupun kota. Ridho Haykal mengatakan jumlah pelaku usaha yang terdampak itu sangat besar mengingat total jumlah UMKM di Sumut mencapai 960.000 dan koperasi ada 11.000. Dia menegaskan pandemi Covid-19 juga membuat permintaan dari masyarakat mulai menurun, sehingga barang-barang produksi tidak laku. Kondisi ini juga mengakibatkan pengusaha UMKM dan koperasi kesulitan mencari bahan baku akibat perusahaan pemasok bahan baku juga tutup. Pengusaha UMKM dan koperasi juga mengalami pendistribusian dan termasuk terganggunya akses pembiayaan. Semua hambatan yang dialami UMKM dan koperasi itu secara langsung mengganggu kinerja para pengusaha tersebut.” (Sianturi, 2020)

Pedagang yang terpaksa gulung tikar tidak mampu bertahan dikarenakan pedagang kesulitan dalam mengubah cara atau menyesuaikan produk yang mereka pasarkan, kesulitan menghadapi perubahan akibat pandemi selain itu berkembangnya zaman dan teknologi juga menjadi alasan beberapa UMKM sulit

untuk maju. Hal ini tentunya dapat dihindari bila pedagang UMKM memiliki *entrepreneurial mindset* yang tinggi sehingga dapat bertahan dan menyesuaikan diri pada zaman yang tidak berhenti berkembang.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti memutuskan untuk melihat *entrepreneurial mindset* yang beragam pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan sesuai dengan pandangan (McGrath & MacMillan, 2000) dimana *Entrepreneurial Mindset* dapat dilihat dari ke tujuh jenisnya yaitu, *action oriented*, fokus pada eksekusi, berpikir simple, memiliki kreativitas, memiliki integritas, mengambil peluang, dan membangun jaringan. Dan mengambil “Gambaran *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan ” sebagai judul penelitian.

B. Identifikasi Masalah

Peneliti merasa penelitian ini layak untuk diteliti. Untuk membantu pembaca dalam melihat gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, sehingga peneliti hanya akan meneliti gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan ?.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, peneliti ingin melihat gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan.

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari dilakukannya penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pengembangan psikologi secara umum. Secara khusus menjadi bahan kajian bagi pengembangan psikologi industri dan organisasi dalam hal *entrepreneurial mindset*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait *entrepreneurial mindset* dengan tujuan agar pembaca dapat melihat dan mengetahui gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Entrepreneurial*

1. Pengertian *Entrepreneurial*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha (*entrepreneur*) adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produksi baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016)

Sedangkan kata kewirausahaan berasal dari kata wirausaha yang secara etimologi menurut (Rusdiana, 2018), dijelaskan sebagai berikut, kewirausahaan atau *entrepreneurial* dalam bahasa Indonesia berasal dari kata wira dan usaha. “Wira yang berarti peluang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung sedangkan usaha adalah suatu kegiatan yang mengerahkan tenaga dan pikiran untuk suatu tujuan.”

Pendapat Suryana (2019) sejalan dengan pengertian sebelumnya “*Entrepreneurial* adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.” Menurut Kilby (1971), “*Entrepreneurial* adalah bentuk usaha menciptakan nilai lewat pengakuan terhadap peluang bisnis, manajemen pengambilan risiko yang sesuai dengan peluang yang ada, dan lewat keterampilan komunikasi dan memobilisasi manusia, keuangan, dan sumber daya yang diperlukan untuk membawa sebuah proyek sampai berhasil.”

Menurut Zimmerer (1996), “*Entrepreneurial* adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. *Entrepreneurial* merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian untuk menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.”

Entrepreneurial menurut Instruksi Presiden Republik Indonesia (INPRES) No. 4 Tahun 1995 (Winarno, 2011) tentang “Gerakan Nasional Memasyarakatkan dan membudayakan *entrepreneur* adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar.”

Adapun dari berbagai defenisi diatas, peneliti menyimpulkan bahwa *entrepreneurial* merupakan suatu usaha yang diwujudkan dalam inovasi dan kreativitas dan dengan menggunakan peluang yang ada diwujudkan dalam suatu tindakan.

2. Karakteristik *Entrepreneurial*

Pembahasan sebelumnya diketahui bahwa *entrepreneurial* merupakan suatu bentuk usaha yang diwujudkan dalam inovasi, kreativitas dan dengan menggunakan peluang yang ada untuk mewujudkan gagasan-gagasan tersebut dalam suatu bentuk. Usaha-usaha tersebut pada dasarnya merupakan implementasi dari karakteristik-karakteristik yang melekat pada diri *entrepreneur*.

Karakteristiklah yang menjadikannya berbeda dengan pebisnis biasa. Meski demikian, para ahli mempunyai pandangan yang berbeda dalam mengemukakan pendapat mengenai karakteristik *entrepreneurial*. Salah satu ahli bernama (Meredith, 2002) mengemukakan bahwa terdapat enam karakteristik *entrepreneurial*, yaitu:

- a. Memiliki kepercayaan diri yang kuat dan selalu optimis.
- b. Berorientasi pada tugas dan hasil.
- c. Berani mengambil risiko dan menyukai tantangan.
- d. Berjiwa kepemimpinan dan mudah beradaptasi dengan orang lain.
- e. Memiliki sifat inovatif, kreatif, dan fleksibel.
- f. Memiliki visi dan perspektif terhadap masa depan.

Berbeda dengan pendapat ahli lain, seperti (Zimmerer & Scarborough, 1996) yang mengemukakan ada delapan karakteristik *entrepreneurial* yang dipaparkan sebagai berikut:

- 1) *Desire for responsibility*, yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- 2) *Preference for moderate risk*, yaitu lebih memiliki resiko yang moderat artinya selalu menghindari risiko, baik yang terlalu rendah maupun terlalu tinggi.
- 3) *Confidence in their ability to success*, yaitu memiliki kepercayaan diri untuk memperoleh kesuksesan.
- 4) *Desire for immediate feedback*, yaitu selalu menghendaki umpan balik dengan segera.

- 5) *High level of energy*, yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- 6) *Future orientation*, yaitu berorientasi serta memiliki perspektif dan wawasan jauh ke depan.
- 7) *Skill at organizing*, yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- 8) *Value of achievement over money*, yaitu lebih menghargai prestasi daripada uang.

Dari dua pendapat ahli di atas peneliti menyimpulkan bahwa untuk menjadi *entrepreneur* yang berbeda dari pebisnis biasa, *entrepreneur* haruslah memiliki beberapa karakteristik yang membuatnya berbeda dari pebisnis biasa seperti berjiwa optimis, yang akan selalu membawa usahanya pada masa depan yang lebih baik serta memiliki kreativitas yang tak terbatas, sehingga usahanya tetap berjalan mengikuti zaman yang tidak berhenti berkembang.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Entrepreneurial*

Faktor-faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial* dapat dibagi menjadi dua menurut (Rusdiana, 2018), yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor dari dalam individu, sedangkan faktor eksternal merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya.

Faktor- faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial*, antara lain :

3.1 Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor dari dalam diri individu disebut juga potensi individu yang meliputi :

a) Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*)

Hal ini mendorong individu untuk menghasilkan yang terbaik, memiliki inisiatif, dan keinginan yang kuat untuk mengungkapkan ide-ide dalam pikirannya, menyampaikan gagasan demi mencapai kesuksesan.

b) *Internal locus of control*

Artinya individu yang mempercayai bahwa semua peristiwa yang terjadi adalah dibawah kendali dirinya sendiri. Individu yang memiliki *Internal locus of control* mempercayai bahwa kegagalan dan kesuksesan yang dialami ditentukan dari usaha yang dilakukannya.

c) Kebutuhan akan kebebasan (*need for independence*)

Kebutuhan kebebasan berarti kebutuhan individu untuk mengambil keputusan sendiri, menentukan tujuan sendiri, serta melakukan tindakan untuk mencapai tujuan dengan caranya sendiri.

d) Nilai – nilai pribadi

Nilai pribadi akan menjadi dasar bagi individu pada saat mengambil keputusan dalam membuat perencanaan untuk mencapai kesuksesan.

e) Pengalaman

Diartikan sebagai pengalaman kerja individu sebelum memilih untuk terjun dalam *entrepreneurial*. Pengalaman memberikan pengaruh terhadap keberhasilan usaha.

3.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya, yaitu sebagai berikut :

a) *Role model*

Individu berwirausaha dengan cara meniru orang tua, saudara yang berwirausaha atau seorang tokoh yang dianggap mampu menjadi seorang teladan.

b) Dukungan keluarga dan teman

Dukungan dari orang terdekat akan mempermudah individu, sekaligus menjadi sumber kekuatan ketika menghadapi permasalahan. Adapun dukungan dari lingkungan terdekat akan membuat individu mampu bertahan menghadapi permasalahan yang terjadi.

c) Pendidikan

Pendidikan formal berperan penting dalam *entrepreneurial* karena dapat memberi bekal pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha. Terutama, ketika menghadapi suatu permasalahan, sekolah atau universitas sebagai tempat berlangsungnya pendidikan formal yang mendukung *entrepreneurial* akan mendorong individu untuk menjadi seorang *entrepreneur*.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi *entrepreneurial* ada dua, yaitu faktor internal yang merupakan faktor dari dalam diri individu, yang meliputi kebutuhan berprestasi, *internal locus of control*, kebutuhan akan kebebasan, nilai-nilai pribadi dan pengalaman, sedangkan faktor eksternal yang merupakan hasil interaksi individu dengan

lingkungannya meliputi *role model*, dukungan keluarga dan teman serta pendidikan. Dimana kedua faktor tersebut menjadi alasan *entrepreneur* dapat bertahan dalam menjalankan usahanya.

4. Jenis-Jenis *Entrepreneurial*

Menurut (Gitosudarmo, 2001) ada beberapa jenis *entrepreneurial* atau bisnis, untuk memudahkan mengetahui pengelompokannya maka dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a) Ekstraktif, yaitu bisnis yang melakukan kegiatan dalam bidang pertambangan atau menggali bahan-bahan tambang yang terkandung di dalam perut bumi.
- b) Agrobisnis, yaitu bisnis yang menjalankan bisnisnya dalam bidang pertanian.
- c) Industri, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang industri.
- d) Jasa, yaitu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang menghasilkan produk-produk yang tidak berwujud.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial* juga dapat digolongkan menjadi empat, yaitu ekstraktif, agrobisnis, industri dan jasa yang masing-masing memiliki perbedaan dalam bidangnya masing-masing.

5. Ciri-Ciri *Entrepreneurial*

Adapun ciri-ciri *entrepreneurial* yang memiliki beberapa komponen penting dapat dilihat dari berbagai aspek kepribadian seperti jiwa, watak, sikap dan lain-lain, menurut (Saiman, 2014) diantaranya:

- a) Percaya diri, indikatornya adalah penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin dan tanggung jawab.

- b) Memiliki inisiatif, indikatornya adalah penuh energi, cekatan dalam bertindak, dan aktif.
- c) Memiliki motif berprestasi, indikatornya berorientasi pada hasil dan wawasan ke depan.
- d) Memiliki jiwa kepemimpinan, indikatornya adalah berarti tampil beda, dapat dipercaya, dan tangguh dalam bertindak.
- e) Berani mengambil risiko dengan penuh perhitungan, oleh karena itu menyukai tantangan.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa *entrepreneurial* memiliki lima ciri yang akan mendukung seseorang menjadi *entrepreneur* dalam berwirausaha yaitu, percaya diri, memiliki inisiatif, memiliki motif dalam berprestasi, adanya jiwa kepemimpinan dan sikap berani mengambil resiko.

B. Mindset

1. Pengertian Mindset

Mindset terdiri atas dua suku kata yaitu, *mind* dan *set*. “*Mind*” berarti *seat of thought and memory; the center of consciousness that generates thought, feeling, idea, and perception, and stores knowledge and memories* (sumber pikiran dan memori; pusat kesadaran yang menghasilkan pikiran, perasaan, ide, dan persepsi, dan menyimpan pengetahuan dan memori) dan “*set*” yang berarti *a preference for or increased ability in a particular activity* (mendahulukan peningkatan kemampuan dalam suatu kegiatan). Dengan demikian *mindset* adalah *belief that affect somebody’s attitude; a set of beliefs people a way of thinking that determine somebody’s behavior and outlook* (kepercayaan-kepercayaan yang

mempengaruhi sikap seseorang; sekumpulan kepercayaan atau suatu cara berfikir yang menentukan perilaku dan pandangan, sikap, dan masa depan seseorang). (Gunawan, 2008)

Menurut Kasali (2010), “*Mindset* adalah keseluruhan/ kesatuan dari keyakinan yang kita miliki, nilai nilai yang kita anut, kriteria harapan, sikap, kebiasaan, keputusan dan pendapat yang kita keluarkan dalam memandang diri kita sendiri, orang lain, atau kehidupan ini.”

Menurut Ahriyani (2017) dalam penelitiannya “*Mindset* adalah kepercayaan atau sekumpulan kepercayaan atau cara berpikir yang mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang yang akhirnya menentukan level keberhasilan hidupnya.”

Sedangkan Bloom (2010), menyatakan bahwa “*Pattern thinking is fundamentally at the core of all human thinking, in which the brain functions as a pattern recognizer*” dalam artian *mindset* merupakan inti dari pikiran manusia dimana fungsi otak sebagai pembuat keputusan tentang diterima atau tidaknya suatu masukan.”

Pendapat beberapa ahli diatas membuat peneliti mengambil kesimpulan bahwa *mindset* merupakan bagian penting dari pemikiran manusia yang berisi kepercayaan-kepercayaan yang diyakini yang nantinya akan menjadi faktor pendukung seseorang bersikap, mengambil kesimpulan, termasuk dalam mengambil keputusan dalam berwirausaha.

2. Jenis-Jenis *Mindset*

Menurut (Dweck, 2017) didalam buku terbarunya, terdapat dua macam *mindset* yaitu :

2.1 *Growth Mindset* (Pola Pikir Berkembang)

Growth mindset ini didasarkan pada kepercayaan bahwa kualitas-kualitas dasar seseorang adalah hal-hal yang dapat diolah melalui upaya-upaya tertentu. Meskipun manusia mungkin berbeda dalam segala hal, dalam bakat dan kemampuan awal, minat, atau temperamen setiap orang dapat berubah dan berkembang melalui perlakuan dan pengalaman.

Ciri-ciri dari orang dengan *growth mindset* adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki keyakinan bahwa intelegensi, bakat, dan sifat bukan merupakan fungsi hereditas/keturunan.
- b. Menerima tantangan dan bersungguh-sungguh menjalankannya.
- c. Tetap berpandangan ke depan dari kegagalan.
- d. Berpandangan positif terhadap usaha.
- e. Belajar dari kritik.
- f. Menemukan pelajaran dan mendapatkan inspirasi dari kesuksesan orang lain.

2.2 *Fixed Mindset* (Pola Pikir Tetap)

Berbeda dari *growth mindset*, *Fixed mindset* ini di dasarkan pada kepercayaan bahwa kualitas-kualitas seseorang sudah ditetapkan. Jika seseorang memiliki sejumlah inteligensi tertentu, kepribadian tertentu, dan karakter moral tertentu.

Ciri-ciri orang dengan *fixed mindset* adalah sebagai berikut:

- a. Memilliki keyakinan bahwa inteligensi, bakat, sifat adalah sebagai fungsi hereditas/keturunan.
- b. Mengubah adanya tantangan.
- c. Mudah menyerah.
- d. Menganggap usaha tidak ada gunanya.
- e. Mengabaikan kritik.
- f. Merasa terancam dengan kesuksesan orang lain.

Terdapat dua jenis *mindset*, *growth mindset* dan *fixed mindset* yang peneliti pikir dari kedua jenis *mindset* tersebut, baiknya *entrepreneur* memiliki *growth mindset* sebagai jenis *mindset* dalam membangun usahanya.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembentukan *Mindset*

Menurut (Iskandar, 2009) terdapat tujuh sumber kekuatan yang mempengaruhi proses berpikir manusia:

a) Orang Tua

Orang tua membantu seseorang belajar tentang kata-kata, ekspresi wajah, gerakan tubuh, perilaku, norma, keyakinan agama, prinsip, dan nilai-nilai luhur. Orang Tua adalah tutor atau guru yang pertama di dunia, merekalah yang membentuk *mindset* kita untuk yang pertama kalinya.

b) Keluarga

Setelah orang tua kita akan dikenalkan dengan dunia lain yaitu keluarga, dari merekalah kita akan menangkap informasi dan *mindset* yang lain, yang fungsinya untuk melengkapi *mindset* yang telah kita peroleh dari orang tua.

c) Masyarakat

Dunia lain yang akan dikenal adalah lingkungan masyarakat sekitar, dengan semakin bertambahnya informasi dan disatukan dengan apa yang telah kita dapat akan membuat proses pembentukan *mindset* kita menjadi semakin kuat.

d) Sekolah

Sekolah mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam proses pembelajaran seseorang, peraturan-peraturan yang diterapkan sekolah maupun perilaku dan sikap guru dapat memperkaya proses pembentukan *mindset* yang sudah ada.

e) Teman

Berteman merupakan aktualisasi diri yang pertama dalam kehidupan, karena dalam suatu pertemanan, seseorang yang menentukan pilihan akan berteman dengan siapa, tidak ada larangan dalam menentukan dengan siapa akan berteman.

f) Media Massa

Adanya unsur pengidolaan pada suatu tontonan dapat menimbulkan peniruan-peniruan oleh seseorang baik itu yang sifatnya negatif maupun yang positif. Contohnya pola pakaian seorang artis akan ditiru oleh fans nya.

g) Diri sendiri

Inilah faktor penentu dari suatu *mindset*, baik buruknya suatu pengaruh kitalah yang akan menentukan apakah kita akan menjadi pribadi yang buruk atau menjadi pribadi yang baik.

C. *Entrepreneurial Mindset*

1. Pengertian *Entrepreneurial Mindset*

Menurut (Mcgrath & Macmillan, 2000) *entrepreneurial mindset* adalah 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, mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko.

Pengertian ini tidak jauh berbeda dengan pendapat lain yang dikemukakan oleh Dhliwayo (2007). Menurutnya *entrepreneurial mindset* adalah tentang kreatifitas, inovasi dan peluang yang mengarah pada penciptaan dan kesuksesan kekayaan organisasi dan *mindset* semacam ini memungkinkan *entrepreneur* membuat keputusan yang realistis saat menghadapi ketidakpastian.

Dari pendapat ahli diatas peneliti menyimpulkan *entrepreneurial mindset* adalah dimana seorang *entrepreneur* melihat sebuah tantangan sebagai sebuah peluang, dengan kreativitas tanpa batas mewujudkannya dalam tindakan.

2. Karakteristik *Entrepreneurial Mindset*

Menurut (Mcgrath & Macmillan, 2000) terdapat lima karakteristik *Entrepreneurial Mindset*:

- a. Mereka dengan penuh semangat mencari peluang baru.
- b. Mereka mengejar peluang dengan disiplin yang sangat besar.
- c. Mereka hanya mengejar peluang terbaik.
- d. Mereka fokus pada eksekusi.
- e. Mereka melibatkan energi setiap orang di domain mereka.

Entrepreneurial Mindset menjelaskan tentang keinovatifan dan semangat dalam mengejar peluang serta memfasilitasi tindakan untuk memanfaatkan peluang tersebut (Senge, 1994). Pada tingkat individu, *entrepreneurial mindset* merupakan filosofi hidup, sedangkan pada tingkat organisasi, *entrepreneurial mindset* merupakan bagian dari budaya dan iklim perusahaan yang tidak dinyatakan secara jelas.

3. Jenis *Entrepreneurial Mindset*

Mindset yang dibutuhkan seorang *entrepreneur* sangat bervariasi dan berbeda pendapat oleh sebagian ahli. Namun peneliti melihat perbedaan ini bukan diartikan salah sebagai pendapat yang salah, hanya saja tergantung masing-masing individu ia lebih nyaman dan cocok menggunakan *mindset* seperti apa. Karena inti dari segala *mindset* seorang *entrepreneur* berakar dari kegigihan, ketekunan, dan pantang menyerah.

Menurut (Mcgrath & Macmillan, 2000), ada 7 Jenis *Entrepreneurial Mindset* yaitu :

a. *Action Oriented*

Entrepreneur bukanlah seorang yang hanya bergelut dengan pikiran, merenung atau menguji hipotesis, suka menunda-nunda, *wait and see*, atau membiarkan kesempatan berlalu begitu saja. Prinsip yang mereka anut adalah *see and do*. Bagi mereka, risiko bukanlah untuk dihindari, melainkan untuk dihadapi dan ditaklukkan. Seseorang yang ingin segera bertindak, sekalipun situasinya tidak pasti (*uncertain*).

b. Fokus pada Eksekusi

Melakukan tindakan dan merealisasikan apa yang dipikirkan daripada menganalisis ide-ide baru. “Manusia dengan *entrepreneurial mindset* mengeksekusi, yaitu melakukan tindakan dan merealisasikan apa yang dipikirkan daripada menganalisis ide-ide baru sampai mati.” *Entrepreneur* adaptif terhadap situasi, yaitu mudah menyesuaikan diri dengan fakta-fakta baru atau kesulitan di lapangan.

c. Berpikir Sempel

Melihat persoalan dengan jernih dan menyelesaikan masalah satu demi satu secara bertahap, meskipun dunia telah berubah menjadi sangat kompleks. Tidak memikirkan suatu permasalahan secara berebihan tetapi dengan sebagaimana adanya, namun *entrepreneur* selalu belajar untuk menyederhanakan suatu masalah. Sehingga tidak ada waktu yang terbuang hanya karena terlalu lama berpikir.

d. Memiliki Kreativitas

Bagi seorang *entrepreneur* meraih keuntungan dengan menjaring pembeli tidak hanya dapat dilakukan dengan menjalani bisnis baru atau menjual produk berbeda, melainkan juga dapat dilakukan dengan mengembangkan cara-cara penjualan yang inovatif. Mereka selalu mau belajar hal baru, *open-minded* dan terbuka terhadap cara-cara baru. Tekun mencari alternatif-alternatif baru, seperti model, desain, platform, bahan baku, energi, kemasan, dan struktur biaya produksi. Meraih keuntungan bukan hanya dari bisnis atau produk baru, melainkan juga dari cara-cara baru yang didapat dari kreativitas.

e. Memiliki Integritas

Entrepreneur memerlukan *mindset* dimana peluang bukan hanya dicari, melainkan diciptakan dan dibuka. Karena *entrepreneur* merupakan tempat investasi dan penuh resiko, maka seorang *entrepreneur* harus memiliki integritas dan disiplin yang tinggi terhadap apa yang sedang ia kerjakan. Adapun pengertian integritas menurut KBBI (2016) adalah “mutu, sifat, atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kewibawaan dan adanya kejujuran.”

Entrepreneur yang sukses bukanlah pemalas atau penunda pekerjaan. Mereka ingin pekerjaannya lekas beres dan apa yang dipikirkan dapat dijalankan segera. Waktu amatlah berharga bagi mereka karena apa yang menjadi peluang pada suatu waktu, belum tentu masih menjadi peluang di lain waktu. Sekali kesempatan itu hilang, belum tentu akan kembali lagi.

f. Mengambil Peluang

Hanya mengambil peluang yang terbaik. *Entrepreneur* akan menjadi sangat awas dan memiliki penciuman yang tajam pada waktunya. Melihat pada nilai-nilai ekonomis yang terkandung didalamnya, masa depan yang lebih cerah, kemampuan menunjukkan prestasi, dan perubahan yang dihasilkan. Keberhasilan ditentukan oleh keberhasilan *entrepreneur* dalam memilih.

g. Membangun Jaringan

Cenderung melibatkan orang lain dalam mewujudkan peluang, baik dari dalam maupun dari luar organisasi. Mereka menjaga dan menciptakan relasi

hubungan dengan partner daripada bekerja sendirian. Menggunakan tangan dan pikiran banyak orang, baik dari dalam maupun luar perusahaannya. Membangun jaringan daripada melakukan semua impiannya sendiri. Untuk itu *entrepreneur* harus memiliki kemampuan mengumpulkan orang, membangun jaringan, memimpin, menyatukan gerak, memotivasi dan berkomunikasi.

4. Cara Mengembangkan *Entrepreneurial Mindset Positive*

Seorang *entrepreneur* harus mengembangkan *mindset* positifnya karena dengan *entrepreneurial mindset positive*, akan memberikan motivasi hidup yang kuat untuk mencapai sesuatu juga akan membuat pribadi menjadi tidak mudah menyerah, lebih bersyukur hidup dan tentu menjadi lebih bahagia. Seorang individu dengan *entrepreneurial mindset positive* akan lebih mampu mengembangkan kemampuan di dalam dirinya, dapat berpikir secara luas dan dalam, serta lebih fokus dalam melakukan segala kegiatan.

Cara berfikir dan sikap seperti ini sangat kondusif bagi datangnya kreativitas, inovasi, dan lebih mudah membangun semangat serta kegigihan dalam menjalani usaha. Dunia ini penuh dengan resiko, maka tidaklah mampu seorang *entrepreneur* dengan *mindset negative* mampu membaca peluang dan mengambil resiko yang ada. Alasan lain mengapa seorang *entrepreneur* harus memiliki *mindset positive* adalah sebagai berikut ;

- a. *Mindset positive* merupakan bentuk percaya diri pada kualitas diri yang dimiliki. Yakin dengan potensi yang dimiliki merupakan modal awal untuk membangun motivasi dalam hidup.

- b. *Mindset positive* akan membuat orang menjadi lebih focus dalam mencapai tujuan. Tidak menghiraukan omongan-omongan negatif orang lain karena dengan mendengarkan omongan negatif dapat melemahkan semangat kita untuk sukses, sebaliknya mendengarkan saran yang membangun.
- c. *Mindset positive* adalah kunci sukses yang akan mendorong diri melakukan usaha yang lebih maksimal untuk meraih sukses.

Ada beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam mengembangkan *mindset* positif dalam diri, yaitu :

- a. Lihatlah potensi diri sendiri. Buat daftar potensi yang dimiliki, kemudian kembangkan semua potensi secara bertahap untuk dapat mendukung dalam menciptakan inovasi baru.
- b. Ikuti pelatihan, seminar atau *sharing* bisnis yang bisa membantu mengetahui segala kelebihan dan kekurangan sumber daya yang bisa dijadikan sebagai prospek bisnis.
- c. Belajar dari kisah sukses para pengusaha yang sudah berhasil mengembangkan bisnisnya dari nol.

Selain keberadaan *mindset positive* yang harus diterapkan oleh *entrepreneur*, ada juga *mindset negative* yang menjadi penghambat dalam pengembangan pengembangan *entrepreneurial mindset* sebagai dasar pengembangan suatu bisnis. Hal yang harus dilakukan adalah menghindari *mindset negatif* tersebut.

Pertama, hindarkan pandangan bahwa mencari keuntungan dan kekayaan adalah sifat rakus. Karena memang pada kenyataannya salah satu tujuan dalam membuat sebuah bisnis adalah meraup profit sebanyak-banyaknya dengan modal

sekecilnya-kecilnya (prinsip ekonomi). Hal ini menjadi *mindset* negatif karena ada pihak yang menghalalkan segala cara untuk mendapatkan keuntungan sebesar besarnya walaupun dengan cara yang tidak jujur dan merugikan pihak lain. tetapi hal ini tidak menjadikan bahwa semua keuntungan dan kekayaan adalah sesuatu yang buruk.

Kedua, hindarkan anggapan bahwa mengambil, mencuri, korupsi dan merampok dari orang kaya adalah wajar. *Mindset* seperti ini tidak akan membawa kesejahteraan bagi komunitas dan negara, malah akan menciptakan kekacauan sosial.

Ketiga, jangan menuntut pembayaran sebelum memberi pelayanan atau dari pelayanan yang buruk. *Mindset* seperti ini tidak akan menciptakan pelanggan yang setia. Kita harus mampu membangun *mindset positive*, sehingga energi yang kita miliki dapat digunakan seutuhnya untuk meraih kesuksesan.

5. **Komponen *Entrepreneurial Mindset***

Menurut Maryanto (2015) *entrepreneurial mindset* terdiri dari tiga komponen pokok, yaitu :

- a. Paradigma, yaitu cara yang digunakan oleh seseorang didalam memandang sesuatu.
- b. Keyakinan Dasar, yaitu kepercayaan yang dilekatkan oleh seseorang terhadap sesuatu.
- c. Nilai Dasar, yaitu sikap, sifat, dan karakter yang dijunjung tinggi oleh seseorang sehingga berdasarkan nilai-nilai tersebut tindakan seseorang dipandu. Tindakan seseorang sangat ditentukan oleh cara pandang

orang tersebut terhadap sesuatu. Sementara itu, orang melakukan tindakan berdasarkan apa yang diyakininya benar.

Nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh seseorang menjadi pemandu didalam ia memutuskan tindakan yang akan dilakukan. Secara keseluruhan paradigma, keyakinan dasar, dan nilai dasar memberikan peta mental bagi orang dalam bertindak.

Berbeda dengan pendapat menurut Ireland (2007) *entrepreneurial mindset* terdiri atas komponen-komponen sebagai berikut:

a) *Recognizing Opportunity*

Entrepreneurial diasosiasikan dengan pengenalan sesuatu yang baru ke pasar, sehingga organisasi perlu mencari celah-celah potensial yang mungkin diisi dengan produk atau jasa baru. (David, 2011)

Entrepreneurial mindset membuat orang-orang dalam organisasi memantau peluang yang muncul dari dinamika lingkungan. Peluang-peluang sering kali muncul diakibatkan adanya informasi asimetris di pasar. (Hitt, Ireland, & Sirmon, 2003)

Ketidaksamaan informasi yang di miliki membuat hanya sebagian pihak yang mampu melihat peluang potensial. *Entrepreneurial mindset* membuat orang-orang di dalam organisasi merevisi kuantitas dan akurasi informasi yang dimiliki.

b) *Entrepreneurial Alertness*

Merupakan kemampuan untuk mengidentifikasi produk atau jasa apa yang *feasible* (layak) mengacu pada peluang yang tersedia. Menurut (Tang, 2012), *entrepreneurial alertness* memiliki 3 dimensi yang komplementer :

- 1) Pemindaian dan pencarian informasi baru (*scanning and searching for new information*),
- 2) *Connecting previously-disparate information*, dimana informasi baru yang didapat dikombinasikan dengan pengetahuan dan informasi yang telah lebih dulu diperoleh. Hasil kombinasi ini dapat memunculkan beberapa pilihan yang mungkin dilakukan.
- 3) *Evaluation and judgement* merupakan elemen yang paling penting dari *entrepreneurial alertness*. Evaluasi dilakukan terhadap sejumlah kemungkinan yang berhasil diidentifikasi sebelumnya untuk kemudian ditentukan apakah peluang tersebut akan dimanfaatkan atau tidak.

c) *Real Options Logic*

Perusahaan mengidentifikasi jenis produk/jasa yang dipandang prospektif disesuaikan dengan kemampuan perusahaan, baik dari aspek finansial, sosial, hukum, dan sebagainya. Pemilihan peluang yang tepat menurut Ireland (2007) akan meminimalisir pemborosan sumber daya serta dapat meningkatkan konsentrasi pada peluang yang paling penting.

d) Entrepreneurial Framework

Dimensi ini meliputi tindakan-tindakan seperti penetapan tujuan, serta penentuan waktu yang tepat untuk mengeksploitasi peluang (Ireland & Webb, 2007). Pada tahapan ini aspek manajemen stratejik sangat dominan dilakukan agar upaya-upaya pemanfaatan peluang dapat dilakukan secara efektif.

e) Opportunity register

Sebagaimana Ireland (2007) dan Luke (2011) yang menekankan pertumbuhan serta keunggulan kompetitif dalam jangka panjang, dokumentasi sangat diperlukan agar peluang dapat dimanfaatkan lintas waktu serta antar bagian organisasi. Dengan cara ini, peluang yang telah teridentifikasi salah satu bagian/divisi dapat dieksploitasi oleh bagian lain dengan lebih baik.

D. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

1. Pengertian UMKM

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan.

Dalam NO.XVI/MPR-RI/1998 (1998) Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui UU No.9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan yang semakin dinamis dirubah ke Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah maka pengertian UMKM adalah sebagai berikut:

a. Usaha Mikro

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

b. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

c. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang- Undang ini.

d. Usaha Besar

Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Dunia Usaha adalah Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia. (Suci, 2017)

2. Kriteria UMKM

Menurut Pasal 6 UU No.20 Tahun 2008 tentang kriteria UMKM dalam bentuk permodalan adalah sebagai berikut:

2.1 Kriteria Usaha Mikro

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

2.2 Kriteria Usaha Kecil

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

2.3 Kriteria Usaha Menengah

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah). (Suci, 2017)

3. Peranan UMKM dalam Perekonomian

Peran Usaha Kecil dan Menengah seperti yang diungkapkan oleh (Tambunan, 2009) mengemukakan bahwa UMKM mempunyai karakteristik yang khusus karena :

- a. Jumlah mereka sangat besar, dan khususnya usaha kecil (UK) dan mikro (MIEs) yang tersebar luas di seluruh daerah pedesaan dan karena itu mereka mungkin memiliki arti khusus /local penting bagi ekonomi pedesaan.
- b. Sebagian besar UMKM di negara berkembang terletak di daerah pedesaan, mereka juga kegiatan terutama berbasis pertanian. Oleh karena itu, upaya pemerintah untuk mendukung UMKM juga merupakan cara tidak langsung untuk mendukung pembangunan di bidang pertanian.

- c. UMKM pedesaan dapat berfungsi sebagai sektor yang penting memberikan jalan bagi pengujian dan pengembangan kemampuan *entrepreneurial* di daerah pedesaan.
- d. Banyak juga UMKM yang terlibat dalam produksi alat-alat sederhana, peralatan, dan mesin untuk memenuhi tuntutan petani dan produsen di industri, perdagangan, konstruksi, dan sektor transportasi.

4. Kinerja UMKM di Indonesia

Kinerja UKM di Indonesia dapat ditinjau dari beberapa aspek menurut (Rahmana, 2009) yaitu :

a. Nilai Tambah

UKM memberikan kontribusi 53,3% dari total PDB Indonesia. Bila dirinci menurut skala usaha, pada tahun 2006 kontribusi Usaha Kecil sebesar 37,7%, Usaha Menengah sebesar 15,6%, dan Usaha Besar sebesar 46,7%.

b. Unit Usaha dan Tenaga Kerja

Pada tahun 2006 jumlah populasi UKM mencapai 48,9 juta unit usaha atau 99,98% terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaganya mencapai 85,4 juta orang.

c. Ekspor UKM

Hasil produksi UKM yang diekspor keluar negeri mengalami peningkatan dari Rp 110,3 triliun pada tahun 2005 menjadi 122,2 triliun pada tahun 2006. Namun demikian peranannya terhadap total ekspor non migas nasional sedikit

menurun dari 20,3% pada tahun 2005 menjadi 20,1% pada tahun 2006. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM adalah faktor keuangan, SDM, Produksi, dan pemasaran.

5. Aspek yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM

Ada beberapa aspek yang mempengaruhi perkembangan UMKM menurut Subroto (2016), aspek tersebut antara lain:

a. Aspek *Socio-cultural*

UMKM dinilai kurang memberikan jaminan yang pasti tentang pendapatan, sehingga di masyarakat masih muncul anggapan lebih baik jadi pegawai/karyawan daripada berwirausaha.

b. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

UMKM, khususnya di Indonesia, sebagian besar dilakukan oleh warga masyarakat yang hanya memiliki pendidikan seadanya, sehingga lemahnya SDM ini pada akhirnya turut melemahkan juga perkembangan UMKM.

c. Aspek Keuangan

Pengelolaan yang masih tradisional dan juga keterbatasan permodalan menjadi aspek keuangan klasik bagi UMKM yang menghambat perkembangan UMKM itu sendiri.

d. Aspek Produksi

Penguasaan teknologi produksi yang lemah, keterbatasan permodalan untuk penyediaan peralatan produksi membuat UMKM perlu mengembangkan dirinya.

e. Aspek Pemasaran

Pemilihan saluran pemasaran yang tepat akan berkontribusi signifikan bagi perkembangan UMKM.

f. Aspek Regulasi

Pemerintah harus berperan aktif dalam merumuskan regulasi-regulasi yang memfasilitasi keberadaan dan perkembangan UMKM ini.

E. Gambaran *Entrepreneurial Mindset* pada UMKM

Peneliti menyimpulkan *entrepreneurial mindset* adalah dimana seorang *entrepreneur* melihat sebuah tantangan sebagai sebuah peluang, dengan kreativitas tanpa batas mewujudkannya dalam tindakan.

Adapun penelitian yang diteliti oleh peneliti Prastiwi (2019) memiliki sumber referensi dari penelitian-penelitian penulis lain yang mendukung pembahasan penulis. Dalam penelitian yang berjudul “Pola Pikir Dan Perilaku Kewirausahaan UMKM di Buleleng, Bali. Dengan Hasil Penelitian menunjukkan terdapat perbedaan signifikan tingkat pola pikir dan perilaku kewirausahaan antara UMKM Tionghoa dan UMKM Pribumi, dimana tingkat pola pikir UMKM Tionghoa lebih tinggi.”

Penelitian lainnya dengan judul “Pola Pikir Mahasiswa Terhadap Kewirausahaan”, dengan hasil penelitian bahwa pola pikir mahasiswa dilihat dari percaya diri, sikap, perilaku, keputusan dan harapan, mahasiswa berwirausaha lebih terbuka dibanding dengan mahasiswa tidak berwirausaha. Dimana dengan berwirausaha, mahasiswa harus berani membuka diri, bergaul dengan orang lain

sehingga mendapatkan ide terkait kemajuan usaha yang dijalankan. (Suwarso, 2019)

Serta penelitian lainnya yang berjudul “Pengaruh Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan Terhadap Motivasi Dan Keterampilan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa: *entrepreneurial mindset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi berwirausaha, keterampilan berwirausaha. (Suaidy & Ramli, 2019)

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial mindset*, dapat membuat *entrepreneur* lebih berhasil karena lebih kreatif, terampil dan termotivasi. Maka, dari penelitian ini peneliti berharap dapat melihat dan menemukan gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan. Dan dari penjelasan kerangka pemikiran ini, digambarkanlah model penelitiannya sebagai berikut.

F. Kerangka Konseptual

Tabel 2.1
Kerangka Konseptual

Entrepreneurial Mindset pada
Pedagang UMKM di Medan
Tuntungan



Entrepreneurial Mindset dilihat dari jenisnya, menurut (Mcgrath & Macmillan, 2000) ada tujuh, yaitu:

1. *Action Oriented*
2. Fokus pada Eksekusi
3. Berpikir Sempel
4. Memiliki Kreativitas
5. Memiliki Integritas
6. Mengambil Peluang
7. Membangun Jaringan

G. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan?
2. Dari ketujuh jenis *entrepreneurial mindset*, yang manakah dari jenis *entrepreneurial mindset* tersebut yang paling dominan pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan?

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam suatu penelitian, diperlukan adanya metode untuk memecahkan permasalahan yang ada dalam penelitian. Penelitian merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis untuk mengolah dan menyimpulkan data dengan menggunakan metode tertentu untuk mencari jawaban dari permasalahan yang dihadapi. Agar pelaksanaan penelitian dapat berjalan secara sistematis, maka metode yang digunakan harus sesuai dengan objek yang diteliti dan sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dicapai. Dalam bab ini, mencakup semua hal yang berkaitan dengan metode penelitian, yaitu tipe penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, serta analisis data.

A. Tipe Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya (Arikunto, 2010). Hal-hal yang harus diperhatikan dalam penelitian adalah metode yang digunakan harus disesuaikan dengan objek penelitian dan tujuan yang akan dicapai sehingga penelitian akan berjalan dengan sistematis.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “ Gambaran *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan“ adalah penelitian deskriptif kuantitatif.

Penggunaan metode deskriptif kuantitatif ini diselaraskan dengan variabel penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi pada saat ini. Sebagaimana dikemukakan oleh (Sudjana, 2005) bahwa : “Metode penelitian deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna”.

Data yang dikumpulkan semata-mata bersifat deskriptif sehingga tidak bermaksud mencari penjelasan, menguji hipotesis, membuat prediksi, maupun mempelajari implikasi. Penyajian hasil analisis penelitian deskriptif dalam penelitian ini berupa frekuensi dan persentase, yaitu dengan menggunakan tabel frekuensi dan diagram untuk memberikan kejelasan serta pemahaman keadaan data yang disajikan (Azwar S. , 2012).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel sebagai gejala yang bervariasi. Gejala adalah objek penelitian, sehingga variabel adalah objek penelitian yang bervariasi. Karena penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, maka tidak terdapat variabel terikat dan variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini akan dideskripsikan sebagai hasil penelitian. (Hadi, 2005)

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : “Variabel *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan.”

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dikemukakan dengan tujuan untuk memberi batasan arti variabel penelitian untuk memperjelas makna yang dimaksudkan dan membatasi ruang lingkup. Peneliti menyimpulkan *entrepreneurial mindset* adalah tindakan *entrepreneur*, yang diperoleh dari pengalaman dan ide-ide yang diwujudkan melalui berpikir.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2012). Populasi dari penelitian ini adalah Pedagang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Medan Tuntungan yang berjumlah 129 UMKM. (Pemerintah Kota Medan, 2019)

2. Sampel

Melihat jumlah populasi yang relatif sedikit, maka penelitian ini diupayakan untuk menggunakan seluruh populasi. Dalam menentukan jumlah sampel dijelaskan bahwa apabila jumlah populasi relatif sedikit, maka sebaiknya seluruh populasi dijadikan subjek penelitian, sehingga penelitian ini disebut

dengan penelitian populasi, atau dalam bahasa lain dinyatakan sebagai sampel total. Dengan demikian jumlah sample penelitian diketahui berjumlah 129 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Total Sampling*. *Total Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana peneliti mengambil keseluruhan populasi sebagai sampelnya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah metode skala. Metode ini menggunakan skala *Likert*, dimana peneliti menggunakan alat pengukuran atau instrumen yang digunakan ada satu jenis, yaitu *entrepreneurial mindset*.

Menurut (Azwar S. , 2012) skala psikologi lebih banyak dipakai untuk menamakan alat ukur aspek atribut afektif. Karakteristik skala sebagai alat ukur psikologi adalah sebagai berikut:

- 1) Stimulus berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur, melainkan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan. Dalam hal ini, meskipun subjek yang diukur memahami pertanyaan atau pernyataan namun subjek tidak mengetahui arah jawabannya yang dikehendaki oleh pertanyaan yang diajukan, sehingga jawaban yang diberikan akan tergantung pada interpretasi subjek terhadap pertanyaan tersebut dan

jawabannya lebih bersifat proyektif, yaitu berupa proyeksi diri perasaan atau kepribadiannya.

- 2) Dikarenakan atribut psikologi diungkap secara tidak langsung lewat indikator-indikator perilaku sedangkan indikator perilaku diterjemahkan dalam bentuk item-item, maka skala psikologi selalu berisi banyak *aitem*. Jawaban subyek terhadap satu *aitem* baru merupakan sebagian dari banyak indikasi mengenai atribut yang diukur, sedangkan kesimpulan akhir sebagai suatu diagnosis baru dapat dicapai bila semua *aitem* telah direspon.
- 3) Respons subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban benar atau salah. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh. Hanya saja, jawaban yang berbeda akan diinterpretasikan berbeda pula.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *entrepreneurial mindset* yang disusun untuk mengungkap *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan. Bagaimana *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan dilihat dari *tujuh jenis entrepreneurial mindset menurut* (Mcgrath & Macmillan, 2000) .

1. Skala *Entrepreneurial Mindset*

Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung ke lapangan guna mendapatkan data yang lengkap dan relevan dengan kompleks penelitian. Berdasarkan data-data yang ada baru dapat dilakukan hasil-hasil penelitian dan penelitian ini dilakukan

dengan menggunakan metode angket. Adapun data yang akan dipakai untuk pengumpulan data ini melalui metode angket dengan cara memberikan angket untuk diisi oleh responden. Penelitian yang menggunakan metode angket adalah penelitian yang akan mengukur variabel, disajikan dalam bentuk pernyataan *favorable* dan *unfavorable*.

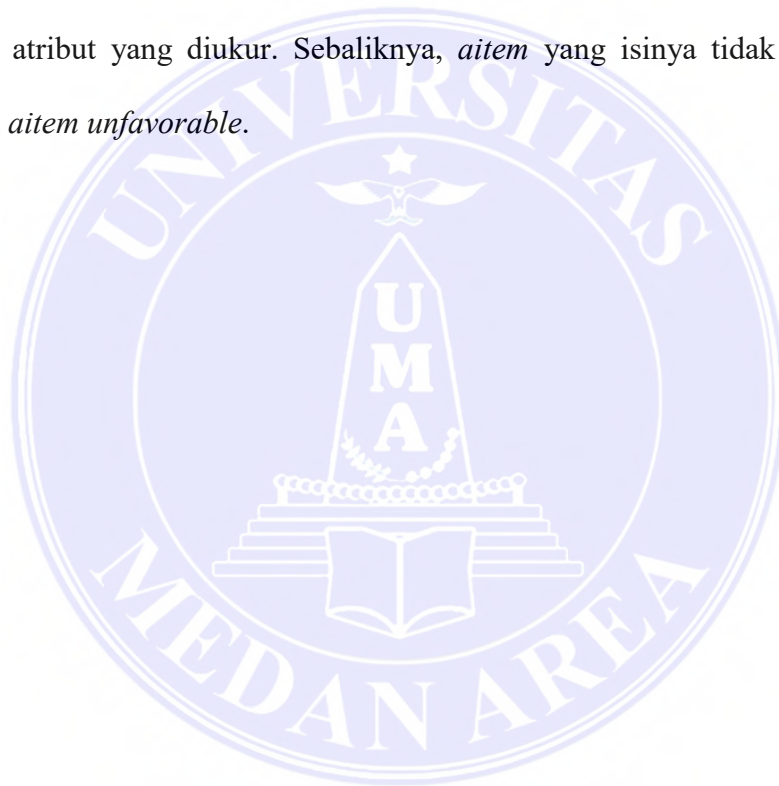
Menurut (Hadi, 2015), *skala likert* merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Namun, pada penelitian ini peneliti memodifikasi *skala likert* yang dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat, modifikasi *skala likert* meniadakan kategori jawaban yang di tengah berdasarkan tiga alasan yaitu: (1) katagori tersebut memiliki arti ganda, biasanya diartikan belum dapat memutuskan atau memberikan jawaban, dapat diartikan netral, setuju tidak, tidak setujupun tidak, atau bahkan ragu-ragu. (2) tersediannya jawaban ditengah itu menimbulkan kecenderungan menjawab ke tengah. (3) maksud kategori SS-S-TS-STC adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden, ke arah setuju atau ke arah tidak setuju.

Maka dalam penelitian ini dengan menggunakan empat alternatif jawaban, yaitu: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Responden dapat memilih salah satu dari empat alternatif jawaban yang disesuaikan dengan keadaan subjek.

Tabel 3.1
Skor Skala *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan

Jawaban	Skor	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Menurut (Azwar S. , 2012) yang dimaksud dengan pernyataan *favorabel* adalah pernyataan yang mendukung gagasan, memihak atau menunjukkan ciri adanya atribut yang diukur. Sebaliknya, *aitem* yang isinya tidak mendukung r disebut *aitem unfavorable*.



Tabel 3.2
Sebaran Nomor Aitem pada Instrumen *Entrepreneurial Mindset*

Variabel	Jenis	Indikator	Sebaran Aitem		Jlh	
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
<i>Entrepreneurial Mindset</i>	<i>Action Oriented</i>	Mengambil kesempatan	55, 34	27, 15	4	
	Berpikir Sempel	Melihat persoalan dengan jernih	21, 6	43, 28	4	
		Menyelesaikan masalah secara bertahap	14, 7	35, 22	4	
	Fokus pada Eksekusi	Melakukan tindakan	51, 36	5, 47	4	
		Merealisasikan ide-ide.	29, 56, 9	8, 20, 16	6	
	Memiliki Kreativitas	Mau belajar..	44, 23, 42	30, 4, 13	6	
		<i>Open-minded</i>	37, 52	48, 3	4	
	Memiliki Integritas	Memiliki disiplin yang tinggi	45, 24	38, 54	4	
		Mengejar peluang bisnis	10, 41	31, 49	4	
	Mengambil Peluang	Mampu melakukan perubahan arah	1, 32	25, 11	4	
		Mengikuti peluang yang paling potensial.	33, 53	40, 17	4	
	Membangun Jaringan	Melibatkan orang lain dalam mewujudkan peluang	46, 18	39, 2	4	
		Menjaga relasi dengan partner	12, 26	50, 19	4	
	Total					56

2. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data atau untuk mengukur valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012). Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar S. , 2012). Teknik uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik statistik. Untuk menentukan validitas setiap *aitem*, digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson*.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data tersebut telah menunjukkan tingkat keakuratan dan kestabilan suatu instrumen atau belum, artinya kapan pun alat ukur tersebut digunakan akan memberikan hasil yang sama atau tidak. (Sugiyono, 2012)

Menurut (Arikunto, 2010), reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar S. , 2012).

F. Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif frekuentif dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini hanya memberi gambaran mengenai suatu kondisi, yakni gambaran *entrepreneurial mindset* pada pedagang UMKM di Medan Tuntungan. Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik analisis deskriptif frekuentif, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas untuk mengetahui apakah distribusi data dari variabel penelitian telah menyebar secara normal.

Gambaran yang ditampilkan dalam penelitian ini yaitu berupa pengelompokan data dari hasil angket yang telah diisi oleh responden, di kelompokkan berdasarkan jenis kelamin responden, usia responden, pendidikan terakhir responden, lama usaha di dirikan, jumlah karyawan yang dimiliki oleh responden serta jumlah omset penjualan dan hasil akhir penelitian ini berupa diagram persentase.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode deskriptif maka penelitian “Gambaran *Entrepreneurial Mindset* pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan.” Data yang diperoleh dari hasil data secara deskriptif bahwa dari 7 jenis *entrepreneurial mindset* yaitu, *action oriented*, fokus pada eksekusi, berpikir simple, berkreasi, memiliki integritas, mengambil peluang dan membangun jaringan diperoleh hasil sebagai berikut:

Ketujuh indikator diatas telah diolah dan dapat diambil kesimpulan. Berdasarkan diagram Gambaran Persentase *Entrepreneurial Mindset* dilihat dari Kategori Tinggi pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan, sebagai berikut: *Action oriented* sebesar 35,7%, Fokus pada eksekusi sebesar 61,2%, Berpikir simpel sebesar 48,8%, Memiliki kreativitas sebesar 38%, Memiliki integritas sebesar 76%, Mengambil peluang sebesar 67,4% dan membangun jaringan sebesar 26,4%. Adapun persentase dari indikator tersebut diperoleh dari hasil penelitian dengan kategori tinggi, dengan kata lain jumlah persentase tersebut menggambarkan jumlah pedagang yang memiliki *entrepreneurial mindset* dengan kategori tinggi ditinjau dari jenisnya.

B. Saran

Setelah memberikan kesimpulan maka adanya saran yang dapat dikemukakan untuk menjadi sarana informasi atau peningkatan penelitian yang serupa bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

1. Bagi subjek penelitian

Baiknya pedagang UMKM di Medan Tuntungan meningkatkan *entrepreneurial mindset* mereka, dengan cara meningkatkan ketujuh indikator tersebut. Untuk meningkatkan kreativitas, ada baiknya mengikuti seminar ataupun pelatihan yang berhubungan dengan dunia usaha, juga dengan mengikuti acara-acara seperti hal tersebut dapat menambah teman sesama pedagang yang diharapkan nantinya dapat saling membantu dalam memajukan usaha masing-masing.

2. Bagi Pemerintah

Diharapkan bagi pemerintah daerah, agar dapat memberikan informasi kepada pedagang mengenai cara menjalankan usaha, informasi-informasi dengan membuat pelatihan-pelatihan usaha, seminar-seminar terkait usaha dan menghimbau cara bagaimana usaha harusnya dijalankan sesuai dengan pengelolaannya sehingga tercipta usaha yang memiliki kreativitas dan dapat bertahan dalam dunia usaha.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti lain yang berminat melakukan penelitian serupa hendaknya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam karena dalam penelitian ini

hanya diberikan gambaran *entrepreneurial mindset* berdasarkan jenisnya, diharapkan peneliti selanjutnya bisa meneliti lebih jauh, sehingga melalui penelitian selanjutnya dapat dilihat perbedaan, persamaan maupun hubungan *entrepreneurial mindset* dengan variabel lainnya seperti melakukan penelitian *Action-riset* atau penelitian eksperimen yang tentunya akan membuat penelitian selanjutnya dapat berkontribusi lebih besar bagi ilmu pengetahuan, pemerintah, dan juga pedagang UMKM.



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. H. (2020). *Penerapan Etika Bisnis dan Strategi Manajemen saat Pandemi COVID-19 bagi UMKM. Eco-Entrepreneurship*, 34-42.
- Ahriyani. (2017). *Analisis Perubahan Pola Pikir Kehidupan Sosial Masyarakat Ammatoa Kecamatan Kajang Kabupaten Bulukumba*. Makasar: Universitas Negeri Islam Alaudin Makasar.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi 2010)* (Ed.Rev.2010, Cet.ke-14 ed.). Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz Samudra, Azhari, 2017, *Perpajakan di Indonesia : Keuangan, Pajak dan Retribusi Daerah*, Jakarta, Rajawali Pers.
- Azmi, A., Abou-Moghli, A., & al-kasasbeh, M. a.-k. (2012). *Social Network and the Success of Business Start-Up. International Journal of Business and Management*.
- Azwar, S. (2001). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2001). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____. (2012). *Validitas dan Reliabilitas (4 ed.)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bloom, J. W. (2010). "Systems Thinking, Pattern Thinking, and Abductive Thinking as the Key Elements of Complex Learning. the annual meeting of the American Educational Research Association", 1-28.
- Fred, R David. 2011. *Strategic Management Strategi Konsep. Edisi 12*. Jakarta :Salemba Empat
- Dhliwayo, S., & Vuuren, J. V. (2007). *The Strategic Entrepreneurial Thinking Imperative*. Acta Commercii, 123-134.
- Drucker, P. F. (1994). *Eksekutif yang Efektif*. (R. Budiman, Penerj.) Jakarta: Erlangga.
- Dweck. (2017). *Mindset: Mengerti Kekuatan Pola Pikir untuk Perubahan Besardalam Hidup Anda*. Tangerang Selatan: PT BACA.
- Febrianti, A. M. (2014). *Indonesia dalam Pengembangan Inovasi Produk dan Kreativitas Berpengaruh Terhadap Diferensiasi Produk Melalui Kerajinan Tangan yang Mendulang Kesuksesan. (Penelitian Rajutan DOWA, di Godean, Desa Sidomoyo, DI. Yogyakarta)* .
- Gitosudarmo, I. (2001). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: BPFE.
- Gunawan, A. W. (2007). *The secret of mindset*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Hadi, S. (2005). *Metodologi Research*. Jakarta: UGM.
- _____. (2015). *Statistik*. Pustaka Pelajar.
- Helmi Suaidy, R. (2019, Januari 31). *Pengaruh Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan Terhadap Motivasi Dan Keterampilan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong*. (F. E. Sorong, Penyunt.) *Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan...*, Volume8(1), Hal 1-17.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Sirmon, D. (2003). *A Model of Strategic Entrepreneurship : The Construct and Its Dimensions*. *Journal of Managemen*, 29(6), 963-990.
- Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007, December). *A Cross-Disciplinary Exploration of Entrepreneurship Research*. *JOM: Journal of Management*, 33(6), 891-927.
- Iskandar. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kualitatif Dan Kuantitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Institute, M. P. (2015). *Indeks Kreativitas Dunia 2015*. Dipetik November 8, 2020, dari Di Tingkat Global, *Kreativitas Indonesia Termasuk Paling Rendah*: [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/17/di-tingkatglobalkreativitasindonesiamtermasukpalingrendah#:~:text=Indeks%20Kreativitas%20Dunia%202015&text=Global%20Creativity%20Index%20\(GCI\)%202015,yaitu%20teknologi%2C%20talent%20dan%20toleran](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/17/di-tingkatglobalkreativitasindonesiamtermasukpalingrendah#:~:text=Indeks%20Kreativitas%20Dunia%202015&text=Global%20Creativity%20Index%20(GCI)%202015,yaitu%20teknologi%2C%20talent%20dan%20toleran)
- Kasali, R. (2012). *Modul Kewirausahaan*. Yogyakarta: Hikmah.
- Kebudayaan, D. P. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (V ed.)*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kilby, P. (1971). *Entrepreneurship and Economic Development (1 ed.)*. New York: Free Press.
- Kirkley, W. W. (2016, May 3). *Entrepreneurial Behavior: The Role of Value*. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 22 (3), 290-328.
- Kopi, I. P. (2020, Juli 13). Pada tanggal 13 Juli 2020. (S. F. Purba, Pewawancara)
- LKRG. (2020, Agustus 2). *Pendapat mengenai berwirausaha*. (S. F. Purba, Pewawancara)
- Luke, B. K.-L. (2011). *Developing a conceptual framework of strategic entrepreneurship*. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour dan Research* 17(3), 314-337.
- Maryanto,A; Rosana,Dadan. (2015). *Model Pembentukan mind-Set, Attitude, Skills, dan Knowledge (MASK) dalam Penyiapan sarjana yang Berjiwa*

- Entrepreneur*. Entrepreneurship dan Profesionalitas Guru di Era MEA (hal. 47-55). Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates.
- Medan, P. K. (2019, Maret 25). *Pemerintah Kota Medan*. Dipetik Juli 14, 2020, dari Pemerintah Kota Medan: <https://pemkomedan.go.id/download.html>
- McGrath, R. G., & MacMillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset : Strategies for Continuously Creating Opportunity in an Age of Uncertainty (1 ed.)*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Meredith, G. G. (2002). *Kewirausahaan : Teori dan Praktek*. Jakarta: PPM.
- Nasution, L. (2020). *Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19. Adalah: Buletin Hukum dan Keadilan*, 4(1), 238-250.
- Neneh, N. B. (2012, March 7). An exploratory study on entrepreneurial mindset in the small and medium enterprise (SME) sector: A South African perspective on fostering small and medium enterprise (SME) success. *African Journal of Business Management*, 6(9), 3364-3372.
- Ni Luh Putu Eka Yudi Prastiwi, L. K. (2019, Juni). *Pola Pikir Dan Perilaku Kewirausahaan UMKM di Buleleng, Bali*. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 4, No. 1, 61-70.
- NO.XVI/MPR-RI/1998, U. 1. (1998). *Politik Ekonomi*.
- Plotnik, R. (2005). *Introduction to Psychology Seventh Edition (7 ed.)*. Pennsylvania : Wadsworth Thomson Learning.
- Putri, Z. E. (2018). *Pemanfaatan Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha oleh Pelaku Umkm* (Studi Kasus: 8 Pelaku UMKM pada Sentra Makanan Rendang di Kelurahan Sungai Durian, Kecamatan Lamposi Tigo Nagari, Kota Payakumbuh). *Sains Sosial dan Humaniora*, 1-16.
- Rahmana, A. (2009). *Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. *Jurnal El Tarbawi (Jurnal Pendidikan Islam)*.
- Rusdiana,A; D. M. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Saiman, L. (2014). *Kewirausahaan: Teori, Praktek dan Kasus-kasus*. Salemba Humanika.
- Saskia, D. H., & Yulhendri. (2020). *Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM*. *EcoGen*, 365-374.
- Senge, P. M. (1994). *The Fifth Discipline : the art and practice of the learning organization (2 ed.)*. New York: Doubleday.

- Subroto, S., I. M. (2016). *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) kabupaten brebes*. Prosiding SNaPP2016 Sosial, Ekonomi, dan Humaniora, 6 N0.1, 337-344.
- Sianturi, A. H. (2020, Mei 5). *Berita Satu*. Dipetik Juli 7, 2020, dari Manajemen BeritaSatu Media Holdings: <https://www.beritasatu.com/nasional/629169-pandemi-covid19-672000-umkm-dan-7700-koperasi-di-sumut-terdampak>
- Silaningsih, E., & Utami, P. (2018, 10 18). *Pengaruh marketing mix terhadap minat beli konsumen pada usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Olahan Makanan Ringan*. Jurnal Sosial Humaniora, 9(2), 144-158.
- SJ. (2020, Agustus 2). *Pendapat mengenai berwirausaha*. (S. F. Purba, Pewawancara)
- Somay, P. (2020, Juli 13). *Pendapat mengenai berwirausaha*. (S. F. Purba, Pewawancara)
- Stewart, W., & Roth, P. (2001). *Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers: A Meta-Analytic Review*. The Journal of applied psychology, 145-53.
- Suaidy, H., & Ramli, L. (2019, Januari 31). *Pengaruh Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan Terhadap Motivasi Dan Keterampilan Wirausaha Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sorong*. (F. E. Sorong, Penyunt.) Pola Pikir (Mindset) Kewirausahaan.., Volume8(1), Hal 1-17.
- Suci, Y. R. (2017). *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos, 6 No.1, 51-58.
- Sudjana, N. (2005). *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2000). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharti, L., & Sirine, H. (2011, September). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan*. (U. K. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Penyunt.) JURNAL MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN, 13(2), 124-134.
- Suryana. (2019). *Kewirausahaan : Kiat dan Proses Menuju Sukses (4 ed.)*. Jakarta, Indonesia: Salemba Empat.
- Suwarso. (2019, Desember). *Pola Pikir Mahasiswa Terhadap Kewirausahaan*. (A. A. Jember, Penyunt.) Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia, Vol. 5 No.2, Hal. 277 - 287.
- Suryabrata, S. (2013). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Syofian, S. (2013). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: PT.Bumi Aksara.
- Tambunan, T. T. (2009). *UMKN di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tang, J. K. (2012). *Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities*. *Journal of Business Venturing*, 27, 77-94.
- Thrikawala, S. (2011). *The Determinants of Entrepreneurial Intention among Academics in Sri Lanka*. *International Proceedings of Economics Development & Research*, 4, 454-458.
- Wahyuningsih, S. E. (2017, November). *Membangun Jejaring Kewirausahaan melalui Keunggulan Usaha Konveksi untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran*. *TEKNOBUGA*, 4(1), 91.
- Winarno. (2011). *Pengembangan Sikap Entrepreneurship dan intrapreneurship*. Jakarta: PT Indeks.
- Zaki, F. (2018, oktober 31). *Pentingnya Berpikir Kritis, 6 Manfaat Ini Pasti Didapatkan*. Dipetik 11 8, 2020, dari IDN Times: <https://www.idntimes.com/life/inspiration/faiz-zaki/pentingnya-berpikir-kritis-c1c2>
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). *Entrepreneurship and new venture formation*. London Prentice Hall international, Inc.

LAMPIRAN

LAMPIRAN-1

LAMPIRAN ANGKET *ENTREPRENEURIAL MINDSET*

ANGKET

Saya adalah mahasiswa fakultas psikologi Universitas Medan Area yang sedang melakukan penelitian dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi strata satu (S1).

Saya memohon bantuan bapak/ibu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Hasil pengisian kuesioner bapak/ibu sangat bermanfaat untuk penelitian ini. Selain itu, data yang saudara berikan akan sangat dijaga kerahasiaannya dan hanya dapat digunakan dalam konteks yang terbatas. Bapak/ibu diharapkan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan diri bapak/ibu. **Tidak ada jawaban benar atau salah** selama jawaban tersebut sesuai dengan keadaan diri bapak dan ibu. Oleh karena itu, **berikanlah respon yang sejujurnya dan yang paling menggambarkan keadaan diri bapak/ibu.**

IDENTITAS DIRI

No.	Nama Lengkap/Inisial	
1.	Jenis Kelamin	<input type="radio"/> Laki-laki	<input type="radio"/> Perempuan
2.	Usia	<input type="radio"/> ≤ 25 Tahun	<input type="radio"/> > 40-55 Tahun
		<input type="radio"/> > 25-40 Tahun	<input type="radio"/> > 55 Tahun
3.	Pendidikan Terakhir	<input type="radio"/> SD <input type="radio"/> SMP <input type="radio"/> SMA	<input type="radio"/> Diploma <input type="radio"/> Sarjana <input type="radio"/> Pascasarjana
4.	Kapan Usaha Didirikan	<input type="radio"/> < 3 Tahun <input type="radio"/> 3-5 Tahun	<input type="radio"/> >5-10 Tahun <input type="radio"/> > 10 Tahun
5.	Jumlah Karyawan yang dimiliki	<input type="radio"/> 1-4 Orang <input type="radio"/> 5-19 Orang	<input type="radio"/> 20-99 Orang
6.	Jenis Usaha/Bisnis yang dijalankan saat ini	
7.	Omset Penjualan/bulan	<input type="radio"/> < Rp300 Juta (Rp < 25 Juta/bln) <input type="radio"/> > Rp300 Juta (Rp > 25 Juta/bln) <input type="radio"/> > Rp2,5 Milyar	

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama. Berilah tanda (√) atau “centang” pada pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi usaha anda dalam waktu enam bulan terakhir ini. Apabila Anda ingin memperbaiki jawaban, berilah tanda “sama dengan” (=) pada jawaban yang ingin diperbaiki, kemudian beri tanda (√) atau “centang” pada pilihan jawaban terbaru. Tidak ada jawaban benar atau salah untuk setiap pernyataan, seluruh jawaban Anda benar jika itu sesuai dengan diri Anda. Mohon diperiksa kembali jangan sampai ada yang terlewat. Selamat mengerjakan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala *Entrepreneurial Mindset* dengan lima alternatif jawaban, berikut pilihan jawaban yang tersedia untuk setiap pernyataan yang diajukan yaitu

- Sangat Sesuai (SS),
- Sesuai (S),
- Tidak Sesuai (TS),
- Sangat Tidak Sesuai (STS).

Terimakasih atas kesediaan, kesungguhan, dan kejujuran bapak dan ibu dalam menjawab setiap pertanyaan. Mudah-mudahan Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan bapak ibu sekalian dengan kebaikan yang lebih banyak dan kemuliaan yang lebih tinggi, Amin. Atas perhatian bapak ibu saya ucapkan terima kasih.

NO.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Menjual produk-produk yang diminati pasar.				
2.	Saran dari orang lain tidak dapat dipercaya.				
3.	Saya percaya cara lama lebih ampuh dalam berusaha.				
4.	Mengikuti perkumpulan pedagang membuang waktu.				
5.	Kehilangan pembeli karena terlalu lama berpikir untuk menjual produk baru				
6.	Menyelesaikan masalah dengan pikiran terbuka.				
7.	Mampu menemukan solusi dalam menghadapi masalah.				
8.	Kualitas/rasa dari produk saya lebih penting dibandingkan bungkusnya.				
9.	Meskipun saya menjual produk yang umum dijual, tetapi produk saya memiliki ciri khas tersendiri.				
10.	Memikirkan masa depan usaha yang saya jalankan.				
11.	Pembeli yang terlalu banyak akan membuat lelah.				
12.	Mengikuti organisasi untuk menambah relasi dalam berusaha.				
13.	Praktek lebih penting daripada mendengar seminar yang belum tentu tepat untuk diterapkan dalam usaha saya .				
14.	Menyelesaikan masalah sesuai dengan prioritas.				
15.	Saya menjual barang sesuai keinginan.				
16.	Kurang memiliki keberanian untuk mengembangkan ide baru terkait produk saya.				
17.	Mengambil ide usaha orang lain tanpa menginovasi.				
18.	Menerima saran teman-teman sesama berdagang yang berguna untuk memajukan usaha.				
19.	Memberi jarak terhadap pekerja-pekerja saya.				
20.	Membiarkan hal-hal terkait produk tetap seoriginal/seasli mungkin.				
21.	Mencari tahu penyebab utama dari masalah yang terjadi pada usaha saya.				

22.	Sering tidak sadar telah melakukan kesalahan dalam usaha saya.				
23.	Mengikuti organisasi untuk menambah pengetahuan dalam berusaha.				
24.	Selalu menjaga kualitas produk saya.				
25.	Menjual produk tanpa melihat kebutuhan pasar.				
26.	Kadang mengunjungi rekan bisnis saya diluar urusan pekerjaan.				
27.	Saya tetap menjual produk-produk meskipun tidak banyak yang membeli.				
28.	Sering mengabaikan masukan terkait usaha saya.				
29.	Mempromosikan produk saya lewat media sosial untuk menarik lebih banyak pembeli.				
30.	Meneruskan usaha orang tua saya cukup tanpa mengubah apapun.				
31.	Menghalalkan berbagai cara untuk mencapai hasil akhir yang memuaskan.				
32.	Beradaptasi dengan perubahan permintaan pembeli.				
33.	Saya mencari informasi-informasi yang berguna untuk memajukan usaha saya.				
34.	Saya menyediakan produk yang sedang viral.				
35.	Menyelesaikan masalah tanpa melihat mana yang lebih mendesak.				
36.	Mengganti hal-hal terkait produk saya untuk menarik lebih banyak pembeli.				
37.	Menerima saran dan pendapat untuk memajukan usaha.				
38.	Berjualan ketika saya ingin.				
39.	Merasa semakin banyak ide hanya akan membuat saya bingung.				
40.	Mempertahankan metode penjualan saya meskipun tidak berhasil.				
41.	Tidak berhenti mengamati kemajuan zaman dan arah usaha saya.				
42.	Mengikuti seminar untuk pengusaha dengan penuh minat.				
43.	Terburu-buru menyelesaikan masalah karena tidak ingin rugi.				
44.	Mencari informasi-informasi yang berguna untuk memajukan usaha saya.				

45.	Memulai usaha saya tepat waktu setiap harinya.				
46.	Senang melibatkan orang yang bekerja dengan saya guna memajukan usaha.				
47.	Kurang percaya diri mengubah beberapa keputusan menjual tanpa meminta pendapat banyak orang.				
48.	Semakin banyak saran akan membuat saya bingung.				
49.	Berusaha untuk hari ini, besok urusan besok.				
50.	Kegagalan dalam usaha terjadi karena memilih partner kerja yang salah.				
51.	Langsung memesan produk yang sedang banyak dicari untuk dijual.				
52.	Saya membaca buku terkait usaha dan pengusaha sukses.				
53.	Memperbaharui usaha saya dengan ide-ide baru.				
54.	Mengutamakan pelanggan yang lebih banyak membeli produk saya				
55.	Saya menjual produk yang sedang banyak dicari.				
56.	Mengubah/memperbaiki hal-hal terkait produk saya untuk kemajuan usaha.				

LAMPIRAN -2
HASIL KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN -3
HASIL REABILITAS DAN VALIDITAS

```
RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006
VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VA R00014
VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023
VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032
VAR00033 VAR00034 VAR00035 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00040 VAR00041
VAR000 42 VAR00043 VAR00044 VAR00045 VAR00046 VAR00047 VAR00048 VAR00049
VAR00050 VAR00051 VAR00052 VAR00053 VAR00054 VAR00055 VAR00056 /SCALE('enterprainer
maindset') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

	Output Created	13-Sep-2020 03:06:57
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	129
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	<pre> RELIABILITY /VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034 VAR00035 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00040 VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 VAR00045 VAR00046 VAR00047 VAR00048 VAR00049 VAR00050 VAR00051 VAR00052 VAR00053 VAR00054 VAR00055 VAR00056 /SCALE('enterprainer mindset') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL. </pre>
Resources	<pre> Processor Time 0:00:00.032 Elapsed Time 0:00:00.062 </pre>

Scale: Entrepreneurial Mindset**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	129	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	129	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	56

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.57	.556	129
VAR00002	2.84	.824	129
VAR00003	2.54	.707	129
VAR00004	2.61	.887	129
VAR00005	2.45	.838	129
VAR00006	3.60	.508	129
VAR00007	3.43	.557	129
VAR00008	2.02	.870	129

VAR00009	3.30	.669	129
VAR00010	3.56	.585	129
VAR00011	3.09	.801	129
VAR00012	2.98	.834	129
VAR00013	2.19	.808	129
VAR00014	3.20	.617	129
VAR00015	2.22	.783	129
VAR00016	2.77	.713	129
VAR00017	3.13	.774	129
VAR00018	3.30	.539	129
VAR00019	2.71	.773	129
VAR00020	1.71	.752	129
VAR00021	3.39	.641	129
VAR00022	2.64	.739	129
VAR00023	2.88	.787	129
VAR00024	3.59	.568	129
VAR00025	3.06	.726	129
VAR00026	2.57	.874	129
VAR00027	2.98	.770	129
VAR00028	3.06	.647	129
VAR00029	3.12	.844	129
VAR00030	2.95	.837	129
VAR00031	3.20	.878	129

VAR00032	3.26	.676	129
VAR00033	3.50	.575	129
VAR00034	3.02	.790	129
VAR00035	2.81	.726	129
VAR00036	3.11	.687	129
VAR00037	3.55	.544	129
VAR00038	3.03	.918	129
VAR00039	2.88	.625	129
VAR00040	3.12	.637	129
VAR00041	3.40	.593	129
VAR00042	2.91	.662	129
VAR00043	2.69	.891	129
VAR00044	3.47	.546	129
VAR00045	3.38	.627	129
VAR00046	3.28	.612	129
VAR00047	2.84	.597	129
VAR00048	2.77	.667	129
VAR00049	2.73	.788	129
VAR00050	2.31	.779	129
VAR00051	2.98	.734	129
VAR00052	2.90	.694	129
VAR00053	3.18	.592	129
VAR00054	2.05	.789	129

VAR00055	3.20	.711	129
VAR00056	3.45	.572	129

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	162.91	123.063	.309	.784
VAR00002	163.64	123.309	.318	.784
VAR00003	163.95	122.645	.310	.783
VAR00004	163.88	123.125	.208	.786
VAR00005	164.04	124.850	.131	.789
VAR00006	162.89	122.801	.439	.781
VAR00007	163.05	124.974	.218	.786
VAR00008	164.47	131.141	-.196	.800
VAR00009	163.19	123.153	.297	.783
VAR00010	162.93	123.128	.349	.782
VAR00011	163.40	125.446	.107	.789
VAR00012	163.51	122.142	.280	.784
VAR00013	164.30	126.619	.040	.791
VAR00014	163.29	123.019	.336	.783
VAR00015	164.26	124.883	.143	.788
VAR00016	163.72	124.156	.210	.786
VAR00017	163.36	124.434	.172	.787

VAR00018	163.19	124.324	.282	.784
VAR00019	163.78	126.316	.063	.791
VAR00020	164.78	130.191	-.161	.797
VAR00021	163.10	123.076	.317	.783
VAR00022	163.85	125.095	.143	.788
VAR00023	163.60	121.725	.326	.782
VAR00024	162.90	123.794	.308	.784
VAR00025	163.43	123.168	.267	.784
VAR00026	163.92	123.931	.170	.787
VAR00027	163.50	123.049	.255	.784
VAR00028	163.43	123.278	.300	.783
VAR00029	163.37	121.376	.318	.782
VAR00030	163.53	127.501	-.011	.793
VAR00031	163.29	125.534	.086	.790
VAR00032	163.23	120.727	.459	.779
VAR00033	162.99	123.461	.330	.783
VAR00034	163.47	121.486	.338	.782
VAR00035	163.67	126.003	.090	.789
VAR00036	163.38	124.472	.199	.786
VAR00037	162.94	123.559	.343	.783
VAR00038	163.46	119.813	.366	.780
VAR00039	163.61	123.895	.321	.784
VAR00040	163.36	124.608	.210	.786

VAR00041	163.09	121.391	.479	.779
VAR00042	163.57	123.621	.268	.784
VAR00043	163.80	120.990	.317	.782
VAR00044	163.02	122.297	.448	.781
VAR00045	163.11	122.035	.402	.781
VAR00046	163.21	125.854	.129	.788
VAR00047	163.65	127.260	.029	.790
VAR00048	163.72	124.281	.220	.786
VAR00049	163.76	125.637	.099	.789
VAR00050	164.18	124.585	.162	.787
VAR00051	163.51	126.986	.029	.791
VAR00052	163.59	121.463	.396	.780
VAR00053	163.31	121.231	.492	.779
VAR00054	164.44	125.717	.094	.790
VAR00055	163.29	122.269	.332	.782
VAR00056	163.04	122.084	.442	.780

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
166.49	128.002	11.314	56

LAMPIRAN -4

HASIL FREKUENSI JENIS *ENTREPRENEURIAL MINDSET*

Action Oriented

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	46	35.7	35.7	35.7
sedang	69	53.5	53.5	89.1
rendah	14	10.9	10.9	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Berpikir Simple

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	79	61.2	61.2	61.2
sedang	49	38.0	38.0	99.2
rendah	1	.8	.8	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Fokus pada Eksekusi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	63	48.8	48.8	48.8
sedang	62	48.1	48.1	96.9
rendah	4	3.1	3.1	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Berkreasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	49	38.0	38.0	38.0
sedang	79	61.2	61.2	99.2
rendah	1	.8	.8	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Memiliki Integritas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	98	76.0	76.0	76.0
sedang	30	23.3	23.3	99.2
rendah	1	.8	.8	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Mengambil Peluang

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid rendah	87	67.4	67.4	67.4
sedang	39	30.2	30.2	97.7
rendah	3	2.3	2.3	100.0
Total	129	100.0	100.0	

Pandai Bersosialisasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tinggi	34	26.4	26.4	26.4
sedang	75	58.1	58.1	84.5
rendah	20	15.5	15.5	100.0
Total	129	100.0	100.0	

LAMPIRAN -5
HASIL NORMALITAS

NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=mindset /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

	Output Created	14-Sep-2020 14:41:37
	Comments	
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	129
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
	Syntax	NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=mindset /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	0:00:00.016
	Elapsed Time	0:00:00.032
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
mindset	129	80.26	7.643	61	98

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		mindset
Normal Parameters ^{a,b}	N	129
	Mean	80.26
	Std. Deviation	7.643
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.126
	Negative	-.077
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.428
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.534

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

SURAT-SURAT

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/3/21

Access From (repository.uma.ac.id)9/3/21

**LAMPIRAN SURAT-1:
SURAT IZIN PENGAMBILAN DATA
UNIVERSITAS**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 9/3/21

Access From (repository.uma.ac.id)9/3/21



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolang Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
 Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
 Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 101/FPSI/01.10/IX/2020
 Lampiran : -
 Hal : **Pengambilan Data**

Medan, 13 Agustus 2020

Yth. KEPALA BALITBANG KOTA MEDAN
 Di
 Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

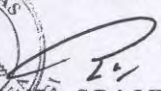
Nama : Stefany Febrianinta Purba
 NPM : 168600338
 Program Studi : Ilmu Psikologi
 Fakultas : Psikologi

Untuk melaksanakan pengambilan data di **Pasar Tradisional Simalingkar, Jl. Jahe Raya, Mangga, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara** guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Gambaran Entrepreneurial Mindset Pada Pedagang UMKM Di Medan Tuntungan*".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di **Pasar Tradisional** yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih..

Wakil Dekan Bidang Akademik,

 Laili Adhita, S.Psi, MM, M.Psi, Psikolog

Tembusan
 - Mahasiswa Ybs

**LAMPIRAN SURAT-2:
SURAT IZIN PENGAMBILAN DATA
BALITBANG KOTA MEDAN**



PEMERINTAH KOTA MEDAN BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112
Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693
E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkomedan.go.id

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/1207/Balitbang/2020

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca / memperhatikan surat dari: Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Nomor: 101/FPSI/01.10/IX/2020 Tanggal : 13 Agustus 2020 Hal: Pengambilan Data.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama	: Stefany Febrianinta Purba.
NPM	: 168600338.
Prodi	: Ilmu Psikologi.
Fakultas	: Psikologi.
Lokasi	: UPT PD Pasar Tradisional Simalingkar Kota Medan.
Judul	: "Gambaran Entrepeneurial Mindset Pada Pedagang UMKM Di Medan Tuntungan".
Lamanya	: 1 (Satu) Minggu.
Penanggung Jawab	: Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Organisasi Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah penelitian dalam bentuk soft copy.
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan.
Pada Tanggal : 02 Oktober 2020



Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai Laporan).
2. Dirut PD. Pasar Kota Medan
3. Kepala UPT PD Pasar Tradisional Simalingkar Kota Medan.
4. Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Pertinggal.

LAMPIRAN SURAT-3:
SURAT IZIN PENGAMBILAN DATA
PERUSAHAAN DAERAH PASAR KOTA MEDAN



**PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN DAERAH PASAR
KOTA MEDAN**



Jl. Razak Baru No. 1-A Telp. 4567794 - 4575776 Fax. 4567249 Pasar Petisah Lantai III
Medan - 20212

Medan, 08 Oktober 2020

Nomor : 071 / 4222 / PDPKM / 2020

Hal : Izin Pengambilan Data

Kepada Yth :
Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
Di -

Medan

Dengan Hormat

Berdasarkan surat Saudara tentang permohonan Pengambilan Data atas nama sebagai berikut :

No	N A M A	NPM	Ket
1.	Stefany Febrianinta Purba	168600338	

Dengan ini Direksi PD. Pasar Kota Medan memberikan izin kepada Mahasiswa/i Saudara untuk pengambilan data di PD. Pasar Kota Medan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dalam melaksanakan Pengambilan Data Mahasiswa/i harus tunduk dan taat kepada peraturan dan ketentuan yang berlaku di PD. Pasar Kota Medan.
2. Dalam penulisan laporan Mahasiswa/i terus bekerjasama dengan Pegawai PD. Pasar Kota Medan agar tidak terjadi kesalahan data.

Demikian disampaikan untuk dipergunakan seperlunya

AN. DIREKSI PERUSAHAAN DAERAH PASAR
KOTA MEDAN


KHAIRUL AZHAR DAULAY, S.Sos
Kepala Bagian Kepegawaian

LAMPIRAN SURAT-4:
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
BALITBANG KOTA MEDAN



**PEMERINTAH KOTA MEDAN
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN**

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112
Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693
E-mail : balitbang@pemkomedan.go.id Website : balitbang.pemkomedan.go.id

SURAT KETERANGAN

No : 070/1207/Balitbang/2020

1. Berdasarkan Surat Rekomendasi Penelitian Dari Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan Nomor: 070/1207/Balitbang/2020 Tanggal: 13 Agustus 2020, dengan ini memberikan keterangan kepada nama dibawah ini :

Nama : Stefany Febrianinta Purba.
NPM : 168600338.
Program Studi : Ilmu Psikologi.
Fakultas : Psikologi
Lokasi Penelitian : UPT PD Pasar Tradisional Simalingkar Kota Medan.
Judul : "Gambaran Entrepeneurial Mindset Pada Pedagang UMKM Di Medan Tuntungan".
Lamanya : 1 (Satu) Minggu.
Penanggung jawab : Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Bahwa yang bersangkutan tersebut di atas telah menyelesaikan Penelitian di Pemerintah Kota Medan dan telah menyerahkan 1 (satu) set soft copy hasil penelitian.

2. Demikian Surat Keterangan ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.-

Dikeluarkan di : Medan.
Pada Tanggal : 19 Oktober 2020

Atas Nama Kepala Balitbang Kota Medan
Sekretaris,



SITI MAHRANI HASIBUAN
PEMBINA TK. I
NIP. 19661208 198603 2 002

Tembusan :

1. Walikota Medan (sebagai laporan).
2. Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
3. Peringgal.

LAMPIRAN SURAT-5:
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
PERUSAHAAN DAERAH PASAR KOTA MEDAN



**PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN DAERAH PASAR
KOTA MEDAN**



Jl. Razak Baru No. 1-A Telp. 4567794 - 4575776 Fax. 4567249 Pasar Petisah Lantai III
Medan - 20212

Medan, 20 Oktober 2020

Nomor : 070 / 4341 / PDPKM / 2020

Kepada Yth :
Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
Di –

Hal : Izin Selesai Penelitian

Medan

Dengan Hormat

Bersama ini memberitahukan bahwa Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area di bawah ini:

No	N A M A	N P M	Ket
1.	Stefany Febrianinta Purba	168600338	

1. Telah selesai melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul "GAMBARAN ENTREPRENEURIAL MINDSET PADA PEDAGANG UMKM DI MEDAN TUNTUNGAN."
2. Demikian disampaikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

AN. DIREKSI PERUSAHAAN DAERAH PASAR
KOTA MEDAN



KHAIRUL AZHAR DAULAY, S.Sos
Kepala Bagian Kepegawaian

LAMPIRAN SURAT-6:
SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
PERUSAHAAN DAERAH PASAR KOTA MEDAN SIMALINGKAR

PEMERINTAH KOTA MEDAN
PERUSAHAAN DAERAH PASAR
SIMALINGKAR

Jl. Jahe Raya, Mangga, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara

SURAT KETERANGAN

Nomor :

Saya yang bertandatangan dibawah ini adalah Kepala UPT PD Pasar Tradisional Simalingkar Kota Medan, menerangkan bahwa mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area :

Nama : Stefany Febrianinta Purba

NPM : 168600338

Prodi : Ilmu Psikologi

Fakultas : Psikologi

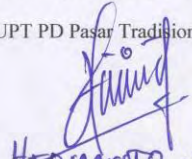
Benar-benar telah melakukan penelitian mulai dari tanggal 2 – 10 Oktober di Pasar Tradisional Simalingkar untuk menyusun skripsi dengan judul **Gambaran Entrepreneurial Mindset pada Pedagang UMKM di Medan Tuntungan.**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dipergunakan semestinya.

Medan, 12 Oktober 2020

Kepala UPT PD Pasar Tradisional Simalingkar




 (HERMANTO . SH .)