

Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia

Terakreditasi Nasional Sinta 4 SK NO 3 / E / KPT / 2019
<https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jibeka>

PERAN MODERASI *PASSION* ANTARA EFIKASI DIRI DAN INOVASI TERHADAP MINAT WIRAUSAHA

Prima Utama Wardoyo Putro*
Universitas PGRI Madiun, Indonesia

Article's Information

DOI:
10.32812/jibeka.v15i2.402

ISSN:
0126-1258

ISSN-E:
2620-875X

CORRESPONDENCE*:
primautama@unipma.ac.id

ABSTRACT

Recently, coffee is no longer a drink for parents. Many millennials are starting to enjoy drinking coffee. This can be seen from the growth of coffee shops in the Madiun City which continues to grow from time to time. This study aims to find empirical evidence of the reasons coffee shop owners are interested in entering the coffee business. This research is focused on aspects of self-efficacy, innovation, and passion. This research is a quantitative using a saturated sample technique, namely observing all populations. This research was conducted in Madiun City with sample size of 50 coffee shop entrepreneurs. The research instrument test used validity and reliability tests, while the data analysis technique used was MRA. The results are: self-efficacy has no significant effect on entrepreneurial interest, innovation has a significant positive effect on entrepreneurial interest, and passion does not mediate the relationship between self-efficacy and innovation on entrepreneurial interest.

Keywords: Coffee Shop; Entrepreneurial interest; Innovation; Self Efficacy

ABSTRAK

Belakangan ini, kopi bukanlah lagi minuman para orang tua. Banyak milenial yang saat ini mulai gemar menikmati minuman kopi. Hal ini bisa dilihat dari tumbuhnya *coffee shop* yang ada di wilayah Kota Madiun yang terus bertambah dari waktu ke waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mencari bukti empiris alasan para pemilik *coffee shop* tertarik masuk kedalam bisnis kopi. Penelitian ini difokuskan pada aspek efikasi diri, inovasi, dan *passion*. Riset ini berjenis kuantitatif dengan menggunakan teknik sampel jenuh yakni mengamati semua populasi. Penelitian ini dilakukan di Kota Madiun dengan jumlah sampel 50 pengusaha *coffee shop*. Uji instrument penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sementara teknik analisis data yang digunakan menggunakan MRA (*Moderates Regression Analysis*). Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa: efikasi diri tidak berpengaruh signifikan pada minat wirausaha *coffee shop*, inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha *coffee shop*, dan *passion* tidak memediasi hubungan antara efikasi diri dan inovasi terhadap minat wirausaha *coffee shop*.

Kata Kunci: Efikasi diri; Inovasi; *Passion*; Minat Wirausaha; *Coffee shop*



Pendahuluan

Memulai sebuah bisnis bukanlah hal yang mudah bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Paradigma menjadi pegawai lebih baik dari pada menjadi pebisnis masih banyak dijumpai di tengah-tengah masyarakat kita. Hal ini cukup beralasan, karena banyak masyarakat kita yang masih takut terhadap resiko berbisnis dan lebih memilih pada posisi aman sebagai pegawai. Fakta ini sebenarnya sudah lama direspon oleh pemerintah dalam menangani rendahnya jumlah *entrepreneur* di Indonesia.

Meskipun jumlah pelaku usaha di Indonesia mengalami peningkatan dari waktu ke waktu, akan tetapi rasio wirausaha Indonesia masih jauh tertinggal dari Malaysia dan Thailand. Jika dilihat dari data yang ada, pada tahun 2020 rasio wirausaha Indonesia sebesar 3,47% jauh tertinggal dari negara-negara ASEAN lain seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand (Kemenkop, 2020). Singapura memiliki rasio wirausaha 8,76%, Thailand 4,26%, dan Malaysia 4,74%. Tentu hal ini menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi pemerintah untuk meningkatkan jumlah rasio usaha. Berbagai kebijakan-kebijakan untuk mendorong pertumbuhan angka *entrepreneur* terus digalakkan. Salah satunya adalah melalui program Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai cara dasar menggairahkan masyarakat untuk mau berbisnis.

Peningkatan gairah berwirausaha ini diharapkan dapat mengatasi masalah di masyarakat khususnya pengangguran. Berdasarkan data yang bersumber dari Badan Pusat Statistik (BPS, n.d.) pada tahun 2016 – 2019, jumlah pengangguran terbuka di Indonesia masih berada di angka 5%. Gambaran lebih lengkap terdapat pada Tabel 1. Angka tersebut tergolong cukup tinggi untuk kelompok pengangguran terbuka. Tentu saja dengan jumlah tersebut akan berpotensi memunculkan masalah sosial baru di tengah-tengah masyarakat. Pentingnya menumbuhkan semangat berwirausaha diharapkan dapat mengatasi masalah pengangguran terbuka bagi lulusan-lulusan sekolah menengah atas ataupun perguruan tinggi. Hal ini pun mulai dilirik pemerintah dengan menanamkan jiwa-jiwa wirausaha melalui Pendidikan menengah pertama hingga Pendidikan tinggi di perguruan tinggi. Berikut adalah data pengangguran terbuka tahun 2016 – 2019.

Tabel 1. Pengangguran Terbuka 2016 – 2019

	2016	2017	2018	2019
Pengangguran Terbuka	5,50%	5,33%	5,13%	5,01%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2020

Minat untuk berwirausaha bisa muncul pada karakter individu sebagai sebuah rasa keinginan untuk bekerja secara mandiri (Kamil, 2018). Disini dibutuhkan karakter dan keinginan yang kuat dalam berwirausaha. Salah satu faktor yang dibutuhkan dalam berwirausaha adalah efikasi diri. (Prima Utama, 2020) menyatakan bahwa efikasi diri

adalah sebuah keyakinan untuk bisa melakukan suatu tugas. Artinya seorang wirausaha harus mampu dan yakin bahwa dirinya bisa menjalankan sebuah bisnis. Riset yang pernah dilakukan terkait efikasi diri terhadap minat wirausaha pernah dilakukan oleh (Ilmaniati, 2017) yang menemukan hasil positif signifikan. Artinya semakin tinggi efikasi yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula minat seseorang untuk menjadi wirausaha. Akan tetapi penelitian oleh (Azizah, 2017) menemukan bukti tidak adanya pengaruh antara efikasi diri terhadap minat wirausaha. Disini masih ditemukan adanya *gap* terkait peran efikasi diri dalam mendorong minat berwirausaha seseorang.

Selain efikasi diri, inovasi juga bisa memengaruhi minat seseorang untuk berwirausaha. Inovasi adalah sebuah cara untuk menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, baik menciptakan barang baru atau mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Penelitian yang dilakukan oleh (Werdaisih, 2017) menemukan bahwa inovasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Artinya semakin inovatif seseorang, maka dorongan untuk melakukan wirausaha semakin besar. Sementara itu hasil lain diungkapkan oleh (Ardyanti, 2018) yang menemukan bukti bahwa inovasi tidak berpengaruh pada minat berwirausaha. Disini masih dijumpai *gap* riset terkait faktor inovasi pada minat wirausaha. Berwirausaha juga membutuhkan sebuah rasa ketertarikan terhadap bisnis yang akan digelutinya atau yang disebut *passion*. Setiap orang yang berwirausaha memiliki ketertarikan yang berbeda-beda. Hal ini cenderung dikarenakan pengaruh hobi atau kegemaran seseorang. Ada yang tertarik pada bidang kuliner, fesyen, otomotif, dan lain sebagainya. (Bierly, 2000) mengatakan bahwa *passion* meningkat jika apa yang dilakukan dianggap berarti (*meaningfull*). Artinya jika seseorang melakukan suatu hal yang dianggapnya berate, maka *passion* yang timbul akan semakin kuat. Sementara itu (Drnovšek, 2010) menyatakan bahwa *passion* adalah sebuah ikatan antara orang dengan bisnis yang dijalankannya. Bisa dikatakan bahwa *passion* turut andil dalam menentukan seseorang untuk menggeluti sebuah usaha yang dilakukannya.

Sebagai salah satu kota yang sedang berkembang di wilayah Jawa Timur, Madiun juga mengalami kenaikan jumlah pelaku wirausaha. Salah satu yang terlihat signifikan adalah pada bisnis *coffee shop*. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama tiga tahun, pada tahun 2017 jumlah gerai *coffee shop* hanya berkisar 20-an gerai. Akan tetapi pada bulan Maret 2020 tercatat ada 50-an gerai *coffee shop* yang tersebar di Kota Madiun. Ini menunjukkan bahwa jumlah angka pebisnis khususnya pada usaha *coffee shop* di Kota Madiun mengalami peningkatan.

Survei yang telah dilakukan menemukan bukti bahwa sebagian besar pelaku bisnis *coffee shop* adalah anak muda. Hal ini muncul lantaran sedang digandrunginya kopi di lingkungan masyarakat Madiun serta budaya nongkrong yang kental di Kota Madiun. Mereka percaya bahwa apa yang digelutinya dalam berbisnis adalah sesuai kemampuan dan sesuai dengan

minat mereka. Selain itu mereka juga berpendapat bahwa bisnis *coffee shop* yang digelutinya memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Artinya setiap pebisnis memiliki inovasi dalam produknya masing-masing.

Penelitian ini berfokus pada fenomena minat wirausaha di Kota Madiun yang berfokus pada usaha *coffee shop* yang mengalami kenaikan dari waktu ke waktu. Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka fokus penelitian ini adalah efikasi diri, inovasi, dan *passion* terhadap minat berwirausaha pada bisnis *coffee shop* di Kota Madiun.

Metode

Penelitian ini dilakukan pada wirausahawan yang bergerak di bidang *coffee shop* di Kota Madiun. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku bisnis *coffee shop* di Kota Madiun yang berjumlah 50 gerai. Sementara untuk teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh yang berarti semua anggota populasi dijadikan sampel.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara kepada pelaku usaha dan kuesioner yang disebar kepada pelaku usaha *coffee shop* di Kota Madiun. Sementara itu untuk data sekunder berasal dari referensi Pustaka dan literatur-literatur terkait. Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner yang diukur dengan menggunakan skala likert. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS versi 23. Tahapan-tahapan uji instrument penelitian terdiri dari: 1) Uji validitas dengan signifikansi 5%; dan 2) Uji reliabilitas dengan nilai *Cronbach alpha* > 0.70 (Ghozali, 2011). Sementara untuk uji analisis data dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari: 1) uji normalitas, 2) multikolinearitas, 3) autokorelasi, dan 4) heteroskedastisitas.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t untuk menguji pengaruh secara parsial dan uji *Moderated Regression Analysis (MRA)* untuk menguji efek moderasi. Persamaan penelitian ini bisa dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + b_4 * z + b_5 * Z + \varepsilon \dots \dots \dots (1)$$

Dimana:

Y= Minat berwirausaha

α = Konstanta atau Intercept

b = Koefisien Variabel Independen

X = Variabel independent

Z = Variabel moderator

X * Z = Variabel interaksi

ε = error

Hasil dan Pembahasan

Sebelum dilakukan uji hipotesis, dilakukan terlebih dahulu uji instrument penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas penelitian ini menggunakan nilai r tabel = 0,284 ($n=50$, $\alpha=5\%$, $df=48$). Suatu indikator pada jawaban kuesioner dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan pengujian instrument maka diperoleh hasil bahwa seluruh item kuesioner valid atau nilai r hitung $>$ r tabel. Langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas dengan membandingkan nilai α hitung dan *Cronbach alpha*. Jika nilai α hitung $>$ *Cronbach alpha* (0,70) maka dikatakan reliabel. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai α hitung untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Hitung	Cronbach Alpha
Efikasi diri	0,782	0,70
Inovasi	0,758	0,70
Passion	0,728	0,70
Minat Wirausaha	0,779	0,70

Sumber: data diolah, 2020

Berdasarkan data pada Tabel 2, bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian reliabel. Setelah uji validitas dan reliabilitas dilakukan, maka selanjutnya adalah uji asumsi klasik. Uji pertama adalah uji normalitas dimana ditemukan hasil nilai *Asymp Sig (2-tailed)* $0,88 > 0,05$ yang artinya distribusi data adalah normal. Uji kedua adalah uji autokorelasi, dimana ditemukan hasil *Asymp Sig (2-tailed)* $0,775 > 0,05$ yang berarti tidak ada masalah autokorelasi. Uji ketiga adalah uji multikolinearitas, yang ditemukan hasil bahwa nilai VIF untuk setiap variabel penelitian < 10 , yang bermakna tidak terjadi masalah multikolinearitas. Uji keempat atau terakhir adalah uji heteroskedastisitas, yang menunjukkan hasil *Sig (2-tailed)* untuk masing-masing variabel diatas $0,05$ yang artinya terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Setelah melakukan uji instrumen penelitian, pengujian selanjutnya adalah uji t dan uji moderasi melalui *Moderated Regression Analysis* (MRA). berdasarkan hasil pengujian diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Persamaan 1

Model	Unstandr. Coefficient B	Standr. Coefficient Std. Error	Standardi. coefficient Beta	t	sig
Constant	5.803	6.996		.830	.411
Efikasi	.086	.161	.066	.534	.596
Inovasi	.740	.139	.658	.5.328	.000

Dependent variable: minat wirausaha

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan temuan pada uji regresi persamaan 1 pada Tabel 3, diketahui nilai sig untuk variabel efikasi sebesar $0.596 > 0,05$. Oleh karena itu bisa disimpulkan bahwa efikasi tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha. Uji pada variabel inovasi terhadap minat wirausaha ditemukan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$, yang berarti berpengaruh signifikan dengan arah positif. Artinya semakin tinggi inovasi yang dimiliki seseorang, maka akan semakin tinggi pula minat untuk berwirausaha.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Persamaan 2

Model	Unstandr. Coefficient		Standardi. coefficient Beta	t	sig
	B	Std. Error			
Constant	17.773	102.043		.174	.863
Efikasi	3.580	2.644	2.752	1.354	.183
Inovasi	-2.141	2.263	-1.906	-.946	.349
Passion	-.279	3.176	-.183	-.088	.930
Efikasixpassion	-.113	.085	-5.209	-1.338	.188
inovasixpassion	.091	.071	5.160	1.280	.207

Sumber: data diolah, 2021

Tabel 4 menunjukkan hasil uji regresi persamaan 2 yang digunakan untuk mengetahui pengaruh moderasi variabel *passion*. Berdasarkan uji moderasi ditemukan hasil bahwa nilai signifikansi efikasi terhadap *passion* sebesar $0.188 > 0.05$, yang berarti bahwa variabel *passion* tidak memoderasi hubungan antara variabel efikasi diri terhadap minat wirausaha. Sementara itu untuk uji moderasi *passion* terhadap hubungan antara inovasi pada minat wirausaha ditemukan nilai sig sebesar $0.207 > 0.05$, yang berarti *passion* tidak memoderasi hubungan antara inovasi terhadap minat wirausaha.

Pengujian hipotesis yang pertama menemukan hasil bahwa efikasi diri tidak berpengaruh terhadap minat wirausaha. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Azizah, 2017). Efikasi diri bisa dimaknai sebagai sebuah keyakinan diri untuk berani melakukan sesuatu apapun resiko yang dihadapinya. Hal ini ditujukan sebagai upaya pembuktian diri. Akan tetapi hasil penelitian menunjukkan adanya ketidakpercayaan atau keyakinan pada diri usahawan *coffee shop* terhadap keputusan bisnis yang diambilnya. Sehingga masih ada ketakutan untuk gagal dalam bisnis yang dijalankannya.

Pelaku usaha *coffee shop* masih belum yakin pada persaingan bisnis yang dihadapinya, mengingat pesatnya pertumbuhan *coffee shop* di Kota Madiun. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, pelaku bisnis akan berganti haluan jikalau bisnis *coffee shop* mereka gulung tikar karena kalah bersaing. Hal ini dikarenakan mereka tidak mau berada dalam kegagalan yang berlarut-larut.

Sebuah keputusan yang dihadapi jika kesulitan menghampiri inilah yang mengindikasikan kurangnya efikasi diri yang dimiliki para pelaku bisnis *coffee shop*. Seharusnya seorang wirausaha harus mampu menumbuhkan sikap optimis dalam menjalankan suatu usaha. Hal tersebut bisa dilakukan dengan terus menekuni dan

mempelajari bidang bisnis yang digelutinya. Dengan demikian maka wirausahawan akan mampu mencapai apa yang telah direncanakan dalam bisnisnya.

Hipotesis yang kedua adalah pengaruh inovasi terhadap minat berwirausaha. Hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat wirausaha. Artinya semakin tinggi inovasi yang dimiliki seseorang, maka semakin besar pula minat untuk melakukan wirausaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Werdaisih, 2017) serta (Mahanani, 2018) yang menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif terhadap minat wirausaha.

Menurut (Mahanani, 2018) di dalam inovasi terdapat tiga hal penting. Pertama adalah pembaharuan, artinya sebuah produk memiliki nilai tambah baru yang membuatnya berbeda dari sebelumnya. Hal ini tercermin dari produk kopi yang dihasilkan oleh responden. Meskipun mereka sama-sama menjual produk kopi, akan tetapi masing-masing dari *coffee shop* memiliki ciri khas tersendiri yang menunjukkan inovasi bisnis mereka. Kedua adalah perubahan, artinya proses perubahan akan menghasilkan sesuatu yang benar-benar baru. Ini bisa dilihat dari konsep bisnis *coffee shop* yang diusung. Dahulu penjual kopi masing mengemas sajian mereka dalam bentuk yang sederhana. Akan tetapi seiring berjalan waktu mereka mulai mengemas sajian mereka dalam bentuk yang lebih modern dan mengikuti perkembangan zaman. Ketiga adalah keunggulan, artinya inovasi yang diciptakan haruslah memiliki keunggulan yang menjadikannya berbeda dari yang lainnya. Jika diamati dari bisnis *coffee shop* para responden, mereka memiliki perbedaan ciri khas masing-masing yang menjadikan tiap-tiap produk mereka unik. Ini bisa dilihat dari aspek penyajian, kemasan, bahan baku, varian rasa, layout tempat, harga, segmentasi pasar, dan lain sebagainya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para usahawan *coffee shop* di Madiun memiliki kesadaran akan pentingnya inovasi dalam bisnisnya. Hal ini bisa dibuktikan dengan kekhasan dari produk-produk yang mereka jual berbeda dengan produk serupa di tempat lain. Pelaku usaha *coffee shop* di Madiun sadar bahwa memberikan produk terbaik yang memiliki ciri khas khusus adalah penting. Hal ini agar para pelanggan dapat mengenal produk mereka dengan baik. Tidak hanya dari segi produk saja, pengusaha *coffee shop* juga berinovasi dari segi pelayanan dan tempat yang mereka tawarkan kepada pelanggan. Hal ini bisa diamati dari perbedaan-perbedaan yang ada dari masing-masing *coffee shop* di Kota Madiun.

Pengujian hipotesis yang ketiga adalah menguji efek moderasi *passion* dalam hubungan antara efikasi diri terhadap minat wirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *passion* tidak memoderasi hubungan antara efikasi diri terhadap minat wirausaha yang artinya tidak memperkuat ataupun memperlemah. *Passion* adalah sebuah gairah atau keinginan terhadap hal yang diinginkan atau yang disukai. Dalam memulai sebuah usaha lazimnya

berawal dari sebuah rasa suka terhadap apa yang ingin digelutinya. Akan tetapi disini bisa dilihat bahwa ada wirausahawan *coffee shop* di Kota Madiun yang tidak yakin terhadap kemampuan yang dimilikinya meskipun memiliki ketertarikan pada dunia kopi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap pelaku bisnis *coffee shop* ditemukan fakta bahwa ada pelaku usaha yang hanya sekedar mengikuti tren saja dimana menjamurnya *coffee shop* di Kota Madiun merupakan sebuah peluang bisnis yang menjanjikan. Ada juga yang mengatakan bahwa bisnis yang mereka jalani merupakan hobi mereka pada kopi yang telah digelutinya selama bertahun-tahun. Sementara itu ada juga yang hanya memiliki modal tetapi tidak memiliki pengetahuan dibidang kopi, mereka berani membuka bisnis *coffee shop* hanya karna potensi pendapatan yang menjanjikan semata bukan atas dasar *passion*. Bisa diterangkan bahwa bisnis *coffee shop* yang digeluti pelaku usaha tidak selaras dengan kemampuan ataupun minat dirinya. Alhasil banyak dari pelaku usaha yang tidak yakin terhadap bisnis yang sedang dijalaninya.

Uji hipotesis keempat adalah menguji pengaruh moderasi *passion* dalam hubungan antara inovasi terhadap minat wirausaha. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa *passion* tidak memoderasi hubungan antara inovasi terhadap minat wirausaha. Artinya *passion* tidak memperkuat atau tidak memperlemah hubungan antara inovasi terhadap minat wirausaha. Inovasi mendorong pada pembentukan sesuatu yang baru atau mengembangkan sesuatu yang telah ada. Inovasi akan berjalan dengan baik jika bidang yang dikembangkan sesuai dengan ketertarikan atau *passion* yang dimiliki.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan diketahui bahwa tak sedikit pelaku bisnis *coffee shop* yang masih belajar atau masih pada tahap coba-coba dan pemula karena apa yang mereka jalankan bukanlah berdasarkan dari apa yang mereka sukai (*passion*). Banyak dari pelaku bisnis *coffee shop* membuka usahanya melalui *franchise* sehingga mereka tidak perlu tau tentang seluk beluk bisnis kopi. Mereka hanya bertugas menyediakan modal dan tempat usahanya saja. Hal ini lah yang sulit memunculkan inovasi ketika bisnis tidak didasari pada pengetahuan tentang apa yang digelutinya. Mereka hanya menjalankan bisnis sesuai dengan instruksi dari *franchise* yang menaungi mereka.

Menciptakan sesuatu yang baru atau inovasi merupakan hal yang mutlak dibutuhkan dalam berbisnis dan hal tersebut tidaklah mudah. Hal ini penting agar bisnis yang dijalankan tidak cepat mati. Dibutuhkan proses yang Panjang untuk bisa membuat sebuah inovasi dalam berbisnis. Jika seorang wirausaha memiliki *passion* dan inovasi yang kuat maka hal tersebut akan mendukung keberlangsungan bisnis yang dijalanikannya sehingga bisnis tidak akan cepat mati oleh waktu.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh efikasi diri dan inovasi terhadap minat berwirausaha dengan *passion* sebagai variabel moderasi pada usahawan *coffee shop* di Kota Madiun, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1 Efikasi diri tidak berpengaruh terhadap minat berwirausaha usahawan *coffee shop* di Kota Madiun. Hal ini menunjukkan kurang percayanya diri seseorang dengan kemampuan yang dia miliki.
- 2 Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha usahawan *coffee shop* di Kota Madiun. Hal ini membuktikan bahwa inovasi sangatlah perlu untuk memulai berwirausaha.
- 3 *Passion* tidak dapat memoderasi pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha usahawan *coffee shop* di Kota Madiun. Hasil moderasi menunjukkan bahwa variabel *passion* memperlemah pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha.
- 4 *Passion* tidak dapat memoderasi pengaruh inovasi terhadap minat berwirausaha usahawan *coffee shop* di Kota Madiun.

Hasil moderasi menunjukkan bahwa variabel *passion* memperlemah pengaruh inovasi terhadap minat berwirausaha. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *passion* bukan variabel moderasi. Hal ini disebabkan bahwa beberapa dari responden yaitu usahawan *coffee shop* di Kota Madiun memang tidak memiliki *passion* sehingga kurangnya efikasi diri atau kurang percaya pada kemampuannya serta kurang mampunya untuk berinovasi.

Berdasarkan kesimpulan pada penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disampaikan saran-saran berikut: 1) Bagi pemilik/usahawan *coffee shop*. Memberikan masukan kepada usahawan *coffee shop* untuk dapat dengan lebih baik lagi menjalankan usahanya dengan adanya kepercayaan dan munculnya ide yang inovatif karena memiliki kemampuan yang berjalan dengan apa yang dirinya mampu sehingga dapat tercapai tujuan yang diinginkan.

Selain itu lebih mengasah dan lebih dapat menguasai *passion* atau kemampuan yang dimiliki pada bidang usaha kopi tersebut. 2) Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi atau referensi serta bisa dikembangkan untuk penelitian berikutnya, dengan mengambil masalah yang sama mengenai efikasi, inovasi, dan *passion* serta pengaruhnya terhadap minat berwirausaha dan disarankan untuk peneliti selanjutnya meneliti mengenai *passion* dengan hobi yang lebih spesifik sehingga mendapatkan hasil yang berbeda dengan penelitian ini, serta menambah sumber informasi atau referensi/pustaka, khususnya pada bidang manajemen pemasaran. 3) Bagi pemangku kepentingan. Pemerintah selaku regulator hendaknya memfasilitasi para pelaku usaha

khususnya dalam hal pelatihan inovasi produk, agar para pelaku usaha memiliki *skill* yang mumpuni untuk mengembangkan produk mereka. Diharapkan dengan meningkatnya inovasi bisa memperpanjang umur usaha mereka.

Referensi

- Ardyanti. (2018). *Pengaruh Inovasi terhadap Minat Wirausaha*.
- Azizah, N. (2017). Efektifitas Pendidikan Kewirausahaan dan Self Efficacy terhadap Minat Berwirausaha. *Al Muamalat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14419/ijet.v7i3.21.17207>
- Bierly, P. . (2000). Organizational Learning, Knowledge, and Wisdom. *Journal of Organizational Change Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552551011054516>
- BPS. (n.d.). *Jumlah Pengangguran Terbuka Nasional*. Badan Pusat Statistik. Retrieved January 3, 2020, from <https://www.bps.go.id/>
- Drnovšek, M. (2010). Entrepreneurial Self-Efficacy and Business Start-up: Developing a Multi-Dimensional Definition. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/13552551011054516>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ilmaniati, A. (2017). Pengaruh Efikasi Diri dan Ekspektasi Pendapatan terhadap Minat Wirausaha Siswa SMK (SMK Al Madina). *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*. <https://doi.org/https://doi.org/10.35194/jmtsi.v1i0.59>
- Kamil. (2018). *Pengaruh Efikasi Diri, Kemandirian, dan Lingkungan Keluarga terhadap Minat Wirausaha Siswa Kelas XI Akuntansi SMK YPKK2 Sleman Yogyakarta Tahun Ajaran 2017/2018*.
- Mahanani. (2018). Faktor-Faktor yang memengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Persada Indonesia. *Ikraith-Humaniora*.
- Prima Utama. (2020). *Perilaku Organisasi* (1st ed.). Unipma Pers.
- Werdaisih. (2017). *Pengaruh Inovasi terhadap Minat Wirausaha*.