

ANALISIS PENGARUH MODAL PSIKOLOGIS DAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KEWIRAUSAHAAN PENGRAJIN TAHU DI SENTRA INDUSTRI TAHU KABUPATEN KEBUMEN

Intisari

Oleh:

NISA ASFIYA HUSNA
20/463692/TP/12970

UMKM turut berperan dalam pemulihan ekonomi nasional melalui penyerapan tenaga kerja yang besar. Sampai sekarang, perkembangan UMKM masih banyak terhalang oleh adanya faktor modal, mulai dari baik modal berwujud maupun tidak berwujud seperti modal psikologis dan modal sosial. Kedua modal tersebut merupakan syarat penting bagi seorang pelaku usaha yang memegang kendali penuh atas usahanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari modal psikologis dan sosial pada perilaku kewirausahaan pengrajin tahu di sentra industri tahu Kabupaten Kebumen. Kedua modal tidak berwujud yang diteliti merupakan aspek utama yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha. Dari keduanya, akan dapat diketahui kondisi psikologis dan sosial para pelaku usaha yang dapat memengaruhi perilakunya dalam menjalankan usaha. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh kedua modal tersebut terhadap perilaku kewirausahaan para pelaku usaha, khususnya pengrajin tahu yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Dengan 124 responden terkumpul yang merupakan para pengrajin tahu beserta anggota keluarganya, analisis dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan model *Embedded Two Stage Mediation*. Analisis ini dibantu dengan software SmartPLS 4. Terdapat 3 variabel dalam penelitian ini yaitu *Psychological Capital (PC)*, *Social Capital (SC)*, dan *Entrepreneurial Behaviour (EB)*. Hasilnya menunjukkan bahwa PC dan SC berpengaruh positif dan signifikan terhadap EB dengan pengaruh terbesar ada pada SC. Selain itu, PC juga menjadi mediator yang memediasi pengaruh SC secara tidak langsung terhadap perilaku kewirausahaan para pengrajin tahu.

Kata kunci: Psychological Capital, Social Capital, Entrepreneurial Behavior, PLS-SEM, mediasi

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PSYCHOLOGICAL AND SOCIAL
CAPITAL ON ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF TOFU
CRAFTSMEN IN THE TOFU INDUSTRY CENTER OF KEBUMEN
REGENCY**

Abstract

By:

NISA ASFIYA HUSNA
20/463692/TP/12970

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a significant role in national economic recovery by absorbing a large number of the workforce. However, the development of MSMEs is still constrained by several factors, including capital, both tangible and intangible, such as psychological capital and social capital. These two forms of capital are essential for entrepreneurs who have full control over their businesses. This research aims to identify the influence of psychological and social capital on the entrepreneurial behavior of tofu craftsmen in the tofu industry center of Kebumen Regency. These two intangible capitals are the main aspects that entrepreneurs must possess. Understanding both can reveal the psychological and social conditions of entrepreneurs that can influence their entrepreneurial behavior. This research employs a quantitative method to measure the influence of these two capitals on the entrepreneurial behavior of entrepreneurs, particularly tofu craftsmen who are the subjects of this study. With 124 respondents collected, consisting of tofu craftsmen and their families, the analysis was conducted using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the Embedded Two Stage Mediation model. The analysis was assisted by SmartPLS 4 software. There are three variables in this study, namely Psychological Capital (PC), Social Capital (SC), and Entrepreneurial Behavior (EB). The results show that PC and SC have a positive and significant effect on EB, with the greatest influence being SC. Additionally, PC also acts as a mediator that mediates the indirect influence of SC on the entrepreneurial behavior of tofu craftsmen.

Keywords: Psychological Capital, Social Capital, Entrepreneurial Behavior, Tofu Craftsmen, PLS-SEM