

Analisis Peran Growth Mindset Sebagai Variabel Intervening pada Hubungan Antara Accounting Mental dan Business Performance

Ika Suhartanti Darmo¹ Ana Fitriyatul Bilgies² Anggara Setya Saputra³ Rasmawati A. R.⁴
Muhammad Hidayat⁵

Universitas Bina Nusantara¹

Universitas Islam Darul Ulum Lamongan²

Universitas Wijayakusuma³

STIE Ganesha⁴

STIE Persada Bunda⁵

Email Koresponden: ika.suhartanti@binus.ac.id¹

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh mental accounting terhadap micro business performance dengan growth mindset sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah di wilayah DKI Jakarta. Pengambilan sampel sebanyak 252 responden dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis data yaitu Partial Least Square (PLS)-SEM dengan menggunakan alat analisis data yaitu SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mental accounting belum dapat mempengaruhi micro business performance secara signifikan. Mental accounting berpengaruh secara signifikan terhadap growth mindset. Growth mindset berpengaruh secara signifikan terhadap micro business performance. Dan mental accounting dapat berpengaruh secara tidak langsung terhadap micro business performance dengan growth mindset sebagai variabel intervening.

Kata Kunci: Mental Accounting, Growth Mindset, Micro Business Performance, MSMEs (Mikro, Small, Medium Enterprises), UMKM



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Dari hasil Sensus Ekonomi 2016 Badan Pusat Statistik, menyatakan jumlah usaha ini mencapai lebih dari 26 juta usaha atau 98,68 persen dari total usaha nonpertanian di Indonesia. Sebagian negara berkembang Indonesia telah menyadari potensi dan kontribusi besar yang dapat dibuat oleh UMKM terhadap perkembangan dan pencapaian pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan dan merupakan salah satu alat untuk menciptakan lapangan kerja yang bertujuan untuk pengentasan kemiskinan dan pengangguran (Alexander Muzenda, 2014).

Dalam pembangunan ekonomi nasional, salah satu prioritas adalah pengembangan UMKM di Indonesia, karena UMKM merupakan mesin penggerak sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan antar pelaku usaha, dan bahkan pengentasan kemiskinan dan juga sebagai lapangan kerja baru. Seperti yang dilansir pada CNN Indonesia 2020 mengungkapkan bahwa Presiden Jokowi dan jajarannya akan membuat program perluasan pembiayaan modal kerja bagi 23 juta pelaku UMKM yang apabila masuk dalam kategori layak kredit, maka mereka berhak mendapat pembiayaan dari perluasan program Kredit Usaha Rakyat.

Dapat dilihat bahwa pemerintah dan banyak pihak lainnya sudah memberikan dan membuka peluang yang sangat lebar untuk entitas bisnis UMKM agar dapat mengembangkan potensi dan usahanya. Namun, menurut Nur Rokhman dan Adi Trisusanto (2011), UMKM

meskipun mendapat banyak dorongan dari berbagai pihak baik pemerintah atau kalangan tertentu, UMKM masih dihadapkan dengan permasalahan yang merupakan pondasi dasar, yaitu mentalitas dalam pengambilan keputusan oleh pemilik UMKM terutama yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Pada dasarnya, Pemerintah, Korporasi besar atau pihak lainnya tidak tahu betul persoalan yang terjadi dilapangan, maka solusi yang diberikan pun bisa dikatakan kurang tepat. Mereka datang dengan memberi solusi bantuan modal, memberikan pelatihan, atau memberikan peralatan produksi. Pendekatan semacam itu tidak selalu berhasil baik. Karena UMKM yang seharusnya menjadi semakin mandiri dan *empowered*, tetapi justru dibina menjadi dan ketergantungan. Sehingga begitu bantuan dihentikan, UMKM kembali tak berdaya dan mengiba-iba meminta untuk bantuan berikutnya.

Salah satu cara untuk mendorong pertumbuhan UKM adalah dengan meningkatkan level orientasi kewirausahaan mereka. Orientasi kewirausahaan telah diidentifikasi untuk mendukung pertumbuhan perusahaan (Ljungquist dan Ghannad, 2008). Basile (2012) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai proses strategis, praktik, dan keputusan yang digunakan pembuat keputusan ketika merumuskan tujuan organisasi perusahaan, dan mempertahankan visinya, untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Mungkin, kurang lebih banyak UMKM yang salah dalam menentukan *goal setting orientation* atau *mindset*. Menurut Siburian (2009) Rendahnya kemampuan ekonomi seseorang mengakibatkan masyarakat banyak yang hidup pada tingkat subsisten. Akibatnya, penduduk kurang berani melakukan inovasi baru pada tingkat produktivitas, karena tindakan itu dapat membahayakan kehidupan subsisten mereka seandainya inovasi yang dilakukan itu tidak berhasil dan salah satu ciri khas ekonomi subsisten adalah menyatunya unit produksi dengan unit konsumsi yang dapat diartikan pendapatan yang didapatkan merupakan sesuatu yang langsung untuk dikonsumsi, atau paling tidak hasil tersebut itu lebih banyak dikonsumsi sendiri.

Dalam menjalankan usaha bisnis, wirausahawan UMKM yang memiliki *mindset* subsisten cenderung hanya mengikuti alur, seperti menjalankan rutinitas. Karena tidak tahu *cost* dan *profit* dan tidak pula tahu apakah usaha bisnis berkembang atau tidak setiap tahunnya. Singkatnya, wirausahawan UMKM yang seperti ini tidak memiliki *growth-mindset*. Dweck (1999; 2000) mengembangkan dua teori kecerdasan diri dengan memberikan wawasan tentang proses psikologis (motivasi) yang penting untuk pencapaian. Dia menyatakan bahwa individu memiliki teori entitas kecerdasan, yang dikenal sebagai *mindset* tetap atau teori kecerdasan tambahan, yang dikenal sebagai *mindset* berkembang (*growth mindset*). Individu dengan *growth mindset* percaya bahwa kemampuan dan kesuksesan seseorang disebabkan oleh pembelajaran, bahwa kecerdasan dapat tumbuh dan berubah dengan upaya dan percaya dalam mencoba pendekatan lain atau mencari bantuan ketika menghadapi kesulitan dan cenderung untuk mengadopsi tujuan pembelajaran.

Individu-individu dengan kepercayaan diri tinggi atau rendah merespons dengan pola respons yang khas dari pikiran, perilaku, dan perasaan dalam situasi apa pun yang mereka hadapi dengan berfokus pada mempelajari ide-ide baru (Dweck, 2006; Johnson, 2009). Alasan di balik ini adalah karena sebagian besar pemimpin bisnis besar yang telah sukses memiliki pola *growth mindset*, karena membangun dan mempertahankan organisasi yang sangat baik dalam menghadapi perubahan konstan mengharuskannya (Dweck, 2006). McGrath dan MacMillan (2000) mengidentifikasi beberapa karakteristik dari pola pikir wirausaha untuk memasukkan dengan penuh semangat mencari peluang baru; mengejar peluang dengan disiplin besar; hanya mengejar peluang terbaik; fokus pada eksekusi; dan melibatkan energi semua orang di domain mereka.

Growth mindset adalah modal terpenting seorang wirausahawan. *Mindset* inilah yang membuat mereka selalu berpikir untuk membesarkan usaha. *Mindset* ini yang membuat mereka begitu bersemangat menetapkan target 120%, 150%, atau bahkan 200% tiap tahunnya. Untuk mencapai perubahan pola pikir yang baik, diperlukannya revolusi mental. Revolusi mental bertujuan untuk menciptakan individu yang berkarakter yang didalamnya terdapat pola berpikir untuk melakukan setiap aktifitasnya. Dilansi dari Portal Informasi Indonesia (Indonesia.go.id) mengenai Potret Pembangunan Manusia, Bicara mentalitas manusia Indonesia berarti bicara potret budaya masyarakat Indonesia. Ilustrasinya sering disederhanakan sebagai kebudayaan masyarakat majemuk.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, *Mental Accounting* diharapkan dapat mempengaruhi *Micro Business Performance*. Yang diharapkan dengan adanya *Growth Mindset* dapat membantu UMKM secara langsung atau tidak langsung menyadari betapa pentingnya pola pikir yang baik sebagai pelaku wirausaha. Namun, sampai saat ini belum ada penelitian yang secara khusus menguji *Mental Accounting* dapat mempengaruhi *Micro Business Performance* melalui *Growth Mindset*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Untuk data kuantitatif, analisis statistik digunakan untuk mengeksplorasi pengaruh *mental accounting practice* terhadap *micro business (usaha mikro kecil menengah) performance* dengan *growth mindset* sebagai variabel intervening. Sedangkan data kualitatif yang diperoleh melalui wawancara dengan beragam UMKM di DKI Jakarta untuk mengetahui lebih dalam dibalik *mental accounting practice, growth mindset, dan performance*.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini UMKM di DKI Jakarta, karena DKI Jakarta dianggap sebagai pusat metropolitan yang terdapat banyak UMKM didalamnya dan belum ada yang meneliti tentang *mental accounting* dan *growth mindset* pada UMKM di DKI Jakarta sebelumnya. Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 252 responden pemilik UMKM di wilayah DKI Jakarta. Hasil sensus ekonomi 2017 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa terdapat sekitar 1.214.420 UMKM di wilayah provinsi DKI Jakarta.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Dalam memperoleh data-data penelitian, peneliti menggunakan dua cara yaitu penelitian pustaka dan penelitian lapangan, sebagai berikut:

1. Penelitian Pustaka (*Library Research*). Pada penelitian ini, penulis memperoleh data terkait permasalahan yang diteliti melalui buku, jurnal, tesis, disertasi, artikel, internet, dan alat lain yang berhubungan dengan penelitian ini.
2. Penelitian Lapangan (*Field Research*). Dalam penelitian yang dilakukan, data utama yang digunakan oleh penulis diperoleh melalui penelitian lapangan, yaitu data primer yang diperoleh langsung dari sumber utama. Subjek penelitian ini adalah pemilik UMKM di wilayah DKI Jakarta.

Kuisisioner didistribusikan melalui survei daring (*online*) berbasis *google form*. Dikarenakan situasi *pandemic Covid-19*, peneliti tidak dapat melakukan *field research* secara langsung ke lapangan dengan menyebarkan kuisisioner fisik ke UMKM yang ada di wilayah DKI Jakarta. Karena hal yang demikian, proses penyebaran langsung tidak dilakukan. Oleh karena itu penulis menyebarkan kuisisioner online dengan menghubungi pemilik UMKM yang berada di wilayah DKI Jakarta secara daring (*online*). Data primer diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disusun secara terstruktur dan sistematis dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi dari pemilik UMKM di wilayah DKI Jakarta sebagai responden

dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah masing-masing skor dari indikator variabel penelitian yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang telah disebar kepada pemilik UMKM di wilayah DKI Jakarta sebagai responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pemilik UMKM yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Kuesioner didistribusikan melalui survei daring (*online*) berbasis *google form* dan tidak dilakukan secara luring (*offline*) dikarenakan pandemic covid-19 yang sedang terjadi. Penyebaran dan distribusi melalui daring dilakukan melalui pesan aplikasi *messenger* dan *social media* seperti *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Email* yang diperoleh melalui pemilik UMKM yang dikenal melalui perantara rekan. Analisis statistik atas data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui *software Smart PLS 3.0*. Justifikasi penggunaan *PLS-SEM* adalah karena berdasarkan karakteristik data, *PLS-SEM* dapat digunakan untuk sampel kecil, tidak menghendaki data harus terdistribusi normal, karena *PLS-SEM* adalah statistik non-parametrik, *missing-item* yang berada dalam batas toleransi, dan dapat mengolah data dengan skala ordinal. Sedangkan berdasarkan karakteristik model, *PLS-SEM* dapat mengolah kongsruk (variable laten) yang memiliki *single* dan *multi item* pengukuran, dapat mengolah indikator dalam skala pengukuran yang berbentuk reflektif dan formatif serta dapat mengolah model yang kompleks dengan banyak indikator dan relasi model struktural (Hair dkk., 2014).

Ringkasan profil responden yang diperoleh adalah sebesar 68.7% pemilik UMKM adalah perempuan dan 31.3% adalah laki-laki. Responden dengan usia dibawah 25 tahun mendominasi sebesar 83.3% dan lainnya dengan umur 31-35 tahun sebesar 6.3%, diatas 45 tahun sebesar 3.6%, 36-40 tahun sebesar 3.2%, 41-45 tahun sebesar 2.8%, dan 25-30 tahun sebesar 0.8%. Mayoritas pemilih UMKM memiliki latar belakang Pendidikan formal SMA sebesar 52.4% dan diimbangi dengan latar belakang Pendidikan sarjana sebesar 46.4% dan sebagian kecil berlatar belakang SMP sebesar 1.2%.

Lokasi UMKM berada di Wilayah DKI Jakarta dengan persebaran hampir berimbang antara Jakarta Barat sebesar 31% dan Jakarta Selatan sebesar 32%, kemudian pada Jakarta Pusat sebesar 27% dan yang tekecil yaitu Jakarta Timur sebesar 4% dan Jakarta Utara sebesar 6%. Dari segi bidang UMKM didominasi oleh bidang kuliner sebesar 54%, bidang jasa sebesar 15%, bidang distributor sebesar 14%, bidang fashion sebesar 13%, dan bidang aksesoris 4%. Sebagian besar UMKM yang berpartisipasi sebanyak 76.4% telah berdiri antara 1-3 tahun. Adapun UMKM yang sudah berdiri cukup lama yaitu selama 3 – 7 tahun sebesar 11.2%, 7 – 10 tahun sebesar 5.2%, bahkan ada yang lebih dari 10 tahun sebesar 7.2%.

Evaluasi Model Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat model pengukuran yang bersifat reflektif. Model pengukuran yang bersifat reflektif adalah untuk variabel laten *mental accounting*, *growth mindset*, dan *micro business performance*. Untuk *path model* dengan analisis statistik yang mengakomodir karakteristik model pengukuran ini adalah *PLS-SEM* (Hair dkk., 2014)

1. Pengujian *Outer Model* (Reflektif). Menurut Hair, dkk, (2014) Pengujian model pengukuran reflektif dilakukan terhadap 4 (empat) pengujian indikator yaitu *internal consistency*, *indicator reliability*, AVE dan *discriminant analysis*. Berdasarkan ringkasan tabel 4.19 Dibawah ini. Diperoleh bahwa pengujian *internal consistency* dinyatakan lolos karena semua nilai outer loading lebih besar dari 0.5; pengujian *indicator reliability* dilakukan dengan menghitung nilai kuadra dari *loading factor* dan pengujian dinyatakan lolos karena semua nilai *indicator reliability* dan *composite reliability* lebih besar dari 0.7;

pengujian *convergent validity* juga dinyatakan lolos karena semua nilai AVE yang lebih besar dari 0.5 dan pengujian *discriminant validity* juga dinyatakan lolos karena semua nilai loadings yang lebih besar dari nilai cross loadingnya.

2. Pembahasan Temuan Data Kuantitatif. Temuan data kuantitatif menunjukkan terdapat 3 (tiga) hipotesis yang memiliki pengaruh signifikan dan 1 (satu) yang tidak memiliki pengaruh yang akan dijelaskan lebih lanjut.
3. Pengaruh *Mental Accounting* Terhadap *Micro Business Performance*. Temuan terkait tidak adanya pengaruh signifikan *mental accounting* terhadap *micro business performance* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,126 dengan nilai t-statistic sebesar 1,224 yang mana nilai tersebut lebih kecil daripada nilai t-hitung yaitu 1,969. Hal ini menjelaskan bahwa *mental accounting* tidak dapat meningkatkan *micro business performance*. Sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Temuan ini menjelaskan bahwa *mental accounting* tidak terlalu berperan untuk meningkatkan *micro business performance*, karena dalam hal ini mentalitas yang baik saja tidak cukup untuk memajukan unit usaha yang mereka miliki. Karena dalam praktik nyatanya ada kemungkinan bahwa banyak pemilik UMKM yang sudah memiliki mentalitas yang baik secara kegigihan, kesabaran, ketangguhan, dan kemauan yang tinggi tapi hal itu saja tidak cukup untuk meningkatkan unit usaha. Dapat ditemukan banyak UMKM atau unit usaha yang sudah berdiri dalam waktu yang lama yang dapat diartikan mereka sudah memiliki mentalitas yang baik selama UMKM mereka berdiri, tetapi banyak yang unit usaha mereka hanya *stuck* dititik tersebut dan tidak ada peningkatan kinerja. Memang dapat dikatakan bahwa mentalitas seorang pemilik unit usaha mempunyai konsekuensi dalam menjalankan unit usaha, namun hal tersebut harus beriringan dengan tindakan, kreativitas, dan langkah konkrit lainnya untuk memajukan unit usaha mereka. Di Indonesia sendiri secara gambaran besar, mentalitas pemilik unit usaha dapat dilihat sudah sangat gigih menjalankan unit usahanya sampai turun menurun kepada keluarganya, tetapi hal itu masih belum terbukti cukup tanpa adanya tindakan nyata untuk membawa unit usaha ke tingkatan lebih lanjut sehingga hal ini yang menyebabkan unit UMKM di Indonesia secara garis besar hanya menjadi alat untuk penyambung kehidupan semata tanpa adanya perkembangan yang pesat baik dari segi pertumbuhan maupun keuntungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan dengan (Anolam, Okoroafor, & Ajaera, 2015) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara *mental accounting* dari beberapa aspek pada penelitian yang dilakukan terhadap profitabilitas perusahaan, karena *mental accounting* terkait dengan individu tidak secara langsung dengan kinerja. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Siti Aisyah, dkk, 2019; Dwi Iga, 2015; Muehlbacher S dan Kirchler E, 2019) yang menyatakan bahwa *mental accounting* berpengaruh dalam aspek unit usaha. Justifikasi hasil dalam penilitan penulis adalah karena meskipun menggunakan teori dan aspek yang mungkin sama terutama berdasarkan pada teori barat, namun penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang berbasis data dari UMKM yang ada di Indonesia lebih spesifiknya adalah wilayah DKI Jakarta. Dari hal ini dapat dikatakan bahwa persepsi dan mentalitas individu pasti akan berbeda dan hal ini teliti dengan memperhatikan keadaan nyata pada lapangan yang ada.
4. Pengaruh *Mental Accounting* Terhadap *Growth Mindset*. Penelitian ini menemukan adanya pengaruh signifikan *mental accounting* terhadap *growth mindset* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,000 dengan nilai t-statistik sebesar 17,421. Nilai tersebut lebih besar dari pada nilai t-tabel yaitu 1,969. Hal ini berarti bahwa *mental accounting* dapat berkontribusi dalam mendorong individu untuk mengembangkan *growth mindset* pada unit usaha. Sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hal ini menjelaskan bahwa individu yang memiliki mentalitas yang baik dapat menjadi dasar untuk mengembangkan pola pikir. Dapat

dielaborasikan bahwa mentalitas adalah hal yang mendasar untuk seorang individu menghadapi sesuatu dan merespon hal tersebut dengan langkah yang nyata. *Mindset* merupakan hal yang penting yang harus dimiliki oleh seorang individu, karena pada faktanya banyak unit UMKM yang memiliki *mindset* yang kurang tepat untuk menjalankan usahanya. Dapat dilihat dalam keseharian, unit UMKM hanya terpaku akan penghasilan hari ini tanpa memikirkan jangka panjang mengenai bagaimana mereka dapat mengembangkan unit usaha mereka dan mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. UMKM dalam praktiknya hanya mengikuti alur seperti menjalankan rutinitas karena tidak tahu akan apa yang ingin dituju dan dicapai. Individu yang memiliki mentalitas dan *mindset* yang baik merespons dengan pola respons tertentu dari pikiran, perilaku, dan perasaan dalam situasi apa pun yang mereka hadapi dengan berfokus pada mempelajari ide-ide baru yang dapat dijadikan alat untuk mengembangkan unit usahanya agar dapat beradaptasi atas perubahan yang terus dan cepat terjadi. Belum ada hasil penelitian yang meneliti hubungan antara *mental accounting* dan *growth mindset* sebelumnya, sehingga penelitian yang dilakukan penulis bersifat eksploratif terkait hal ini dengan melihat fakta-fakta yang ada dilapangan dan keadaan yang terjadi dalam dunia UMKM di Indonesia.

5. Pengaruh *Growth Mindset* Terhadap *Micro Business Performance*. Hasil dari penelitian ini menemukan adanya pengaruh signifikan *growth mindset* terhadap *micro business performance* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,000 dengan nilai t-statistik sebesar 8,860. Nilai tersebut lebih besar dari pada nilai t-tabel yaitu 1,969. Hal ini berarti bahwa *growth mindset* dapat berkontribusi dalam mendorong unit usaha untuk meningkatkan *micro business performance*. Sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh *growth mindset* untuk meningkatkan *micro business performance* dikarenakan *growth mindset* merupakan kunci penting dalam individu merespon suatu keadaan. Dalam hal ini *growth mindset* berperan sebagai bentuk nyata atau tindakan konkrit yang dilakukan terhadap suatu keadaan yang dihadapi. Bentuk nyata akan *growth mindset* adalah pemilik unit usaha seharusnya merespons akan perubahan yang terjadi baik dalam segi apapun untuk melangsungkan dan peningkatan unit UMKM mereka. Fakta nyatanya, UMKM dituntut untuk inovatif dan kreatif di era sekarang ini jika tidak dapat merespons hal tersebut maka UMKM tidak akan maju. Sekarang kita dapat melihat mungkin yang dulunya itu hal biasa namun sekarang menjadi *booming* dimana-mana, contohnya adalah sekarang sudah banyak toko kopi, tempat makan, hiburan, jasa, dan banyak hal lainnya yang sudah dikemas mengikuti era perkembangan zaman (era millennial). Pada nyatanya UMKM tradisional mau tidak mau harus merespons akan hal ini karena tidak menutup kemungkinan kedepannya, semua kebutuhan akan dikemas dengan bentuk yang mengikuti zaman. Sekarang sudah ada tempat makan yang menjual makanan *warteg*, tempat penjualan kopi, peralatan rumah tangga, *fashion* dengan konsep yang mengikuti zaman. Hal ini bias menjadi ancaman jika UMKM enggan merespons akan situasi yang terjadi dan bisa menjadi sebuah peluang untuk memajukan usahanya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Brownhilder & Johan, 2017; Roslan dkk, 2014; J. Augusto dkk., 2014; Didin Hikmah dan Ferryal Abadi, 2020) yang menyatakan bahwa *growth mindset* dengan indikator *entrepreneurial* sangat berpengaruh terhadap *micro business performance*. Karena *growth mindset* merupakan satu dari banyak factor penting lainnya yang harus dimiliki para pemilik unit usaha untuk memajukan unit usahanya. Para peneliti menjelaskan bahwa semakin baik *growth mindset* dari seorang individu pemilik unit usaha, maka peluang unit usaha nya akan maju dan berkembang akan besar. Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imelda Sitinjak (2020) yang mengatakan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap kinerja UKM

Kota Medan dalam 1 tahun terakhir.

6. Pengaruh *Mental Accounting* Terhadap *Micro Business Performance* dengan *Growth Mindset* Sebagai Variabel Intervening. Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode uji sobel menunjukkan nilai t-hitung signifikan pada 0,05 yaitu $4,032 > 1,969$. Dengan demikian dapat disimpulkan *growth mindset* dapat dijadikan variable intervening di dalam pengaruh secara tidak langsung antara *mental accounting* terhadap *micro business performance*. Sehingga hipotesis keempat (H4) diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki *mental accounting* yang baik dalam menjalankan unit usahanya mampu mengembangkan dan melatih *growth mindset* pemilik unit usaha sehingga secara tidak langsung meningkatkan *micro business performance* unit usaha. Walaupun berdasarkan hipotesis pertama bahwa *mental accounting* tidak berpengaruh pada *micro business performance*, namun dengan adanya variable intervening yaitu *growth mindset* maka *mental accounting* dapat berpengaruh secara tidak langsung. Secara logika hal setiap individu didorong dengan adanya tujuan dan motivasi untuk melakukan sesuatu dan dalam penelitian ini adalah menjalankan unit usaha. Dari hal tersebut maka sikap mentalitas akan terbentuk sesuai dengan tujuan dan motivasi melakukan usaha. *Mental accounting* merupakan pondasi dasar seorang pelaku usaha, dengan adanya tujuan dan motivasi maka akan terbentuk mentalitas pantang menyerah, gigih, tekun, dan lainnya yang harus dimiliki setiap individu pelaku usaha yang kemudian hal tersebut harus diwujudkan dalam sebuah perbuatan dan tindakan konkrit yaitu melalui *growth mindset*. Dengan *mindset* yang benar maka pelaku UMKM akan dapat bertindak dan merespons keadaan yang terjadi dan beradaptasi serta mengembangkannya yang dalam jangka panjangnya akan berdampak pada *micro business performance* unit usaha. Seperti yang terdapat dalam sehari-hari, dapat kita lihat sekarang UMKM dituntut untuk mengikuti dan merespons perkembangan zaman. Dengan mentalitas dan *mindset* yang benar maka pelaku UMKM dapat menyesuaikan dan merespons perubahan zaman sehingga unit usaha akan selalu berjalan dan berkembang. Contoh kasus sederhana adalah ayam gepuk yang ada dipinggiran jalan. Pada awalnya Ayam Gepuk Pak Gembus hanya sebatas ayam yang dijual dipinggir jalan, namun karena dengan perkembangan teknologi dan bertambahnya peminat Ayam Gepuk Pak Gembus melihat peluang dan meresponsnya dengan baik yaitu dengan cara membuka *franchise* bisnis. Dan karena prospek usaha dan peminat yang cukup banyak, akhirnya sekarang Ayam Gepuk Pak Gembus sudah banyak ditemukan dimana-mana. Ini merupakan contoh satu dari banyak UMKM yang mampu merespons keadaan dengan baik dengan mentalitas dan *mindset* yang benar sehingga dapat secara jangka pendek atau panjang meningkatkan *micro business performance*.

Pembahasan Temuan Data Kualitatif

1. *Mental Accounting* Tidak Berpengaruh Terhadap *Micro Business Performance*. Semua narasumber wawancara mengkonfirmasi bahwa mentalitas merupakan hal yang penting untuk dimiliki oleh seorang pemilik UMKM karena mentalitas dapat diartikan sebagai bentuk dari motivasi diri untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. "Wah itu sangat penting mas, karenakan kalau kita berwirausaha gini kan penting banget untuk punya mental yang kuat dan pantang menyerah, apalagi kalau lagi kondisi seperti ini seperti covid ini. Wah kalau gak punya mental yang kuat, apalagi buat rencanain kedepannya bisa bangkrut mas. Ya mentalitas harus dibarengi dengan tindakan sih mas, kalau engga ya percuma mentalnya bagus tapi gak ada aksi ya" (Wawancara dengan Mr. RR).
2. Diantara alasan yang disampaikan terkait *mental accounting* dalam konteks menjalankan UMKM adalah (i) Mentalitas yang baik adalah kunci untuk berwirausaha; (ii) Mentalitas dapat menjadi dasar untuk melakukan perencanaan kedepannya; (iii) Mentalitas yang

baik tidak ada pengaruhnya jika tidak dikolaborasikan dengan tindakan. *"Kalau menurut saya sih ya, mentalitas itu kan lebih dari dalam diri ya Kak. Jadi butuh actionnya nih kalau didalam dirinya udah bagus... soalnya percuma dong kak misalnya kita sudah punya motivasi sama tujuan nih buat berwirausaha kita tapi gak dieksekusi itunya... ya sama aja kan gitu-gitu lagi aja jadinya monoton jualan kita"* (Wawancara dengan Ms. C). Diantara alasan yang disampaikan terkait *mental accounting* terhadap *micro business performance* adalah (i) Mentalitas berasal dari dalam diri individu akan apa yang dilakukan; (ii) Mentalitas harus diwujudkan dalam bentuk tindakan konkrit agar dapat mempengaruhi kinerja; (iii) Mentalitas yang tidak diwujudkan dalam tindakan tidak akan membuat perubahan. Berdasarkan dari pernyataan narasumber diatas dapat dikatakan bahwa mentalitas merupakan hal yang esensial bagi pelaku usaha dalam menjalani usahanya. Namun hal itu saja tidak cukup untuk meningkatkan *performance* dari unit usaha yang mereka miliki, karena mentalitas yang baik harus dinyatakan dalam tindakan. *"Ya.... Ibaratnya kan seperti visi misi ya... percuma dong kalau visinya bagus banget tapi misinya nihil... ya gak bakalan tercapai itu visinya. Kalau dalam wirausaha gini ya mental harus bagus tapi dibarengin dengan ide-ide yang kita coba lakuin buat ngembangin terus usaha kita, kalau gaada ide ya jualan aja kaya biasa gitu-gitu aja"* (Wawancara dengan Mr. V).

3. *Mental Accounting* Berpengaruh terhadap *Growth Mindset*. Narasumber mengkonfirmasi bahwa *Mental Accounting* yang baik merupakan pendorong para Narasumber untuk mengembangkan ide-ide kreatif yang masuk dalam kategori *growth mindset*. Sebagaimana dikonfirmasi dalam pernyataan narasumber berikut. *"Nah kaya gini misalnya.... Kan saya jualan makanan, pasti banyak dong saingannya, untuk bisa sampai bertahan aja alhamdulillah banget. Tapi bertahan aja kan gak cukup kak, sekarang juga teknologi udah canggih... ya saya manfaatin.. saya buka online, akun social media, sama ini kak saya buat dalam bentuk frozen foodnya dan saya jual di tokopedia sama shopee. Nah alhamdulillah banyak yang minat"* (Wawancara dengan Ms. C). Substansi informasi yang sama terkait *mental accounting* terhadap *growth mindset* juga disampaikan oleh narasumber lainnya. *"Simplenya sih kaya gini mas, kalau udah dari dalam dirinya punya kemauan yang tinggi pasti ada aja jalan dan ide gitu.... Saya punya retail toko sepatu ya saya punya kemauan buat sukses dong mas, nah dari itu saya liat nih cara apa yang bisa saya lakuin biar laku... setelah saya coba liat liat keadaan pasar, ternyata peluangnya gede banget soalnya anak-anak sekarang kan lagi suka sepatu yang model gini mas, yauda deh saya pasang iklan di social media kadang kadang kasih promo juga dan marketingin lewat temen-temen, dan kepikiran sih untuk endorse selebgram biar eksposure nya tambah banyak"* (Wawancara dengan Mr. V).
4. Kemampuan individu untuk mengembangkan *growth mindset* dapat didasari dengan keadaan mentalitas seseorang. Dalam hal ini *mental accounting* dalam unit usaha sangat membawa pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan *growth mindset* dari individu itu sendiri. Sehingga terciptalah respons kreatif untuk menjawab keadaan yang ada.
5. *Growth Mindset* Berpengaruh terhadap *Micro Business Performance*. Hasil kuantitatif dari penelitian ini menyatakan bahwa *growth mindset* memiliki pengaruh signifikan terhadap *micro business performance*, hal ini didukung dengan pernyataan dari narasumber wawancara sebagai mana dikonfirmasi berikut. *"Penting banget sih kak buat adaptasi. Sebelumnya saya Cuma jualan makanan ya kaya orang-orang pada umumnya aja... tapi saya pikir saya bisa lebih dari pada ini sih dan saya coba buka online bisa dari Gojek atau Grab, saya buat juga social media, saya kirim sample buat temen temen saya dan sampai akhirnya saya kepikiran untuk buat versi frozenya jadi bisa tahan lama. Dan syukur banget sih kak sekarang lebih baik lah pokoknya.... Jadi harus dimanfaatin. "Ya, teknologi udah maju dan generasi sekarang udah instan ya, jadi gimana caranya kita adaptasi juga kan mas. Ya saya sih*

menanggapi itu dengan gimana caranya usaha saya bisa instan mereka temukan saat mereka butuh. Kan konveksi itu harus menang di portofolio lah isitilahnya kalau tampilan social medianya aja gak menarik gimana orang-orang mau percaya konveksi kita bagus” (Wawancara dengan Mr. RR). Dari pernyataan narasumber dapat dikonfirmasi bahwa merespons keadaan dan situasi dengan kreatif dapat membuka peluang baru yang akan meningkatkan *performance* unit usaha baik secara jangka pendek ataupun jangka panjang.

6. *Growth Mindset* Dapat Menjadi Variabel Intervening dalam Pengaruh *Mental Accounting* terhadap *Micro Business Performance* Berdasarkan penelitian kuantitatif uji variable intervening, *growth mindset* dinyatakan memiliki pengaruh intervening dalam pengaruh *mental accounting* terhadap *micro business performance*. Hal ini sejalan dengan hasil wawancara terhadap narasumber, dengan pernyataan sebagai berikut. “Sebagai wirausaha tentu mesti punya mental yang kuat mas, karena keadaan bisa berubah kapan saja.... Itu wajib hukumnya. Nah sekarang kalau kita sudah terbiasa dan punya mental yang benar, ya harus dikembangkan sih mas seperti yang saya tadi bilang... manfaatin keadaan dan teknologi, harus pikir jangka panjang juga kan.. ya, kalau pake bahasa mas ya pola pikir sebutannya... dinyatakan dalam tindakan dan adaptasi.. jadinya nanti didepan usaha kita bisa terus bertahan tapi juga berkembang mas” (Wawancara dengan Mr. RR). “Menurut aku ya kak, mentalitas, pola pikir itu berkesinambungan dan saling berkaitan sih kak. Gamungkin pola pikir kita bagus tapi mentalitasnya jelek... berawal dari mentalitas baru ke pola pikir... jadi nanti kedepannya punya asset dalam diri untuk survive, apalagi didunia wirausaha kaya gini kan... dua-duanya mesti siap... sekarang pilihan ada didiri sendiri sih, mau usahanya gitu-gitu aja atau mau maju terus... itu tergantung diri sendiri kak” (Wawancara dengan Ms. C). “Intinya mas, dari dalam diri dulu dibenahi dan ada kemauan dan belajar dari pengalaman, baru deh bisa dinyatakan dalam kita menjalani usaha... dan jelas mentalitas seorang wirausaha harus kuat tapi kuat aja gak cukup mas, harus pakai strategi sama baca peluang.... Soalnya kan jadi kaya gak cuma semalem jadi mas, itu ada prosesnya, ya dinikmati aja..” (Wawancara dengan Mr. V). Dari pernyataan narasumber dapat disimpulkan bahwa seorang pemilik unit usaha harus mempunyai pondasi mental yang kuat dan baik sehingga keinginan dan kesadaran akan selalu ada dan ingat pada tujuan dan motivasi melakukan usaha. Kemudian harus dinyatakan dan direspons dengan tindakan dan strategi dalam membaca keadaan dan peluang yang ada dengan *mindset* yang benar. Sehingga nantinya kedua hal tersebut dapat membuahkan hasil dikemudian hari pada unit usaha.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *mental accounting* terhadap *micro business performance* dengan *growth mindset* sebagai variable intervening. Penelitian ini menggunakan kuesioner online yang disebar kepada pemilik UMKM di wilayah DKI Jakarta dengan total jumlah sebanyak 252 responden. Berdasarkan pada data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan terhadap permasalahan dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0, maka simpulan dari penelitian ini yaitu: *Mental accounting* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *micro business performance*. *Mental accounting* memiliki pengaruh signifikan terhadap *growth mindset*. *Growth mindset* memiliki pengaruh signifikan terhadap *micro business performance*. *Growth mindset* dapat menjadi variable intervening dalam hubungan *mental accounting* terhadap *micro business performance*.

Berdasarkan keterbatasan penelitian ini, berikut adalah saran yang dapat dipertimbangkan bagi peneliti yang akan datang, yaitu: Pada peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih besar agar dapat mengeneralisasi hasil penelitian. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variable lain yang mendukung. Pendekatan kualitatif yang dilakukan perlu dipertimbangkan menggunakan alat analisis yang

menggunakan *software* tertentu untuk menghasilkan komprehensivitas penjelasan antar variable yang lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Barrick, M.R. & Mount, M.K. (1991). "The big five personality dimensions and job performance." *Personnel Psychology*, 44:1-26.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P. (1989). "Strategic management in small firms in hostile and benign environments." *Strategic Management Journal*, 10(1), 75– 87.
- Daryanto, & Setyobudi, I. (2014). "Konsumen dan pelayanan prima." Yogyakarta: Gava Media
- Davis, A. (2003). "The value relevance of revenue for internet firms: does reported grossed-up and barter revenue make a difference?". *Journal of Accounting Research*.
- Dharma T Ediraras (2010). "Akuntansi dan Kinerja UKM". *Jurnal Ekonomi Bisnis* No. 2, Volume 15, Agustus 2010.
- Dimitratos, P., & Plakoyiannaki, E. (2003). "Theoretical foundations of an international entrepreneurial culture". *Journal of International entrepreneurship*, 1(2), 187-215.
- Donnelly, G., Iyer, R., and Howell, R. T. (2012). "The Big Five personality traits, material values, and financial well-being of self-described money managers". *J. Econ. Psychol.* 33.
- Hartono, J., & Willy, A. (2014). "Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Penelitian Empiris". Yogyakarta: BPFE.
- Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). "Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research". *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 708-731.
- Hong, Y.Y., Chiu, C.Y., Dweck, C.S., Lin, D.M.S. and Wan, W. (1999). "Implicit theories, attributions, and coping: a meaning system approach", *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 77 No. 3
- House, R.J. & Howell, J.M. (1992). "Personality and charismatic leadership." *Leadership Quarterly*, 3:81-108.
- Ireland, R.D., Hitt, M.A. and Simon, D.G. (2003). "A model of strategic entrepreneurship: the construct and its dimensions." *Journal of Management*, 29(6), 963–989.
- J. F. Henri. (2006). "Organizational culture and performance measurement systems". *Accounting, Organ. Soc.*, 2006.
- John, O. P., and Srivastava, S. (1999). "The big five trait taxonomy: history, measurement, and theoretical perspectives," in *Handbook of Personality: Theory and Research*, eds L. A. Pervin, and O. P. John, (New York, NY: Guilford).
- Judge, T.A., Bono, J.E., Ilies, R. & Gehardt, M.W. (2002). "Personality and leadership: a qualitative and quantitative review." *Journal of Applied Psychology*, 87(4):765-780.
- Mccrae, R.R. & Costa, P.T., Jr. (1997). "Personality trait structures as a human universal." *American Psychologist*, 52:509-516.
- McElroy, T., and Dowd, K. (2007). "Susceptibility to anchoring effects: how openness-to-experience influences responses to anchoring cues". *Judgm. Decis. Mak.* 2.
- Merton, Robert K. (1968). "Social Theory and Social Structure". New York: The Free Press, 1968 Edition, first printing July, 1968.
- Miller, K., & Bromiley, P. (1990). "Strategic risk and corporate performance: An analysis of alternative risk measure". *Academy of Management Journal*, 33 (4), 756- 779.
- Muzenda, Alexander. (2014). "A Conceptual Model of the Determinants of Performance of Tourism Sector Small and Medium Enterprises (SMEs)". *International Journal of Business and Management Invention*. Vol 3. Issue 1. January 2014.
- Nadkarni, S. & Herrmann, P. (2010). "CEO performance, strategic flexibility, and firm performance: the case of the Indian business process outsourcing industry." *Academy of*

- Management Journal, 53(5):1050-1073.
- Newman, A., Herman, H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). "The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership". *Journal of Business Research*, 89, 1-9.
- Nicholson, N., Soane, E., Fenton-O'Creevy, M., and Willman, P. (2005). Personality and domain-specific risk taking. *J. Risk Res.* 8. doi: 10.1080/1366987032000123856
- Silooy, Marissa. (2012). "Mental Sccounting: Perilaku Boros Versus Self- Control". Tesis, UKSW yang diunduh tanggal 18 September 2020.
- Storey (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: International Thompson Business Press., 1994.
- Thaler, R., & Sunstein, C. (2008). "Nudge: Improving Decisions about Health, wealth, and Happiness". Michigan: Caravan Book.
- Thornton, Patricia. (1999). "The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology.*" *Annu. Rev. Sociol.* 25. 19-46.
- Wales, W. J. (2016). "Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions". *International Small Business Journal*, 34(1), 3-15.