

## ABSTRAK

Event Apriando (01011180106)

### **Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan Para Pelaku Usaha Pakaian Bekas**

(xiv + 102 halaman; 8 gambar; 20 tabel;)

Ketidakpastian ekonomi terjadi akibat dampak dari wabah pandemi Covid-19 yang tidak hanya menyerang kesehatan Indonesia namun tak terkecuali ekonomi Indonesia. Diperlukannya sebuah usaha untuk mengembalikan performa para pelaku usaha mikro yang turun agar bisa kembali meningkat. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris sejauh mana jiwa kewirausahaan, nilai kewirausahaan, dan perilaku kewirausahaan mempengaruhi terbentuknya kemandirian. Hasil kajian dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai pedoman dalam melakukan pemberdayaan usaha kecil menuju kemandirian usaha, yang memuat strategi pengelolaan jiwa kewirausahaan, strategi pengelolaan nilai kewirausahaan, dan strategi pengelolaan perilaku kewirausahaan. Penelitian ini menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif dan menggunakan survei kuesioner secara online yang dibagikan kepada 100 responden yang merupakan para pelaku usaha pakaian bekas yang di Indonesia. Data dianalisis menggunakan *software* SPSS 26 dan AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jiwa kewirausahaan, nilai kewirausahaan, dan perilaku kewirausahaan memberikan pengaruh terhadap kemandirian usaha. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah yang pertama para pelaku usaha harus meningkatkan kepercayaan diri untuk meningkatkan sebuah jiwa kewirausahaan. Kedua, para pelaku usaha pakaian bekas harus menanamkan pola pikir positif untuk meningkatkan nilai-nilai kewirausahaan. Selanjutnya, para pelaku usaha pakaian bekas dapat meningkatkan perilaku kewirausahaan dengan penggalan potensi diri dan mengerahkan seluruh potensinya ke dalam usahanya. Terakhir, sebuah kemandirian usaha akan terwujud jika para pelaku usaha pakaian bekas dapat lebih berani dalam mengambil sebuah keputusan.

**Kata Kunci:** Jiwa Kewirausahaan, Nilai Kewirausahaan, Perilaku Kewirausahaan, Kemandirian Usaha

**Referensi :** 37 (1979 – 2022)

## **ABSTRACT**

**Event Apriando (01011180106)**

***Entrepreneurial Spirit and Entrepreneurial Values Increase Business Independence through Entrepreneurial Behavior of Used Clothing Business Actors***

(xiv + 102 pages; 8 figures; 20 tables)

*Economic uncertainty occurs due to the impact of the Covid-19 pandemic, which not only attacks Indonesia's health, but the Indonesian economy is no exception. An effort is needed to restore the declining performance of micro business actors so that they can increase again. Therefore, this study aims to provide empirical evidence to what extent the entrepreneurial spirit, entrepreneurial values, and entrepreneurial behavior affect the formation of independence. The results of this study can be used as a guide in empowering small businesses towards business independence, which includes strategies for managing the entrepreneurial spirit, strategies for managing entrepreneurial values, and strategies for managing entrepreneurial behavior. This study uses a type of quantitative research method and uses an online questionnaire survey which was distributed to 100 respondents who are used clothing business actors in Indonesia. The data were analyzed using SPSS 26 and AMOS 24 software. The results showed that the entrepreneurial spirit, entrepreneurial values, and entrepreneurial behavior had an influence on business independence. The managerial implication of this research is that firstly, business actors must increase self-confidence to increase an entrepreneurial spirit. Second, used clothing business actors must instill a positive mindset to increase entrepreneurial values. Furthermore, used clothing business actors can improve entrepreneurial behavior by exploring their potential and mobilizing their full potential into their business. Finally, a business independence will be realized if used clothing business actors can be bolder in making a decision.*

**Keyword :** *Entrepreneurial Spirit, Entrepreneurial Values, Entrepreneurial Behavior, Business Independence*

**Reference :** 37 (1979 – 2022)