



Pengaruh Budaya Etnis Batak Toba dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Wirausaha (Studi pada Wirausaha Ulos Batak di Kota Medan)

Adelia Sepita Anggie^{1*}, Yuhendri LV²

¹⁻²Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Negeri Padang, Indonesia

Email: adeliasepita@gmail.com¹, yuhendrilv@fe.unp.ac.id²

Korespondensi penulis : adeliasepita@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze how Toba Batak culture and self-efficacy influence entrepreneurial behavior among Batak Ulos entrepreneurs in Medan. Batak Ulos holds a very high cultural value in Batak society, not only as a traditional cloth, but also as a symbol of identity and honor. In this context, Toba Batak culture, which emphasizes values such as hard work (hamoraon), honor (hasangapon), and strength (sahala), has a strong influence in shaping entrepreneurial character among the Batak community. These values teach the importance of perseverance, respect for family and community, and the ability to overcome various challenges in the business world. The Theory of Planned Behavior is used as the basis for this study, which emphasizes that a person's intentions and actions are influenced by beliefs, social norms, and perceptions of self-control. In this case, self-efficacy, which refers to an individual's belief in their ability to achieve goals, is an important factor in increasing motivation and success in entrepreneurship. This study uses a quantitative approach with data collection through distributing questionnaires to 122 Ulos entrepreneurs. The analysis shows that both Toba Batak ethnic culture and self-efficacy have a significant influence on entrepreneurial behavior. These findings provide an important contribution to understanding how local culture and self-efficacy can encourage the sustainability of tradition-based businesses and increase community participation in running small and medium enterprises (SMEs) that uphold traditional cultural values. Therefore, the results of this study are not only beneficial for the development of the local entrepreneurial sector but also provide deeper insight into the relationship between ethnic culture and self-efficacy in supporting the success of tradition-based entrepreneurs.*

Keywords: *Batak Toba Culture, Entrepreneurial Behavior, Self-Efficacy, Traditional Textile, Ulos.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana budaya Etnis Batak Toba dan efikasi diri memengaruhi perilaku wirausaha di kalangan pelaku usaha Ulos Batak di Kota Medan. Ulos Batak memiliki nilai budaya yang sangat tinggi dalam masyarakat Batak, tidak hanya sebagai kain tradisional, tetapi juga sebagai simbol identitas dan kehormatan. Dalam konteks ini, budaya Etnis Batak Toba, yang mengedepankan nilai-nilai seperti kerja keras (hamoraon), kehormatan (hasangapon), dan kekuatan (sahala), memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk karakter wirausaha di kalangan masyarakat Batak. Nilai-nilai ini mengajarkan pentingnya ketekunan, penghargaan terhadap keluarga dan komunitas, serta kemampuan untuk mengatasi berbagai tantangan dalam dunia usaha. Teori Perilaku Terencana digunakan sebagai dasar dalam penelitian ini, yang menekankan bahwa niat dan tindakan seseorang dipengaruhi oleh keyakinan, norma sosial, serta persepsi kontrol diri. Dalam hal ini, efikasi diri, yang mengacu pada keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mencapai tujuan, menjadi faktor penting dalam meningkatkan motivasi dan keberhasilan dalam berwirausaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 122 pelaku usaha Ulos. Hasil analisis menunjukkan bahwa baik budaya Etnis Batak Toba maupun efikasi diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha. Temuan ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang bagaimana budaya lokal dan kepercayaan diri dapat mendorong keberlanjutan usaha yang berbasis pada tradisi, serta meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam menjalankan usaha kecil dan menengah (UKM) yang mengangkat nilai-nilai budaya tradisional. Oleh karena itu, hasil penelitian ini tidak hanya bermanfaat untuk pengembangan sektor wirausaha lokal, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai hubungan antara budaya etnis dan efikasi diri dalam mendukung kesuksesan wirausaha berbasis tradisi.

Kata kunci: Budaya Batak Toba, Efikasi Diri, Nilai 3h, Ulos, Perilaku Wirausaha, Tekstil Tradisional.

1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan memegang peran strategis dalam memperkuat pertumbuhan Perekonomian, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Melalui aktivitas kewirausahaan, Pelaku usaha tidak hanya dapat membuka lapangan pekerjaan dan menurunkan tingkat pengangguran, Namun turut mendorong tumbuhnya inovasi serta peningkatan taraf kesejahteraan berkelanjutan. Zimmerer (2008) seorang wirausaha merupakan individu yang memiliki keberanian dalam menghadapi risiko untuk menciptakan dan menjalankan suatu usaha baru dengan memanfaatkan peluang dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Peran ini sangat penting dalam memperkuat perekonomian nasional, khususnya dalam pengembangan ekonomi berbasis rakyat.

Di Indonesia sendiri, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan sebagai pilar utama dalam menopang perekonomian nasional. UMKM memberikan peran luas dalam mendistribusikan ekonomi secara merata, menurunkan tingkat kemiskinan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Salah satu jenis UMKM yang berakar pada kekayaan lokal dan budaya tradisional adalah usaha kerajinan kain ulos yang berasal dari masyarakat Batak Toba. Kain ulos tidak hanya dinilai dari keindahan dan seni yang dikandungnya, tetapi juga dari makna simbolis dan spiritual yang melekat dalam kehidupan masyarakat Batak. Seiring perkembangan zaman, penggunaan ulos semakin meluas, tidak hanya terbatas pada keperluan adat, tetapi juga telah dimodifikasi menjadi produk ekonomi kreatif seperti pakaian, aksesoris, dan souvenir.

Diversifikasi fungsi dan perluasan pasar ulos memang telah terjadi, namun tidak menjamin kestabilan pertumbuhan usaha ulos Di wilayah Kota Medan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM (2025), terdapat penurunan jumlah UMKM ulos dari 247 unit pada tahun 2022 menjadi 177 unit pada 2023. Penurunan ini memperlihatkan adanya tantangan serius dalam menjaga eksistensi usaha ulos sebagai bagian dari industri kreatif yang mengangkat nilai budaya lokal.

Salah satu faktor yang diyakini turut berperan dalam menurunnya jumlah usaha ulos tersebut adalah perilaku wirausaha para pengusahanya. Perilaku ini mencerminkan orientasi, sikap, dan respon individu terhadap perubahan serta tantangan bisnis. Hasil studi awal terhadap 30 pelaku usaha ulos di Kota Medan menunjukkan bahwa perilaku wirausaha mereka masih rendah, khususnya dalam aspek kepemimpinan, kedisiplinan, dan kemampuan dalam mengambil risiko.

Teori menunjukkan bahwa Perilaku kewirausahaan terbentuk melalui pengaruh berbagai faktor seperti budaya etnis dan efikasi diri. Budaya Batak Toba, yang menjadi akar identitas pelaku usaha ulos, memiliki nilai-nilai budaya seperti kerja keras (hamoraon), kehormatan (hasangapon), dan kekuatan (sahala) yang idealnya dapat membentuk karakter wirausaha yang kuat. Namun demikian, studi awal menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut belum banyak tercermin dalam tindakan nyata para pelaku usaha ulos.

Selain itu, efikasi diri sebagai komponen psikologis turut memiliki pengaruh kuat terhadap Perilaku wirausaha. Efikasi diri diartikan sebagai kepercayaan Keyakinan personal dalam kapasitas diri untuk mengelola dan menyelesaikan beragam tanggung jawab yang menantang (Bandura, 1997). Seseorang dengan tingkat efikasi diri yang tinggi umumnya cenderung memperlihatkan rasa percaya diri yang solid, pantang menyerah, dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar. Namun, hasil studi pendahuluan mengindikasikan bahwa efikasi diri para pelaku usaha ulos di Kota Medan masih tergolong rendah.

Walaupun telah banyak riset yang mengulas peran budaya etnis maupun efikasi diri terhadap perilaku wirausaha secara terpisah, penelitian yang mengkaji gabungan kedua faktor tersebut dalam satu kerangka masih sangat jarang, terlebih lagi pada konteks wirausaha lokal berbasis budaya seperti pengusaha ulos di Kota Medan. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan nilai kebaruan (novelty) melalui penggabungan budaya etnis Batak Toba dan efikasi diri untuk menganalisis pengaruhnya terhadap Perilaku wirausaha.

Pentingnya penelitian dilandasi pada upaya mempertahankan Falsafah hidup budaya lokal di tengah pesatnya arus globalisasi pelaku UMKM ulos di Kota Medan. Tanpa adanya penguatan identitas budaya dan efikasi diri, dikhawatirkan pelaku usaha akan kehilangan keunikan yang menjadi kekuatan utama produk mereka. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan teori kewirausahaan berbasis budaya dan sebagai acuan praktis dalam merancang strategi pemberdayaan wirausaha lokal.

2. KAJIAN TEORITIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Penelitian ini mengacu pada Teori *Planned Behavior* (Ajzen, 1991) menjadi dasar dalam penelitian ini, di mana perilaku individu ditentukan oleh intensi, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri. Interaksi ketiganya berperan penting dalam membentuk pilihan perilaku, termasuk keputusan untuk berwirausaha. Dalam konteks penelitian ini, TPB digunakan untuk menelaah pengaruh budaya etnis Batak Toba dan efikasi diri terhadap perilaku kewirausahaan pada pelaku usaha ulos Batak di Kota Medan. Nilai-nilai Budaya Batak Toba sangat erat

kaitannya dengan tradisi adat yang dijunjung tinggi, ikatan kekerabatan, serta nilai-nilai filsafat dalam hidup masyarakat, dapat dianggap sebagai bentuk norma subjektif berperan turut membentuk cara pandang dan motivasi individu dalam berwirausaha. Sementara itu, efikasi diri, yang mencerminkan kepercayaan individu atas kemampuannya dalam mencapai tujuan, merepresentasikan aspek kontrol perilaku yang dirasakan.

Dengan demikian, ketika seorang pelaku usaha ulos Batak memiliki apresiasi terhadap nilai-nilai budayanya serta keyakinan atas kapasitas dirinya dalam menjalankan usaha, maka kecenderungan untuk berperilaku wirausaha pun akan semakin kuat, baik dari sisi niat maupun tindakan nyata.

Perilaku Wirausaha

Perilaku kewirausahaan merupakan rangkaian tindakan yang dilakukan seseorang secara sadar dan berkesinambungan sebagai respons terhadap berbagai tantangan dan peluang yang muncul dalam dunia usaha, dengan tujuan untuk mencapai hasil bisnis yang diinginkan (Hendro, 2011). Perilaku ini mencerminkan berbagai elemen penting, antara lain kreativitas, keberanian mengambil risiko, inovasi, dan komitmen terhadap usaha yang dijalankan (Muchson, 2017). Muchson (2017:45) menjelaskan bahwa perilaku wirausaha tumbuh dari kebiasaan yang didasari oleh prinsip dan nilai yang dianggap benar, serta diterapkan secara konsisten.

Konsistensi inilah yang menjadi fondasi penting dalam menjamin keberlangsungan sebuah usaha. Sementara itu, Shaheen dan Al-Haddad (2018) menegaskan bahwa perilaku wirausaha merupakan dasar utama dari seluruh aktivitas kewirausahaan. Kandiyatna (2021) menambahkan bahwa perilaku tersebut tercermin dalam kemampuan individu untuk membangun, mengelola, dan mempertahankan usahanya secara mandiri dengan orientasi pada keuntungan.

Penelitian ini menggunakan indikator perilaku wirausaha dari Hendro (2011), yang terbagi dalam lima dimensi utama, yakni (1) karakteristik individu, (2) dukungan sosial dan kondisi lingkungan, (3) pengalaman kerja, (4) sikap mengambil risiko, serta (5) kepemimpinan.

Budaya Etnis batak Toba dan Perilaku Wirausaha

Menurut Baan (2021), budaya etnis adalah himpunan nilai, norma, serta kepercayaan yang dianut oleh suatu kelompok dan diturunkan secara turun-temurun. Adi (2020) mengemukakan bahwa unsur-unsur budaya tersebut turut memengaruhi perilaku kewirausahaan. Temuan ini diperkuat oleh hasil studi Hutagalung (2024) yang menjelaskan bahwa pelaku usaha ulos di Kota Medan menjadikan nilai-nilai budaya sebagai dasar dalam bersikap dan bertindak. Mereka menjalankan usaha tidak hanya untuk memperoleh

keuntungan, melainkan juga untuk meraih kesuksesan dan memperoleh status sosial dalam komunitasnya.

Dalam konteks budaya Batak Toba, Nainggolan (2015) menjelaskan bahwa terdapat tiga nilai pokok, yaitu *hamoraon* (kemakmuran), *hasangapon* (kehormatan), dan *hagabeon* (keturunan), yang berperan penting dalam membentuk orientasi hidup serta motivasi seseorang dalam menjalankan usaha.

Efikasi diri dan Perilaku Wirausaha

Efikasi diri merupakan aspek psikologis yang memegang peranan penting dalam mendorong dan membentuk perilaku wirausaha. Bandura (1997) mengartikan kepercayaan seseorang terhadap kapasitas dirinya dalam merancang serta melaksanakan tindakan yang dibutuhkan guna mencapai tujuan tertentu. Dalam ranah kewirausahaan, Efikasi diri tidak sekadar mencerminkan kepercayaan terhadap kemampuan teknis dan manajerial, melainkan juga mencakup ketahanan mental dalam menghadapi berbagai tantangan dan ketidakpastian usaha.

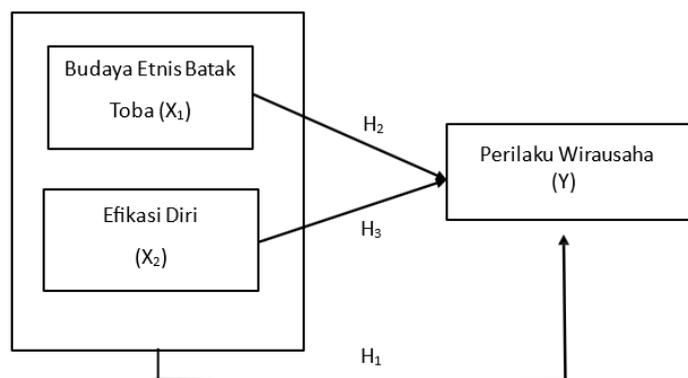
Boyd dan Vozikis (1994) menjelaskan bahwa efikasi diri dalam berwirausaha mencerminkan persepsi pelaku usaha terhadap kemampuan dirinya dalam mengelola bisnis serta mengatasi rintangan yang muncul selama proses berwirausaha. Keyakinan ini menjadi fondasi dalam membuat keputusan, menentukan arah dan tujuan bisnis, mengendalikan risiko, dan bertahan di tengah tekanan usaha.

Penelitian sebelumnya (Chen, Greene, & Crick, 1998) menunjukkan Efikasi diri mengungkapkan bahwa efikasi diri memainkan peran penting dalam menentukan keberhasilan seseorang dalam berwirausaha. Individu yang memiliki tingkat Efikasi diri yang kuat biasanya lebih percaya diri dalam memulai usaha, lebih gigih saat mengalami kegagalan, dan lebih cepat beradaptasi terhadap dinamika lingkungan bisnis. Mereka juga memiliki visi jangka panjang dalam menjalankan bisnis serta lebih terbuka terhadap inovasi dan pengembangan pribadi.

Bandura (1986) mengidentifikasi tiga indikator Indikator Efikasi diri mencakup sejauh mana individu menilai tingkat kesulitan suatu tugas (*magnitude*), seberapa kuat keyakinan yang dimiliki untuk menyelesaikannya (*strength*), serta cakupan umum keyakinan diri (*generality*). menegaskan bahwa Efikasi diri merupakan faktor penting dalam memengaruhi bagaimana individu menghadapi tantangan, mengambil keputusan strategis, serta menjaga semangat dan ketekunan saat menghadapi hambatan dalam berwirausaha.

Kerangka Konseptual

Penelitian ini mengkaji pengaruh budaya etnis Batak Toba dan efikasi diri terhadap perilaku wirausaha, yang digambarkan dalam kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Perilaku wirausaha sebagai variabel dependen dalam studi ini diasumsikan dipengaruhi oleh budaya etnis Batak Toba dan efikasi diri sebagai variabel independen. Nilai-nilai budaya Batak Toba seperti kerja sama, tanggung jawab sosial, dan semangat kerja tinggi mendorong munculnya karakter wirausaha, terutama dalam melestarikan dan mengembangkan usaha kain ulos. Di sisi lain, efikasi diri memperkuat motivasi individu serta meningkatkan kepercayaan individu untuk menghadapi rintangan dan mengambil langkah-langkah keputusan secara mandiri saat berwirausaha. Perpaduan antara pengaruh budaya lokal dan keyakinan personal membentuk dasar kuat bagi perilaku wirausaha yang berkelanjutan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Budaya etnis batak toba dan Efikasi diri berpengaruh secara simultan terhadap perilaku Budaya etnis batak toba.

Perilaku kewirausahaan tidak sebatas ditentukan pada dorongan individu, namun juga pada pengaruh lingkungan sosial dan budaya, termasuk norma sosial dan nilai-nilai budaya yang dianut masyarakat. Dalam perspektif Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), aspek sosial dan budaya dapat memengaruhi niat serta perilaku individu secara konsisten. Dalam konteks pelaku usaha kain ulos di Kota Medan, budaya etnis Batak Toba memberikan kontribusi melalui nilai-nilai luhur seperti *hamoraon* (kerja keras demi kemakmuran), *hasangapon* (menjaga kehormatan), dan *sahala* (kekuatan batin), yang dapat menjadi pendorong semangat berwirausaha.

Selain itu, sisi lain, efikasi diri sebagai faktor psikologis internal menggambarkan keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam menghadapi tantangan usaha secara mandiri. Studi yang dilakukan oleh Adi (2020) serta Wibawa Mukti dan rekan (2022) menunjukkan bahwa efikasi diri berperan dalam mendorong keberanian individu untuk menetapkan tujuan, menghadapi risiko, serta bertahan di tengah tekanan usaha. Keyakinan ini

dibentuk oleh pengalaman pribadi, dukungan dari lingkungan, serta pengaruh nilai-nilai budaya Batak seperti *hamoraon*, *hasangapon*, dan *sahala*. Ketiganya memperkuat efikasi diri yang kemudian mendorong munculnya perilaku kewirausahaan yang tangguh dan berkelanjutan.

H₂: Budaya etnis batak toba berpengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha kain ulos Kota Medan

Budaya etnis Batak Toba memuat nilai-nilai inti seperti *hamoraon* (kemakmuran), *hasangapon* (kehormatan), dan *sahala* (kekuatan), yang tidak hanya menjadi panduan dalam kehidupan sosial, tetapi juga berfungsi sebagai pendorong dalam aktivitas ekonomi masyarakat. Nilai-nilai ini turut memengaruhi orientasi usaha, mendorong etos kerja, dan membentuk ketahanan dalam menghadapi kompetisi bisnis. Penelitian dari Kloosterman & Rath (2023) serta Adi (2020) menegaskan bahwa proses internalisasi nilai-nilai budaya dapat membentuk perilaku wirausaha. Dalam konteks kain ulos, budaya Batak Toba menjadi fondasi penting dalam membangun sikap dan tindakan wirausaha yang khas.

H₃: Efikasi diri berpengaruh yang signifikan terhadap Perilaku wirausaha kain ulos Kota Medan

Efikasi diri menggambarkan sejauh mana seseorang meyakini kemampuannya dalam membuat keputusan, mengatasi permasalahan, dan menghadapi tantangan dengan sikap percaya diri serta ketangguhan mental. Bandura (1997) menjelaskan Keyakinan terhadap kemampuan diri turut memengaruhi bagaimana seseorang berpikir, merasakan, bertindak, dan mempertahankan motivasi, terutama dalam kondisi yang penuh tantangan. Di ranah wirausaha, individu dengan efikasi diri tinggi cenderung memiliki daya tahan yang kuat, tidak ragu menghadapi risiko, dan menunjukkan ketekunan dalam mengelola usahanya. Penelitian oleh Islami (2015) serta Wibawa Mukti et al. (2022) mengungkap adanya korelasi signifikan antara Efikasi diri dan Perilaku wirausaha, terutama terkait untuk kreativitas, pengambilan inisiatif, dan penyelesaian masalah secara mandiri. Sejalan dengan konsep *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), yang menekankan keyakinan seseorang terhadap kapasitas dirinya dalam mengendalikan suatu perilaku sangat memengaruhi niat maupun tindakannya, termasuk dalam konteks wirausaha.

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian kausal yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Data dikumpulkan melalui instrumen terukur yang memungkinkan peneliti mendapatkan informasi dari populasi atau sampel yang sudah ditentukan. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh (Sugiyono, 2017).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelaku UMKM kain ulos di Kota Medan. Sampel penelitian ditetapkan menggunakan rumus Slovin, yang menghasilkan jumlah sebanyak 122 responden. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah *proportional random sampling*, yakni metode pengambilan sampel secara proporsional berdasarkan kriteria tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui instrumen penelitian berupa kuesioner. Kuesioner yang dirancang berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Untuk mempermudah responden dalam memberikan jawaban, digunakan skala Likert sebagai skala pengukuran. Seluruh item dalam kuesioner disusun berdasarkan definisi operasional masing-masing variabel yang menjadi fokus penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber	Skala
1.	Perilaku Wirausaha (Y)	Perilaku wirausaha adalah perilaku berupa tindakan yang dilakukan oleh wirausaha ulos di Kota Medan dalam menjalankan usahanya	1. karakteristik individu 2. dukungan sosial dan kondisi lingkungan 3. pengalaman kerja 4. sikap mengambil risiko 5. kepemimpinan	Hendro (2011:166-167)	Likert
2.	Budaya etnis toba (X ₁)	Budaya etnis toba adalah nilai-nilai budaya etnis batak toba tentang kewirausahaan yang	1. Hamoraon (kemakmuran) 2. <i>Hasangapon</i> (kehormatan), 3. <i>Hagabeon</i> (keturunan).	Naninggo dan (2015)	Likert

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber	Skala
		diimplementasikan oleh wirausaha kain ulos di kota medan dalam menjalankan usahanya.			
3.	Efikasi diri (X_2)	Efikasi diri adalah keyakinan seseorang wirausaha kain ulos kota Medan kemampuannya sendiri untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai hasil tertentu dalam menjalankan usahanya.	Tingkat kesulitan tugas (Magnitude) Kekuatan keyakinan (Strength) Generalitas (Generality)	Albert Bandura (1997)	Likert

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda dilakukan uji Asumsi klasik yang diuji meliputi normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil dari uji normalitas.

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual	
N		122	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	10.46798610	
Most Extreme Differences	Absolute	.065	
	Positive	.065	
	Negative	-.048	
Test Statistic		.065	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.238	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.227
	Upper Bound	.249	

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test yang tercantum pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. demikian, dapat disimpulkan bahwa residual data mengikuti distribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Budaya etnis batak toba	.800	1.250
	Efikasi diri	.800	1.250

Tabel 3 menampilkan nilai VIF untuk kedua variabel independent >10. Disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil uji heterokedastisitas :

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-5,428	8,123		-0,668	0,505
X1	-0,031	0,115	-0,030	-0,271	0,787
X2	0,278	0,170	0,184	1,637	0,104

Data memenuhi asumsi homoskedastisitas karena hasil perhitungan di tabel 4. Menampilkan nilai sig. kedua variabel independent > 0,05.

Hasil uji regresi linear berganda :

Tabel 5. Hasil Uji regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	90.901	20.192		4.502	<,001
	BUDAYA ETNIS BATAK TOBA	1.297	.225	.414	5.761	<,001
	EFIKASI DIRI	2.298	.391	.423	5.884	<,001

Berdasarkan tabel 5 didapatkan model regresi linear berganda adalah :

$$Y = 90,901 + 1,297 X_1 + 2,298 X_2 + e$$

- Nilai koefisien konstanta sebesar 90.901 Dapat diartikan bahwa nilai perilaku wirausaha (Y) tanpa budaya etnis batak toba dan efikasi diri sebesar 90.901.
- Variabel budaya etnis batak toba (X₁) memiliki nilai koefisien sebesar 1,297 berarti bahwa peningkatan budaya etnis batak toba 1,297 satuan akan meningkatkan perilaku wirausaha 1,297 satuan.
- Nilai koefisien variabel Efikasi diri (X₂) sebesar 2.298 berarti bahwa peningkatan Efikasi diri sebesar 2.298 satuan akan meningkatkan perilaku wirausaha 2.298 satuan.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan secara simultan dan parsial dengan hasil berikut :

Tabel 5. Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13668.678	2	6834.339	61.338	<.001
	Residual	13259.027	119	111.420		
	Total	26927.705	121			

Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa Budaya Etnis Batak Toba dan Efikasi Diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Wirausaha, ditunjukkan oleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari $< 0,05$.

Tabel 6. Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	90,901	20,192	(Constant)	4,502	<.001
	Budaya Etnis Batak Toba	1,297	0,225	0,414	5,761	<.001
	Efikasi Diri	2,298	0,391	0,423	5,884	<.001

Hasil uji hipotesis secara parsial dijelaskan sebagai berikut :

a. Hasil Uji Hipotesis 2

Berdasarkan hasil uji t, variabel Budaya Etnis Batak Toba menunjukkan nilai signifikansi sebesar kurang dari 0,001, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H2 dapat diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Budaya Etnis Batak Toba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Wirausaha.

b. Hasil Uji Hipotesis 3

Perilaku Wirausaha. Berdasarkan hasil uji t, variabel Efikasi Diri menunjukkan nilai signifikansi sebesar $< 0,001$, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) diterima, yang mengindikasikan bahwa Efikasi Diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Wirausaha.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.508	.499	10.556

Hasil analisis pada tabel menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,508, berarti bahwa kontribusi variabel budaya etnis Batak Toba dan efikasi diri terhadap perilaku wirausaha sebesar 50,8%. Sisanya 49,2 % dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan

a) Pengaruh Budaya Etnis Batak toba (X_1) dan Efikasi diri (X_2) Terhadap Perilaku Wirausaha (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Budaya Etnis Batak Toba dan Efikasi Diri memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap Perilaku wirausaha pada pelaku usaha kain ulos di Kota Medan. Temuan ini didukung oleh Manik & Damanik et al. (2020) yang menyoroti pentingnya peran nilai budaya dan dukungan keluarga dalam membentuk karakter wirausaha yang tahan banting. Kewirausahaan berbasis etnis, sebagaimana dijelaskan oleh Kloosterman & Rath (2023), menggambarkan bagaimana budaya lokal menjadi faktor penting dalam pola perilaku wirausaha.

Efikasi Diri memiliki peranan besar dalam proses kewirausahaan. Seseorang dengan efikasi diri tinggi umumnya memiliki keyakinan kuat pada kemampuannya dalam mengelola dalam mengembangkan bisnis, serta menghadapi tantangan dan risiko secara mandiri. Keyakinan ini berkontribusi terhadap keberanian dalam mengambil keputusan, kemampuan menciptakan inovasi, dan ketahanan mental dalam menjalankan usaha. Pernyataan ini didukung oleh teori Bandura (1997), yang menyebutkan Efikasi Diri sebagai faktor penting dalam mencapai kesuksesan, termasuk dalam konteks bisnis.

Berdasarkan Teori Perilaku Terencana (Ajzen, 1991), budaya dan efikasi diri merupakan faktor yang memengaruhi keyakinan individu yang kemudian membentuk sikap, norma subjektif, dan persepsi terhadap kontrol perilaku. Ketiga elemen tersebut menentukan intensi untuk berwirausaha dan memengaruhi perilaku nyata di lapangan. Oleh karena itu, perpaduan antara budaya etnis Batak Toba dan efikasi diri menjadi elemen penting dalam memperkuat semangat dan keberlanjutan perilaku kewirausahaan.

b) Pengaruh budaya etnis batak(X_1) Terhadap Perilaku Wirausaha (Y)

Budaya etnis Memiliki kontribusi besar dalam pembentukan identitas individu, pola berpikir, serta perilaku sosial, yang tercermin pula dalam praktik kewirausahaan. Budaya Etnis Batak Toba, yang mengedepankan nilai-nilai seperti *hamoraon* (kemakmuran), *hasangapon* (kehormatan), dan *hagabeon* (keturunan), berkontribusi besar terhadap cara pandang dan pendekatan masyarakat Batak dalam menjalankan usaha. Nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi pedoman hidup, melainkan juga mendorong

terbentuknya karakter wirausaha yang tangguh, mandiri, dan berorientasi pada pencapaian (Nainggolan, 2024; Hutagalung, 2024).

Sebagaimana dikemukakan oleh Wattimena (2010) dan Koentjaraningrat (2009), budaya etnis meliputi norma serta nilai yang diwariskan secara turun-temurun dan membentuk perilaku kolektif masyarakat. Dalam konteks Batak Toba, struktur sosial *Dalihan Na Tolu* menanamkan prinsip-prinsip saling menghormati dan bertanggung jawab, yang sangat relevan dalam dunia kewirausahaan, terutama dalam membangun relasi bisnis yang berbasis kepercayaan dan nilai sosial.

Temuan penelitian Nurafi (2022) dan Nasution (2008) juga menegaskan bahwa nilai-nilai budaya lokal seperti semangat kerja, rasa tanggung jawab, dan solidaritas, memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku kewirausahaan. Dalam hal ini, budaya Batak Toba mendorong individu untuk meraih keberhasilan, tidak semata demi kepentingan ekonomi, tetapi juga demi menjaga kehormatan keluarga dan komunitas.

Selaras dengan pendapat yang dikemukakan oleh Kloosterman & Rath (2023) berpendapat bahwa kewirausahaan berbasis etnis dipengaruhi oleh kombinasi faktor personal, sosial, dan struktural. Berdasarkan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), budaya etnis Batak berperan sebagai variabel eksternal yang memengaruhi sikap, norma, dan kontrol atas tindakan, sehingga membentuk niat dan tindakan kewirausahaan. Nilai-nilai budaya tersebut memperkuat pandangan positif terhadap usaha, menumbuhkan tekanan sosial yang konstruktif, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalankan bisnis.

c) Pengaruh Efikasi Diri (X_2) Terhadap Perilaku Wirausaha (Y)

Efikasi diri merujuk Kepercayaan individu terhadap kapasitas dirinya dalam menyelesaikan pekerjaan dan mencapai keberhasilan (Bandura, 1997). Pada praktik kewirausahaan, Efikasi diri menjadi faktor penting karena berkaitan dengan keberanian mengambil risiko, daya tahan terhadap kegagalan, serta kemampuan berinovasi dan bertahan dalam tekanan (Wan, 2019; Makhfudli et al., 2020). Individu yang memiliki Efikasi diri tinggi umumnya menunjukkan rasa percaya diri yang kuat, keteguhan dalam menghadapi tantangan, dan komitmen yang konsisten terhadap tujuan usaha (Mulyadi, 2016).

Penelitian terdahulu seperti Islami (2015), Shaheen & Al-Haddad (2018), dan Nurlaela et al. (2020) memperlihatkan Efikasi diri berkontribusi secara signifikan terhadap Perilaku wirausaha. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), baik efikasi diri maupun budaya etnis Batak Toba membentuk sikap, norma

sosial, serta persepsi individu terhadap kontrol atas perilaku mereka, yang pada akhirnya mendorong niat dan pelaksanaan kewirausahaan ulos di Kota Medan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengaruh budaya etnis Batak Toba dan Efikasi diri secara signifikan memengaruhi Perilaku wirausaha pada pelaku usaha ulos Batak di Kota Medan. Kedua variabel tersebut, baik secara bersamaan maupun masing-masing, memberikan kontribusi positif dalam membentuk sikap dan karakter wirausaha. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin kuat penghayatan terhadap nilai-nilai budaya dan semakin tinggi efikasi diri individu, maka perilaku kewirausahaannya pun cenderung lebih optimal.

Secara terpisah, budaya Batak Toba menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha. Nilai-nilai budaya seperti *Hamoraon* (kemakmuran), *Hasangapon* (kehormatan), dan *Hagabeon* (keluarga besar dan berpengaruh) menjadi dasar moral yang menginspirasi motivasi kerja, semangat pantang menyerah, serta keberanian dalam mengambil risiko usaha.

Efikasi diri pun terbukti memainkan peran sentral dalam mendukung perilaku wirausaha. Orang dengan Efikasi diri tinggi akan lebih cenderung berperan dengan percaya diri, sikap mandiri, dan juga lebih mampu mengelola tantangan, beradaptasi dan berinovasi dalam berbisnis.

Secara umum, hasil studi ini menegaskan pentingnya integrasi nilai budaya lokal dan penguatan kapasitas individu dalam pengembangan kewirausahaan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam perumusan kebijakan maupun program pelatihan kewirausahaan yang kontekstual dan berbasis kearifan lokal, khususnya dalam mendukung pertumbuhan UMKM kain ulos di Kota Medan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh budaya etnis Batak Toba dan Efikasi Diri terhadap Perilaku Wirausaha pada pelaku usaha ulos Di Kota Medan, penulis menyampaikan beberapa saran berikut:

- 1) Untuk Pelaku Usaha Ulos Batak di Kota Medan, disarankan agar terus melestarikan dan menerapkan nilai-nilai budaya Batak Toba, seperti *hamoraon* (kerja keras dan kemakmuran), *sasada* (keberanian), dan semangat pantang menyerah dalam menjalankan

usaha. Nilai-nilai tersebut terbukti mampu membentuk karakter wirausaha yang tangguh dan kompetitif.

- 2) Bagi Pelaku Usaha Secara Individu, perlu adanya upaya peningkatan efikasi diri melalui pengalaman praktis, pelatihan, serta pembelajaran dari berbagai proses bisnis yang telah dijalani. Efikasi diri yang kuat akan meningkatkannya kepercayaan diri seseorang dalam menghadapi berbagai tantangan, mengambil keputusan berisiko, serta menghasilkan inovasi yang mendukung keberlanjutan usaha ulos.
- 3) Untuk Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait, disarankan untuk merancang program pemberdayaan UMKM ulos yang tidak hanya mengutamakan memprioritaskan ekonomi, tetapi juga memperhatikan faktor budaya dan psikologis pelaku usaha. Program yang mengintegrasikan unsur kearifan lokal dan pengembangan kapasitas individu dinilai lebih efektif dalam meningkatkan daya saing dan kelangsungan usaha ulos Batak.

REFERENSI

- Adi, K. R., Idris, I., & Rosyida, F. (2020). Internalisasi nilai-nilai kewirausahaan etnis Madura. *Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS*, 5(1), 1-9. <https://doi.org/10.17977/um022v5i12020p001>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Baan, A. (2021). Pemahaman sekilas tentang kebudayaan. Diakses dari <https://repository.ukitoraja.ac.id/303/1/Mei%202021-%20Refleksi%20Budaya%20Dr.%20Anastasia%20Baan%2C%20M.Pd.pdf>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Harahap, B. H., & Siahaan, H. M. (1987). *Orientasi nilai-nilai budaya Batak: Suatu pendekatan terhadap perilaku Batak Toba dan Angkola-Mandailing*. Jakarta: Sanggar Williem Iskandar.
- Hariati, P., & Purwarno, P. (2023). The symbolic representation of Ulos in Batak Hendro. <https://doi.org/10.25134/erjee.v12i3.10261>
- Hendro. (2011). *Dasar-dasar kewirausahaan: Panduan bagi mahasiswa untuk mengenal, memahami, dan memasuki dunia bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Hutagalung, R. (2024). Paebathon Pahompu pada Etnik Batak Toba: Kajian tradisi lisan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 27301-27310.
- Islami, N. N. (2015). Pengaruh sikap kewirausahaan, norma subjektif, dan efikasi diri terhadap perilaku berwirausaha melalui intensi berwirausaha mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 3(1), 5-12. <https://doi.org/10.26740/jepk.v3n1.p5-20>
- Makhfudli, M., Nursalam, N., & Efendi, F. (2020). *Konsep dan penerapan asuhan keperawatan profesional*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Manik, N. M., & Damanik, R. (2023). *Makna fungsi dan motif ulos ragidup etnik Batak Toba*:

- Kajian semiotika. *Journal of Language Development and Linguistics (JLDL)*, 2(1), 27-38. <https://doi.org/10.55927/jldl.v2i1.2817>
- Mochlasin, M., & Krisnawati, W. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan enterpreneur Muslim Salatiga. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 73-94. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v7i2.73-94>
- Muchson, M. (2017). *Entrepreneurship (Kewirausahaan)*. Kediri: Guepedia.
- Mukti, G. W., Kusumo, R. A. B., & Rochadiani, D. (2022). Pengaruh efikasi diri terhadap perilaku kewirausahaan petani muda hortikultura. *Jurnal Penyuluhan*, 18(01) 202(01), 135-143. <https://doi.org/10.25015/18202234794>
- Mulyadi, Y. (2016). Efektifitas konseling rasional perilaku untuk meningkatkan efikasi diri siswa yang mencontek. Tesis. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Nainggolan, T. (2015). Hamoraon, hagabeon, hasangapon: Konsep dan pengaruhnya dalam kehidupan masyarakat Batak Toba. *Jurnal Pendidikan Filsafat*, 3(1), 125-144.
- Nasution, M. (2008). Studi kasus karakteristik kewirausahaan etnis Tionghoa dan Batak di Kota Medan. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Nurafi, I. (2022). Relasi agama dan etos kerja: Studi kasus etnis Batak pada komunitas Huria Kristen Batak Protestan di Warakas, Jakarta Utara. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurlaela, S., Hariadi, S. S., & Raya, A. B. (2020). Self-efficacy and entrepreneurial behavior of horticultural young farmers in the Special Region of Yogyakarta, Indonesia. 24(06), 8. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8356>
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Sekretariat Negara Republik Indonesia.
- Shaheen, N., & AL-Haddad, S. (2018). Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial behavior. *International Journal of Development and Sustainability*, 7(10), 2385-2402.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wan Jaafar, W. N. W., & Maat, S. M. (2020). The relationship between self-efficacy and motivation with STEM education: A systematic literature review. *International Journal of Modern Education*, 2(4), 19-29. <https://doi.org/10.35631/IJMOE.24002>
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2008). *Essentials of entrepreneurship and small business management (5th ed.)*. Pearson Education.