

PENGARUH *SELF-EFFICACY, PRIOR KNOWLEDGE, SOCIAL NETWORK, PERCEPTION ABOUT INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL OPPORTUNITIES* TERHADAP *INDIVIDUAL-LEVEL INNOVATION PERFORMANCE* DENGAN MEDIASI *ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITY RECOGNITION* PADA *TECHNOPRENEUR* (STUDI PADA BANDUNG TECHNO PARK)

THE EFFECT OF SELF-EFFICACY, PRIOR KNOWLEDGE, SOCIAL NETWORK, PERCEPTION OF INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL OPPORTUNITIES ON INDIVIDUAL-LEVEL INNOVATION PERFORMANCE WITH ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITY RECOGNITION MEDIATION IN TECHNOPRENEUR (CASE STUDY IN BANDUNG TECHNO PARK)

Muhammad Anugerah Satya Ali¹ Lia Yuldinawati, S. T., M. M²

¹ Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

² Dosen, Prodi S1 MBTI, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹muhammadanugerah@student.telkomuniversity.ac.id, ²liayuldi@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Perkembangan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar terus berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman. Suatu Perusahaan atau usaha tidak akan bertahan lama apabila tidak dapat mengimbangi hal tersebut. Untuk menanggulangi hal itu, para Perusahaan atau *entrepreneur* diharuskan untuk selalu memiliki inovasi dalam bisnis yang dijalankannya. Yang menjadi objek penelitian ini adalah *Technopreneur* yang terdaftar di Bandung *Techno Park*

Pada penelitian terdahulu Untuk menghasilkan suatu inovasi seorang *entrepreneur* dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu *self-efficacy, prior knowledge, social network, dan perception about industrial environment opportunities*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor tersebut terhadap *individual-level innovation performance* dengan menggunakan mediasi *opportunity recognition* pada *Technopreneur* yang terdaftar pada Bandung *Techno Park*.

Data dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada 50 responden *Technopreneur* di Bandung *Techno Park*. Kuesioner terdiri atas beberapa pertanyaan dengan jawaban berupa 5 skala *likert*. Metode penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif. Penyebaran kuesioner menggunakan teknik *non-probability sampling* dan analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*.

Hasil penelitian menunjukkan variabel *self-efficacy, prior knowledge, social network* secara signifikan mempengaruhi *individual-level innovation performance* dengan mediasi *opportunity recognition*, sedangkan untuk variabel *perception about industrial environment opportunities* tidak signifikan mempengaruhi *individual-level innovation performance* dengan mediasi *Opportunity Recognition*.

Kata Kunci: *Technopreneur, self-efficacy, prior knowledge, social network, perception about industrial environment opportunities, individual-level innovation performance.*

Abstract

The development of market needs, wants, and demands continues to change in accordance with the times. A company or business will not last long if it cannot compensate for this. To overcome this, companies or entrepreneurs are required to always have innovation in the business they run. The object of this research is Technopreneur registered in Bandung Techno Park

In previous studies, to produce an entrepreneur's innovation is influenced by several factors, namely self-efficacy, prior knowledge, social networks, and perception about industrial environment opportunities. This study aims to determine how much influence these factors have on individual-level innovation performance by using the opportunity recognition mediation in Technopreneur registered at Bandung Techno Park.

The data in this study were obtained through distributing questionnaires online to 50 Technopreneur respondents in Bandung Techno Park. The questionnaire consisted of several statements with answers in the form of 5 Likert scales. This research method uses a quantitative approach. Distribution of questionnaires using non-probability sampling techniques and data analysis using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS).

The results showed that self-efficacy, prior knowledge, and social network variables significantly influenced individual-level innovation performance with opportunity recognition mediation, whereas perception about industrial environment opportunities did not significantly influence individual-level innovation performance with Opportunity Recognition mediation.

Keywords: *Technopreneur, self-efficacy, prior knowledge, social network,] perception about industrial environment opportunities, individual-level innovation performance.*

1. Pendahuluan

Di era saat ini penggunaan teknologi sangat dibutuhkan untuk mendirikan, menjalankan ataupun mengembangkan sebuah usaha. Agar dapat menghasilkan suatu produk atau jasa yang mampu bersaing dan bertahan lama di pasaran. Di sisi lain, pemerintah juga sangat mendukung para wirausaha untuk berkembang dan lebih memanfaatkan teknologi, dengan cara membuat banyak program untuk menunjang kegiatan para pengusaha. perkembangan penetrasi pengguna Internet di Indonesia sangat meningkat dengan setiap tahunnya. Dari hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) penetrasi pengguna internet Indonesia sampai Mei 2019 berjumlah 171,17 juta penduduk dengan ratio 64,1% dari jumlah penduduk di Indonesia. Dengan meningkatnya pengguna Internet di Indonesia, para pengusaha dapat mengambil dan memunculkan peluang dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dalam menjalankan suatu usaha.

Perkembangan penduduk di Indonesia setiap tahunnya terus meningkat diiringi juga peluang dan peningkatan pasar bagi para pengusaha. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia (2019), jumlah penduduk Indonesia saat ini sebanyak 266,91 juta penduduk dengan 6,92 juta Mahasiswa dan 65,78 juta Pemuda. Hal ini yang membuat potensi usaha akan terus meningkat. Kemudian saat ini terdapat 8,2 juta Usaha Ekonomi Kreatif dan hasil dari Pasar E-Commerce sebesar Rp.337 Triliun. Pada tahun 2020 menjadi bonus Demografi bagi Indonesia dan menjadi peluang yang sangat menguntungkan bagi para pengusaha.

Salah satu bidang usaha yang terus berkembang di Indonesia ialah Technopreneur. Faktor berkembangnya usaha pada bidang ini ditunjang oleh perkembangan Internet dan peluang pada pasar di Indonesia yang sudah mulai berkembang ke dunia digital. Pada peringkat pertama diduduki oleh Amerika dengan jumlah *startup* sebanyak 47.510 *startup*. Kemudian diperingkat kedua diduduki oleh India dengan 7.028 *startup*. Sementara Indonesia menempati peringkat ke lima dengan jumlah *startup* sebanyak 2.163. Hal ini menunjukkan partisipasi pengembangan dan penciptaan *startup* di Indonesia cukup besar. Salah satu pusat Inkubator Startup yang ada di Bandung, yakni Bandung *Techno Park*. Jumlah anggota yang terdaftar cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Dimana pada tahun 2015 jumlah *startup* sebanyak 2, kemudian pada tahun 2016 sebanyak 9 *startup* dan pada tahun 2017 sebanyak 7 *startup*, pada tahun 2018 sebanyak 8 *startup*, dan pada tahun 2019 sebanyak 14 *startup*, dan yang aktif sampai tahun 2019 sebanyak 30 *startup*.

Saat ini yang menjadi tantangan ialah memnuhi kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang akan terus berubah-ubah sesuai dengan perkembangan zaman. Suatu Perusahaan atau usaha tidak akan bertahan lama apabila tidak dapat mengimbangi hal tersebut. Untuk menanggulangi hal itu, para Perusahaan atau *entrepreneur* diharuskan untuk selalu memiliki inovasi dalam bisnis yang dijalankannya. Kemudian untuk menghasilkan inovasi produk atau jasa yang baru perlu adanya pengenalan peluang bisnis (*opportunity recognition*) pada usaha yang dijalankan ataupun yang akan dijalankan. Menjalani sebuah usaha tentunya akan selalu melihat peluang-peluang yang ada.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dengan fenomena yang terjadi dan pentingnya *opportunity recognition* sebagai mediasi untuk menghasilkan inovasi produk atau jasa, maka dalam penelitian ini penulis mengangkat judul “Pengaruh *Self-Efficacy, Prior Knowledge, Social Network, Perception about Industrial Environmental Opportunities* Terhadap *Individual-level Innovation Performance* Dengan Mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition* Pada *Technopreneur* (Studi Kasus Pada Bandung *Techno Park*)”.

2. Tinjauan Pustaka dan Metodologi

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Technopreneurship*

“*Technopreneurship*” terdiri dari kata “*Technology*” dan “*Entrepreneurship*” yang dapat dijelaskan sebagai proses pembentukan dan kolaborasi antara bidang usaha dan penerapan teknologi sebagai instrumen pendukung dan sebagai dasar dari usaha itu sendiri, baik dalam proses, sistem, pihak yang terlibat, maupun produk yang dihasilkan. Secara umum, kata *Teknologi* digunakan untuk merujuk pada penerapan praktis ilmu pengetahuan ke dunia industri atau sebagai kerangka pengetahuan yang digunakan untuk menciptakan alat-alat, untuk mengembangkan keahlian dan mengekstraksi materi guna memecahkan persoalan yang ada. Sedangkan kata *entrepreneurship* berasal dari kata *entrepreneur* yang merujuk pada seseorang atau agen yang menciptakan bisnis/usaha dengan keberanian menanggung resiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang ada [8].

2.1.2 *Opportunity Recognition*

Menurut [6] menjelaskan bahwa *opportunity* (peluang) dijelaskan sebagai sebuah keadaan yang membentuk inspirasi untuk dapat menghasilkan nilai tambah yang sebelumnya tidak dieksploitasi oleh diri sendiri maupun orang lain, sedangkan untuk *opportunity recognition* (mengenali peluang bisnis) diartikan sebagai proses di mana individu mengidentifikasi, mengenali, dan menemukan peluang potensial untuk menciptakan dan mengembangkan bisnis, usaha, pasar, dan teknologi baru [12].

2.1.3 *Self-efficacy*

Self-efficacy adalah keyakinan dan persepsi individu karena mereka dapat melakukan tugas tertentu dengan cara baik dan sukses. Dengan kata lain, mereka memiliki kemampuan untuk melakukan tugas tertentu. Dalam cara yang lebih sederhana, perasaan *self-efficacy* berarti, saya bisa melakukan suatu pekerjaan ini dengan baik [1]. Seorang wirausahawan yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung mengerahkan lebih banyak upaya untuk jangka waktu yang lebih lama, bertahan melewati rintangan, dan mengembangkan rencana dan strategi yang lebih baik [1].

2.1.4 *Prior Knowledge*

Salah satu cara untuk memiliki pemikiran yang sensitif dan terasah adalah adanya *prior knowledge*. Menurut [12] menjelaskan bahwa *prior knowledge* sebagai informasi yang telah dimiliki oleh individu. Orang yang berbeda akan mengidentifikasi peluang yang berbeda karena mereka memiliki *prior knowledge* yang berbeda dan pengusaha hanya menemukan peluang yang memanfaatkan pengetahuan mereka sebelumnya [11].

2.1.5 *Social Networks*

Social Networks terdiri dari serangkaian hubungan antara sekelompok orang yang biasanya memiliki minat yang sama berdasarkan hubungan bisnis atau pribadi yang sedang berlangsung [5]. Jejaring sosial seseorang menyediakan sumber daya untuk meningkatkan kemampuan pengakuan peluang dan identifikasi peluang. Proses pengenalan peluang ditingkatkan oleh *social network* individu. Tanpa ketersediaan koneksi sosial seorang individu, proses pengakuan peluang baru tidak dapat diselesaikan [3].

2.1.6 *Perceptions about Industrial Environmental Opportunities*

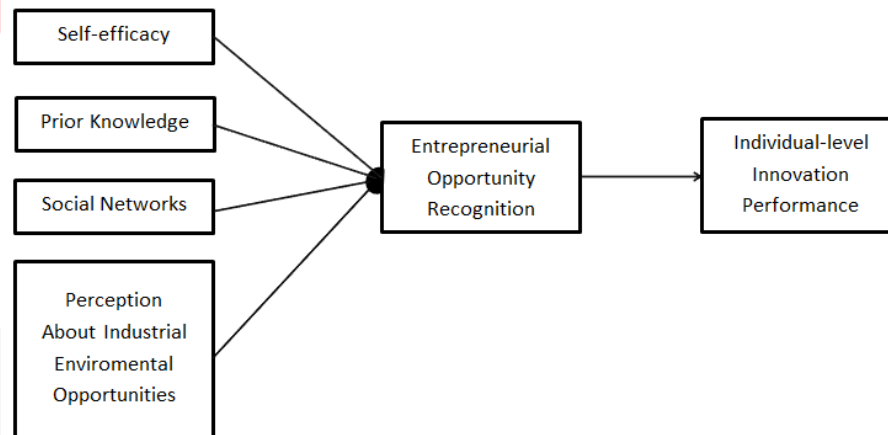
Menurut [10] menunjukkan bahwa tekanan eksternal, teknologi, nilai-nilai sosial, tindakan politik, dan standar peraturan dapat merangsang individu untuk mengejar *opportunity recognition*. Dalam [9] menyimpulkan bahwa ada tiga sumber peluang wirausaha yakni, perubahan teknologi perubahan politik dan peraturan; dan perubahan sosial dan demografis.

2.1.7 *Individual-level Innovation Performance*

Inovasi sering ditandai sebagai semacam "modal" untuk organisasi dan telah secara luas didefinisikan sebagai "sebuah ide, produk, atau proses, sistem atau perangkat yang dianggap baru bagi individu, sekelompok orang atau perusahaan, sebuah sektor industri atau masyarakat secara keseluruhan [7]. *Individual-level Innovation Performance* seperti kinerja inovasi mengenai produk dan kegiatan kewirausahaan tingkat perusahaan, yang meliputi pembaruan strategis, pengambilan resiko, dan inovasi pada setiap anggota perusahaan. *Individual-level Innovation Performance* sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada dan sangat berhubungan erat dengan *opportunity recognition* wirausaha [12].

2.2 Kerangka Pemikiran

Penulis melihat bahwa ada keterkaitan antara *self-efficacy*, *prior knowledge*, *social networks*, dan *perceptions about industrial environmental opportunities*. dengan *Individual-level Innovation Performance*. Sehingga menjadikan penelitian [12] sebagai referensi, dikarenakan di dalam jurnal tersebut membahas variabel yang akan diteliti. Selain itu, dalam penelitian tersebut mencakup unsur-unsur yang dapat menunjang variabel-variabel yang ada dalam penelitian tersebut. Kemudian pada penelitian [12] telah menguji variabel *opportunity recognition* yang terbukti memoderasi hubungan antara *self-efficacy*, *prior knowledge*, *social networks*, dan *perceptions about industrial environmental opportunities*. dengan *Individual-level Innovation Performance*.



Sumber: *model penelitian* Wang et.al, 2013

2.3 Hipotesis Penelitian

H1.1: *Self-efficacy* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition* dalam Technopreneur Bandung Techno Park.

H2.1: *Prior knowledge* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition* dalam Technopreneur Bandung Techno Park.

H3.1: *Social networks* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition* dalam Technopreneur Bandung Techno Park.

H4.1: *Perception About Industrial Environment* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition* dalam Technopreneur Bandung Techno Park.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan tipe penyelidikan kausal. Dalam penelitian pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan Sensus atau *sampling* total. Populasi dan sampel yang digunakan adalah Technopreneur Bandung Techno Park, dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Pengolahan data menggunakan SEM (Structural Equation Modeling) dengan Partial Least Square SEM.

4. Analisis dan Pembahasan

4.1 Analisis Deskriptif

Secara keseluruhan setelah dilakukannya rekapitulasi maka dimensi yang memiliki persentase tertinggi pada variabel *Self-efficacy* dengan nilai presentase sebesar 88,5% yang masuk dalam kategori sangat baik. Artinya *Technopreneur* pada Bandung *Techno Park* dapat menangani situasi yang ada dalam kehidupan dengan sangat baik. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel *Prior knowledge* menunjukkan dengan nilai presentase sebesar 84,6% termasuk kedalam kategori sangat baik. Artinya *Technopreneur* pada Bandung *Techno Park* telah memahami informasi yang berkaitan dengan bidang mereka saat ini. Variabel *Social Network* dari hasil analisis deskriptif menunjukkan dengan nilai presentase sebesar 87,8% termasuk kedalam kategori sangat baik. Artinya *Technopreneur* pada Bandung *Techno Park* dapat memanfaatkan hubungan mereka dengan pelanggan untuk mengenali dan

menemukan peluang bisnis. Variabel Perceptions about Industrial Environment dari hasil analisis deskriptif menunjukkan dengan nilai presentase sebesar 87,6% termasuk kedalam kategori sangat baik Artinya *Technopreneur* pada Bandung *Techno Park* memiliki lingkungan bisnis yang baik untuk menghasilkan inovasi. Variabel Opportunity Recognition dari hasil analisis deskriptif menunjukkan dengan nilai presentase sebesar 81,3% termasuk kedalam kategori baik Artinya *Technopreneur* pada Bandung *Techno Park* dapat mengidentifikasi peluang usaha baru pada usaha yang mereka jalani dengan baik. Variabel Individual-level Innovation Performance dari hasil analisis deskriptif menunjukkan dengan nilai presentase sebesar 83,8% termasuk kedalam kategori baik Artinya *Technopreneur* pada Bandung *Techno Park* telah mengembangkan rencana dan jadwal yang memadai untuk implementasi ide-ide baru pada usaha atau mereka.

4.2 Pengujian Hipotesis

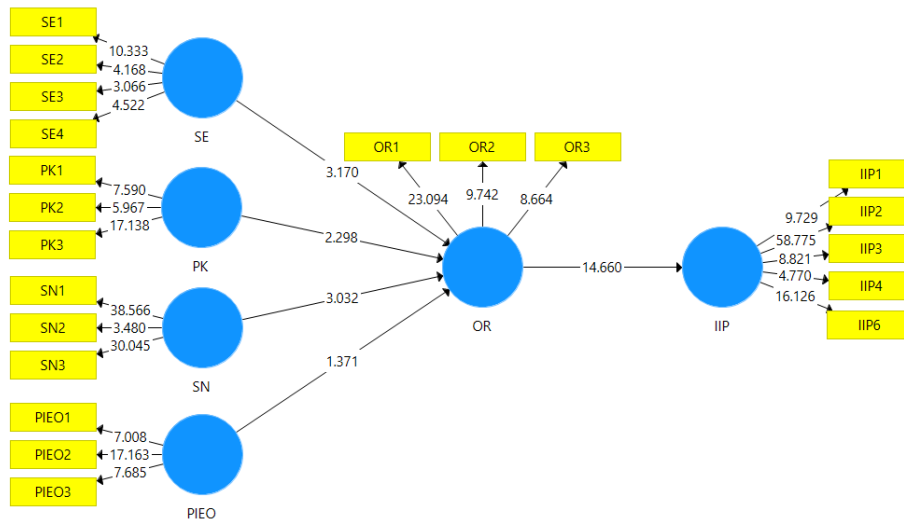


Diagram Jalur Model Struktural Mediasi (PLS ALGORITHM)

Rangkuman Hasil Uji Statistik

Model	Hubungan	Path	T-statistik	R Square
Struktural	SE > OR	0,385	3,170	0,625
	PK > OR	0,269	2,298	
	SN > OR	0,347	3,032	
	PIEO > OR	0,152	1,371	
Mediasi	SE > OR > IIP	0,304	3,383	0,665
	PK > OR > IIP	0,213	2,214	
	SN > OR > IIP	0,274	2,769	
	PIEO > OR > IIP	0,120	1,307	

Nilai R-squared dipergunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel laten dapat dijelaskan oleh variabel laten lainnya. Pada rangkuman Hasil Uji Statistik dapat dilihat bahwa nilai R-squared variabel laten *Opportunitiy Recognition* (OR) sebesar 0,625 dan *Individual-level Innovation Performance* (IIP) sebesar 0,665. Sehingga dapat dikatakan variabel *self-efficacy*, *prior knowledge*, *social network*, *perceptions about industrial*

environmenr opportunities mampu menjelaskan variabel *opportunity recognition* sebesar 0,625 atau 62,5% sementara 37,5%& lainnya dijelaskan oleh variabel laten diluar penelitian ini. Kemudian untuk variabel *Individual-level Innovation performance* dapat dijelaskan oleh variabel *opportunity recognition* sebesar 0,665 atau 66,5% sementara 33,5% lainnya dijelaskan oleh variabel laten diluar penelitian ini.

Hasil Uji Pengaruh *Self-efficacy* terhadap *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition*.

Variabel	Original Sampel	T-statistik	T-Tabel	Keterangan
SE → IIP	0,304	3,383	1,96	H1.1 Diterima

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai T-statistik (3,383) > T tabel (1,96) dengan tingkat kekeliruan 5% maka diputuskan untuk menolak H1.0 dan menerima H1.1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *self-efficacy* mempengaruhi *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* secara signifikan.

Hasil Uji Pengaruh *Prior Knowledge* terhadap *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition*.

Variabel	Original Sampel	T-statistik	T-Tabel	Keterangan
PK → IIP	0,213	2,214	1,96	H2.1 Diterima

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai T-statistik (2,214) > T tabel (1,96) dengan tingkat kekeliruan 5% maka diputuskan untuk menolak H2.0 dan menerima H1.1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *prior knowledge* mempengaruhi *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* secara signifikan.

Hasil Uji Pengaruh *Social Network* terhadap *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition*.

Variabel	Original Sampel	T-statistik	T-Tabel	Keterangan
SN → IIP	0,274	2,769	1,96	H3.1 Diterima

Berdasarkan tabel diatas Diketahui bahwa nilai T-statistik (2,769) > T tabel (1,96) dengan tingkat kekeliruan 5% maka diputuskan untuk menolak H3.0 dan menerima H4.1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *social network* mempengaruhi *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* secara signifikan.

Hasil Uji Pengaruh *Perceptions About Industrial Environment Opportunity* terhadap *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *Entrepreneurial Opportunity Recognition*.

Variabel	Original Sampel	T-statistik	T-Tabel	Keterangan
PIEO → IIP	0,120	0,092	1,96	H4.1 Ditolak

Berdasarkan tabel diatas Diketahui bahwa nilai T-statistik (0,092) < T tabel (1,96) dengan tingkat kekeliruan 5% maka diputuskan untuk menolak H4.1 dan menerima H4.0. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *perceptions about industrial environment opportunity* tidak signifikan mempengaruhi *Individul-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition*.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini terdapat 4 hipotesis yang akan dijelaskan satu persatu. Hipotesis pertama membuktikan *self-efficacy* secara positif signifikan mempengaruhi *individul-level innovation performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park, sehingga hipotesis H1.1 diterima. Hal ini dikarenakan para Technopreneur di Bandung Techno Park mampu mengatasi berbagai keadaan dalam kehidupan. Hipotesis kedua membuktikan bahwa *prior knowledge* secara positif signifikan mempengaruhi

individul-level innovation performance dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park, sehingga hipotesis H2.1 diterima. Hal ini dikarenakan para Technopreneur di Bandung Techno Park mampu memanfaatkan informasi dan pengetahuan yang mereka dapatkan sebelumnya dengan baik. Hipotesis ketiga membuktikan bahwa *social network* secara positif signifikan mempengaruhi *individul-level innovation performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park, sehingga hipotesis H3.1 diterima. Hal ini dikarenakan para Technopreneur di Bandung Techno Park mampu memanfaatkan relasi yang didapatkan dari interaksi dengan pelanggan dan lingkungan bisnis mereka. Hasil ketiga hipotesis tersebut sesuai dengan penelitian (Wang et al, 2013) yang menunjukkan bahwa *self-efficacy, prior knowledge, social networks* mempengaruhi *individul-level innovation performance* secara positif signifikan dengan mediasi *opportunity recognition*. Selain itu hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian (Kuckertz, 2017) menjelaskan bahwa untuk menghasilkan suatu inovasi dipengaruhi oleh *opportunity recognition*. Hipotesis keempat tidak membuktikan bahwa *perceptions about industrial environment opportunity* secara positif signifikan mempengaruhi *individul-level innovation performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park, sehingga hipotesis H4.1 ditolak. Hasil ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Wang et al, 2013) yang menunjukkan PIEO mempengaruhi IIP secara positif signifikan dengan mediasi OR.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah hasil kesimpulan dari penelitian ini yaitu:

1. *Self-efficacy* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park.
2. *Prior Knowledge* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park..
3. *Social Network* signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park.
4. *Perception about Industrial Enviromental Opportunities* tidak signifikan mempengaruhi *Individual-level Innovation Performance* dengan mediasi *entrepreneurial opportunity recognition* dalam Technopreneur di Bandung Techno Park.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis memberikan saran bagi pelaku akademisi supaya dapat lebih baik lagi dalam melakukan penelitian yang serupa agar pengetahuan yang didapat tentang topik ini menjadi lebih dalam dan luas lagi. Selain itu, peneliti juga memberikan saran kepada pelaku bisnis untuk dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam memperbaiki dan meningkatkan kinerja perusahaannya. Berikut adalah saran yang penulis ajukan:

5.2.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan pada *Technopreneur* di Bandung Techno Park. Oleh karenanya, pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian pada objek lainnya. Baik pada Inkubator bisnis lainnya ataupun perusahaan lainnya.
2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 50 responden. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan jumlah responden yang lebih banyak lagi supaya dapat menggambarkan lebih jelas lagi pendapat dari semua populasi.
3. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

5.2.2 Aspek Praktis

1. Disarankan untuk para *Technopreneur* di Bandung Techno Park untuk mempertahankan ataupun meningkatkan *self-efficacy* yang dimiliki untuk dapat meningkatkan kemampuan mengenali peluang yang dapat menghasilkan suatu inovasi. Dimana *self-efficacy* mempunyai pengaruh yang lebih tinggi untuk mempengaruhi menghasilkan suatu inovasi daripada variabel lainnya pada penelitian ini.
2. Sebaiknya *Technopreneur* di Bandung Techno Park meningkatkan kerjasama dan memperbesar jejaring sosial (*Social Network*) yang lebih baik lagi dengan para pelanggan, distributor dan pemasok yang ada pada lingkungan bisnis mereka untuk mempermudah menemukan suatu peluang untuk menghasilkan inovasi baru.
3. Diharapkan kepada *Technopreneur* di Bandung Techno Park untuk menambah pengetahuan di bidang mereka secara terus-menerus agar nantinya dari pengetahuan sebelumnya (*Prior Knowledge*) yang telah miliki dari menambah berbagai pengetahuan di bidang mereka dapat membantu menemukan lebih banyak peluang untuk menghasilkan inovasi yang baru.

4. Diharapkan kepada *Technopreneur* di Bandung Techno Park untuk lebih memahami lingkungan bisnis yang mereka miliki untuk mengetahui inovasi yang harus mereka temukan dikarenakan variabel *Perception about Industrial Enviromental Opportunities* pada penelitian ini memiliki pengaruh yang paling rendah mempengaruhi untuk menghasilkan suatu inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Drnovsek, Mateja., Wincent, Joakim., Cardon, Melissa S. (2010). Entrepreneurial self-efficacy and business start-up: developing a multi-dimensional definition, *Emerald Group Publishing*. Vol. 16 No. (4), 329-348.
- [2] Eckhardt, J. and Shane, S.A. (2003), "Opportunities and entrepreneurship", *Journal of Management*, Vol. 29 No. 3, pp. 333-49.
- [3] Fatima, S. (2011). A study of factors affecting opportunity recognition process Case Study of Pakistan An opportunity recognition process Framework. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. Vol. 3. No. 8.
- [4] Kusmulyono, Muhammad Setiawan. (2016). Peran Pengetahuan Pendahulu dan Kepekaan terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha Mikro Pedesaan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, Vol.16, No.1, 27-42.
- [5] Nikraftar, Tayebeh., dan Hosseini, Elahee. (2016). Factors affecting entrepreneurial opportunities recognition in tourism small and medium sized enterprises. *Emerald Group Publishing*. Vol. 71 No (1), 6-17.
- [6] Paruntung, Abigail Thyca. (2013). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Entrepreneurial Opportunity Recognition Pada UMKM Binaan Kementerian Koperasi dan UKM. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 1-20.
- [7] Roger, E. M., (1995), *Diffusion of Innovations*, Fourth edition, New York: Free Press.
- [8] Sakti, Barata Arif. Dan Prasetyo, Andjar. (2018). Potensi Peningkatan Produktivitas Kewirausahaan Berbasis Model Penguatan Teknopreneur Pada Hasil Inovasi Di Kota Magelang. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*. Vol. 3 No. (1), 308-319.
- [9] Schumpeter J. (1934): *The Theory of Economic Development. An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Harvard U.
- [10] Stevenson, H. H., Roberts, M. J., & Grousbeck, H. I. (1985). New business ventures and the entrepreneur.
- [11] Venkataraman, S. (1997), "The distinctive domain of entrepreneurship research: an editor's perspective", in Katz, J. and Brockhaus, R. (Eds), *Advances in Entrepreneurship, Firm, Emergence and Growth*, JAI Press, Greenwich, CT, pp. 119-38.
- [12] Wang, Yu Lin., Ellinger, Andrea D., dan Wu, Yen-Chun Jim. (2013). Entrepreneurial opportunity recognition: an empirical study of R&D, personnel. *Emerald Group Publishing*. Vol. 51 No (2), 248-266.