

PENDEKATAN PSIKOLOGI DALAM MENGENALI DAN MENGEMBANGKAN PELUANG USAHA DI SEKITAR TEMPAT TINGGAL

Cinta Perindu ^{1*}, Layla Putri Amalya², Putri Adelia Anjani ³, Tugimin Supriyadi⁴

^{1, 2, 3, 4}Prodi Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202210515170@mhs.ubharajaya.ac.id, 202210515109@mhs.ubharajaya.ac.id,

202210515171@mhs.ubharajaya.ac.id, tugimin.supriyadi@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract

The process of recognizing and developing business opportunities in the surrounding environment not only involves economic and social aspects, but is also greatly influenced by individual psychological factors. This article aims to theoretically examine the role of various psychological concepts including cognitive, personality, and social psychology in forming entrepreneurial ideas, identifying business opportunities, and developing locally-based businesses. This study concludes that understanding psychological aspects can increase individual awareness and readiness in carrying out local entrepreneurship sustainably.

Keywords: *business opportunities, psychology, residence*

Abstrak

Proses mengenali dan mengembangkan peluang usaha di lingkungan sekitar tidak hanya melibatkan aspek ekonomi dan sosial, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis individu. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara teoritis peran berbagai konsep psikologi termasuk psikologi kognitif, kepribadian, dan sosial dalam membentuk ide kewirausahaan, mengidentifikasi peluang usaha, serta mengembangkan usaha berbasis lokal. Kajian ini menyimpulkan bahwa pemahaman terhadap aspek-aspek psikologis dapat meningkatkan kesadaran dan kesiapan individu dalam menjalankan kewirausahaan lokal secara berkelanjutan.

Kata kunci: *peluang usaha, psikologi, tempat tinggal*

Article History

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagiarism Checker No
77

DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musytari.v1i2
.365

Copyright : Author
Publish by : Liberosis



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

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi yang pesat di berbagai sektor seringkali membuka banyak peluang usaha baru dengan capaian skala besar maupun skala kecil. Ditengah perkembangan ekonomi global, banyak dari individu semakin sadar akan pentingnya kewirausahaan untuk menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi individu maupun komunitas (Usman & Hapsari, 2022). Selain itu, dengan semakin terbatasnya lapangan pekerjaan di sektor formal, banyak orang yang mencari alternatif untuk menghasilkan pendapatan melalui usaha mandiri.

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan informasi, banyak individu yang tertarik untuk melahirkan ide-ide baru untuk mendapatkan sebuah peluang usaha yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber penghasilannya (Naninsih et al., 2022). Usaha yang berlokasi disekitar tempat tinggal memberikan keuntungan tersendiri seperti efisiensi waktu dan biaya

yang lebih rendah serta pemahaman yang lebih baik terhadap karakteristik pasar lokal. Usaha yang berbasis pada lokasi sekitar memiliki keunggulan tersendiri, terutama dalam hal kedekatan dengan pasar, efisiensi biaya operasional dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap kebutuhan serta kebiasaan masyarakat setempat.

Peluang usaha disekitar tempat tinggal adalah suatu kesempatan atau potensi untuk membuka dan menjalankan usaha yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di lingkungan sekitar. Usaha ini dapat berbentuk bisnis kecil maupun besar yang disesuaikan dengan potensi sumber daya yang ada dan karakteristik suatu wilayah. Di banyak daerah, terutama perkotaan atau daerah yang sedang berkembang, terdapat banyak potensi yang belum dimanfaatkan secara maksimal seperti tidak menyadari bahwa peluang usaha disekitar tempat tinggal dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan ekonomi lokal.

Namun, meskipun peluang usaha di sekitar tempat tinggal terbuka lebar, tidak semua individu mengetahui bagaimana cara mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang tersebut. Oleh karena itu, penting untuk melakukan analisis mendalam terkait potensi usaha yang dijalankan, baik dalam skala kecil maupun skala besar. Memahami faktor-faktor yang mampu memengaruhi keberhasilan usaha di lingkungan tersebut.

Salah satu pendekatan yang dapat menjelaskan hal tersebut adalah pendekatan psikologis. Aspek psikologi seperti efikasi diri, motivasi berprestasi, kreativitas, regulasi diri, hingga persepsi terhadap risiko sangat berpengaruh dalam proses seseorang mengenali, menciptakan, dan menjalankan ide kewirausahaan. Individu yang memiliki kemampuan kognitif yang baik, motivasi internal yang kuat, serta keterampilan dalam mengelola diri, akan lebih cenderung mampu mengidentifikasi peluang di lingkungannya dan mewujudkan ide usaha tersebut menjadi aksi nyata. Oleh karena itu, dalam artikel ini, pembahasan mengenai peluang usaha di sekitar tempat tinggal akan ditinjau lebih lanjut melalui perspektif psikologi.

2. Tinjauan Pustaka

Secara etomologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam menyelesaikan masalah dengan melihat peluang yang ada disekitarnya dengan memanfaatkan sumber daya sehingga menghasilkan produk yang bernilai dan bermanfaat bagi lingkungannya (Fachrurazi & Nurholifah, 2021). Dalam Rusdiana (2018) Untuk dapat mengetahui potensi kewirausahaan yang baik, pelaku usaha harus mampu menilai kualifikasi untuk memulai dan mengelola bisnis baru agar berhasil, yaitu memiliki kemampuan inovatif, keinginan untuk berprestasi, kemampuan perencanaan realistis, kepemimpinan terorientasi pada tujuan, objektivitas, tanggung jawab pribadi, kemampuan beradaptasi, dan kemampuan sebagai

pengorganisasi dan administrator. Selain itu pelaku usaha juga harus mengenali resiko-resiko yang ada, yaitu risiko pasar, risiko finansial dan risiko Teknik.

Kemampuan mengenali peluang usaha (opportunity recognition) merupakan proses psikologis kompleks. Tidak hanya mencakup pemahaman mengenai pasar, tetapi juga kemampuan mengenali pola, menafsirkan sinyal perubahan, dan mengambil keputusan berdasarkan informasi terbatas, semua ini merupakan aspek dari higher-order thinking (Aruni & Hidayat, 2019). Dalam psikologi kognitif, melihat peluang usaha mencerminkan fungsi dari:

1. *Prior Knowledge*: Memori jangka panjang dan pengalaman yang memengaruhi interpretasi informasi baru (Ohlert et al., 2025).
2. *Cognitive Alignment*: Kemampuan menyusun keterkaitan antara tren pasar dan potensi teknologi atau sumber daya.
3. *Social Cognition*: Persepsi terhadap kebutuhan sosial dan dinamika masyarakat.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, proses ini sangat dipengaruhi oleh skema kognitif, yaitu kerangka berpikir yang digunakan individu dalam memproses informasi baru.

Selain itu terdapat teori psikologi kepribadian dan regulasi diri dalam kewirausahaan. Efikasi diri menurut Bandura pada tahun 1997 (dalam Pratama & Solichah, 2022) ialah keyakinan yang dimiliki oleh individu akan kemampuan dirinya dalam melakukan suatu tindakan atau tugas untuk meraih hasil atau tujuan tertentu. Teori motivasi berprestasi menurut McClelland (dalam Ridho, 2020) berpusat pada tiga bentuk kebutuhan, yang salah satunya adalah *need of achievement* atau kebutuhan akan prestasi yang dimana kebutuhan prestasi akan mendorong seseorang berprestasi dalam keadaan bila target yang akan dicapai nyata dan memiliki peluang untuk diperoleh serta cenderung menimbulkan kreatifitas pada seseorang.

Selanjutnya konsep *Locus of control* yang pertama kali dikemukakan oleh Rotter pada tahun 1996 (dalam Ida & Dwinta, 2010) adalah cara pandang seseorang terhadap suatu peristiwa apakah dia dapat atau tidak dapat mengendalikan peristiwa yang terjadi padanya, selain itu Rotter juga membedakan orientasi *locus of control* menjadi dua yakni *locus of control internal* dan *locus of control eksternal*. Selanjutnya regulasi diri menurut Zimmerman (dalam Rizki & Ummayah, 2021) adalah konstruk terhadap regulasi diri yaitu tingkatan pada individu dengan cara metakognisi, motivasi serta perilaku dengan cara aktif berpartisipasi pada proses belajar.

Psikologi sosial sebagai cabang ilmu psikologi yang mempelajari secara menyeluruh tentang hakikat dan sebab-sebab perilaku individu dalam lingkungan sosial. Dalam konteks ini, perilaku individu tidak hanya dipengaruhi, tetapi juga mempengaruhi orang lain di lingkungan sosialnya. Psikologi sosial adalah cabang psikologi yang mempelajari perilaku dan fenomena kejiwaan individu yang dipengaruhi oleh kehadiran orang lain, baik secara aktual, imajinatif, maupun implisit. Contoh dari fenomena tersebut meliputi persepsi sosial, sikap sosial, prasangka sosial, perilaku agresi, perilaku prososial, dan perilaku kolektif. (Hanurawan, 2019).

Dalam dunia usaha lokal, peran psikologi sosial sangat berarti untuk memahami bagaimana hubungan antara para pelaku usaha dan masyarakat terjalin secara nyata. Salah satu hal yang paling berpengaruh adalah adanya kepercayaan sosial sebuah rasa saling percaya yang tumbuh dari interaksi sehari-hari. Kepercayaan inilah yang kerap menjadi fondasi terbentuknya loyalitas konsumen terhadap produk atau layanan lokal, karena mereka merasa dekat, dihargai, dan dipahami oleh pelaku usaha di sekitarnya. (Yurianty & Riofita, 2024) Kearifan lokal, seperti nilai-nilai budaya yang terkandung dalam produk tenun Melayu Riau, ternyata mampu membangun rasa percaya dan kedekatan emosional antara konsumen dan produk lokal. Kedekatan ini bukan hanya membuat konsumen merasa terhubung, tetapi juga mendorong mereka untuk tetap setia pada produk tersebut. Di sisi lain, kebiasaan dan norma dalam kelompok sosial juga berperan besar dalam membentuk kebiasaan belanja masyarakat, terutama di pasar tradisional. Suasana akrab yang tercipta dari interaksi langsung, seperti

tawar-menawar dan sapaan hangat antar penjual dan pembeli, menjadikan pasar tradisional lebih dari sekadar tempat jual beli. Ia menjadi ruang sosial yang mempererat hubungan antarwarga dan menghidupkan nilai kebersamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendekatan psikologi sosial juga digunakan oleh para pengusaha lokal dalam membangun citra diri dan relasi. Dengan memahami struktur sosial di komunitas, pelaku usaha dapat menjalin hubungan dengan tokoh masyarakat atau memanfaatkan kelompok referensi untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan reputasi usahanya. Penyesuaian strategi bisnis dengan nilai dan norma budaya lokal terbukti memperkuat posisi usaha dalam komunitas serta memperluas jaringan sosial. (Rosmayani & Mardatillah, 2023)

Lingkungan usaha lokal mengacu pada kondisi eksternal maupun internal yang memengaruhi kinerja UMKM binaan Dinas Perindustrian dan Perdagangan. (Leuhery, 2022) lingkungan lokal merupakan kondisi dan faktor yang ada di sekitar lokasi suatu usaha yang memengaruhi jalannya kegiatan ekonomi atau bisnis, yang mencakup aspek sosial, budaya, ekonomi, sumber daya lokal, nilai kearifan lokal, dan potensi daerah.

3. Metodologi

Artikel dalam penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan atau *literature review*. *Literature review* merupakan ikhtisar komprehensif tentang penelitian yang sudah dilakukan mengenai topik yang spesifik untuk menunjukkan kepada pembaca apa yang sudah diketahui tentang topik tersebut dan apa yang belum diketahui, untuk mencari rasional dari penelitian yang sudah dilakukan atau ide penelitian selanjutnya (Denney & Tewksbur dalam Priadi et al., 2021).

Selain itu penulisan dalam atikel ini juga menggunakan metode kajian konseptual yang dimana jenis penelitian non-empiris yang bertujuan untuk mengembangkan, mengevaluasi, atau mengkaji ulang teori, konsep, atau gagasan yang telah ada sebelumnya. Artikel ini mengaitkan penulisan makalah sebelumnya dengan topik mengembangkan peluang usaha disekitar tempat tinggal, yang setelah nya penulis kaitkan dengan pendekatan psikologis yang dimana mengaitkan kewirausahaan dengan teori-teori psikologis.

4. Hasil dan Pembahasan

Ide Kewirausahaan dalam Perspektif Psikologi

Ide kewirausahaan muncul dari dorongan internal dan eksternal individu untuk menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai. Dalam psikologi, proses ini melibatkan kemampuan *kognitif*, *emosional*, dan *motivasi*. Ide dapat menjadi peluang apabila individu bersedia melakukan evaluasi terus-menerus melalui proses berpikir kritis, refleksi, serta kreativitas—proses yang sangat erat dengan fungsi eksekutif otak dalam *self-regulated thinking*.

Menurut Rusdiana, (2018), untuk mengenali potensi ide usaha, individu harus memiliki keterampilan dan pengetahuan, seperti kemampuan menghasilkan produk atau jasa baru, nilai tambah, dan teknik baru. Psikologi mengkaji hal ini melalui teori kreativitas dan teori motivasi berprestasi, seperti yang dijelaskan dalam teori *Achievement Motivation* oleh McClelland. Yang dimana keselarasan tersebut adalah inovasi dalam kewirausahaan tidak muncul begitu saja, melainkan dari *kebutuhan untuk memperbaiki kondisi yang ada*. Hal ini sangat selaras dengan prinsip *nAch* McClelland, di mana seseorang terdorong menciptakan gagasan baru atau solusi

unik justru karena mereka ingin menaklukkan tantangan dan melihat keberhasilan sebagai prestasi pribadi (Ridho, 2020).

Beberapa ciri pelaku usaha yang sukses menurut psikologi dan kewirausahaan antara lain:

1. Kemampuan Inovatif
Inovasi berasal dari kreativitas (aspek *divergent thinking* dalam psikologi kognitif), yaitu kemampuan membentuk ide dari situasi tidak pasti. Individu dengan *openness to experience* tinggi lebih cenderung inovatif.
2. Keinginan untuk Berprestasi
Merujuk pada *nAch* (need for achievement) dari McClelland. Individu dengan motivasi tinggi akan menetapkan standar dan tidak cepat puas.
3. Kemampuan Perencanaan Realistis
Berkaitan dengan fungsi *executive planning* dalam psikologi kognitif dan regulasi diri. Individu akan menyesuaikan tujuan dengan sumber daya internal dan eksternal.
4. Kepemimpinan yang Terarah pada Tujuan
Melibatkan keterampilan sosial dan *goal orientation*. Psikologi sosial menjelaskan bahwa pemimpin efektif mampu memotivasi melalui pengaruh interpersonal.
5. Objektivitas
Berkaitan dengan pengambilan keputusan berbasis data, menghindari bias kognitif yang Dimana terjadi penyimpangan sistematis dari rasionalitas dalam menilai informasi dan membuat keputusan. seperti *overconfidence bias* merujuk pada kecenderungan individu untuk terlalu percaya diri pada kemampuan, pengetahuan, dan penilaian mereka sendiri (Putri, 2024).
6. Tanggung Jawab Pribadi
Terkait dengan *internal locus of control*. Orang dengan kepercayaan bahwa dirinya bertanggung jawab atas hasil akan lebih ulet dalam usaha.
7. Kemampuan Beradaptasi
Berkaitan dengan *psychological flexibility*, yaitu merupakan kemampuan manusia untuk dapat mengenali dan beradaptasi dengan berbagai tuntutan situasional, mengubah pola pikir dan perilaku ketika situasi membahayakan fungsi pribadi atau sosial, dan menjaga keseimbangan domain kehidupan (Salimah & Prathama, 2023).
8. Kemampuan Mengorganisasi dan Administrasi
Terkait dengan *manajerial intelligence* serta kemampuan kerja tim.

Risiko usaha juga merupakan aspek penting yang dikaji dari perspektif psikologi, khususnya dalam persepsi risiko dan pengambilan keputusan (risk-taking behavior):

- a. Risiko Pasar: Diolah melalui *situational judgment*, yaitu kemampuan memproses informasi eksternal.
- b. Risiko Finansial: Terkait dengan *financial anxiety* adalah situasi ketika seseorang merasa tertekan dalam mengambil keputusan keuangan (Roberts dalam Harijanto & Linawati, 2021).

- c. Risiko Teknik: Berkaitan dengan persepsi control yang dimana menurut Ajzen (dalam (Widhyatmika et al., 2023) kontrol persepsi perilaku ditunjukkan oleh bagaimana orang mempersepsikan betapa mudah atau sulitnya menunjukkan sikap yang sesuai. Selain itu berkaitan pula dengan *problem-solving skill* merupakan keterampilan dalam menangani atau mendefinisikan, menentukan akibat dan sebab, menentukan prioritas, menyeleksi solusi dan menerapkan solusi dalam suatu permasalahan (Dorner & Funke dalam Tholib & Rugaiyah, 2022).

Peluang Usaha dalam Tinjauan Psikologi Kognitif dan Sosial

Peluang usaha dapat dianalisis tidak hanya dari sudut pandang ekonomi, tetapi juga dari sudut pandang psikologi kognitif dan psikologi sosial. yang memberikan dimensi pemahaman yang lebih dalam terhadap perilaku manusia dalam konteks bisnis. Pendekatan psikologi kognitif membantu menjelaskan bagaimana individu memproses informasi, mengenali pola, serta membuat keputusan strategis berdasarkan persepsi, pengalaman, dan penalaran logis. Sementara itu, psikologi sosial menyoroti peran norma sosial, pengaruh kelompok, serta interaksi antarindividu dalam membentuk preferensi konsumen dan dinamika pasar. Dengan menggabungkan ketiga sudut pandang ini, analisis peluang usaha menjadi lebih menyeluruh, karena mencakup aspek rasional, emosional, dan sosial dari proses kewirausahaan (Wang & Shao, 2022) Menurutnya Psikologi kognitif berfokus pada proses mental internal, seperti persepsi, atensi, memori, pengambilan keputusan, dan pemecahan masalah. Dalam konteks peluang usaha, hal ini mencakup:

A. Persepsi terhadap Peluang

Seorang entrepreneur harus mampu mengenali pola dalam informasi yang kompleks dan melihat kesempatan yang tidak terlihat oleh orang lain. Persepsi ini dipengaruhi oleh skema kognitif yang terbentuk dari pengalaman, pendidikan, dan lingkungan.

B. Pengambilan Keputusan

Memulai usaha membutuhkan keputusan-keputusan kompleks, sering kali dengan informasi yang terbatas. Psikologi kognitif membantu memahami bagaimana wirausahawan menilai risiko, menghitung keuntungan, dan memilih strategi.

C. Pemecahan Masalah dan Kreativitas

Pengusaha dituntut untuk menyelesaikan masalah secara inovatif, misalnya menciptakan produk baru atau cara distribusi yang unik. Proses berpikir divergen (*divergent thinking*) sangat penting dalam mengembangkan ide bisnis.

Dalam konteks psikologi sosial, peluang usaha mempelajari bagaimana interaksi individu dengan lingkungan sosial, termasuk norma, persepsi sosial, pengaruh kelompok, dan komunikasi. Dalam konteks usaha:

A. Pengaruh Sosial dan Tren

Peluang usaha sering muncul dari perubahan norma sosial atau tren masyarakat (misalnya: tren hidup sehat → peluang usaha makanan organik).

B. Dinamika Kelompok dan Jaringan Sosial

Psikologi sosial menyoroti bagaimana hubungan interpersonal dan kekuatan jaringan (*social capital*) mendukung pengembangan usaha

C. Citra Diri dan Identitas Sosial

Pelaku usaha juga mempertimbangkan bagaimana usaha mereka dipersepsikan masyarakat.

Peluang Usaha di Sekitar Tempat Tinggal: Integrasi Psikologi dan Konteks Lokal

Mengembangkan peluang usaha di lingkungan tempat tinggal dengan memadukan ilmu psikologi dan nilai-nilai lokal bisa menjadi langkah strategis untuk menggerakkan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Terinspirasi dari strategi dalam jurnal karya Ida Royani (2025), salah satu ide usaha yang menjanjikan adalah membuka layanan konseling berbasis kearifan lokal. Layanan ini menggabungkan pendekatan psikologi modern dengan nilai-nilai budaya seperti musyawarah, gotong royong, dan keharmonisan dengan alam. Karena lebih dekat dengan cara pandang masyarakat, layanan ini cenderung lebih mudah diterima dan memberi dampak yang lebih mendalam.

Untuk kalangan anak dan remaja, bisa dikembangkan pusat pengembangan diri yang memadukan psikologi dengan budaya lokal. Melalui kegiatan seperti mendongeng cerita rakyat, permainan tradisional, dan aktivitas kelompok, anak-anak dapat belajar empati, kerja sama, dan mencintai budayanya sendiri. Di era digital seperti sekarang, juga sangat relevan untuk membuat platform edukatif bertema “PsikoLokal”, yang berisi konten seputar kesehatan mental dan pengembangan diri, disampaikan lewat sudut pandang budaya lokal seperti filosofi hidup masyarakat Jawa, Sunda, atau lainnya.

Berbagai ide usaha ini selaras dengan strategi yang ditawarkan dalam jurnal—seperti menginternalisasi nilai lokal, menyusun kurikulum yang kontekstual, membangun jejaring dengan pelaku lokal, memanfaatkan teknologi digital, serta mendirikan inkubator usaha berbasis komunitas. Jika dijalankan dengan serius, usaha-usaha ini tidak hanya membuka peluang ekonomi, tetapi juga menjadi upaya nyata untuk merawat budaya dan meningkatkan kesejahteraan psikologis masyarakat secara menyeluruh. (Royani, 2025)

5. Simpulan

Pendekatan psikologi dalam mengenali dan mengembangkan peluang usaha di lingkungan sekitar terbukti memberikan kontribusi signifikan dalam membentuk pola pikir kewirausahaan yang lebih adaptif, kreatif, dan realistis. Dengan memahami faktor-faktor psikologis seperti motivasi, persepsi, dan dinamika perilaku konsumen lokal, individu dapat mengidentifikasi peluang yang relevan dan mengembangkan strategi usaha yang sesuai dengan kondisi sosial-ekonomi masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya membantu menggali potensi diri, tetapi juga mendorong terciptanya usaha yang berkelanjutan dan berbasis pada kebutuhan nyata di lingkungan sekitar. Oleh karena itu, integrasi aspek psikologis dalam proses pengembangan usaha menjadi penting sebagai landasan untuk membangun kewirausahaan yang kuat dan berdaya saing.

Daftar Referensi

Aruni, S. F., & Hidayat, R. (2019). Psikologi Peluang Kewirausahaan: Proses Kognitif Pengusaha Startup Digital dalam Opportunity Recognition. *Jurnal Psikologi*, 46(1), 45.

<https://doi.org/10.22146/jpsi.34608>

Fachrurazi, & Nurcholifah, I. (2021). *Kewirausahaan (Teori dan Praktek)*.

Hanurawan, F. (2019). Psikologi Lingkungan. In *Edulitera*.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Harijanto, G. T., & Linawati, N. (2021). *Peran Electronic Payment System Sebagai Mediator Financial Advice Seeking , Financial Anxiety Dan Financial Capability Terhadap Financial Satisfaction*. 178-181.

Ida, & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control, Financial Knowledge, Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131-144.

Leuhery, F. (2022). Analisis Pengaruh Lingkungan Usaha Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Binaan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Provinsi Maluku. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 44-51. <https://doi.org/10.55784/jueb.v1i2.115>

Ohlert, S., Laibach, N., Harms, R., & Bröring, S. (2025). Opportunity Recognition In The Tension Field Of Knowledge And Learning: The Case Of Converging Industries. *Journal of Business Research*, 186(October 2024). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114993>

Pratama, A. L., & Solichah, N. (2022). Pengaruh Self-Efficacy Dan Emotional-Regulation Terhadap Kecemasan Pertunjukan Musik Pada Paduan Suara Mahasiswa Universitas X. *Journal of Indonesian Psychological Science (JIPS)*, 2(2), 253-270. <https://doi.org/10.18860/jips.v3i2.18271>

Priadi, A., Aristina, T., Rachmawati, N., & Harigustian, Y. (2021). Literature Review : Pengaruh Penggunaan Gadget Berlebih Terhadap Kesehatan Mental Anak. *Jurnal Keperawatan*, 13(2), 75-82.

Putri, K. D. (2024). *Mengeksplorasi Bias Kognitif dan Pengaruhnya Pada Pengambilan Keputusan Keuangan Manajerial: Model Konseptual*.

Ridho, M. (2020). Teori Motivasi McClelland dan Implikasinya dalam Pembelajaran PAI. *Palapa*, 8(1), 1-16. <https://doi.org/10.36088/palapa.v8i1.673>

Rizki, A., & Ummayah, U. (2021). Analisis Pengukuran Regulasi Diri. *Empati : Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 8(2), 137-144. <https://doi.org/10.26877/empati.v8i2.8957>

Rosmayani, & Mardatillah, A. (2023). Implikasi Kearifan Lokal Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Pembelian Kain Tenun Melayu Riau. *Dinamika Lingkungan Indonesia*, 10(02), 138-141. <https://doi.org/10.31258/dli.10>.

Royani, I. (2025). Strategi Pendidikan Kewirausahaan Berbasis Lokal dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif. *Journl of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4(2), 177-181.

Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teori Dan Praktik*. CV Pustaka Setia.

Salimah, A. H., & Prathama, A. G. (2023). Pengaruh Psychological Flexibility Terhadap Cabin Fever Pada Kelompok Usia Emerging Adult Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 11(1), 49-55.

Tholib, U. A., & Rugaiyah. (2022). Penerapan Model Pembelajaran Project Based Learning Terhadap Problem Solving Skills Peserta Didik. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(23), 702-711.

Wang, Z., & Shao, Y. (2022). Decide to Take Entrepreneurial Action: Role of Entrepreneurial Cognitive Schema on Cognitive Process of Exploiting Entrepreneurial Opportunity. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/su14084709>

Widhyatmika, I. M. G., Werastuti, D. N. S., & Sujana, E. (2023). Pengaruh Sikap, Norma, Persepsi Kontrol Perilaku, Kewajiban Moral, Dan Religiusitas Terhadap Intensi Whistleblowing. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 14(03), 691-702.

Yurianty, P. S., & Riofita, H. (2024). Faktor Sosial dan Budaya dalam Lingkungan Pemasaran Lokal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 46720-46726.