JEMSI: Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi
E-ISSN: 2686-5238
P-ISSN: 2686-4916
https://dinastirev.org/JEMSI dinasti.info@gmail.com +62 811 7404 455
DOI: https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i4
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Received: 22 Januari 2026 | **Revised:** 26 Maret 2026 | **Accepted:** 27 Maret 2026

Konstruksi *Perceptual Fallacy* terhadap *Class-Mobility*

Nadia Azzahra[1], Hafiz Rahman[2], Donard Games[3]
[1]Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Padang, Indonesia, nadiaazzahra0125@gmail.com
[2]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Padang, Indonesia, hafizrahman@eb.unand.ac.id
[3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas, Padang, Indonesia, donardgames@eb.unand.ac.id

Corresponding Author: nadiaazzahra0125@gmail.com[1]

Abstract: *Changes in labor market structures and increasing career uncertainty have encouraged individuals to consider entrepreneurship as a pathway to social mobility. In this process, perceptual fallacy becomes a crucial factor influencing career decision-making, particularly in evaluating entrepreneurial opportunities and risks. Perceptual fallacy refers to systematic errors in perception and cognitive biases, such as overconfidence and excessive optimism, which may lead individuals to inaccurately assess the prospects of entrepreneurship. This study aims to analyze the effect of perceptual fallacy on class mobility among novice entrepreneurs. The research employs a quantitative approach using a survey method targeting individuals who have experienced career transitions from salaried employment to entrepreneurship. Data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The findings indicate that perceptual fallacy has a significant effect on class mobility, where biased perceptions in assessing entrepreneurial opportunities and risks influence individuals' success in achieving changes in socio-economic status. These results suggest that class mobility through entrepreneurship is not solely determined by rational considerations but is also shaped by individuals' subjective perceptual constructions. This study contributes theoretically to entrepreneurship and social mobility literature and provides practical implications for prospective entrepreneurs in enhancing awareness of perceptual biases in career decision-making.*

Keywords: *Perceptual Fallacy, Class mobility, Cognitive Bias, Entrepreneurship, Social Mobility.*

Abstrak: Perubahan struktur pasar kerja dan meningkatnya ketidakpastian karier mendorong individu untuk mempertimbangkan kewirausahaan sebagai jalur mobilitas sosial. Dalam proses tersebut, *perceptual fallacy* menjadi faktor penting yang memengaruhi pengambilan keputusan karier, khususnya dalam menilai peluang dan risiko usaha. *Perceptual fallacy* merujuk pada kesalahan persepsi dan bias kognitif individu, seperti optimisme berlebih dan *overconfidence*, yang dapat menyebabkan penilaian tidak akurat terhadap prospek kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *perceptual fallacy* terhadap *class-mobility* pada pengusaha pemula. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap individu yang mengalami transisi karier dari pekerja bergaji menuju kewirausahaan.

Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceptual fallacy* berpengaruh signifikan terhadap *class-mobility*, di mana bias persepsi dalam menilai peluang dan risiko usaha memengaruhi keberhasilan individu dalam mencapai perubahan posisi sosial-ekonomi. Temuan ini mengindikasikan bahwa *class mobility* melalui kewirausahaan tidak sepenuhnya ditentukan oleh pertimbangan rasional, melainkan juga oleh konstruksi persepsi subjektif individu. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian kewirausahaan dan mobilitas sosial, serta implikasi praktis bagi calon wirausahawan dalam meningkatkan kesadaran terhadap bias persepsi dalam pengambilan keputusan karier.

Kata Kunci: *Perceptual Fallacy*, *Class-Mobility*, Bias Kognitif, Kewirausahaan, Mobilitas Sosial.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, dunia ketenagakerjaan global mengalami transformasi signifikan akibat perkembangan teknologi digital dan pergeseran struktur ekonomi. Laporan *Future of Jobs* dari *World Economic Forum* (2025) memperkirakan bahwa antara tahun 2025-2030 akan terjadi perubahan besar dalam dunia kerja dengan munculnya jenis pekerjaan baru dan hilangnya pekerjaan lama akibat otomatisasi dan adopsi teknologi digital. Kondisi ini membuat proses pengambilan keputusan karier menjadi semakin kompleks.

Pergeseran ini mengubah cara individu memandang karier yang kini bukan hanya pendapatan yang stabil, tetapi juga menekankan fleksibilitas dan kemandirian (World Economic Forum, 2020). Dalam konteks ini, kewirausahaan semakin dipandang sebagai alternatif karier yang menjanjikan karena menawarkan kebebasan pengelolaan waktu, otonomi pengambilan keputusan, serta potensi finansial yang tidak terikat pada struktur organisasi formal (*International Labour Organization*, 2024). Dengan demikian, kewirausahaan tidak lagi diposisikan hanya sebagai solusi atas keterbatasan lapangan kerja, tetapi juga sebagai bentuk aktualisasi diri dan perwujudan nilai-nilai personal.

Dalam konteks Indonesia pada tahun 2025, kecenderungan memilih kewirausahaan sebagai jalur karier semakin menguat. Hal ini tercermin dari peningkatan rasio kewirausahaan nasional yang mencapai sekitar 3,29 % pada tahun 2025, melampaui target pemerintah dan menunjukkan adanya momentum pengembangan kewirausahaan di tengah peluang bisnis berbasis teknologi digital serta berbagai program nasional yang mendukung peningkatan keterlibatan pemuda dalam dunia usaha sejak dini (Antara News, 2025).

Peralihan jalur karier berkaitan erat dengan konsep *class mobility*, yaitu proses perpindahan posisi individu dalam struktur sosial ekonomi yang tercermin melalui perubahan pekerjaan, status kerja, atau jalur karier sepanjang siklus kehidupannya (Scott & Marshall, 2021). Dalam konteks penelitian ini, *class mobility* dipahami sebagai proses perpindahan posisi sosial ekonomi yang dialami individu melalui perubahan jalur karier, khususnya dari pekerjaan bergaji menuju kewirausahaan. *Class mobility* tidak hanya mencerminkan perubahan status pekerjaan, tetapi juga melibatkan proses pengambilan keputusan yang kompleks, di mana individu menilai peluang, risiko, serta makna kerja berdasarkan pengalaman sebelumnya dan kondisi pasar kerja yang dihadapi. Dengan demikian, *class mobility* dalam penelitian ini diposisikan sebagai fenomena yang melibatkan pertimbangan psikologis dan persepsi terhadap peluang usaha, yang pada akhirnya membentuk arah perpindahan karier individu (Fouarge et al., 2022).

Fenomena transisi karier dari pekerja menuju pengusaha sering dipandang sebagai suatu langkah yang diwarnai oleh ketidakpastian karena kewirausahaan mengandung risiko yang lebih tinggi dibandingkan pekerjaan formal. Namun, kajian terbaru dalam literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa kecenderungan mengambil risiko (risk-taking propensity)

memiliki pengaruh positif terhadap intensi berwirausaha (entrepreneurial intention), di mana individu yang memiliki tingkat risk-taking propensity lebih tinggi cenderung memandang ketidakpastian sebagai peluang yang dapat dikelola secara proaktif dan strategis, bukan sekedar sebagai ancaman (Hidayah et al., 2023).

Ketika memilih untuk menjadi wirausahawan, keputusan tersebut seringkali bukan hanya didorong oleh faktor internal seperti kepribadian, minat, atau kemampuan individu, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar kerja, tekanan ekonomi, dan ketidakstabilan sosial (Chen et al., 2020). Selain itu, individu juga rentan mengalami perceptual fallacy, berupa bias persepsi terhadap peluang usaha yang terlalu optimistis.

Permasalahan menjadi semakin kompleks ketika pengusaha pemula dihadapkan pada bias kognitif tersebut tanpa diimbangi oleh pengalaman maupun dukungan sistem yang memadai. Rahman et al. (2020) menunjukkan bahwa kegagalan pengusaha pemula tidak semata-mata disebabkan oleh keterbatasan keterampilan manajerial atau kurangnya pengalaman, tetapi juga oleh konstruksi tekanan psikologis yang bersumber dari dalam diri individu maupun dari faktor sosial–ekonomi eksternal. Kedua sumber tekanan tersebut saling berinteraksi dan membentuk konstruksi psycho-economic yang kompleks, yang pada akhirnya memengaruhi pola pikir, pengambilan keputusan, dan keberlanjutan usaha pengusaha pemula.

Dalam konteks lokal, Sumatra Barat memiliki karakteristik sosial budaya yang khas. Tradisi merantau yang kuat telah membentuk nilai kemandirian, ketahanan, dan orientasi usaha yang melekat dalam identitas sosial masyarakat Minangkabau (Relifra et al., 2024). Nilai budaya ini mendorong individu untuk berwirausaha sebagai bentuk pencapaian sosial dan kemandirian ekonomi.

Berdasarkan hasil prasurvei awal yang mewawancarai 15 individu yang memiliki pengalaman bekerja sebagai pekerja bergaji dan mempertimbangkan atau telah memilih kewirausahaan, ditemukan adanya interaksi yang kompleks antara faktor psikologis dan kognitif dalam pengambilan keputusan karier. Sejumlah responden memandang wirausaha sebagai pilihan yang lebih menyenangkan, fleksibel, dan tidak terikat dibandingkan bekerja sebagai pegawai, seperti yang diungkapkan oleh responden yang menilai adanya kebebasan dalam mengatur waktu, berkurangnya tekanan kerja, serta peluang untuk mengekspresikan kreativitas dan memperluas jaringan. Persepsi positif tersebut mencerminkan adanya kecenderungan perceptual fallacy, khususnya optimisme dan kepercayaan diri berlebih terhadap kemampuan personal dalam mengelola usaha, di mana keputusan berwirausaha lebih banyak didasarkan pada pengalaman subjektif dan kepuasan psikologis dibandingkan pertimbangan ekonomi yang sepenuhnya rasional. Dengan demikian, hasil prasurvei ini memberikan gambaran empiris awal bahwa keputusan *class mobility* melalui kewirausahaan juga menggambarkan perceptual fallacy.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Hartmann et al. (2022) menjelaskan bahwa kewirausahaan berfungsi sebagai salah satu mekanisme sosial untuk meningkatkan status ekonomi melalui penciptaan nilai dan kemandirian finansial. Dalam konteks yang lebih luas, Lakemann (2023) menegaskan bahwa jalur mobilitas sosial melalui kewirausahaan, khususnya di negara berkembang, tidak selalu berjalan mulus dan sering kali dihadapkan pada hambatan struktural, psikologis, dan kognitif. Pengusaha pemula kerap mengalami tekanan eksternal yang tinggi serta keterbatasan dalam pengambilan keputusan, sehingga mobilitas sosial yang diharapkan tidak selalu tercapai secara optimal (Radojevich-Kelley & Hoffman, 2023). Dengan demikian, konsep *class mobility* menjadi relevan untuk memahami sejauh mana kewirausahaan mampu mendorong perubahan posisi sosial-ekonomi individu dalam konteks ekonomi modern (Quadrini, 2020).

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji *perceptual fallacy*, namun demikian, masih terbatas penelitian yang secara komprehensif menjelaskan bagaimana tekanan bias kognitif tersebut memengaruhi keputusan karier serta *class mobility*. Oleh karena itu, penelitian

ini menjadi penting untuk mengisi celah riset tersebut dengan mengkaji secara integratif pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap *class mobility* pengusaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Pendekatan eksplanatori dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini yang berupaya menguji pengaruh *perceptual fallacy* terhadap keputusan karier dalam konteks *class mobility* pengusaha. Desain eksplanatori dianggap tepat karena mampu menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel secara sistematis, sebagaimana dijelaskan oleh Pfister et al. (2023) bahwa penelitian eksplanatori berfungsi mengembangkan pemahaman teoritis terhadap mekanisme kausal dalam studi manajemen. Data penelitian dikumpulkan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner tertutup berbasis skala Likert, yang disebarkan secara daring melalui Google Form untuk mempermudah partisipasi responden, baik dari kelompok pengusaha pemula maupun pegawai yang berpotensi berpindah profesi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Hipotesis

Tabel 1. Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	Keterangan
PF -> CM	0.213	0.217	0.074	2.896	0.004	Diterima

Pengaruh Perceptual Fallacy (PF) terhadap *Class mobility* (CM)

Hasil pengujian jalur antara Perceptual Fallacy (PF) dan *Class mobility* (CM) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,213, dengan t-statistics sebesar 2,896 dan p-values sebesar 0,004. Nilai ini menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik.

Temuan ini mengindikasikan bahwa Perceptual Fallacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Class mobility*. Artinya, bias atau kesalahan persepsi dalam menilai peluang dan risiko dapat meningkatkan keyakinan individu terhadap kemungkinan *class mobility* sosial. Secara teoritis, individu yang memiliki bias persepsi tertentu cenderung menilai peluang peningkatan status sosial secara lebih optimistis, meskipun tidak sepenuhnya didukung oleh kondisi objektif. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis dan kognitif berperan penting dalam membentuk persepsi *class mobility*.

Pembahasan

Pengaruh Perceptual Fallacy terhadap *Class mobility*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perceptual fallacy berpengaruh terhadap *class mobility*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kekeliruan persepsi individu dalam menilai realitas ekonomi, peluang usaha, dan risiko sosial berperan penting dalam proses *class mobility* yang dialami. Dalam konteks kewirausahaan, perceptual fallacy tercermin dari kecenderungan individu untuk menilai peluang secara subjektif, menyederhanakan kompleksitas lingkungan, serta membangun ekspektasi yang tidak sepenuhnya sejalan dengan kondisi objektif.

Perceptual fallacy merupakan bentuk bias kognitif yang muncul ketika individu menafsirkan informasi berdasarkan pengalaman terbatas, keyakinan personal, maupun mental shortcuts (heuristics), sehingga keputusan yang diambil tidak sepenuhnya rasional. Literatur kontemporer menjelaskan bahwa individu yang berada dalam kondisi ketidakpastian ekonomi

cenderung mengandalkan persepsi subjektif dibandingkan analisis objektif dalam mengevaluasi peluang mobilitas sosial (Bogliacino et al., 2021)

Dalam konteks *class mobility*, perceptual fallacy dapat berperan sebagai mekanisme pendorong maupun penghambat. Di satu sisi, persepsi yang terlalu optimis dapat mendorong individu untuk keluar dari status sosial sebelumnya dan mengambil risiko ekonomi, termasuk memilih jalur kewirausahaan sebagai strategi mobilitas ke atas. Namun, di sisi lain, persepsi yang keliru juga berpotensi menyebabkan individu mengabaikan keterbatasan struktural, seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan dukungan institusional, sehingga peluang *class mobility* yang diharapkan tidak sepenuhnya tercapai.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa mobilitas sosial tidak hanya ditentukan oleh faktor objektif seperti pendidikan dan pendapatan, tetapi juga oleh cara individu memersepsikan peluang dan batasan sosial (Dwyer & Hodson, 2022). Individu dengan perceptual fallacy cenderung membangun narasi personal tentang "peluang naik kelas" yang bersifat simplifikatif, sehingga keputusan ekonomi yang diambil lebih dipengaruhi oleh keyakinan subjektif daripada evaluasi rasional atas risiko jangka panjang.

Lebih lanjut, penelitian terbaru menunjukkan bahwa perceptual fallacy sering kali berkaitan dengan illusion of control dan misperception of probability, di mana individu meyakini bahwa keberhasilan ekonomi sepenuhnya berada dalam kendali personal, terlepas dari dinamika eksternal yang kompleks (Lovallo & Kahneman, 2023). Kondisi ini mendorong individu untuk tetap bertahan pada strategi ekonomi tertentu meskipun indikator objektif menunjukkan hasil yang kurang optimal. Dalam jangka panjang, hal ini memengaruhi arah dan kualitas *class mobility* yang dialami.

Dalam penelitian ini, pengaruh perceptual fallacy terhadap *class mobility* dapat dipahami sebagai refleksi dari ketegangan antara persepsi subjektif dan realitas struktural. Individu yang memiliki kecenderungan perceptual fallacy lebih tinggi menunjukkan orientasi *class mobility* yang dibangun atas dasar keyakinan personal dan interpretasi selektif terhadap informasi. Hal ini memperkuat argumen bahwa *class mobility* bukan hanya fenomena ekonomi, tetapi juga fenomena psikologis dan kognitif yang dipengaruhi oleh cara individu memaknai peluang sosial (Kraus et al., 2022).

Dengan demikian, temuan penelitian ini mendukung literatur kontemporer yang menekankan bahwa bias perseptual memainkan peran signifikan dalam pengambilan keputusan ekonomi dan lintasan mobilitas sosial. Perceptual fallacy tidak dapat dipisahkan dari proses *class mobility* karena ia membentuk cara individu menilai risiko, peluang, dan keberhasilan, terutama dalam konteks ketidakpastian dan keterbatasan informasi.

KESIMPULAN

Perceptual fallacy berpengaruh terhadap *class mobility*. Hasil ini mengindikasikan bahwa bias persepsi, seperti optimisme berlebih, overconfidence, dan kesalahan penilaian terhadap peluang usaha, turut membentuk cara individu memandang kewirausahaan sebagai sarana peningkatan status sosial ekonomi. Persepsi yang tidak sepenuhnya objektif dapat mendorong individu untuk melakukan transisi karier, meskipun keputusan tersebut tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional yang komprehensif.

REFERENSI

Antara News. (2025). *Rasio kewirausahaan nasional 2025 capai 3,29 persen*.

Bogliacino, F., Codagnone, C., Veltri, G. A., & Vivarelli, M. (2021). Behavioural economics and social mobility. *Journal of Economic Psychology*.

Dwyer, R. E., & Hodson, R. (2022). *Social mobility, perceptions, and inequality. Social Forces.*

Fouarge, D., Kriechel, B., & Dohmen, T. (2022). Occupational sorting, career mobility, and risk preferences. *Labour Economics*, *74*.

Hartmann, S., Backmann, J., Newman, A., Brykman, K. M., & Pidduck, R. J. (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *Journal of Small Business Management*, *60*(5), 1041–1079. https://doi.org/10.1080/00472778.2021.2024216

Hidayah, S., Wibowo, A., Mukhtar, S., & Kundriyah, K. (2023). CREATIVITY AND RISK-TAKING PROPENSITY FACTORS IN ENCOURAGING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AMONG HIGH SCHOOL STUDENTS. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, *4*(3), 150–162. https://doi.org/10.21009/jpepa.0403.14

International Labour Organization. (2024). *ant to be a*

Kraus, M. W., Stephens, N. M., & Townsend, S. S. M. (2022). The psychology of social class revisited. *Elsevier*.

Lakemann, T. (2023). How Vulnerable are the Self-Employed? Evidence from Ugandan Small-Scale Entrepreneurs. *The Journal of Development Studies*, *59*(9), 1391–1408. https://doi.org/10.1080/00220388.2023.2217996 *n entrepreneur? How to do it right*.

Lovallo, D., & Kahneman, D. (2023). Decision-making under uncertainty: Biases and corrective mechanisms. *Management Science.*

Quadrini, V. (2020). Entrepreneurship, saving, and social mobility revisited. *Review of Economic Dynamics*.

Radojevich-Kelley, N., & Hoffman, D. (2023). Accelerators and entrepreneurial learning: Reducing cognitive bias in early-stage ventures. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*.

Rahman, H., Besra, E., & Nurhayati. (2020). Explicating failure among nascent entrepreneurs in West Sumatra: The nexus of psycho-economic factors and opportunistic behavior Hafiz Rahman, Eri Besra, Nu. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, *16*(2), 37–66. https://doi.org/10.7341/20201622

Relifra, Suryani, N., & Fikriando, E. (2024). *Studi Literatur: Jiwa Kewirausahaan Etnis Minangkabau*.

Scott, J., & Marshall, G. (2021). *A Dictionary of Sociology*. Oxford University Press.

World Economic Forum. (2020). *Future of Jobs Report 2020*.

World Economic Forum. (2025). *The Future of Jobs Report 2025*.