

**PENGARUH ENTREPRENEURSHIP, INOVASI DAN PELUANG
TERHADAP KINERJA USAHA**

Budi Setiawan¹⁾, Suwandi²⁾, Gunardi Endro³⁾

¹Universitas Bakrie

E-mail: 2221011045@student.bakrie.ac.id

²Universitas Bakrie

E-mail: dsuwandi59@gmail.com

³Universitas Bakrie

Email: gunardi.endro@bakrie.ac.id

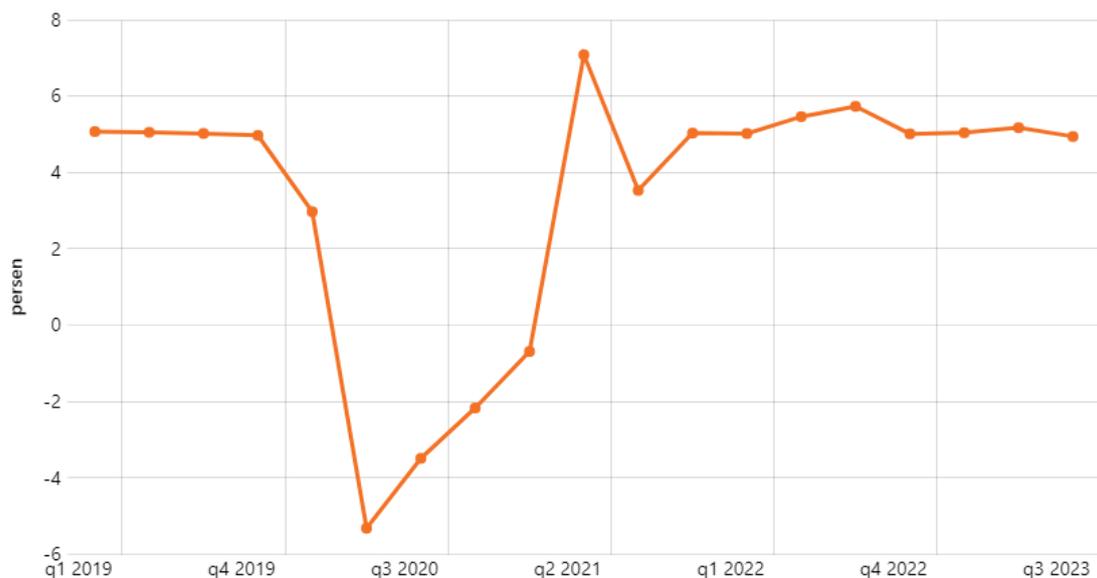
Abstract

This study aims to analyze the influence of entrepreneurship, innovation, and business opportunities on business performance in food entrepreneurs in West Jakarta. The research method used is quantitative descriptive method with data collection through questionnaires distributed to 142 food entrepreneurs. Data analysis was performed using multiple linear regression. The results showed that entrepreneurship has a partial positive effect on business performance, innovation has a partial positive effect on business performance, and business opportunities do not have a significant effect on business performance. Entrepreneurship, innovation and business opportunities have a simultaneous positive effect on business performance. These findings indicate that the increased ability of entrepreneurship, innovation, can improve the performance of food entrepreneurs in West Jakarta. The practical implications of this research are the importance of training and development of entrepreneurship skills as well as encouragement to create innovations to improve business performance.

Keywords : *Entrepreneurship, Innovation, Business Opportunities, Business Performance, Food Entrepreneurs, West Jakarta.*

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara besar dengan jumlah penduduk sekitar 270 juta, luas wilayah, keragaman budaya, dan sumber daya alam yang melimpah, yang seharusnya menjadi modal kuat untuk memajukan perekonomian. Namun, Indonesia masih menghadapi masalah kemiskinan dan ketimpangan pendapatan yang mencolok di antara warganya. Masalah ekonomi makro, baik jangka pendek seperti pengangguran, inflasi, dan ketimpangan neraca pembayaran, maupun jangka panjang seperti pertumbuhan ekonomi, masih menjadi tantangan. Para ekonom fokus pada pertumbuhan ekonomi sebagai ukuran penting kesejahteraan masyarakat. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi, diperlukan instrumen pendorong yang tepat dan kuat, serta model pertumbuhan ekonomi yang bisa menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pertumbuhan tersebut. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS), ekonomi Indonesia pada kuartal II-2023 tumbuh 5,17% secara tahunan (year-on-year/yoy), lebih tinggi dibanding capaian kuartal I-2023 yang pertumbuhannya 5,04%. Berikut grafik pertumbuhan ekonomi Indonesia, yaitu:



Gambar 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
(Sumber : Databoks, 2023)

Berdasarkan Gambar 1.1, pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal II-2023 berasal dari Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) sebesar Rp. 3.075,7 triliun dan ADHB sebesar Rp. 5.226,7 triliun. Meskipun terjadi perlambatan ekonomi global dan penurunan ekspor komoditas, ekonomi Indonesia tetap tumbuh solid sebesar 5,17% secara tahunan. Konsumsi rumah tangga menjadi penopang utama dengan kontribusi 53,31% terhadap ekonomi, tumbuh 5,23% (yoy). Investasi atau Pembentukan Modal Tetap Bruto (PMTB) berkontribusi 27,9% dengan pertumbuhan 4,63% (yoy). Ekspor mengalami penurunan 2,75% (yoy) dan impor turun 3,08% (yoy). Sementara itu, konsumsi pemerintah meningkat 10,62% (yoy) dan konsumsi Lembaga Non-Profit yang Melayani Rumah Tangga (LNPRM) naik 8,62% (yoy).

Pemerintah Indonesia memberikan perhatian khusus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena peran strategisnya dalam perekonomian nasional. UMKM tidak hanya banyak jumlahnya di setiap sektor ekonomi, tetapi juga mampu menciptakan lapangan kerja. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, pemberdayaan UMKM bertujuan untuk membangun ekonomi nasional yang berkeadilan. Data Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan peningkatan 2,02% jumlah UMKM dari 62.922.617 pada tahun 2017 menjadi 64.194.057 pada tahun 2018. Di DKI Jakarta, terdapat 37.850 UMKM dengan distribusi terbanyak di Jakarta Barat (12.244 unit). Program pembinaan oleh pemerintah daerah DKI Jakarta mencakup 31.116 pelaku UMKM pada tahun sebelumnya. Meski terdapat perkembangan positif, banyak UMKM, khususnya usaha mikro, belum mendapatkan pembinaan karena kurangnya pengetahuan bisnis dan sensitivitas terhadap pasar.

Kinerja usaha dipengaruhi oleh entrepreneurship, inovasi, dan peluang. Entrepreneurship melibatkan kreativitas dan inovasi dalam menghadapi ketidakpastian, sementara inovasi mengubah ide kreatif menjadi produk atau metode kerja yang berguna. Peluang penting untuk mengeksplorasi pasar baru dan membentuk kemitraan strategis. Perusahaan inovatif dengan pengetahuan dan keterampilan luas cenderung unggul dan mampu menciptakan produk atau layanan baru yang meningkatkan kinerja. Inovasi memiliki efek yang berbeda tergantung pada jenisnya. Meski beberapa penelitian menunjukkan inovasi berpengaruh positif pada kinerja usaha, ada juga yang menyatakan sebaliknya. Pelaku UMKM yang mampu menghadirkan produk unggul melalui kewirausahaan dan inovasi memiliki peluang lebih besar untuk menarik

konsumen. DKI Jakarta, terutama Jakarta Barat, menunjukkan pertumbuhan signifikan di sektor kuliner dengan nilai produksi tertinggi. Penelitian ini mengkaji pengaruh entrepreneurship, inovasi, dan peluang usaha terhadap kinerja wirausaha makanan di Jakarta Barat.

Batasan Penelitian

Dari rumusan masalah dalam penelitian ini, maka perlu dilakukan pembatasan masalah agar dalam pengkajian yang dilakukan lebih terfokus kepada masalah-masalah yang ingin dipecahkan. Penelitian ini menitikberatkan pada entrepreneurship, inovasi dan peluang berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Wirausaha Makanan di Jakarta Barat. Sedangkan batasan metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan data sekunder dan kuesioner.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Pendekatan yang digunakan

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang memungkinkan dilakukan pencatatan dan analisis data hasil penelitian secara pasti dengan menggunakan perhitungan-perhitungan statistik (Lodico, 2017). Bentuk penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:20) analisis penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

2.2 Populasi dan Sampel

2.2.1 Populasi

Populasi adalah suatu wilayah umum yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai ciri-ciri tertentu dan sifat-sifat tertentu yang ditentukan oleh peneliti, yang dipelajari dan dari situ harus ditarik kesimpulan (Sugiyono 2018). Pada Tahun 2023, Jakarta Barat memiliki Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto tertinggi (<https://jakpuskota.bps.go.id/publication/2024/02/28/02535758f0ce0a76e1bba6c2/kota-jakarta-pusat-dalam-angka-2024.html>), tetapi pada Tahun 2021 dan 2022, Jakarta Barat memiliki Laju Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto lebih tinggi dari Jakarta Selatan, sehingga penulis mengambil wilayah Jakarta Barat dalam penelitian ini. Dari sumber yang sama, terlihat bidang usaha "Makanan" memiliki nilai produksi tertinggi dibanding dengan klafikasi bidang usaha yang lain (kedua adalah "Komputer Barang Elektronik dan Optik" dan ketiga adalah "Peralatan Listrik"). Jumlah Gedung Rumah Makan di Jakarta Barat pada tahun 2023 adalah terbanyak, yaitu sejumlah 303 gedung (<https://jakbarkota.bps.go.id/publication/2024/02/28/03cf618feac594ba037c10a0/kota-jakarta-barat-dalam-angka-2024.html>).

Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan Wirausaha Makanan di Jakarta Barat, yang berjumlah 218 UMKM. Berdasarkan data BPS, Penulis lebih memilih Jakarta Barat karena konsisten mengalami peningkatan jumlah rumah makan dari tahun 2020, 2021 dan 2022.

2.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dan ciri-cirinya. Memahami dan menjelaskan ciri-ciri serta aspek-aspek sampel dalam penelitian sangat penting untuk memastikan representasi yang akurat dari populasi, yang pada gilirannya mendukung validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Dengan demikian, peneliti dapat membuat generalisasi yang lebih tepat dan menghindari bias

yang mungkin timbul dari pemilihan sampel yang tidak representatif (Sugiyono, 2018). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode random sampling, yaitu mencakup orang-orang yang terdapat pada populasi tersebut sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan responden dalam penelitian.

Populasi pada penelitian berjumlah 218 akan dilakukan penarikan sampel dengan menggunakan Rumus Slovin dengan jumlah populasi yang tinggi maka digunakan signifikansi sebesar 5%, alasan digunakannya error 5% adalah mengacu pada tingkat kesalahan maksimal yang dapat ditolerir pada penelitian ilmu sosial.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel/jumlah responden

N = ukuran populasi

e = persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{218}{1 + (218) (5\%)^2}$$

$$n = \frac{218}{1 + (218) (0.05)^2}$$

$$n = \frac{218}{1 + (218) (0.0025)^2}$$

$$n = \frac{218}{1 + 218}$$

$$n = \frac{218}{219}$$

$$n = 141.955$$

Berdasarkan rumus slovin diatas tersebut pada penelitian ini diambil sebesar 5%, maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 141, maka sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 142 sampel pada Wirausaha Makanan di Jakarta Barat, dengan perhitungan.

2.3 Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019).

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Entrepreneurship (X1)	<i>Entrepreneurship</i> segala proses di dalam bisnis yang mampu membuat suatu value dengan memanfaatkan peluang yang ada.	1. Percaya diri 2. Berorientasi pada tugas dan hasil 3. Kepemimpinan 4. Berani mengambil resiko	<i>Likert</i>
Inovasi (X2)	Inovasi suatu ide yang didapat atau dibuat oleh seseorang atas suatu hal	1. Menambahkan fitur atau produk baru	<i>Likert</i>

	yang sebelumnya telah lama ada kemudian diberikan sentuhan yang berbeda sehingga menghasilkan hal baru, baik secara fungsi maupun fisik.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Mengambil langkah-langkah untuk mengembangkan produk baru 3. Memperkenalkan teknologi dan peralatan baru untuk perbaikan produk atau proses 4. Memperkenalkan prosedur kontrol kualitas baru dalam produksi atau operasi 	
Peluang	Peluang merupakan upaya/serangkaian kegiatan untuk mengambil manfaat dari pengembangan pengetahuan baru sebuah individu dan organisasi, perubahan perilaku actor ekonomi, dan perubahan berbagai macam lingkungan makro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan pengetahuan dan kompetensi pelaku usaha 2. Partisipasi pelaku bisnis dalam melaksanakan peluang yang ada 3. Dampak keberlanjutan berupa peningkatan kesadaran pelaku usaha mengenai peluang 	<i>Likert</i>
Kinerja Usaha (Y)	Kinerja usaha adalah seluruh tindakan atau aktivitas dari suatu organisasi pada suatu periode untuk mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan penjualan 2. Peningkatan profit 3. Pertumbuhan memuaskan 	<i>Likert</i>

2.4 Metode Pengumpulan Data/ Informasi

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, serta instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah. Adapun instrumen dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi dilakukan dengan melihat langsung di lapangan misalnya kondisi ruang kerja dan lingkungan kerja yang dapat digunakan untuk

menentukan faktor layak yang didukung dengan adanya wawancara dan kuesioner (Sugiyono, 2018).

2. Kuesioner

Dalam penelitian ini kuesioner menjadi metode pengumpulan data yang akan diberikan pada siswa. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Variabel yang diukur diuraikan menjadi indikator variabel. Jawaban dari setiap item instrumen skala likert memiliki bobot nilai skor yang berbeda-beda. Dalam skala likert nilai skor tertinggi diberikan untuk alternatif jawaban yang sangat diharapkan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian, dan nilai skor terendah diberikan pada alternatif jawaban yang sangat tidak diharapkan (Silaen, 2018).

Tabel 2. Skor skala likert

Kriteria Jawaban	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2.5 Teknik Analisis Data/ Informasi

Kegiatan dalam analisis data adalah menyediakan data untuk setiap variabel dalam penelitian, melakukan perhitungan untuk menjawab pernyataan, serta melakukan perhitungan untuk pengujian hipotesis yang sudah dikemukakan. Dalam proses pengujian dan menganalisis data penelitian penulis menggunakan bantuan software SPSS 25.

2.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah statistik yang dipakai guna mengkaji data dengan menguraikan atau menjelaskan data yang sudah terkumpul, dan tidak dimaksudkan untuk membuat kesimpulan umum atau universal (Sugiyono, 2018). Alat bantu yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu aplikasi SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versi 25 untuk menghasilkan deskripsi jawaban dari responden mengenai variabel independen dan dependen yang ada pada penelitian ini.

2.5.2 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur konsep tertentu dan benar-benar dapat mengukur validitas kuesioner secara tepat. Jika pertanyaan kuesioner bisa mendeskripsikan apa yang akan dinilai oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner klasifikasi tersebut tepat. Untuk mengetahui apakah kuisisioner valid atau tidak dapat dikerjakan dengan cara memeriksa koefisien interelasi dengan alat ukur yang dianggap valid. Syarat diterima atau tidak suatu data dikatakan valid atau tidak valid, yakni:

1. Apabila $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$, berarti item pada pertanyaan memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total item tersebut, sehingga item tersebut dikatakan valid.
2. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, berarti item pada pertanyaan tidak berhubungan signifikan dengan skor total item tersebut, sehingga item tersebut dikatakan tidak valid

2.5.2 Uji Reliabilitas

Kuesioner sebagai indikator variabel dapat diukur dengan uji reliabilitas. Apabila narasumber memberikan jawaban yang konstan yang tidak mengalami perubahan, kuesioner

tersebut dianggap bisa diandalkan. (Ghozali, 2018) menjelaskan untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0.60.

2.5.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik merupakan pengujian statistik yang harus diperoleh untuk menghasilkan model regresi linier yang baik. Asumsi klasik terdapat tiga yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan dalam pengukuran data untuk diketahui terdistribusi secara normal atau tidak (Sujarweni, 2015). Data yang baik dan sesuai untuk penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Uji normalitas bisa dilaksanakan dengan memakai nilai **Kolmogorov-Smirnov**. Data yang terdistribusi (tersebar) normal saat nilai signifikannya lebih dari 0,05 (>0,05). Data yang tidak terdistribusi (tersebar) normal saat nilai signifikannya kurang dari 0,05 (<0,05).

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan model statistik yang digunakan guna mengetahui apakah model regresi pada data penelitian mengalami korelasi antar variabel independen atau tidak, untuk menjelaskan multikolinieritas dalam penelitian ini dengan menggunakan metode Variance Inflation Factor. Jika VIF (*Variance Inflation Factor*) bernilai < 10 atau nilai tolerance >0,1, maka kesimpulannya dalam data tidak terjadi gejala multikolinieritas (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Penggunaan uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengamati residual yang tidak memiliki varian yang sama. Dikatakan homoskedastisitas apabila keadaan dari varian yang diamati bersifat tetap dan apabila tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas pada data, maka model regresi dikatakan baik (Ghozali, 2018).

2.5.5 Regresi Linear Berganda

Model statistik regresi berganda merupakan model statistik guna mengetahui ada tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel independen. Persamaan regresi yang dipakai pada penelitian ini, yakni:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kinerja Usaha

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Variabel

X1 = Entrepreneurship

X2 = Inovasi

e = Error

2.5.6 Analisis Koefisien Determinasi (R square)

Koefisien determinasi dalam pengujian sejauh mana model menguraikan perubahan variabel dependen. koefisien determinasi (R square) diantara 0 dan 1, sebaliknya R square =0, model tidak dapat menguraikan pengaruh perubahan variabel X terhadap Y (Ghozali, 2018).

1. Jika R square = 1 atau mendekati 1, ini membuktikan efek positif dan korelasi antara variabel yang diuji sangat kuat.

2. Jika R square = -1 atau mendekati -1, ini membuktikan dampak negatif dan korelasi antar variabel yang di uji lemah.

3. Jika R square = 0 atau mendekati 0, maka korelasinya lemah atau tidak terdapat korelasi antara variabel yang diteliti.

3.5.7 Uji Hipotesis

Adapun hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji Regresi Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F).

1. Uji Regresi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung lebih besar dibanding t tabel pada taraf signifikansi 5%, maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya jika t hitung lebih kecil dibanding t tabel pada taraf signifikansi 5%, maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Jika dilakukan dengan menggunakan taraf significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). (Chandrarini, 2018). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka koefisien regresi signifikan. Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jika F hitung lebih besar daripada F tabel pada tingkat signifikansi 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, jika F hitung lebih kecil dari F tabel pada tingkat signifikansi 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hipotesis tidak dapat diterima atau ditolak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$) (Chandrarini, 2018). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka koefisien regresi signifikan. Ini berarti bahwa secara simultan kedua variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Hasil penelitian didasarkan pada data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada Wirausaha Makanan di Jakarta Barat berjumlah 142. Dalam penelitian ini dapat dilihat gambaran identitas responden yang meliputi jenis kelamin, status pernikahan dan pendidikan terakhir.

Analisis Deskriptif

1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil analisis responden berdasarkan distribusi jenis kelamin dari 142 responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Jenis Kelamin	Frequency	Percent (%)
Laki-laki	75	52.8
Perempuan	67	47.2
Total	142	100.0

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa dari responden yang berjumlah 142 orang, terdapat persentase yaitu 52.8% untuk jenis kelamin laki-laki, sedangkan untuk perempuan yaitu 47.2%. Hal ini menunjukkan bahwa Wirausaha Makanan di Jakarta Barat memiliki lebih banyak laki-laki.

2. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

Hasil analisis responden berdasarkan distribusi pendidikan dari 142 responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 4. berikut:

Tabel 4. Responden berdasarkan Pendidikan

Jenis Kelamin	Frequency	Percent (%)
SD	5	3.5
SMA	100	70.4
S1	34	23.9
S2	3	2.1
Total	142	100.0

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa dari responden yang berjumlah 142 orang, terdapat persentase yaitu 3.5% untuk pendidikan SD, untuk pendidikan SMA yaitu 70.4%, pendidikan S1 sebesar 23.9%, sedangkan pendidikan S2 sebesar 2.1%. Hal ini menunjukkan bahwa Wirausaha Makanan di Jakarta Barat memiliki lebih banyak pendidikan SMA.

3. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan

Hasil analisis responden berdasarkan distribusi status pernikahan dari 142 responden yang diteliti dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5 Responden Berdasarkan Status Pernikahan

Jenis Kelamin	Frequency	Percent (%)
Menikah	87	61.3
Belum Menikah	55	38.7
Total	142	100.0

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa dari responden yang berjumlah 142 orang, terdapat persentase yaitu 61.3% untuk status Menikah, status Belum Menikah yaitu 38.7%. Hal ini menunjukkan bahwa Wirausaha Makanan di Jakarta Barat memiliki lebih banyak Menikah.

Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur terhadap apa yang diukur (Wahyuni, 2017). Sebuah kuesioner dinyatakan valid jika pernyataan yang terdapat dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, Uji validitas dilakukan pada item-item pernyataan, apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat dinyatakan hasilnya valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka hasil dapat dinyatakan tidak valid. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan signifikan 5% (SPSS, 2016). Untuk mengetahui apakah kuisisioner valid atau tidak, terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

No	Item	Hasil Uji	Keterangan
Entrepreneurship (X1)			
1	X1.1	0,804	Valid
2	X1.2	0,768	Valid
3	X1.3	0,881	Valid
4	X1.4	0,743	Valid
5	X1.5	0,831	Valid
6	X1.6	0,877	Valid
7	X1.7	0,869	Sah
8	X1.8	0,824	Sah
9	X1.9	0,911	Sah
10	X1.10	0,772	Sah
11	X1.11	0,831	Sah
12	X1.12	0,877	Sah
13	X1.13	0,869	Sah
14	X1.14	0,824	Sah
15	X1.15	0,911	Sah
Inovasi (X2)			
1	X2.1	0,855	Sah
2	X2.2	0,805	Sah
3	X2.3	0,873	Sah
4	X2.4	0,753	Sah
5	X2.5	0,868	Sah
6	X2.6	0,883	Sah
7	X2.7	0,847	Sah
8	X2.8	0,786	Sah
9	X2.9	0,868	Sah
10	X2.10	0,883	Sah
Peluang (X3)			
1	X3.1	0,814	Sah

2	X3.2	0,887	Sah
3	X3.3	0,804	Sah
4	X3.4	0,804	Sah
5	X3.5	0,810	Sah
6	X3.6	0,810	Sah
7	X3.7	0,775	Sah
8	X3.8	0,823	Sah
9	X3.9	0,770	Sah
10	X3.10	0,883	Sah
Kinerja Usaha (Y)			
1	Y.1	0,908	Sah
2	Y.2	0,899	Sah
3	Y.3	0,805	Sah
4	Y.4	0,879	Valid
5	Y.5	0,866	Valid
6	Y.6	0,680	Valid
7	Y.7	0,878	Valid

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai r hitung untuk masing – masing pernyataan pada setiap variabel valid atau $> r$ tabel (0,165). Hal ini dapat disimpulkan bahwa masing-masing pernyataan tersebut valid untuk digunakan sebagai alat ukur variabel Entrepreneurship (X1), Inovasi (X2), Peluang (X3) berpengaruh terhadap Kinerja Usaha (Y) dan telah memenuhi syarat validitas yang baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah mengukur sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya dan biasanya digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi, bahwa apakah alat ukur yang digunakan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Apabila nilai Alpha $> 0,60$ maka hasilnya reliabel, sebaliknya jika Alpha $< 0,60$ maka hasilnya tidak reliabel (SPSS Statistik, 2016). N of items pada penelitian ini sebanyak 42 pernyataan dari setiap variabel yang ada dan diolah menggunakan SPSS 25.0. Adapun output pengolahan data untuk variabel ini dapat disajikan berikut ini:

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.986	42

Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji reliabilitas menampilkan nilai Cronbach's Alpha 0,986 $> 0,60$, hal ini menandakan bahwa seluruh N of items pernyataan dinyatakan reliabel. Terbukti pada hasil uji reliabilitas yang menampilkan semua nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. hasil tersebut dinyatakan reliabel, yang artinya terdapat konsistensi jawaban responden

atas 42 pernyataan kuesioner yang diajukan pada variabel terkait, sehingga dapat dikatakan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mudah dipahami oleh responden.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas biasanya wajib dilakukan untuk melihat apakah data yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan, baik itu berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal.

Tabel 8 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

Variabel	Hasil Uji	Cut Off	Keterangan
Residu data <i>Entrepreneurship</i> , Inovasi, Peluang dan Kinerja Usaha	0,199	0,05	Normal

Dari Tabel Hasil Uji Normalitas menggunakan metode kolmogrov smirnov didapatkan hasil signifikansi dari uji normalitas sebesar 0.199 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dimaksudkan untuk menguji apakah terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau tidak dalam model regresi. Untuk mendeteksi adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen dapat dilakukan dengan beberapa cara salah satunya dengan menggunakan Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Menurut Ghazali (2017: 36) tolerance mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Asumsi dari Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dapat dinyatakan sebagai berikut:

Tabel 9 Uji Multikolinearitas

Variabel	Hasil Uji		Cut Off	Keterangan
	Tolerance	VIF		
Entrepreneurship	0,175	5,707	Tolerance: >0,1 VIF: <10,00	Tidak terjadi multikolinearitas
Inovasi	0,175	5,708		
Peluang	0,999	1,001		

Dari hasil perhitungan yang ada pada Tabel Hasil Uji Multikolinearitas variabel bebas menunjukkan bahwa nilai Toleran > 0.10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang diuji bebas dari Multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi pada penelitian ini dilakukan menggunakan taraf Durbin Watson. Uji ini merupakan salah satu metode yang paling sering digunakan untuk mendeteksi keberadaan autokorelasi pada residu dalam model regresi linier. Uji ini mengukur tingkat asosiasi antara nilai-nilai residu yang berurutan. Nilai statistik Durbin-Watson biasanya berkisar antara 0 hingga 4. Berikut merupakan hasil analisis mengenai autokorelasi model regresi.

Tabel 10. Uji Autokorelasi

Variabel	Hasil Uji	Cut Off	Keterangan
Entrepreneurship, Inovasi, Peluang dan Kinerja Usaha	d_w : 2,213	dU: 1,6829 4-dU: 2,2317	Tidak terjadi Autokorelasi

Berdasarkan data pada tabel, memperlihatkan hasil uji durbin Watson sebesar 2,213. Angka ini berada diantara dU (1,6829) dan 4-dU (2,2317), dimana hasil ini menunjukkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi ($dU < d < 4-dU$).

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan apakah varian dari data konstan atau tidak, data ini biasanya ditemui pada penelitian dengan menggunakan data cross section. Uji heteroskedastisitas adalah uji merupakan salah satu bagian dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear.

Tabel 11. Uji Heterokedastisitas

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2814.368	2	1407.184	359.911	.055
	Residual	543.463	139	3.910		
	Total	3357.831	141			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Entrepreneurship, Inovasi, Peluang

Dari hasil uji Heteroskedastisitas menunjukkan hasil signifikansi dari variabel 0,055 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas dalam model regresi.

Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda atau double linear regression adalah regresi dimana variabel terikatnya dihubungkan dengan lebih dari satu variabel bebas yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar nilai dari variabel bebas dan terikat melalui persamaan regresi. Berikut hasil yang telah didapat:

Tabel 12. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.847	1.645		-.515	.607
	Entrepreneurship	.126	.043	.238	2.912	.004
	Inovasi	.520	.061	.694	8.479	.000
	Peluang	.000	.028	.000	-.006	.995

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,847 + 0,126 X_1 + 0,520 X_2 + 0,000 X_3$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -0,847 menandakan bahwa apabila asumsi pergerakan X_1 , X_2 , dan X_3 dijadikan 0, maka variabel Kinerja Usaha mengalami penurunan sebesar 0,847

2. Variabel Entrepreneurship (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel Kinerja Usaha (Y) dengan nilai 0.126, artinya semakin baik Entrepreneurship pada Wirausaha Makanan di Jakarta Barat, akan semakin meningkatkan Kinerja Usaha.

3. Koefisien regresi untuk Inovasi (X2) sebesar 0,520 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel Inovasi (X2), akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,520 unit dalam variabel Kinerja Usaha (Y), dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan.

4. Koefisien regresi dari variabel Peluang (X3) sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, tidak adanya pengaruh parsial antara variabel Peluang (X3) terhadap variabel Kinerja Usaha (Y), dan apabila terdapat pengaruh maka tidak akan menyebabkan peningkatan dan penurunan dari variabel Kinerja Usaha (Y).

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (Adjusted R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terhadap penelitian ini. Pada analisis kali ini dapat dilihat melalui nilai adjusted R square.

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.916 ^a	.838	.835	1.98447

a. Predictors: (Constant), Entrepreneurship, Inovasi, Peluang

Berdasarkan hasil analisis model regresi pada tabel 4.13, terlihat bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,916 menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat kuat antara variabel dependen dengan variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, yaitu Entrepreneurship, Inovasi, Peluang. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.838 mengindikasikan bahwa variabel independen berpengaruh sebesar 83,8% sedangkan faktor lain memberikan pengaruh sebesar 16,2%. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang dibangun memiliki tingkat kecocokan yang tinggi dalam menjelaskan fenomena yang diamati. Meskipun begitu, perlu diperhatikan bahwa koefisien korelasi yang disesuaikan (Adjusted R^2) hanya sedikit berbeda dengan nilai koefisien determinasi, menunjukkan bahwa penambahan variabel independen entrepreneurship, inovasi dan peluang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penjelasan variasi dalam model.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Parsial (Uji t)

Nilai probabilitas sig lebih kecil atau sama dengan suatu nilai 0.05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai sig lebih besar 0,05 berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil uji-t untuk masing-masing variabel bebas:

Tabel 13. Uji Regresi Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.847	1.645		-.515	.607
	Entrepreneurship	.126	.043	.238	2.912	.004
	Inovasi	.520	.061	.694	8.479	.000
	Peluang	.000	.028	.000	-.006	.995

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Berdasarkan Tabel 4.12, maka berikut merupakan hasil dari masing masing variabel independen

a. Berdasarkan hasil analisis, variabel entrepreneurship memperoleh nilai t sebesar 2,912 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,004. Karena nilai t yang dihasilkan (2,922) lebih besar dari nilai t tabel (1,984) dan nilai signifikansinya (0,004) lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Entrepreneurship memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial positif secara signifikan antara variabel entrepreneurship terhadap kinerja usaha para Wirausaha Makanan di Jakarta Barat

b. Hasil juga menunjukkan, pada variabel Inovasi diperoleh nilai t sebesar 8,479 dengan tingkat signifikansi yang sangat kecil, yaitu 0,000. Nilai t ini jauh lebih besar daripada nilai t tabel (1,984), dan nilai signifikansinya jauh lebih kecil dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa Inovasi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Kinerja Usaha. Hasil ini menegaskan bahwa inovasi mempengaruhi peningkatan dan perbaikan kinerja usaha para wirausaha makanan di Jakarta Barat.

c. Hasil menunjukkan, pada variabel Peluang diperoleh nilai t sebesar -0,006 dengan tingkat signifikansi yang besar, yaitu 0,995. Nilai t ini jauh lebih besar daripada nilai t tabel (-1,984), dan nilai signifikansinya jauh lebih besar dari 0,05, yang mengindikasikan bahwa peluang tidak memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap Kinerja Usaha.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) uji simultan atau uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen secara keseluruhan atau bersama-sama dalam model regresi terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui terdapat pengaruh atau tidak secara simultan dapat dilihat dari kriteria pengambilan keputusan. Salah satunya adalah ketika nilai signifikan yang dihasilkan $< 0,05$ maka dinyatakan terdapat pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap variabel dependen. Keadaan akan berbanding terbalik ketika nilai signifikan pada output $> 0,05$ yang dimana tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Berikut dibawah ini akan disajikan hasil uji signifikansi simultan.

Tabel 14. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2814.368	3	938.123	238.215	.000 ^b
	Residual	543.463	138	3.938		
	Total	3357.831	141			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Entrepreneurship, Inovasi, Peluang

Berdasarkan Tabel 14., hasil ANOVA menunjukkan nilai F sebesar 238,215 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Nilai F tabel adalah 2,67 dengan tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini memperlihatkan nilai f hitung yang lebih besar daripada f tabel ($238,215 > 2,67$) dan tingkat signifikansi yang dihasilkan (0.000) lebih rendah dari alpha yang ditentukan (0.05). Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kinerja usaha.

3.2 Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel entrepreneurship adalah 0.126 dengan nilai signifikansi 0.004, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara entrepreneurship dan kinerja usaha pada wirausaha makanan di Jakarta Barat. Peningkatan entrepreneurship dalam bisnis makanan berpotensi meningkatkan kinerja usaha, dan penurunan entrepreneurship dapat menurunkan kinerja usaha. Penelitian ini sejalan dengan studi oleh Prasetyo & Wijaya (2019) dan Zaini & Handoyo (2021) yang menemukan bahwa entrepreneurship berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Entrepreneurship membantu mengidentifikasi peluang pasar, menciptakan solusi baru, dan memanfaatkan sumber daya secara efisien, yang semuanya meningkatkan produktivitas dan profitabilitas perusahaan.

Entrepreneurship adalah kemampuan untuk menciptakan bisnis baru dengan mengelola risiko dan ketidakpastian untuk mencapai profit. Para entrepreneur memiliki kemampuan unik untuk menciptakan ide-ide baru dan mengubahnya menjadi kenyataan yang berbeda dari yang telah ada sebelumnya. Studi oleh Rehman et al. (2021) dan Hanaysha & Al-Shaikh (2022) menunjukkan bahwa entrepreneur cenderung lebih cepat beradaptasi dengan perubahan pasar dan menghasilkan produk serta layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Entrepreneurship juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi. Selain manfaat ekonomi, entrepreneurship juga memberikan dampak sosial signifikan dengan memperkuat ikatan sosial, meningkatkan akses ke layanan penting, dan mempercepat pembangunan infrastruktur di daerah terpinggirkan.

Hasil analisis menunjukkan terdapat hubungan positif signifikan antara inovasi dan kinerja usaha di kalangan wirausaha makanan di Jakarta Barat, dengan nilai t hitung 0.520 dan nilai signifikansi 0.000. Ini menunjukkan bahwa peningkatan inovasi akan berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha, sementara penurunan inovasi cenderung menurunkan kinerja usaha. Penelitian ini sejalan dengan studi Sudjatmoko et al. (2023) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, karena dapat meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk atau layanan, serta memperluas pasar. Inovasi memungkinkan UMKM menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar, yang meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang ketat, inovasi dalam model bisnis menjadi faktor kunci yang dapat meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi merujuk pada kemampuan untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk baru atau memperbarui produk yang ada agar lebih menarik di pasar. Pohan (2022) menyatakan bahwa inovasi model bisnis yang baik akan meningkatkan kinerja UMKM. Inovasi tidak hanya mencakup produk fisik tetapi juga cara pemasaran, distribusi, atau perbaikan proses internal. Menurut Dühring dan Zeffass (2021), adopsi inovasi, baik dalam produk, proses produksi, maupun strategi pemasaran, dapat memperbaiki kinerja UMKM, menjadikan mereka lebih kompetitif, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Tantangan dalam mengadopsi inovasi memang ada, tetapi strategi inovatif yang tepat akan membantu UMKM menciptakan keunggulan kompetitif dan tetap relevan di pasar yang dinamis.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas tersebut, kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Entrepreneurship berpengaruh positif secara parsial terhadap Kinerja Usaha sebesar $0,004 < 0,05$, artinya hipotesis diterima.
2. Inovasi berpengaruh positif secara parsial terhadap Kinerja Usaha sebesar $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis diterima.
3. Peluang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha dengan besaran signifikansi $0,995 > 0,05$, artinya hipotesis ditolak
4. Entrepreneurship, Inovasi dan Peluang berpengaruh positif secara simultan terhadap Kinerja Usaha sebesar $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis diterima.

Penelitian ini menunjukkan Entrepreneurship, Inovasi dan Peluang Usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan simultan terhadap Kinerja Usaha wirausaha makanan di Jakarta Barat. Peningkatan Entrepreneurship dan Inovasi dapat meningkatkan Kinerja Usaha, sementara penurunan keduanya dapat menyebabkan penurunan Kinerja Usaha. Implikasi dari penemuan ini adalah pentingnya mendukung pengembangan Entrepreneurship dan Inovasi di kalangan wirausaha makanan di Jakarta Barat. Dukungan tersebut dapat meliputi pembangunan keterampilan, akses terhadap sumber daya, insentif untuk inovasi, dan kolaborasi antar pemangku kepentingan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rusdiana. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik (2nd ed.). CV. Pustaka Setia
- Agyapong, A., Mensah, H. K., & Ayunni, A. M. (2018). The moderating role of social network on the relationship between innovative capability and performance in the hotel industry. *International Journal of Emerging Markets*
- Aisyah Mutiarasari (2018). Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah*. Volume 1 Nomor 2
- Amri, A., Anhar, B., & Ramaditya, M. (2020). Identification of Market Operator and Marketing Channels in Fish Landing Center (A Case Study Lhok Pawoh Fish Landing Center). In *6th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2019)* (pp. 229-232). Atlantis Press.
- Anand, F., & Meftahudin. (2021). Pengaruh lingkungan keluarga, pendidikan kewirausahaan, efikasi dan motivasi diri terhadap minat berwirausaha mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sains AlQur'an). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 2(1).
- Anwar (2019). Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Upaya Meningkatkan Nilai Jual Souvenir Khas Toraja di Kabupaten Toraja Utara". Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Ardiona Purnama Putra, (2019). Pengaruh Knowledge Management terhadap Keunggulan Kompetitif melalui Inovasi Produk pada UMKM Makanan dan Minuman Kekinian di Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

- Aria Elshifa, A., Afdhal Chatra, A., Tiara Fathulmila Matiala, T., Faisal Yasin, F., & Sabil Mokodenseho, S. (2023). Analisis Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, dan Dukungan Kelembagaan terhadap Keberhasilan Usaha Mikro. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(3), 123-134.
- Arsyad, Lincolin. (2010). *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Aulia, I. N., Soelton, M., Hanafiah, A., THOULLON, M. S., PAIJAN, P., KARYATUN, S., & SARATIAN, E. T. P. (2023). Entrepreneurial Planning Strategy At Meruya Utara-Kembangan-Jakarta. *ICCD*, 5(1), 121–128.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap dengan teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Bygrave, William., Zacharakis, Andrew. (2010). *Entrepreneurship* 2nd edition, 106.
- Cakranegara, P. A., Kurniadi, W., Sampe, F., Pangemanan, J., & Yusuf, M. (2022). The impact of goods product pricing strategies on consumer purchasing power: a review of the literature. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1115-1120.
- Clark, S., Maclachlan, M., Marshall, K., Morahan, N., Carroll, C., Hand, K., Boyle, N., & O’Sullivan, K. (2022). Including Digital Connection in the United Nations Sustainable Development Goals: A Systems Thinking Approach for Achieving the SDGs. *Sustainability (Switzerland)*, 14(3). <https://doi.org/10.3390/su14031883>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., ... & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Falentina, C. T., Abdul, D., Lidinillah, M., & Mulyana, E. H. (2018). Mobil Bertenaga Angin : Media Berbasis STEM untuk Siswa Kelas IV Sekolah Dasar. *PEDADIDAKTIKA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 5(3), 152–162.
- Halim, F., Sherly., Sudirman, A. (2020). *Marketing dan Media Sosial*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Halim, Fitria (2022). *Entrepreneurship and Innovation Small Business*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Hana, K. F. (2023). Preferensi Konsumen Muslim: Eksistensi Makanan Halal Modern Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional pada Generasi Muda. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 22(2), 238-246.
- Hanaysha, J. R., & Al-Shaikh, M. E. (2022). An Examination of Entrepreneurial Marketing Dimensions and Firm Performance in Small and Medium Enterprises. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18). <https://doi.org/10.3390/su141811444>
- Ir Sugiharti Mulya Handayani, M. P., SP, M. T. S., Setyowati, S. P., Wicaksono, R. L., Hut, S., Rahmadwiati, R., & Hut, S. (2021). *Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pangan*. Psp-Kumkm Lppm Uns.

- Harahap, E. F., Luviana, L., & Huda, N. (2020). Tinjauan Defisit Fiskal, Ekspor, Impor Dan Jumlah Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 151–161.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 6(1), 67.
- Hertina, D., Adiwijaya, S., Utama, A. N. B., Basbeth, F., Agustina, T. S., & Syarif, A. (2024). *Buku Ajar Kewirausahaan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Heru Hermawan, Djoni Hartono (2022). Peran Entrepreneurship terhadap Pertumbuhan Ekonomi Regional: Analisis Empiris Kabupaten/kota di Indonesia. *Jurnal Formasi*. Vol. 2. No. 1.
- Indayani, S., & Hartono, B., (2020). Analisis Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi sebagai Akibat Pandemi Covid-19, *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2).
- Irawan, E. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. *EBISMAN: EBisnis Manajemen*, 1(4), 30–41.
- Jeanne B. Nikijuluw. (2013). “Analisis Sektor Ekonomi Unggulan Kabupaten/Kota di Provinsi Maluku.” *Jurnal Ekonomi*”. Vol. VII No. 2.
- Merriam. (2023). *The Characteristics of an Entrepreneur*. Retrieved from Merriam Webster: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/entrepreneur>
- Mursalim, R. R., Dinar, M., & Hasan, M. (2020). Analisis. Pengelolaan Usaha Berbasis E-Commerce dalam Meningkatkan Kinerja Usaha. Kecil di Kecamatan Pangkajene Kabupaten Pangkep (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Nair, K., & Gupta, R. (2021). Application of AI technology in modern digital marketing environment. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(3), 318–328.
- Rahardja, Pratama; Manurung, Mandala. (2018). *Teori Ekonomi Makro: Suatu Pengantar*. Edisi 5. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Rehman, K. U., Aslam, F., Mata, M. N., Martins, J. M., Lourenço, A. M., Abreu, A., & Mariam, S. (2021). Impact of entrepreneurial leadership on product innovation performance: intervening effect of absorptive capacity, intra-firm networks, and design thinking. *Sustainability (Switzerland)*, 13(13). <https://doi.org/10.3390/su13137054>
- Revie Daramitha Utami dan Denny Denmark (2020). Pengaruh Business Center, Sikap Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Terhadap Kesiapan Berwirausaha Siswa Kelas

- XI Bisnis Daring dan Pemasaran SMKN 2 Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 1(2), 466-480.
- Riani Kore, E. L., & Septarini, D. F. (2018). Analisis Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 9(1), 22-37.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2016). *Manajemen*, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.
- Sandra Kurniawati, (2014), *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota A SAPPK V1N1*
- Silitonga, P. (2023). Peran Gereja Terhadap Ekonomi Jemaat Dan Upaya Gereja Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Jemaat. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 12216–12225.
- Sisca, Simanjuntak, M., Sudarso, A., (2021). *Pemasaran: Dasar dan Konsep* (A. Karim & J. Simarmata (eds.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Siyoto, S. & Sodik, A. (2015), *Dasar Metodologi Penelitian*, Literasi Media Publishing, Yogyakarta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2016). *Sugiyono, Metode Penelitian*. Sugiyono.
- Sugiyono. (2018). Sugiyono 2018:8 metode kuantitatif. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17-28.
- Supriandi, S. (2022). Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Finansial, Orientasi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan Serta Implikasinya Pada Kinerja UMKM Industri Kuliner di Kota Sukabumi. *Fakultas Bisnis dan Humaniora, Universitas Nusa Putra*.
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tumangkeng, S. (2018). Analisis Potensi Ekonomi di Sektor dan Sub Sektor Pertanian, Kehutanan dan Perikanan Kota Tomohon. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 18(01), 127–138.
- Wininatin Khamimah (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 4, No.3, hal. 228-240.
- Zayadin, R., Zucchella, A., Anand, A., Jones, P., & Ameen, N. (2023). Entrepreneurs' decisions in perceived environmental uncertainty. *British Journal of Management*, 34(2), 831-848.

Zimmer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson. (2022). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (5 ed.). Upper Saddle River: Prentice-Hall.