

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
KREATIVITAS, DAN INOVASI TERHADAP
KEBERHASILAN UMKM KEDAI KOPI (*COFFEE
SHOP*) DI JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : AUREL LAI

NPM : 115190309

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

JAKARTA

2022

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN,
KREATIVITAS, DAN INOVASI TERHADAP
KEBERHASILAN UMKM KEDAI KOPI (*COFFEE
SHOP*) DI JAKARTA BARAT**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : AUREL LAI

NPM : 115190309

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Aurel Lai
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190309
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Letjen S. Parman, Tj. Duren Selatan, Jakarta Barat
Telp: _____
HP : _____

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Desember 2022



Aurel Lai

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

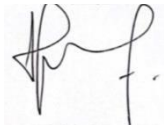
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AUREL LAI
N. P. M. : 115190309
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN
INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN
UMKM KEDAI KOPI (COFFEE SHOP) DI
JAKARTA BARAT

Jakarta, 19 Desember 2022

Pembimbing,



(Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : AUREL LAI
N. P. M. : 115190309
PROGRAM/JURUSAN : S1/MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN
KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN
INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN
UMKM KEDAI KOPI (COFFEE SHOP) DI
JAKARTA BARAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 20 Januari 2023 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : -
2. Anggota Penguji : - Agus Zainul Arifin Ir., M.M., Dr.
- Edalmen S.E., M.M.

Jakarta, 20 Januari 2023

Pembimbing,



(Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) AUREL LAI (115190309)

(B) *INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL KNOWLEDGE, CREATIVITY, AND INNOVATION TO THE SUCCES OF MSME COFFEE SHOP IN WEST JAKARTA*

(C) XVII + 85 Pages, 22 Tables, 5 Pictures, 4 Appendix

(D) ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT

(E) *Abstract: Coffee Shop i s one of the Micro, Small and Medium Enterprises which i s currently a t rend. The success of the Coffee Shop UMKM s t rategy must have a s t rategy that has broad implications for entrepreneurship, creativity, and innovation. This study aims to determine th e i nfluence of entrepreneurship, creativity, and i nnovation on entrepreneurial i ntentions in achieving the success of UMKM Coffee Shops in West Jakarta. This s t udy used a quantitative method with purposive sampling taking 40 respondents f rom coffee shop UMKM entrepreneurs in West Jakarta. There are three hypotheses to be t ested, namely the success of entrepreneurial knowledge, creativity, and i nnovation. The data analysis method obtained i n this s tudy used PLS - SEM which was calculated through the Smart PLS 3 software with the inner model t est method. The result of this study is that there is a positive influence on entrepreneurial creativity and innovation while there is no positive effect on entrepreneurial knowledge. I t i s hoped that t he results of this res earch can become knowledge in running MSME businesses, especially in the field of coffee shops.*

(F) The influence of entrepreneurial knowledge, creativity, innovation, business success

(G) Reference 53 (1999-2022)

(H) Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

- (A) AUREL LAI (115190309)
- (B) PENGARUH PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, KREATIVITAS, DAN INOVASI TERHADAP KEBERHASILAN UMKM KEDAI KOPI DI JAKARTA BARAT
- (C) XVII + 81 halaman + 22 Tabel, 5 Gambar, 4 Lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Kedai kopi atau Coffee Shop merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah yang saat ini sedang trend. Keberhasilan startegi UMKM Kedai Kopi ini harus memiliki strategi yang berimplikasi luas pada kewirausahaan, kreativitas, serta inovasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi terhadap niat wirausaha pada tercapainya keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengukuran sampel secara purposive sampling mengambil 40 responden pelaku usaha UMKM kedai kopi di Jakarta Barat. Terdapat tiga hipotesis yang akan diuji yaitu keberhasilan pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi. Metode analisis data yang didapatkan dalam penelitian ini menggunakan PLS-SEM yang dikalkulasi melalui software SmartPLS 3 dengan metode uji inner model. Hasil dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh positif pada kreativitas wirausahawan dan inovasi sementara pada tidak terdapat pengaruh positif terhadap pengetahuan kewirausahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dalam menajlankan bisnis UMKM terlebihnya di bidang Kedai Kopi.
- (F) Pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, inovasi, keberhasilan usaha
- (G) Daftar Acuan 53 (1999-2022)
- (H) Oey Hannes Widjaja S.E., M.M., MIKOM.

Trust in the Lord with all your heart.

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Saya sendiri,

Orang tua tercinta

Adik-adik yang saya sayangi,

Dan seluruh teman-teman yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik guna memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaikannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya kepada:

1. Bapak Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM sebagai dosen pembimbing yang telah bersedia untuk memberikan waktu, tenaga, motivasi, dan bimbingan yang sangat bermanfaat dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmdojo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap Dosen dan Staff Pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan.
5. Orang Tua dan adik-adik tersayang yang selalu hadir dan selalu memberikan dukungan berupa doa, motivasi, materil dan kasih sayang yang selalu penulis dapatkan tanpa kekurangan suatu apapun.

6. Kepada teman-teman yang selalu membantu, menghibur, dan menemani penulis dengan baik.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan penulis yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 19 Desember 2022

Penulis,

Aurel Lai

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. PERMASALAHAN.....	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	10
3. Batasan Masalah	11
4. Rumusan Masalah.....	11
B. TUJUAN DAN MANFAAT.....	12
1. Tujuan	12
2. Manfaat	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. GAMBARAN UMUM TEORI.....	13
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL.....	14
1. Pengetahuan Kewirausahaan	14
2. Kreativitas	16

3.	Inovasi.....	17
4.	Keberhasilan Usaha	18
C.	KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL.....	19
1.	Kaitan antara Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha	19
2.	Kaitan antara Kreativitas dengan Keberhasilan Usaha.....	20
3.	Kaitan antara Inovasi dengan Keberhasilan Usaha.....	20
4.	Kaitan Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi dengan Keberhasilan Usaha	21
D.	PENELITIAN YANG RELEVAN	21
E.	KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	31
	BAB III METODE PENELITIAN	33
A.	DESAIN PENELITIAN.....	33
B.	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	33
1.	Populasi.....	33
2.	Teknik Pemilihan Sampel.....	33
3.	Ukuran Sampel	34
C.	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN.....	34
1.	Pengetahuan Kewirausahaan	35
2.	Kreativitas.....	36
3.	Inovasi.....	36
4.	Keberhasilan Usaha	37
D.	ANALISIS VALIDITAS DAN REABILITAS	37
1.	Validitas	38
2.	Reliabilitas	39

E. ANALISIS DATA	39
1. Uji Koefisien Determinasi	39
2. Uji Pengukuran Q-Square	39
3. Uji Kecocokan Model	40
4. Uji Hipotesis	40
F. ASUMSI ANALISIS DATA	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Deskripsi Subjek Penelitian	41
1. Jenis Kelamin	41
2. Bidang Usaha	42
3. Lama Usaha	42
4. Jabatan	42
B. Deskripsi Objek Penelitian	42
1. Pengetahuan Kewirausahaan	42
2. Kreativitas	43
3. Inovasi	44
4. Keberhasilan Usaha	46
C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas	51
D. Hasil Analisis Data	52
1. Hasil Uji R-Square	52
2. Hasil Uji Q-Square	53
3. Hasil Uji GoF	53
4. Hasil Uji Hipotesis	54
E. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61

B. Keterbatasan dan Saran.....	61
1. Keterbatasan.....	61
2. Saran	61
DAFTAR BACAAN.....	63
LAMPIRAN.....	70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	84
HASIL PEMERIKSAAN TURN IT IN	85

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1. Penelitian Relevan.....	21
Tabel 3.1. Operasional Variabel Pengetahuan Kewirausahaan.....	35
Tabel 3.2. Operasional Variabel Kreativitas Wirausaha.....	36
Tabel 3.3. Operasional Variabel Inovasi Wirausaha	36
Tabel 3.4. Operasional Variabel Keberhasilan Usaha	37
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2. Karakteristik Berdasarkan Lama Usaha	42
Tabel 4.3. Karakteristik Berdasarkan Jabatan	42
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Kewirausahaan	43
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Terhadap Kreativitas	44
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Terhadap Inovasi	45
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Terhadap Keberhasilan Usaha	46
Tabel 4.8. Outer Loading	47
Tabel 4.9. <i>Discriminant Validity</i>	50
Tabel 4.10. <i>Cronbach's Alpha</i>	51
Tabel 4.11. <i>Composite Reliability</i>	51
Tabel 4.12. R-Square	52
Tabel 4.13. Q-Square	53
Tabel 4.14. Tabel NFI.....	53
Tabel 4.15. T-Statistik	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar.....	3
Gambar 1.2 Konsumsi Kopi Nasional	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1. Nilai Loading Faktor	49
Gambar 4.2. Hasil Bootsrapping	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	70
Lampiran 2 Tanggapan Responden	74
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	76
Lampiran 4 Hasil Output PLS	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah menjadi perhatian bagi para ilmuwan dan praktisi sebagai upaya meningkatkan daya saing dan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Berbeda dengan perusahaan yang lebih besar, UMKM memiliki karakteristik yang berbeda dan oleh karenanya memerlukan kajian yang lebih mendalam.

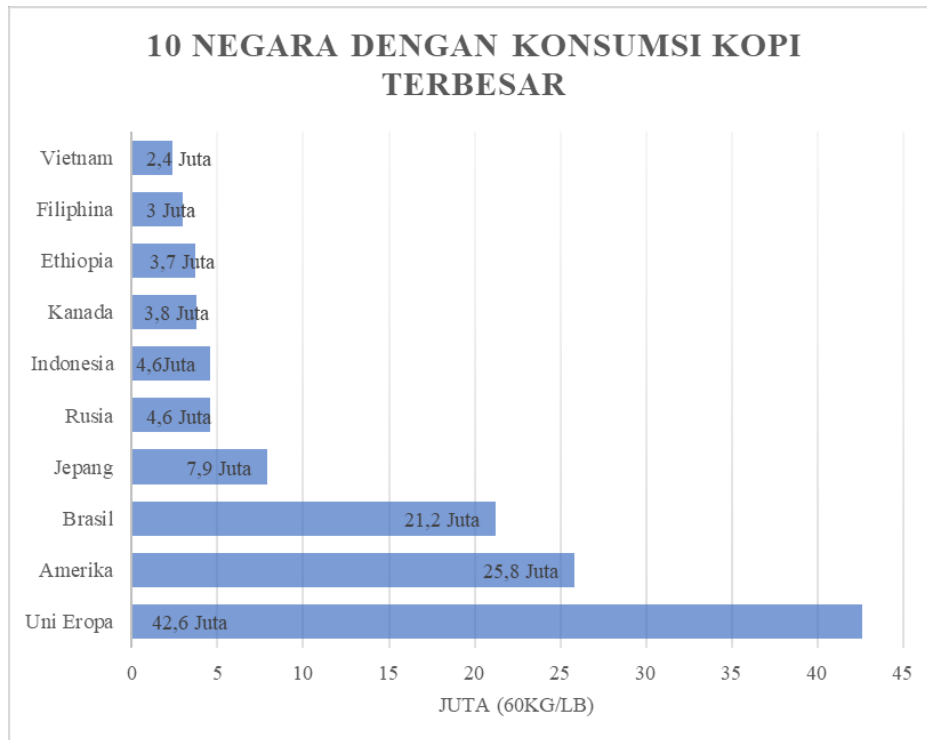
Karakteristik UMKM pada umumnya memiliki keterbatasan sumber dana, manajemen, dan bergantung dengan sebagian kecil pelanggan (Forsman, 2008). Disamping itu, UMKM juga memerlukan karyawan yang multiskill. Hanif dan Manarvi (2009) menyarankan agar UMKM terus melakukan peningkatan baik dalam proses produksi, kualitas produk, dan pelayanan agar mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Inovasi menjadi kunci utama.

UMKM dapat berperan pada pembangunan ekonomi nasional. Hal tersebut dapat dilihat bahwa adanya ekonomi yang tumbuh dengan semakin baik, adanya pengurangan pengangguran, membantu pada pembangunan daerah melalui pajak negara, dan tidak terpengaruh pada krisis ekonomi yang terjadi di suatu negara (Merline & Widjaja, 2022). Sejalan dengan pendapat (Ludiya & Mulyana, 2020) dengan adanya UMKM dapat melakukan penyerapan tenaga kerja, pemeratakan ekonomi pada tiap daerah, serta memberikan devisa negara. Dengan adanya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dapat membantu Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat melalui adanya kemampuan UMKM dalam berkontribusi dalam PDB (Produk Domestik Bruto) (Setyobudi, 2007).

Terdapat data mengenai UMKM yang telah dilakukan KOMINFO (Yuliani, 2019) menjelaskan bahwa UMKM memiliki peranan banyak pada perekonomian Indonesia sebesar lebih dari 90%. Hal tersebut dipengaruhi dengan adanya pengusaha yang mencapai 3,79% yakni kira-kira 8 juta jiwa dari jumlah warga negara Indonesia. Hal tersebut sudah melebihi standar internasional yakni 2%. Selain itu, Produk Domestik Bruto (PDB) nasional telah diberikan sumbangan banyak yang berasal dari UMKM sebanyak 60,34% (Kompas, 2020). Hal tersebut sejalan dengan data yang berasal dari Kementerian Koperasi dan UKM (2021) mengenai UMKM sebanyak 64,2 juta berkontribusi pada PDB sebesar 61,07% yakni 8.573,89 triliun rupiah (Johan, 2022).

Kedai kopi merupakan salah satu UMKM yang kini sedang trend. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Kurniawan dan Ridlo (2017) yaitu meningkatnya jumlah industri kopi serta merta meningkatkan produksi kopi olahan, ditunjukkan dengan semakin menjamurnya Café dan Coffee Shop di berbagai kota. Sejak beberapa tahun terakhir, kedai kopi berkembang pesat. Sekitar 10% per tahun di kota-kota besar seperti Jakarta. Perkiraan kasar menyebutkan jumlah kedai kopi di Jakarta dan sekitarnya mencapai 1.500. Namun, pertumbuhan ini terkonsentrasi di ibu kota Jakarta; di kota-kota besar lainnya seperti Bali, Medan, Surabaya, dan Bandung jauh lebih sederhana, hanya sekitar 7 persen.

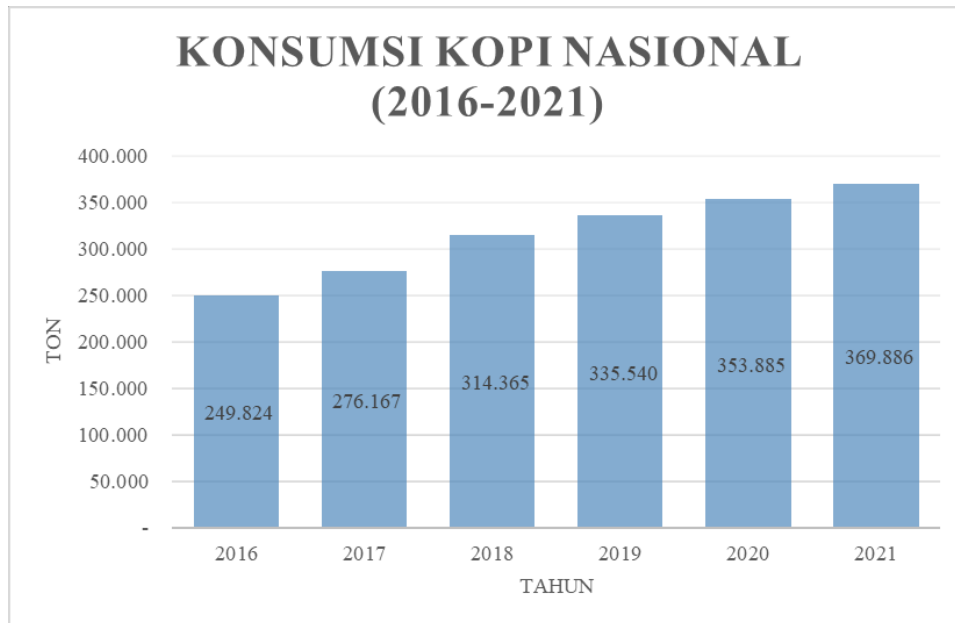
International Coffee Organization (ICO) menyatakan bahwa pada tahun 2017-2018 Indonesia menempati posisi ke 4 yang memproduksi lebih kurang 10 juta lb (kemasan 60 kg) kopi, organisasi ini juga mencatat Indonesia menempati urutan ke 6 negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia, dimana di tahun 2016/2017 konsumsinya mencapai 4,6 juta kemasan 60 kg/lb.



Gambar 1.1 Negara Dengan Konsumsi Kopi Terbesar

Sumber: Kementerian Pertanian dan Katadata.co.id

International Coffee Organization (ICO) juga menyatakan konsumsi kopi nasional tahun 2016-2021 dari Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian pada Kementerian Pertanian menunjukkan bahwa konsumsi kopi nasional tahun 2016 mencapai 250 ribu ton dan tumbuh sebesar 10,54% menjadi 276 ribu ton. Sepanjang periode 2016-2021 konsumsi kopi di Indonesia diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% per tahun. Pasokan kopi pada tahun 2021 diprediksi 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga surplus 425 ribu ton.



Gambar 2.2 Konsumsi Kopi Nasional

Sumber: Kementerian Pertanian dan Katadata.co.id

Bisnis kopi di Indonesia semakin banyak didirikan oleh pelaku usaha yang gemar atau hobi meminum kopi (pecinta kopi). Banyak dari pecinta kopi yang menjadikan hobinya sebagai bisnis usaha sampingan untuk menambah keuntungan dan tidak jarang banyak yang kemudian menjadikan sumber utama penghasilan. Dari tahun-tahun sebelumnya, banyak masyarakat yang mengkonsumsi kopi hanya pada warung-warung sederhana saja, yang kurang menarik, kurang nyaman dan memiliki suasana yang agak membosankan karena tidak didukung dengan interior-interior, dan dahulu warung-warung kopi tidak terlalu banyak. Jika dilihat pada tahun-tahun lalu warung kopi hanya memangsa pasar pekerja buruh, pekerja freeland, dan dapat dilihat bahwa yang meminum kopi identik dengan orang dewasa saja. Namun dengan semakin berkembangnya zaman, warung-warung tersebut berkembang menjadi kedai kopi maupun resto yang memiliki beragam fasilitas yang nyaman, dan berbagai hiburan yang ditawarkan, seperti live music maupun berbagai even sederhana, dan memiliki 5 pangsa pasar yang luas. Dapat dilihat dari hasil riset TOFFIN

sesuai dengan yang dipaparkan diatas menunjukkan bahwa semakin banyaknya kedai kopi di Indonesia menandakan bahwa banyaknya pesaing.

Banyak bermunculannya bisnis kedai kopi ini dikarenakan saat ini masyarakat modern, terutama generasi muda, menyukai minum kopi instan dalam berbagai rasa yang tersedia di kedai kopi (Kurniawan & Ridlo, 2010). Seiring dengan itu, generasi muda saat ini cenderung bertemu dengan teman dan kenalannya di luar rumah. Salah satu pilihan adalah mengadakan pertemuan di kedai kopi lokal, karena tempat-tempat ini sering menyediakan Wi-Fi gratis dan nyaman serta nyaman untuk pertemuan panjang selain menawarkan harga yang murah. Selain itu, kedai kopi dapat dijadikan sebagai tempat menyelesaikan pekerjaan (co-working space). Gaya hidup seperti itu merupakan suatu trend baru yang muncul di masyarakat. Pengusaha telah menanggapi tren ini dengan membuka kafe dan toko yang penawaran utamanya meliputi minuman kopi, yang menyebabkan peningkatan jumlah pendatang baru di industri kedai kopi.

Tingkat aktivitas ekonomi dan konsentrasi penduduk yang tinggi dapat dikaitkan dengan status DKI Jakarta sebagai pusat pemerintahan dan komersial. Peningkatan jumlah orang yang memulai kedai kopi sendiri dapat ditelusuri kembali ke peningkatan tingkat aktivitas di Jakarta Barat. Para pengusaha di industri kopi berharap masyarakat meminum kopi sebagai cara untuk bersantai dan melepas penat setelah hari yang sibuk. Di Kota Jakarta Barat, Anda dapat menemukan lebih dari satu kedai kopi di sebagian besar jalan berkat sistem UMKM yang ada di kota ini. Menjamurnya kedai-kedai kopi ini, yang sebagian besar dijalankan oleh usaha kecil dan menengah, membantu pemerintah dalam upaya redistribusi tenaga kerjanya.

Dapat diketahui bahwa di Jakarta Barat pun memiliki lebih dari 100 kedai kopi namun bisa juga dapat bertambah dengan seiring berjalannya waktu. Dari data kedai kopi diatas memiliki kriteria pendataan meliputi, yang pertama yaitu menjual minuman berbasis kopi racik (bukan kopi sachetan), yang kedua memiliki tempat jualan (kedai) yang pasti dan lokasinya jelas. Dari banyaknya kedai kopi yang tersebar di kota Jakarta Barat bagaimana pemilik kedai kopi

harus mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen agar konsumen merasa puas, sehingga sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam memutuskan membeli di kedai kopi. Dalam persaingan bisnis yang semakin pesat terutama pada dunia kopi yang saat ini memiliki banyak pelaku usaha yang berkontribusi dalam bidang tersebut, mengharuskan bisnis yang dijalani memiliki strategi untuk dapat bertahan di dalam persaingan bisnis. Sehingga perlunya perencanaan yang matang sebelum memulai bisnis. Semakin banyaknya bisnis kedai kopi maka semakin banyak juga para pelaku usaha yang tidak dapat bertahan lama dan berujung kepada kegagalan.

Keberhasilan usaha ialah meningkatnya pertumbuhan perusahaan, penjualan, asset perusahaan serta jumlah karyawan. Keberhasilan usaha ini dipengaruhi prestasi individu. Hal tersebut dikarenakan prestasi individu yang tinggi akan mempermudah mencapai keberhasilan pada suatu usaha (Suryana & Bayu, 2015). Berdasarkan pendapat (Apriliani, 2018) mengenai keberhasilan usaha diibaratkan sebagai sinyal yang memberikan gambaran prestasi individu dan sumber percaya diri ketika berhubungan dengan rekan bisnis.

Untuk meningkatkan keberhasilan suatu UMKM, diperlukannya beberapa indikator yang harus di perhatikan dalam mengembangkan suatu UMKM. Keseluruhan strategi UMKM perusahaan memiliki implikasi yang luas untuk struktur, aktivitas, investasi, koneksi pasar, dan kinerja organisasi. Strategi ini dapat membantu UMKM dalam memecahkan masalah, membangun kemampuan baru, dan meningkatkan kinerja bisnis dengan menyediakan teknologi yang memungkinkan UMKM mengumpulkan sumber energi tertentu dan mengidentifikasi peluang untuk menyediakan barang dan jasa yang bernilai dan memasarkan barang dan jasa tersebut untuk keuntungan yang lebih besar. (Masa'deh et al., 2018).

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang apa yang dibutuhkan, diinginkan, dan diharapkan konsumen. Pengusaha didorong untuk menjadi kompetitif dan beradaptasi untuk meningkatkan peluang mereka melihat bisnis mereka berhasil (Kotler, 2001).

Pengetahuan kewirausahaan ialah pengetahuan yang diperoleh melalui pemahaman mengenai tata cara wirausaha dengan tujuan melakukan penumbuhan ide baru, mempunyai keberanian dalam pengambilan peluang dan resiko (Suryana, 2013). Berdasarkan pendapat (Merline & Widjaja, 2022) menjelaskan bahwa pengetahuan mengenai wirausaha ialah wawasan serta keterampilan individu mengenai usaha yang dipunyai untuk melakukan inovasi melalui penambahan ide baru serta berani mengambil resiko.

Pengetahuan kewirausahaan sangat penting dan dibutuhkan oleh para pengusaha. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan ini akan menjadi wawasan untuk pengusaha dalam membangun usaha maupun perusahaan. Pengetahuan mengenai kewirausahaan dapat diperoleh melalui pendidikan kewirausahaan. Berdasarkan pendapat (Thomassen et al., 2020) pendidikan kewirausahaan ini penting karena memiliki kontribusi pertumbuhan dan terciptanya nilai pengetahuan.

Keterampilan mendasar yang dibutuhkan semua pelaku bisnis adalah pengetahuan tentang perusahaan yang dijalankan. Indikator yang terkait dengan ketajaman bisnis termasuk mengetahui bisnis Anda luar dalam, memahami lingkungan internal dan eksternal perusahaan Anda, dan memilih metode yang paling efisien untuk menghasilkan uang bagi perusahaan Anda. Untuk meningkatkan kualitas usaha yang dijalani demi tercapainya keberhasilan usaha, UMKM harus mempunyai kemampuan dan kualifikasi dalam menjalankan usahanya. Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha, menurut penelitian Nasution et al. (2021). Ada korelasi langsung antara tingkat pendidikan di suatu negara dan ketajaman bisnis penduduknya.

(Marden & Hidayah, 2022) berpendapat mengenai kreativitas ialah hal yang dipunyai serta dimanfaatkan oleh individu dengan tujuan memunculkan ide baru dalam memulai usaha. Kreativitas bisa membuat seseorang memperoleh usaha/bisnis yang belum pernah ada sebelumnya. Berdasarkan pendapat (Covin & Slevin, 1991; Okolie-Osemene, 2019) mengenai ide kreatif mengenai bisnis bisa didapatkan melalui evaluasi dan memanfaatkannya dengan menggunakan inovasi.

Kreativitas harus dimiliki setiap orang. Kreativitas akan memberikan kemandirian pada seseorang dengan mencari peluang. Kreativitas ada disebabkan oleh adanya ide-ide kreatif mengenai usaha/bisnis yang menyebabkan munculnya peluang usaha baru (Covin & Slevin, 1991; Okolie-Osemene, 2019; Wiklund, 1999).

Kemampuan untuk mewujudkan pikiran dan perasaan seseorang ke dalam bentuk fisik melalui sarana imajinatif adalah apa yang kita maksudkan ketika kita berbicara tentang kreativitas. Menurut Zimmerer (2008), daya cipta sangat penting untuk mengembangkan daya saing dan memastikan keberhasilan perusahaan. Seorang wirausahawan akan lebih mudah untuk berinovasi dan meningkatkan hasil kreatif yang ada jika orang tersebut mampu berpikir kreatif. Di sisi lain, inovasi adalah penggunaan keterampilan memecahkan masalah dan menemukan peluang secara kreatif. Memperkenalkan ide-ide baru adalah bagian penting dari setiap operasi bisnis yang sukses. Ciri utama pengusaha sukses, menurut Larsen dan Lewis (2007), adalah kemampuan untuk berinovasi. Nilai produk yang ada dapat ditingkatkan dengan dorongan wirausaha untuk kreativitas dan inovasi. (Kiki Joesyiana et al., 2020).

Inovasi ialah kemampuan pengusaha/perusahaan melakukan pengembangan produk serta jasa dengan melakukan identifikasi peluang serta teknologi yang ada dengan tujuan memberikan peningkatan pada kinerja usaha/perusahaan (Lumpkin & Dess, 2005). (Ibrahim & Abu, 2019) menjelaskan bahwa inovasi cenderung akan memberikan dukungan pada

ide baru pada pembuatan/perubahan produk. (Drucker, 1985) menjelaskan bahwa inovasi ialah alat yang dipergunakan pengusaha dengan memanfaatkan perubahan sebagai peluang untuk bisnis atau layanan yang berbeda.

Berdasarkan pendapat (Setiawan et al., 2017) menjelaskan bahwa inovasi mempunyai peranan penting yakni dengan adanya pembaruan, keunikan, serta adopsi teknologi maupun produk akan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, hal tersebut dapat memberikan pemenuhan pada kebutuhan konsumen serta meningkatkan nilai usaha/perusahaan.

Pengusaha menggunakan inovasi sebagai alat karena memungkinkan mereka memanfaatkan peluang yang disajikan oleh perubahan untuk menciptakan produk dan layanan baru. Ini bisa diajar dan praktis. Seperti yang dikatakan Branson (1998), "bisnis yang inovatif hidup dengan kepala mereka 'di luar kotak. Menurutnya, inovasi lebih dari sekedar ide bagus. Ini adalah kombinasi penilaian bisnis yang sehat, karyawan yang antusias, dan pengetahuan yang mendalam. apa yang diinginkan dan dibutuhkan klien komersial Davila dkk (2000) menyatakan bahwa inovasi adalah pengembangan solusi yang lebih baik untuk memenuhi persyaratan baru, kebutuhan yang tidak jelas, atau permintaan pasar yang ada Kreativitas memainkan peran penting dalam keberhasilan bisnis bersama inovasi.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada beberapa pemilik UMKM Kedai Kopi di DKI Jakarta diperoleh hasil bahwa terdapat pemilik UMKM yang memiliki pengetahuan mengenai kewirausahaan, inovasi produk serta kreativitas. Hal tersebut dapat dilihat dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Nasution et al., 2021) bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh karakteristik kewirausahaan dan pengetahuan kewirausahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Hanisa & Malik, 2021) yakni adanya pengaruh yang positif antara pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha. Selain itu, (Ludiya & Mulyana, 2020) memperoleh hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif antara

inovasi dan kinerja usaha. Sedangkan pada penelitian (Wahyuni & Sara, 2020) memperjelas bahwa inovasi dan kinerja suatu usaha memiliki hubungan dengan orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan kompetensi pengetahuan kewirausahaan. Hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa adanya hubungan antara keberhasilan UMKM dengan pengetahuan kewirausahaan, kreativitas dan inovasi.

Terdapat aspek dan faktor pada keberhasilan suatu usaha. Aspek-aspek keberhasilan UMKM yakni modal, laba, intensitas penjualan, kebutuhan produksi dan tenaga kerja (Suryana, 2013). Faktor yang memiliki pengaruh pada keberhasilan UMKM yakni modal, pengalaman usaha, tingkat pendidikan serta tenaga kerja atau karyawan (Ratnasari, 2017).

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian menggunakan judul berdasarkan tautan dalam teks yang disebutkan di atas. **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Inovasi terhadap Keberhasilan UMKM Kedai Kopi (*Coffee Shop*) di Jakarta Barat”**.

2. Identifikasi Masalah

Masalah berikut dapat diidentifikasi berdasarkan latar belakang yang tercantum sebelumnya yaitu:

- a. Pemahaman praktik bisnis memberikan efek menguntungkan bagi kesuksesan UMKM Kedai Kopi di lingkungan barat Jakarta.
- b. Kreatifitas wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat.
- c. Inovasi wirausaha berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat.
- d. Keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta sebagian besar dapat dikaitkan dengan ketajaman bisnis, daya cipta, dan kreativitas.

3. Batasan Masalah

Batasan masalah adalah permasalahan dalam penelitian yang harus dicari pemecahannya dan dianggap penting (Arikunto, 2016). Untuk menghindari luasnya pokok permasalahan agar dapat memberikan pemecahan masalah terbaik dalam penelitian sehingga dapat dimengerti dengan mudah dan baik, maka akan dilakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini:

- a. Subjek penelitian yang digunakan dibatasi hanya pada pelaku usaha UMKM Kedai Kopi di wilayah Jakarta Barat.
- b. Objek penelitian yang diteliti adalah pengaruh pengetahuan kewirausahaan, kreatifitas, dan inovasi wirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM Kedai Kopi di wilayah Jakarta Barat.
- c. Variabel penelitian yang diteliti adalah pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, inovasi, dan keberhasilan usaha.

4. Rumusan Masalah

Berikut adalah jenis-jenis masalah yang akan dibahas berdasarkan informasi latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang disajikan di atas:

- a. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat?
- b. Apakah kreativitas wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat?
- c. Apakah inovasi wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat?
- d. Apakah pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi wirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat
- b. Untuk mengkaji secara kuantitatif dampak kreativitas kewirausahaan terhadap UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat
- d. Untuk menguji secara empiris pengaruh kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi wirausaha terhadap keberhasilan UMKM Kedai Kopi di Jakarta Barat

2. Manfaat

Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan penelitian ini dapat memberikan wawasan teoritis dan empiris sejauh mana pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi berkontribusi pada keberhasilan bisnis UMKM di Jakarta Barat.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dan evaluasi para pelaku usaha akan pentingnya pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi demi tercapainya keberhasilan usaha. Selain itu penelitian ini juga dapat digunakan sebagai pengetahuan dan informasi untuk memahami pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, inovasi, dan keberhasilan usaha. Dan diharapkan juga hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian lain.

DAFTAR BACAAN

- Adrianto, Sopan. 2019. *PENEROKA Kepemimpinan Sekolah*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Afdahlia, Nadhira, T Ponto Grace “Theory Of Planned Behavior Dan Readiness For Change Dalam Memprediksi Niat Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010”. *Jurnal* (Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, 2014).
- Al Ayyubi, W. U., Setyanti, S. W. L. H., & Suroso, I. (2018). The Role of Self Efficacy as Mediating the Influence of Family Environment and Social Environment on Student Entrepreneur Interest. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 7(7), 33-39.
- Aini, Qurratul dan Farah Oktafani. 2020. Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 17(2). DOI: <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>
- Apriliani, M. F. W. (2018). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha Dan Tenaga Kerja Terhadap Keberhasilan Umkm Batik. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 761–776. From: <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/28289>
- Arifudin, Puji Mustofa. 2016. *Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Warung Kopi Free Wifi Di Kecamatan Wates*. Artikel Skripsi. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Branson, M.S. (1998). *The Role of Civic Education*. Calabasas: CCE.

- Covin, J. ., & Slevin, D. . (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 7–26.
- Davila, T. 2000. An empirical study on the drivers of management control systems' design in new product development. *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 25: 383-409
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Principles and Practice*. Harper and Row.
- Dharmawati, Made. (2016). *Kewirausahaan*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Forsman, Helena. 2008. Business Development Success in SMEs: A Case Study Approach. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15(3). Pp. 606-622. Emerald Group Publishing Limited. DOI: 10.1108/14626000810892382.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hägg, G., & Kurczewska, A. (2019). Who is the Student Entrepreneur? Understanding the Emergent Adult through the Pedagogy and Andragogy Interplay. *Journal of Small Business Management*, 57(S1), 130- 147
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. 2010. Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), An emerging tool in business research, *European Business Review*, 26 (2), 106-121.
- Hanisa, & Malik, A. 2021. Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha di Kelurahanjenggi Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai. *Tijarah*, 2 (22), 13–21.
- Hasan, M., Arisah, N., Sasmita, F. A., Miranda, Putri, A. A., & Pattisina, C. D. (2021). Perilaku Berwirausaha Generasi Milenial di Era Pandemi COVID-19. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 224-240.

- Hua, Tang Xiao, Allieu BFaiadara Kabia & Dorzhiev Arkady. 2015. Creativity & Innovation a Road Map to Business Success and Growth in Sierra Leone: from Intuition to Process Management. *Global Journal of Management and Business Research: B Economics and Commerce* Volume 15 Issue 4 Version 1.0
- Ibrahim, A. U., & Abu, M. M. (2019). Influence of Entrepreneurial Orientation on Firms Performance: Evidence from Small and Medium Enterprises in Nigeria. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(2), 99–106.
- Irawan, Rudi. 2019. *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Kuliner Jalan Halat Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Johan, S. (2022). Penggunaan Bilingual Dalam Perjanjian Kredit Antara Perusahaan Indonesia Dengan Lembaga Keuangan Internasional. *Seri Seminar Riset* 4, 2(1), 1–8. DOI: <https://doi.org/10.24912/pserina.v2i1.18476>
- Khasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Kiki Joesyiana, SE., M. (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur). *Jurnal Valuta* Vol. 3 No 1, April 2017, 3(2502–1419), 159–172.
- Kompas. (2020). *UMKM Terdampak Pandemi, Pemerintah dan Swasra Gotong Royong Dorong Pertumbuhan Ekonomi*. KOMPAS. <https://money.kompas.com/>
- Kotler. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas Jilid I. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Media.
- Kurniawan, A., & Ridlo, M. R. (2010). Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 9–22. From: <https://jurnal.uns.ac.id/dilema>

- Larsen, P., dan A. Lewis, 2007. How award winning SMEs manage the barriers to innovation. *Journal Creativity and Innovation Management*: 141- 151.
- Ludiya, E., & Mulyana, A. R. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada umkm fashion di kota cimahi Influence of entrepreneurial characteristics and innovation on business. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(1), 113–120. DOI: <https://doi.org/10.30872/jkin.v17i1.6528>
- Lumpkin, G., & Dess, G. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147–156.
- Manampiring, C. T., Massie, J.D.D., & Worang, F. G. (2020). The influence of entrepreneur knowledge on small medium enterprises performance. *Jurnal EMBA*, 212-221.
- Marden, R., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Kreativitas dan Efikasi Diri terhadap Niat Kewirausahaan Mahasiswa FEB Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 181. DOI: <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17190>
- Masa'deh, R., Al-Henzab, J., Tarhini, A., & Obeidat, B. Y. (2018). The Associations Among Market Orientation, Technology Orientation, Entrepreneurial Orientation and Organizational Performance. *Benchmarking An International Journal*, 25(8), 3117–3142.
- Merline, & Widjaja, O. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Inovasi Terhadap Keberhasilan UKM Alumni dan Mahasiswa Univeritas Tarumanegara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(2)(April 2022), 435–443. DOI: <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18243>
- Munandar, U.2012. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

- Nasution, A. M. U., Lailikhatmisafitri, I., & Marbun, P. (2021). Keberhasilan Usaha Kuliner Dilihat Dari Faktor Karakteristik dan Pengetahuan Kewirausahaan (Studi Kasus Usaha Kuliner Ayam Penyet). *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 3(3), 1219–1229. DOI: <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>
- Noor, H. F. (2008). *Ekonomi Manajerial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Nuraizah, Siti. 2019. *Pengaruh Kreativitas, Inovasi, Dan Media Promosi Terhadap Keberhasilan Usaha Toko Rabbani Cabang Jambi*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Okolie-Osemene, R. . (2019). *A historical perspective of Nigeria's internal security since 1999*. In: *Internal Security Management in Nigeria*. Palgrave Macmillan.
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122–134. From: <http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/?p=1544>
- Setiawan, H., Erdogan, B., & Ogunlana, S. O. (2017). Innovativeness: A Key Factor to Support Contractors' Business Success. *Procedia Engineering*, 171, 379–386. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.01.347>
- Setyobudi, A. 2007. Peran Serta Bank Indonesia dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecildan Menengah (UMKM). *Buletin Hukum Perbankan Dan Kebanksentralan*, 5 (2), 29–35.
- Sherly, Halim, F., & Sudirman, A. (2020). The Role Of Social Media In Increasing Market Share Of Msme Products In Pematangsiantar City. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 61–72.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

- Suryana. 2013. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses* (Edisi Keem). Jakarta: Salemba Empat
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Bandung: Alfabeta
- Suryana, Y., & Bayu, K. 2015. *Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.
- Suryana, Y. 2019. *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Thomassen, M. L., Williams Middleton, K., Ramsgaard, M. B., Neergaard, H., & Warren, L. (2020). Conceptualizing context in entrepreneurship education: a literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 863–886. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2018-0258>
- Udayanan, P. (2019). The Role of Self-efficacy and Entrepreneurial Self-efficacy on the Entrepreneurial Intentions of Graduate Students: A study Among Omani Graduates. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 7(4), 7-20.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun (2008). Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Jakarta.
- Wahyuni, N. M., & Sara, I. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation variables on business performance in the SME industry context. *Journal of Workplace Learning*, 32(1), 35–62. DOI: <https://doi.org/10.1108/JWL-03-2019-0033>
- Wahyuningsih, Sri. 2020. Inovasi Dan Kreativitas Merupakan Kunci Penting Dalam Pengembangan Berwirausaha. *Jurnal Ilmiah Didaktik Volume 14*, Nomor 2.

Wiklund, J. (1999). The sustainability of the entrepreneurial orientationperformance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 24(1), 37–48.

Yuliani, A. (2019). *Kemenkop UKM: 3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. KOMINFO. https://www.kominfo.go.id/content/detail/11526/kemenkop-ukm-379-juta-umkm-sudah-go-online/0/sorotan_media

Zimmerer, Thomas W Dkk. 2008. *Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat

