

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP PROAKTIF DAN MOTIVASI TERHADAP
INOVASI BISNIS PADA UMKM KULINER DI JAKARTA
BARAT DENGAN PENGAMBILAN RISIKO SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: IVAN YAYANG PUTRA

NIM: 115210440

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

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

2026

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP PROAKTIF DAN MOTIVASI TERHADAP
INOVASI BISNIS PADA UMKM KULINER DI JAKARTA
BARAT DENGAN PENGAMBILAN RISIKO SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: IVAN YAYANG PUTRA

NIM: 115210440

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

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

2026

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Ivan Yayang Putra
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210440
Program Studi : S1 Manajemen
Alamat : JLN. Srengseng Raya no 35. Kec. Kembangan.
Kel. Srengseng, Kab. Jakarta Barat
Telp: (021) 22545677
HP: 089659758970

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, 29 November 2025



Ivan Yayang Putra

Catatan:

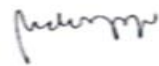
1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Ivan Yayang Putra
NIM : 115210440
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH SIKAP PROAKTIF DAN
MOTIVASI TERHADAP INOVASI BISNIS
PADA UMKM KULINER DI JAKARTA
BARAT DENGAN PENGAMBILAN RISIKO
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 29 November 2025
Pembimbing,



(Andi Wijaya, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

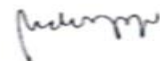
NAMA : Ivan Yayang Putra
NIM : 115210440
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH SIKAP PROAKTIF DAN
MOTIVASI TERHADAP INOVASI BISNIS
PADA UMKM KULINER DI JAKARTA
BARAT DENGAN PENGAMBILAN RISIKO
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 07 Januari 2026 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Tommy Setiawan Ruslim, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : Andi Wijaya, S.E., M.M.
Louis Utama, S.E., M.M.

Jakarta, 09 Januari 2026

Pembimbing,



(Andi Wijaya, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) Ivan Yayang Putra (115210440)

(B) *THE INFLUENCE OF PROACTIVE ATTITUDE AND MOTIVATION ON BUSINESS INNOVATION IN CULINARY MSMEs IN WEST JAKARTA WITH RISK-TAKING AS A MEDIATING VARIABLE*

(C) 76 pages, 24 tables ;4 pictures ;9 attachments

(D) *ENTREPRENEURIAL MANAGEMENT*

(E) *Abstract: This study aims to analyze the influence of proactive attitude and motivation on business innovation in culinary MSMEs in West Jakarta, with risk-taking as a mediating variable. The background of this research is based on the importance of developing highly competitive micro-enterprises in facing a competitive and dynamic market environment. A proactive attitude is one of the crucial aspects influencing individual and organizational success. Meanwhile, motivation serves as the main driving force for individuals to start, operate, and develop a business. This study adopts a quantitative research approach using purposive sampling, involving 140 respondents who are owners or managers of food and beverage MSMEs. Data analysis was conducted using Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through the SmartPLS 4 application. The results indicate that proactive attitude has a positive and significant effect on risk-taking. Motivation also has a significant effect on risk-taking, and risk-taking is proven to significantly mediate the influence of proactive attitude on business innovation. These findings emphasize that business innovation in culinary MSMEs is influenced not only by the proactive attitude and motivation of business actors, but also by the extent to which MSME actors are willing to take risks in dealing with market uncertainty.*

(F) *REFERENCES* 59 (1921-2025)

(G) ANDI WIJAYA, S.E, M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) Ivan Yayang Putra (115210440)

(B) PENGARUH SIKAP PROAKTIF DAN MOTIVASI TERHADAP INOVASI BISNIS PADA UMKM KULINER DI JAKARTA BARAT DENGAN PENGAMBILAN RISIKO SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(C) 76 halaman, 24 tabel; 4 gambar; 9 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap proaktif dan motivasi terhadap inovasi bisnis pada UMKM kuliner di Jakarta Barat, dengan pengambilan risiko sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya pengembangan usaha mikro yang berdaya saing tinggi dalam menghadapi tantangan pasar yang kompetitif dan dinamis. Sikap proaktif merupakan salah satu aspek krusial yang memengaruhi keberhasilan individu maupun organisasi. Sementara motivasi menjadi pendorong utama seseorang untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 140 responden pemilik atau pengelola UMKM makanan dan minuman. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap proaktif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan risiko. Motivasi juga berpengaruh signifikan terhadap pengambilan risiko, dan pengambilan risiko terbukti memediasi secara signifikan pengaruh sikap proaktif terhadap inovasi bisnis. Temuan ini menegaskan bahwa inovasi bisnis UMKM kuliner tidak hanya dipengaruhi oleh sikap proaktif dan motivasi pelaku usaha, tetapi juga oleh sejauh mana pelaku UMKM berani mengambil risiko dalam menghadapi ketidakpastian pasar.

(F) Daftar Pustaka 59 (1921-2025)

(G) ANDI WIJAYA, S.E, M.M.

HALAMAN MOTTO

*“You can’t be good at everything,
but that doesn’t mean you can’t do anything”*

-Seventeen Wonwoo’s-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk
Diri saya sendiri, keluarga yang saya sayangi, dan teman-teman yang saya kasihi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis haturkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan kasih, karunia, serta penyertaannya-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap Proaktif dan Motivasi terhadap Inovasi Bisnis pada UMKM Kuliner di Jakarta Barat dengan Pengambilan Risiko sebagai Variabel Mediasi” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari pemenuhan persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh sebab itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Andi Wijaya, S.E., M.M., sebagai dosen pembimbing yang penuh kesabaran dan perhatian telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, pemikiran, motivasi, serta memberikan arahan yang sangat berarti dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E, M.M., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Progran Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap dosen dan staf pengajar yang telah membimbing dan mendidik penulis selama menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Mami, Eypah, selalu hadir untuk mendampingi saya, dan tidak pernah berhenti memberikan dukungan berupa doa, semangat, materi, serta kasih sayang yang saya terima dengan penuh tanpa kekurangan.
6. Adik kandung saya, Alvin Yayang Putra, yang selalu memberi dukungan melalui doa.

7. Sepupu laki-laki, Reynaldy Bahana Wijaya yang menemani, memberikan penghiburan, dan melewati waktu bersama selama saya selama proses penulisan skripsi.
8. Nenek dari Ayah saya, Lin Tin Nyo, yang menemani selama sebelum dan sesudah proses penulisan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
9. Keisya Stephanie Florencia, yang selalu memberikan dukungan dan menemani serta melewati waktu bersama selama proses pembuatan skripsi ini, serta memberikan semangat yang berharga bagi saya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
10. Kepada David Mahanaim, Anthony Kristanto, dan Samuel Sunaryo, sahabat saya yang selalu memberikan hiburan dan semangat tidak henti dari sebelum proses penyusunan skripsi ini hingga sekarang.
11. Kepada JS 18 Garage dan rekan-rekan, yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun hadir selama proses penulisan skripsi ini.
12. Kepada keluarga SRT dan rekan-rekan, yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun hadir selama proses penulisan skripsi ini.
13. Kepada orang-orang yang telah mengisi kuesioner saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu.
14. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang selalu mengusahakan, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan proses skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, baik darisegi teori maupun praktik. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membangun guna perbaikan di masa yang akan mendatang. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam bidang, kewirausahaan dan pengembangan usaha mikro di Indonesia.

Jakarta, 24 Juni 2025



Ivan Yayang Putra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	9
3. Batasan Masalah	9
4. Rumusan Masalah.....	10
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1. Tujuan	11
2. Manfaat	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Gambaran Umum Teori	13
B. Definisi Konseptual Variabel.....	15
1. Definisi Sikap Proaktif.....	15
2. Definisi Motivasi	16
3. Definisi Pengambilan Risiko	17
4. Definisi Inovasi Bisnis.....	18

C.Keterkaitan Antar Variabel	18
1. Kaitan Antara Sikap Proaktif dengan Pengambilan Risiko	18
2. Kaitan antara Motivasi dengan Pengambilan Risiko	20
3. Kaitan Antara Pengambilan Risiko dan Inovasi Bisnis	21
4. Kaitan Antara Pengambilan Risiko, Sikap Proaktif, dan Inovasi Bisnis	23
5. Kaitan Antara Pengambilan Risiko, Motivasi, dan Inovasi Bisnis	25
D.Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	26
1. Kerangka Pemikiran	26
2. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A.Desain Penelitian	28
B.Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	28
1. Populasi.....	28
2. Teknik Pemilihan Sampel	29
3. Ukuran Sampel	30
C.Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	30
1. Operasionalisasi Variabel	30
1. Sikap Proaktif	31
2. Motivasi	31
3. Inovasi bisnis	32
4. Pengambilan Risiko	32
2. Instrumen	33
D.Analisis Validitas dan Reliabilitas	33
1. Uji Validitas	33
1. Analisis Validitas	34
a. Validitas Konvergen (<i>Convergent Validity</i>).....	34
b. Validitas Diskriminan (<i>Discriminant Validity</i>).....	35
2. Uji Reliabilitas.....	37
E. Analisis Data	38
1. Koefisien Determinasi (R^2)	39

2. <i>Effect Size</i> (f^2)	39
3. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	39
4. Pengujian Hipotesis Melalui <i>Path Coefficients</i>	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
A.Deskripsi Subjek Penelitian	40
1. Jenis Kelamin	40
2. Usia.....	40
3. Produk Usaha Kuliner	41
4. Lokasi Usaha di Kecamatan	41
5. Lama Usaha	42
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	42
1. Sikap Proaktif.....	42
2. Motivasi.....	43
3. Inovasi Bisnis	44
4. Pengambilan Risiko.....	45
C. Hasil Analisis Data.....	46
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
2. <i>Effect Size</i> (f^2)	47
3. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	47
4. Pengujian Hipotesis <i>Path Coefficients</i>	48
D. Pembahasan	50
BAB V PENUTUP	54
A.Kesimpulan	54
B. Keterbatasan dan Saran	55
1. Keterbatasan	55
2. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	63
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert.....	30
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Proaktif	31
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Motivasi	32
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel Inovasi Bisnis.....	32
Tabel 3. 5 Definisi Operasional Variabel Pengambilan Risiko	33
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas - <i>Loading Factor</i>	34
Tabel 3. 7 Hasil Analisis Validitas Konvergen.....	35
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Validitas Diskriminan – HTMT	36
Tabel 3. 9 Hasil Analisis Validitas Diskriminan - <i>Cross Loading</i>	36
Tabel 3. 10 Hasil Analisis Validitas Diskriminan - <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	37
Tabel 3. 11 Hasil Analisis Reliabilitas.....	38
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Produk Makanan dan Minuman	41
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	41
Tabel 4. 5 Data Responden Berdasarkan Lama Usaha	42
Tabel 4. 6 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Proaktif	42
Tabel 4. 7 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Motivasi	43
Tabel 4. 8 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Inovasi Bisnis.....	44
Tabel 4. 9 Data Tanggapan Responden untuk Variabel Pengambilan risiko	45
Tabel 4. 10 Hasil Uji R-Square.....	46
Tabel 4. 11 Hasil Uji Q-square	47
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Q2.....	47
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan Sektor Usaha	2
Gambar 1. 2 Data 10 Provinsi dengan Usaha Kuliner Terbanyak di Indonesia	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	63
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden	66
Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	74
Lampiran 5. Karakteristik Responden Berdasarkan produk usaha	73
Lampiran 6. Karakteristik Responden Berdasarkan lokasi usaha	73
Lampiran 7. Karakteristik Responden Berdasarkan lama usaha	73
Lampiran 8. Hasil Uji Model Pengukuran (Loading Factor Analysis)	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, UMKM kuliner memiliki peran penting dalam mendorong dan memperkuat ekonomi di berbagai daerah di Indonesia. Di negara maju dan berkembang, kuliner dianggap sebagai tulang punggung ekonomi. Khususnya di Indonesia UMKM kuliner berkembang dengan pesat di semua sektor bisnis, salah satunya kuliner makanan dan minuman. UMKM di Indonesia memiliki peranan yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus membantu menekan angka pengangguran yang masih tinggi di masyarakat, khususnya di Indonesia (Gupron, 2023).

Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia. Dengan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha, menjadikan UMKM sebagai sektor yang mendominasi struktur ekonomi Indonesia, di Indonesia menunjukkan bahwa jumlahnya mencapai 64,2 juta unit, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07%. Data ini mencakup jumlah UMKM per sektor usaha hingga akhir 2024, seperti perdagangan besar dan eceran (14,4 juta), penyediaan akomodasi dan makanan/minuman (6,4 juta), serta industri pengolahan (4,1 juta). Menurut data Kementerian Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM yang tercatat di Indonesia sampai 31 Desember 2024.

Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,95 persen) masuk dalam kategori lainnya.

DKI Jakarta menduduki peringkat pertama provinsi dengan jumlah usaha kuliner terbanyak di Indonesia dengan total 5.159 usaha pada tahun 2020. Raihan ini jauh lebih tinggi dibandingkan provinsi lainnya hingga hampir 4 kali lipat dibandingkan Jawa Barat yang berada di posisi ke-2 dengan total 1.414 usaha pada tahun 2020. Selain itu Kreativitas dalam menciptakan gagasan baru merupakan tindakan yang tidak memiliki batasan tertentu, meliputi kemampuan untuk mengembangkan keputusan serta menyelesaikan berbagai permasalahan (Sanny, 2013). Wirausahawan yang bergerak di bidang kuliner, diantaranya yang berada di wilayah Jakarta barat perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mendorong inovasi bisnis ini.

Dalam dunia bisnis maupun kewirausahaan, sikap proaktif merupakan salah satu aspek krusial yang memengaruhi keberhasilan individu maupun organisasi. Sikap proaktif dapat dimaknai sebagai kecenderungan seseorang untuk mengambil inisiatif, bertindak lebih awal, serta mengantisipasi peluang dan hambatan di masa mendatang, bukan sekadar merespons keadaan setelah terjadi. Individu yang memiliki sikap proaktif biasanya lebih siap menghadapi perubahan, mampu mencari solusi secara kreatif, serta menunjukkan kinerja yang lebih unggul dibandingkan mereka yang hanya bersikap reaktif atau pasif.

Akan tetapi, realitas menunjukkan bahwa tidak semua individu maupun organisasi memiliki tingkat proaktivitas yang memadai. Dalam sebuah organisasi, perilaku kerja yang proaktif dipandang positif karena mampu mendorong peningkatan produktivitas, menciptakan inovasi, serta memperkuat daya saing. Sementara itu, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi besar dalam menyediakan lapangan kerja baru, meningkatkan

pendapatan masyarakat, menyerap tenaga kerja, serta mendukung terciptanya stabilitas ekonomi nasional (Laily, 2023). hal ini mampu menciptakan lingkungan kerja yang lebih dinamis serta meningkatkan produktivitas. Untuk mengukur perilaku kerja proaktif, Bateman dan Crant (1993) mengembangkan sebuah instrumen yang dikenal dengan istilah *Proactive Personality Scale*.

Masih banyak karyawan yang bekerja hanya menunggu arahan dari atasan, pelaku usaha yang sekadar mengikuti arus tren pasar tanpa melakukan inovasi, hingga mahasiswa yang menjalani aktivitas akademik tanpa berupaya mengembangkan potensi diri. Kurangnya sikap proaktif ini dapat menjadi hambatan bagi perkembangan karier, inovasi, serta daya saing, terlebih di era persaingan global dan percepatan teknologi digital yang menuntut adaptasi cepat. Proaktif berarti memiliki dorongan untuk membuat, mengubah, dan menata lingkungan sesuai kebutuhan (Fay, 2023). UMKM yang bergerak di bidang kuliner, di antaranya yang berada di wilayah Jakarta Barat perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat mendorong inovasi bisnis ini.

Banyak faktor yang mempengaruhi inovasi bisnis diantaranya yaitu sikap proaktif, motivasi, inovasi, pengambilan risiko, kualitas produk, transformasi digital, dan masih banyak lainnya yang perlu diperhatikan untuk memajukan bisnis agar bisa bersaing dan usaha bisa tetap berlanjut. UMKM di Indonesia, meski menjadi tulang punggung ekonomi, masih banyak menghadapi kendala pertumbuhan. Oleh karena itu, perilaku kerja proaktif dari pemilik dan karyawan menjadi kunci penting untuk menemukan peluang, berinovasi, dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan global dan perubahan lingkungan bisnis (Fatima, 2023). Selain itu Individu yang proaktif adalah pemimpin diri sendiri yang terus mencari peluang untuk perbaikan dan melakukan upaya yang kuat untuk mempersiapkan masa depan (Abid, 2021). Kurangnya sikap proaktif wirausahawan, terutama di sektor UMKM, dalam mengidentifikasi tren pasar membuat

mereka tertinggal dibandingkan pesaing yang lebih cepat beradaptasi dengan permintaan konsumen (Tambunan, 2019).

UMKM harus menyadari keunggulan kompetitif menjadi salah satu faktor penting yang akan menentukan keberhasilan usaha atau perusahaannya. Salah satu caranya diperlukan pengetahuan tentang orientasi kewirausahaan sebagai salah satu strategi yang nantinya dapat digunakan untuk bersaing di pasar. Orientasi kewirausahaan mencakup beberapa elemen penting seperti inovasi, sikap proaktif, dan keberanian mengambil risiko. Ketiganya berperan penting dalam mendorong UMKM untuk lebih kreatif dan terbuka terhadap pembaruan, sehingga menciptakan strategi diferensiasi yang berdampak pada pertumbuhan. Selain itu faktor Motivasi merupakan kekuatan pendorong yang membuat seseorang berusaha lebih giat untuk mencapai berbagai tujuan, seperti memperoleh keuntungan, kebebasan pribadi, mewujudkan cita-cita, serta mencapai kemandirian. Dengan adanya motivasi, individu terdorong untuk bersikap positif terhadap peluang yang ada sehingga mampu meraih berbagai manfaat tanpa bergantung pada orang lain. Peningkatan motivasi berwirausaha akan berimplikasi pada semakin tingginya minat individu untuk terjun ke dunia usaha.

Motivasi menjadi pendorong utama seseorang untuk memulai, menjalankan, dan mengembangkan usaha. Ellinger (2003) menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan perilaku *coaching* tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan kerja karyawan, tetapi juga menjaga motivasi kerja karyawan, sehingga pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja dibandingkan dengan karyawan lain yang tidak mendapatkan *coaching*. Wirausahawan dengan motivasi yang kuat cenderung lebih gigih, pantang menyerah, serta berorientasi pada pencapaian, meskipun menghadapi keterbatasan sumber daya dan ketidakpastian pasar. Sebaliknya, rendahnya motivasi seringkali menyebabkan stagnasi usaha, sulit berkembang, bahkan berujung pada kegagalan bisnis. Motivasi tidak hanya berfungsi sebagai pendorong bagi wirausahawan untuk merintis usaha, tetapi juga menjadi

faktor penting dalam mempertahankan serta mengembangkannya. Berbagai aspek seperti latar belakang pendidikan, dukungan keluarga, perbedaan gender, hingga pengalaman bisnis dapat memengaruhi tingkat motivasi individu dalam berwirausaha (Mantik, 2020). UMKM di Indonesia, motivasi wirausaha masih menjadi persoalan yang cukup krusial. Banyak pelaku usaha yang menjalankan bisnis hanya karena faktor kebutuhan ekonomi semata, bukan karena dorongan untuk berprestasi atau menciptakan nilai tambah. Hal ini mengakibatkan orientasi usaha cenderung jangka pendek, dengan fokus pada keuntungan sesaat tanpa adanya strategi berkelanjutan (Wardani, 2021). Akibatnya, UMKM seringkali tertinggal dalam hal inovasi produk, kualitas layanan, maupun daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu Kesadaran akan pentingnya motivasi dalam pengembangan UMKM perlu menjadi fokus utama. Motivasi yang tinggi tidak hanya membantu wirausahawan untuk tetap bertahan, tetapi juga menjadi sumber energi dalam menemukan peluang baru, mendorong terciptanya inovasi, serta memperkuat daya saing usaha di tengah era transformasi digital saat ini (Ariyanti, 2011).

Selain itu, dalam menjalankan usaha dibutuhkan motivasi dan kemampuan mengambil risiko memunculkan inovasi baru yang mampu meningkatkan keunggulan bisnis. Kecenderungan individu dalam mengambil risiko sangat dipengaruhi oleh tingkat keyakinannya terhadap keberhasilan keputusan yang diambil. Inovasi menjadi elemen penting dalam pengambilan keputusan untuk tetap bertahan di tengah persaingan yang ketat. Dengan demikian, pemahaman atas risiko yang dihadapi dalam setiap keputusan menjadi krusial, karena dampak dari pengambilan risiko tersebut juga berpengaruh terhadap inovasi UMKM. Studi pada startup digital di Indonesia mengungkapkan bahwa strategi inovasi, baik melalui pengembangan produk maupun perbaikan proses operasional, berpengaruh signifikan terhadap kinerja organisasi secara menyeluruh. Dalam menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat serta ekspektasi konsumen yang terus berubah, inovasi menjadi faktor krusial bagi

keberlangsungan UMKM. Inovasi tidak hanya terkait dengan keberanian menciptakan produk baru, tetapi juga melibatkan proses operasional, strategi pemasaran melalui media digital, serta inovasi dalam model bisnis. Namun Banyak UMKM menghadapi hambatan dalam mengembangkan inovasi, baik dari sisi keterbatasan kapasitas internal, keterjangkauan teknologi, maupun budaya inovasi yang belum terbangun secara optimal (Hadiyati, 2021). Kondisi ini membuat mereka kesulitan untuk bersaing dengan pelaku usaha lain yang lebih cepat dan tanggap dalam memanfaatkan peluang pasar.

Selain itu, peran manajemen risiko juga terbukti penting, di mana penerapan manajemen risiko yang efektif mampu memperkuat hubungan inovasi perusahaan (Anggreini, 2024). Pengambilan Risiko melibatkan pengambilan tindakan berani dengan menjelajah ke hal yang tidak diketahui dan / atau melakukan sumber daya yang signifikan untuk usaha di lingkungan yang tidak pasti. Menurut Atiningsih (2021) pelaku UMKM berani dalam mengambil tindakan yang harus diambil, walaupun ada risikonya. Kondisi ini menjadi tantangan bagi pelaku usaha kuliner lokal atau UMKM untuk menghadirkan inovasi yang mampu membedakan mereka dari para pesaing, baik dari sisi cita rasa, cara penyajian, maupun strategi pemasarannya.

Perkembangan teknologi digital juga turut memperluas cakupan persaingan di sektor kuliner. Selain itu banyak pelaku UMKM kuliner harus berani mengambil risiko dengan berinovasi pada menu baru meski belum tentu diterima konsumen. Misalnya, pedagang makanan tradisional di Jakarta Barat mencoba menambahkan menu *fusion food* atau memanfaatkan kemasan modern untuk menarik generasi muda. Risiko yang dihadapi biaya tambahan produksi, potensi produk tidak laku, dan persaingan yang ketat. Namun langkah ini sering kali menghasilkan daya tarik baru yang membuat UMKM lebih kompetitif di pasar. Hal ini di sebabkan biaya tambahan produksi seperti harga bahan baku naik karena inflasi atau kelangkaan, kualitas bahan baku tidak konsisten sehingga perlu biaya tambahan untuk

menjaga standar produk. Dari sisi eksternal, UMKM harus berhadapan dengan persaingan yang semakin ketat, baik dari sesama pelaku usaha sejenis maupun dari perusahaan besar yang menawarkan produk dengan harga lebih kompetitif. Kondisi-kondisi tersebut menjadi penyebab utama munculnya risiko dalam menjalankan usaha, yang pada akhirnya menuntut pelaku UMKM untuk berani mengambil keputusan strategis agar tetap mampu bertahan dan berkembang di pasar.

Salah satu dengan adanya kehadiran platform daring, seperti aplikasi layanan pesan-antar makanan, media sosial, hingga *marketplace* kuliner, menuntut para wirausahawan untuk lebih sigap dan adaptif dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam strategi bisnis mereka. Meski demikian, sebagian besar usaha kuliner, terutama yang bergerak pada skala kecil dan menengah, masih mengalami kendala terkait literasi digital sehingga pemanfaatan peluang yang tersedia belum optimal (Dly, 2022). Dengan adanya inovasi terhadap era digital, wirausahawan mampu mencapai sebuah keunggulan kompetitif dengan melakukan inovasi terhadap produk yang memperhatikan aspek lingkungan dan dampak sosial. Inovasi bisnis dalam memanfaatkan bahan daur ulang dapat mengurangi emisi karbon, atau meningkatkan efisiensi energi dapat menjadi faktor utama yang menarik minat konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan.

Fenomena perkembangan UMKM kuliner di Jakarta Barat menunjukkan bahwa proaktivitas dan motivasi pelaku usaha menjadi kunci dalam mendorong inovasi bisnis. Pemerintah kota Jakarta Barat sendiri telah mendorong UMKM untuk melakukan digitalisasi pembayaran dan kurasi produk agar lebih kompetitif di pasar lokal maupun global (Antara, 2023; Pemerintah Kota Jakarta Barat, 2023). Namun, keberhasilan inovasi tidak hanya ditentukan oleh dukungan eksternal, melainkan juga oleh sikap proaktif pelaku UMKM dalam melihat peluang serta motivasi untuk berkembang, seperti yang terlihat pada berbagai kasus UMKM kuliner yang berani berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran (RRI, 2024). Meski demikian, tantangan terbesar yang masih dihadapi adalah keberanian dalam

mengambil risiko, mengingat masih banyak UMKM yang belum memiliki mitigasi risiko yang baik sehingga inovasi sering kali terhambat (IDN Times, 2023; UGM News, 2024).

Maka dari itu, diharapkan penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang berperan dalam inovasi bisnis UMKM kuliner. Penelitian ini akan memberikan rekomendasi praktis untuk pelaku wirausahaan kuliner dalam berinovasi bisnisnya dan bagi pemangku kepentingan, seperti pemerintah dan lembaga pendidikan, dalam program yang merancang program yang mendukung pengembangan UMKM kuliner.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini akan membahas mengenai **“Pengaruh Sikap Proaktif dan Motivasi terhadap Inovasi Bisnis pada UMKM Kuliner di Jakarta Barat dengan Pengambilan Risiko sebagai Variabel Mediasi.”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti akan mengidentifikasi masalah-masalah yang terdapat di dalam penelitian sebagai berikut.

- a. Sikap proaktif mempengaruhi pengambilan risiko UMKM.
- b. Motivasi mempengaruhi pengambilan risiko UMKM.
- c. Pengambilan risiko mempengaruhi inovasi bisnis UMKM.
- d. Sikap proaktif mempengaruhi inovasi bisnis UMKM.
- e. Motivasi mempengaruhi inovasi bisnis UMKM.
- f. Pengambilan risiko memediasi hubungan antara sikap proaktif dan inovasi.
- g. Pengambilan risiko memediasi hubungan antara motivasi dan inovasi.

3. Batasan Masalah

Untuk memastikan fokus yang lebih tajam dan mendalam dalam penelitian ini, sangat penting untuk menetapkan batasan agar fokus penelitian menjadi lebih jelas dan mendalam. Batasan masalah ini bertujuan untuk

memfokuskan perhatian pada aspek-aspek yang dianggap paling relevan dengan topik penelitian. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut.

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah para pelaku UMKM kuliner di Jakarta Barat.
- b. Objek dalam penelitian ini terdiri dari variabel yang dipengaruhi berupa inovasi bisnis, variabel yang mempengaruhi berupa sikap proaktif dan motivasi serta variabel yang menjadi mediasi adalah pengambilan risiko.

4. Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan fenomena yang telah peneliti uraikan di atas, peneliti mendapatkan rumusan masalah yang akan peneliti bahas kedepannya yaitu:

- a. Apakah sikap proaktif berpengaruh terhadap pengambilan risiko UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- b. Apakah motivasi berpengaruh terhadap pengambilan risiko UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- c. Apakah pengambilan risiko berpengaruh terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- d. Apakah sikap proaktif berpengaruh terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- e. Apakah motivasi berpengaruh terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner di Jakarta Barat?
- f. Apakah motivasi berpengaruh terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner di mediasi oleh pengambilan risiko di Jakarta Barat?
- g. Apakah sikap proaktif berpengaruh terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner di mediasi oleh pengambilan risiko di Jakarta Barat?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah peneliti buat, tujuannya dilakukan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah sikap proaktif berpengaruh positif terhadap pengambilan risiko UMKM kuliner di Jakarta Barat.
- b. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh positif terhadap pengambilan risiko UMKM kuliner di Jakarta Barat.
- c. Untuk mengetahui apakah pengambilan risiko berpengaruh positif terhadap inovasi bisnis UMKM di Jakarta Barat.
- d. Untuk mengetahui apakah sikap proaktif berpengaruh positif terhadap inovasi bisnis UMKM di Jakarta Barat.
- e. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh positif terhadap inovasi bisnis UMKM di Jakarta Barat.
- f. Untuk mengetahui apakah motivasi berpengaruh positif terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner dimediasi oleh pengambilan risiko di Jakarta Barat.
- g. Untuk mengetahui sikap proaktif berpengaruh terhadap inovasi bisnis UMKM kuliner dimediasi oleh pengambilan risiko di Jakarta Barat.

2. Manfaat

Adapun manfaat dalam penelitian ini, yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber pemikiran untuk mengembangkan teori serta memperluas pengetahuan terkait, sikap proaktif wirausaha, motivasi, pengambilan risiko pada inovasi. nantinya penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penulisan skripsi ini memiliki harapan untuk bisa membantu wirausahawan kuliner terkait dalam mengetahui proaktif, motivasi dan pengambilan risiko terhadap inovasi bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, G. A. (2021). Positive personality traits and self-leadership in sustainable organizations: Mediating influence of thriving and moderating role of proactive personality. *Sustainable Production and Consumption*, 25, 299–311.
- Alshanty, A. &. (2019). Kemampuan penginderaan pasar, kreativitas pengetahuan. *Jurnal Inovasi & Pengetahuan*, 171–178.
- Amabile, T. M. (1997). Motivating creativity in organizations: On doing what you love and loving what you do. *California Management Review*, 40(1), 39–58.
- Anggreini, D. (2024). The impact of innovation strategies on organizational performance. *Journal of Business Administration and Entrepreneurship Innovation*, 1(1), 5–8.
- Ariyanti, A. (201). Pengaruh Motivasi dan Mental Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *urnal Pengembangan Wiraswasta*, 2(3), 1-12.
- Arlindo do Ceu Fatima, I. M. (2023). Perilaku Kerja Proaktif dalam Pengembangan UMKM. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* Vol 23, No 3, 3544-3554.
- Atiningsih, A. W. (2021). Orientasi wirausaha dan kinerja UMKM: Efek mediasi dari akses. *Journal of Economics and Banking*, 5(2), 128–138.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bateman, T. &. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14(2), 103–118.
- Boabeng, F. O. (2018). Entrepreneurial Innovation and Risk Taking On Firm Performance: Empirical Evidence from Entrepreneurial Enterprises in Ghana. *International Journal of Business and Management Invention (IJBMI)* ISSN 7(1), 60–66.
- Collis, D. J., & Montgomery, C. (1995). Competing on Resources: Strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*, 73(4), 118-128.

- Covin, J. G. (1989). strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organizations. *Journal of Management*, 26(3), 435–462.
- Dly, S. W. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan literasi digital terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner di Binawidya. *urnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 45–55.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper & Row.
- Ellinger, A. D. (2003). upervisory coaching behavior, employee satisfaction, and warehouse employee performance: A dyadic perspective in the distribution industry. *Human Resource Development Quarterly*, 14(4), 435–458.
- Fay, D. S. (2023). Creating meaning by taking initiative: Proactive work behavior fosters work meaningfulness. *Applied Psychology* 72 (2), 506–534.
- Giaccone, S. C. (2022). Unveiling the role of risk-taking in innovation: antecedents and effects. *R&D Management*, 52(1), 93–107.
- Gold AH, A. M. (2001). Knowledge Management: An Organizational Capabilities Perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18 (1) , 185-214.
- Gupron, G. Y. (2023). Model Kesiapan Berwirausaha: Literature Review. *Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(1), 28-41.
- Hadiyati, E. (. (2021). Inovasi dan pemasaran sebagai strategi meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(1), 45–56.
- Herzberg, F. M. (1959). *The motivation to work (2nd ed.)*. New York: John Wiley & Sons.
- Huang, S. H. (2023). Entrepreneurial orientation dimensions and the performance of high-tech and low-tech firms: A configurational approach. *European Management Journal*, 41(3), 375-384.
- Karwowski, M. (2011). It Does not to Ask, But Sometime Its Hurt to Believe: Polis Student Creative Self-efficacy and It is Predictors. *Psychology of Aesthetic, Creativity, and The Arts*, 154-164.

- kavana, H. &. (2022). The effect of proactive action, innovation and risk taking on business performance. In Proceedings of the Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2021),. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 216, 284–289.
- Kitigin, B. (2017). Relationship Between Risk-Taking and Business Performance Among . *International Journal of Business and Management Review (Vol. 5, Issue 7)*.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty, and profit*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kotera, Y. A. (2022). A shorter form of the work extrinsic and intrinsic motivation scale: Construction and factorial validation. *International journal of environmental research and public health*, 19(21), 13864.
- Kreiser, P. M. (2002). Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 71–94.
- Kurniawan, A., & Aini, N. (2020). Pengaruh motivasi berwirausaha dan inovasi terhadap pengambilan risiko pada pelaku UMKM di Kota Semarang. *jurnal Ekonomi & Bisnis*, 23(2), 112-123.
- Lady Gan & Andi wijaya. (2024). INTENSI BERWIRAUSAHA DILIHAT DARI ASPEK KEPERIBADIAN PROKSIMAL PADA MAHASISWA FEB UNIVERSITAS TARUMANAGARA. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 707 – 715.
- Laily, I. K. (2023). Studi Metaanalisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM. *Journal on Education*5(4), 15480–15489.
- Lumpkin, G. T. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 429–451.
- Mantik, J. C. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha pada pengusaha kecil di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 8.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Naeimah Alkharaf, A. A. (2024). Journal of Innovation&Knowledge. *Exploring entrepreneurial orientation in an emerging economy*, 1-11.
- Naushad, M. (2022). SME innovation . *"Problems and Perspectives in Management*, 560-572.
- Obschonka, M. &. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: the Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49, 203-231.
- Parker, S. K. (2006). Modeling the antecedents of proactive behavior at work. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), 636–652.
- Raharjo, I. B. (2023). Analisis Peran Motivasi dan Pelatihan Kerja terhadap Kinerja Pelaku Industri Kuliner di Provinsi DKI Jakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 616–623.
- Rauch, A. W. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761–787.
- Robbins, S. P. (2017). *Organizational behavior (17th ed.)*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Salfore, N. E. (2023). Business model innovation and firm performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Heliyon*, 1-15.
- Sanny, L. R. (2013). Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi terhadap Kreativitas Karyawan Perum Pegadaian (Kantor Wilayah). *Binus Business Review*. 4 (1), 389-397.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

- Stewart, W. H. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153.
- Suherman, U. d. (2025). Analisis Kendala dan Inovasi Pengambilan Keputusan pada UMKM Bakso dan Mie Ayam Si Abang. *Musytari: Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 1–10.
- Tambunan, T. T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 1-15.
- Utami, C. W. (2021). Analysis of Innovation, Proactive, and Risk Taking as Presentations of Entrepreneurial Orientation towards Business Success of Second and Third Generation Family Business in Indonesia. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 10(1), 1-22.
- Wales, W. J. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal*, 31(4), 357–383.
- Wardani, N. T. (2021). Pengaruh Motivasi, Kreativitas, Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1), 77–92.
- Wernerfelt, B. ((1984). "A Resource-Based View of the Firm". *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Widianingsih, Y. P. (2023). The Relationship between Innovation and Risk Taking: The Role of Firm Performance. *Risks*, 11(8), 1–13.
- Wiklund, J. &. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–91.
- Zhang, Y. &. (2012). he effect of entrepreneurial orientation on business performance: A role of network capabilities in China. *Journal of Chinese Entrepreneurship*, 4(2), 132–142.

Zhang, Z. &. (2023). Impact of entrepreneurial orientation and risk sharing on organizational performance influencing role of news media and public opinion. *Frontiers in Psychology*, 14, 1-16.

<https://www.antaraneews.com/berita/3614133/heru-sebut-umkm-selama-ini-jadi-tulang-punggung-ekonomi-jakarta>

<https://ugm.ac.id/id/berita/mahasiswa-kkn-ugm-dorong-umkm-berbah-naik-kelas-melalui-digitalisasi/>

<https://rri.co.id/umkm/973421/tips-strategi-branding-produk-kuliner-tradisional>

<https://banten.idntimes.com/news/business/krisis-global-teuku-zacky-kita-bisa-survive-dengan-cara-kreatif-00-mn4pk-0lh706>

<https://rri.co.id/kuliner/1491772/transformasi-digital-jadi-strategi-peningkatan-daya-saing-produk-tradisional>

<https://www.antaraneews.com/berita/1771317/bi-ungkap-tiga-strategi-umkm-naik-kelas>