

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, EFIKASI DIRI , KREATIVITAS TERHADAP KINERJA USAHA *COFFEE SHOP*

Oey Hannes Widjaja¹, Herlina Budiono², dan James Edward A³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email : hannesw@fe.untar.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email : herlinab@fe.untar.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email : jamesa.115180402@stu.untar.ac.id

ABSTRACT

The research was triggered by coffee shop entrepreneurs which were affected by the COVID-19 pandemic in the Sunter area. The study aims to determine relationship between entrepreneurial orientation, self-efficacy also creativity on the business performance of thus coffee shop in Sunter statistically. This study uses PLS (Partial Least Square) to perform data analysis. The samples taken were 44 respondents who owned coffee shops in Sunter. The research method is quantitative and the sampling technique is non-probability. Collecting data by distributing questionnaires through google form. The results of the study indicate self-efficacy, entrepreneurial orientation, creativity have a positive influence on coffee shop business performance.

Keywords: *Entrepreneur orientation, Self-efficacy, creativity, business performance*

ABSTRAK

Penelitian ini dipicu oleh para pengusaha *coffee shop* yang terkena dampak oleh pandemi COVID-19 di daerah Sunter. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara Orientasi kewirausahaan, Efikasi diri dan Kreativitas terhadap kinerja usaha *coffee shop* area sunter secara statistik. Penelitian ini menggunakan *PLS (Partial Least Square)* untuk melakukan analisis data. Sampel yang diambil sebanyak 44 responden pemilik *coffee shop* di sunter. Metode penelitian secara kuantitatif dan teknik pengambilan sampel adalah *non-probability*. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui media google form. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Efikasi Diri, Orientasi kewirausahaan, Kreativitas memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja usaha *coffee shop*.

Kata kunci: Orientasi kewirausahaan, Efikasi diri, kreativitas, kinerja usaha

1. PENDAHULUAN

Kehadiran pandemic Covid-19 telah memberi dampak pada hampir seluruh ekonomi maupun sektor bisnis, salah satu sektor bisnis yang tidak terkena dampak dari Covid-19 adalah sektor *health care* bahkan sektor tersebut meningkat cukup signifikan. Tetapi salah satu sektor bisnis yang terdampak cukup besar adalah sektor *Food & Beverages*. Dalam dua tahun terakhir pengusaha *Food & Beverages* di Jakarta mengalami penjualan yang sangat drastis dikarenakan munculnya virus Covid-19 di Indonesia. Ditambah lagi penerapan kebijakan pemerintah Indonesia dimana ditetapkannya peraturan yaitu pembatasan kegiatan masyarakat, yang bertujuan untuk mengurangi angka kenaikan Covid-19 di Indonesia. Upaya dari pemerintah tersebut mengakibatkan para pemilik usaha di sektor *Food & Beverages* sehingga tidak sedikit pengusaha di sektor ini mengalami kemunduran karena sedikitnya demand yang ada.

Kopi di Indonesia adalah produk unggulan bidang perkebunan selain kelapa sawit dan karet. Indonesia yang memproduksi kopi dinyatakan memiliki daya saing di

pasar internasional (Sari Nalurita & Jahroh, 2014) Hal ini dibuktikan salah satunya oleh penelitian Indonesia adalah eksportir keempat global untuk komoditi kopi, dengan peran homogen homogen sekitar 4,76% terhadap ekspor total dunia. Brazil berada di posisi bersama menggunakan peran rata-rata homogen sebanyak 24,30%, kemudian diikuti Vietnam sebanyak 17,94 % serta Colombia sebanyak 10,65% (Sari Nalurita & Jahroh, 2014)

Data International Coffee Organization (ICO) mencatat bahwa *trending* konsumsi kopi domestik di Indonesia terus semakin tinggi dalam lima tahun terakhir. Di periode 2018-2019, jumlah konsumsi kopi domestik mencapai 4.800 kantong berkapasitas 60 kilogram (Kilo Gram). Padahal, di periode tahun 2014-2015, konsumsi kopi domestik hanya sejumlah 4.417 kantong, kemudian di periode tahun selanjutnya mencapai 4.550 kantong ((ICO), 2020)

Uni eropa adalah pengonsumsi paling banyak di dunia yaitu sebesar 42,6 Juta lbs selama satu tahun.. Sedangkan Amerika mengonsumsi kopi sebesar 25,8 Juta dan, di urutan ketiga terdapat Negara Brazil dengan mengonsumsi kopi sebesar 21,2 Juta lbs lalu dilanjutkan dengan jepang yaitu sebesar 7,9 juta lbs. dan di urutan kelima terdapat Rusia dan Indonesia yaitu dengan 4,6 juta lbs. ((ICO), Indonesia Masuk Daftar Negara Konsumsi Kopi, 2018)

Jumlah kedai kopi pada Indonesia dalam 3 tahun terakhir meningkat sangat tinggi. Tiga kali lipat berasal 1.083 outlet di 2016 menjadi 3.000 outlet di akhir 2019. Jumlah tersebut berasal, lebih banyak didominasi pada kota besar antara lain Jakarta, Medan, Surabaya, sampai Bandung. Meski begitu, tidak luput pula kedai kopi yang mulai merambah kota satelit atau *second tier* seperti Depok, Bengkulu dan Lampung. Dan menarik nya juga *market value* meningkat hingga Rp. 4,8 Triliun. (Prasetyo, 2020)

Dan Jakarta sebagai kota terbesar di Indonesia yang beragam bisnis dan trend ada di kota ini termasuk gaya hidup minum kopi di coffee shop. Pemilihan lokasi usaha menjadi salah satu strategi penentuan keberhasilan usaha dan perkembangan usaha. Diantara banyak nya titik di Jakarta, daerah Sunter adalah lokasi yang memberikan beragam konsep coffee shop berbeda beda. Oleh karena itu wilayah tersebut membentuk suatu gaya hidup dalam mengonsumsi kopi di coffee shop khususnya untuk generasi muda.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Hisrich, Peters, dan Sheperd (2008) definisi kewirausahaan adalah proses menciptakan nilai baru dengan penggunaan waktu dan uang, upaya yang diperlukan untuk menanggung resiko keuangan, fisik dan sosial yang terlibat mendampingi, penerimaan imbalan uang yang diperoleh/dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan individu. Halim et al. (2011) menyatakan bahwa sebagai proses menciptakan nilai baru dengan menggunakan waktu dan uang upaya yang diperlukan untuk menanggung resiko finansial, material, dan sosial yang terlibat mendampingi menerima imbalan uang yang dihasilkan, serta kepuasan dan kebebasan individu nilai manfaat.

Orientasi kewirausahaan adalah Stevenson dan Jarillo (1990) dalam (Louis Utama & Yenny, 2020) mengemukakan bahwa Orientasi Kewirausahaan yang mencerminkan langkah langkah organisasi, metode dan gaya perilaku kewirausahaan.

Dan di penelitian selanjutnya Utama dan Nadi (2017) dalam (Louis Utama & Yenny, 2020) mengemukakan bahwa orientasi yang ada di dalam suatu perusahaan mencerminkan kecenderungan dalam perusahaan untuk terlibat dalam perilaku yang inovatif, mengambil resiko dan mampu meningkatkan Kinerja Usaha.

Menurut Knight (1997) dalam (Zeebaree & Siron, 2017) “entrepreneurship as a characteristic attitude or process of organizations is now recognized by many firms and scholars as a critical factor in company success” yang berarti bahwa, kewirausahaan sebagai sikap karakteristik atau proses organisasi sekarang diakui oleh banyak perusahaan dan sarjana sebagai faktor penting dalam keberhasilan perusahaan.

Efikasi Diri adalah Andika & Masjid (2012) dalam (Fika & Ambarwati, 2021) mengatakan bahwa Efikasi Diri merupakan keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk mengatur, mencapai tujuan, menyelesaikan tugas, menghasilkan sesuatu, dan mengambil tindakan guna memperoleh keterampilan tertentu. Bandura (2012) dalam (Fika & Ambarwati, 2021) menegaskan, Efikasi Diri mengacu kepada keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka untuk melaksanakan sesuatu dengan sukses dan mampu menghasilkan keterampilan tertentu

(Wirama & Wulanyani, 2016) mengemukakan bahwa individu dapat mulai mengubah kondisi hidupnya dengan mengubah dirinya sendiri lebih dulu, sehingga pengenalan terhadap diri sendiri menjadi langkah permulaan untuk meningkatkan Efikasi Diri.

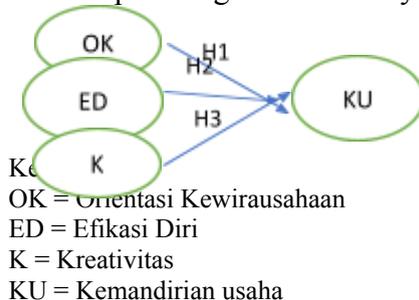
Kreativitas adalah Menurut (Guilford, 1959) dalam (Kim, Roh, & Cho, 2015) “Creativity is defined in a number of ways by scholars, including the capacity to produce ideas related to divergent thinking rather than convergent thinking” yang berarti bahwa beberapa ahli telah mendefinisikan Kreativitas dalam beberapa cara, termasuk kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang melibatkan pemikiran secara divergen, dibandingkan pemikiran secara konvergen Adapun Basadur & Gelade (2014) dalam (Kim, Roh, & Cho, 2015) yang menyatakan “Creativity could be seen from the process of problem solving attaching importance to the process of problem solving, and a recent study went further that creativity should be developed in the process of solving the problem of a real world”, yang berarti bahwa kreativitas dapat dilihat sebagai penekanan terhadap proses pemecahan masalah, dan penelitian terbaru lebih lanjut mengatakan bahwa Kreativitas harus dikembangkan dalam proses pemecahan masalah yang ada di dunia nyata. Munandar (2009) dalam (Fatmawiyati, 2018) menambahkan bahwa Kreativitas merupakan kemampuan guna menciptakan kombinasi baru data, informasi, dan elemen yang ada. Hasil Kreativitas bukan selalu berasal dari sesuatu yang benar-benar baru, namun dapat pula adalah kombinasi dari ide-ide yang telah ada

dari pengalaman maupun pengetahuan yang dimiliki seorang individu. Kombinasi ide-ide ini akan menghasilkan sesuatu yang baru.

Kinerja Usaha adalah . Menurut (Wahyudiati & Isroah, 2018) kinerja merupakan hasil kerja yang erat terkait dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan pelanggan dan kontribusinya terhadap perekonomian. Kinerja merupakan tolak ukur keberhasilan suatu badan usaha dalam mencapai tujuannya. Agar dapat berfungsi dengan baik, pelaku UKM perlu mengetahui cara mengelola keuangan usahanya. Pengelolaan keuangan merupakan hal yang sering diabaikan oleh para pelaku UKM. Pengetahuan mereka yang terbatas membuat mereka tidak dapat mengelola keuangan mereka dengan baik, dan ini akan mempengaruhi bisnis mereka. Adapun Anggraeni (2015) dalam (Sundari & Juniariyani, 2020) dalam penelitiannya, ia berpendapat bahwa profesionalisme dalam pengelolaan keuangan akan membantu subjek bisnis yang terkait dengan manajemen bisnis mulai dari penganggaran, perencanaan penghematan dana bisnis, dan pengetahuan keuangan yang mendasar untuk mencapai tujuan keuangan perusahaan. Dalam menjalankan suatu usaha, diperlukan pengelolaan keuangan yang baik agar tercipta hasil yang baik pula. Jika aspek keuangan membaik maka kinerja UMKM akan meningkat

Model Penelitian

Model penelitian yang bisa dibangun dari formulasi ketiga hipotesis yang sudah dibahas pada bagian sebelumnya dapat dilihat berikut ini.



Gambar 1.1: Model Penelitian
 Kerangka Pemikiran

2. METODE PENELITIAN

Paradigma Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif untuk menggambarkan fenomena yang diobservasi dan diukur secara deskriptif (Sekaran & Bougie, 2016). Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif karena penelitian ini memuat informasi mengenai penelitian sebelumnya dengan variabel yang sama dan hipotesis penelitian yang dapat dirumuskan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data-data yang diperoleh dari para usaha Coffee shop di Sunter.

Populasi dan Sampel

Menurut Sekaran & Bougie (2016) populasi mengacu pada semua kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh peneliti. Populasi pada penelitian ini merupakan pemilik usaha Coffee shop di daerah Sunter. Dalam penelitian dilakukan pengambilan sampel dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian. Ario Fajar (2020) dalam (Toffin, 2020) mengemukakan bahwa terdapat 3000 gerai Coffee Shop di Indonesia dan di Jakarta terdapat 600 gerai.

Metode pemilihan sampel yang dipergunakan adalah non-probability sampling. Menurut Sekaran & Bougie (2016) mengatakan bahwa suatu elemen populasi tidak memiliki probabilitas yang terkait dengan objek penelitian, maka pengambilan sampel non-probability lebih dapat diandalkan daripada yang lain. Sampel diambil menggunakan convenience sampling, sehingga pengumpulan data tidak memerlukan banyak waktu, tetapi lebih cepat, murah dan mudah dalam pendataan

Menurut Roche (1975) dalam Sugiyono (2017) ukuran sampel haruslah berkisar antara 30 sampai 500 sampel. Dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin dipergunakan dalam menentukan ukuran sampel dari populasi yang sudah diketahui jumlahnya yaitu 120 coffee shop di Jakarta utara dan di daerah sunter terdapat 57 coffee shop menurut Sugiyono (2017) untuk tingkat presisi yang ditentukan dalam penentuan sampel adalah 5%.

Rumus Slovin:

$$n = N / (1+(N \times e^2))$$

Dimana :

n= ukuran sampel

N= ukuran populasi

e= Kelonggaran ketidaktelitian yang disebabkan kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah

$$n = N / (1+(N \times e^2))$$

$$n = 57 / (1+(120 \times 0,052))$$

$$n = 43,84 \approx 44$$

Maka besar sampel pada penelitian ini sebanyak 44 coffee shop yang akan dijadikan responden, berikut merupakan daftar daerah coffee shop yang akan diteliti

Responden pada penelitian ini adalah pelaku usaha *coffee shop* di daerah Sunter dan pademangan.

Pengumpulan dan Analisis Data

Data yang berhasil dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara online. Dari responden yang terkumpul, 44 responden dilibatkan dalam test statistik aktual.

Data kemudian diolah menggunakan PLS (*Partial Least Square*) dengan bantuan *software smartPLS 3*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Jenis Kelamin. Partisipasi responden dalam penelitian ini berjumlah 44 orang. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sejumlah 27 orang dengan persentase sebesar (61,4%) dan responden wanita sebanyak 17 orang dengan persentase sebesar (38,6%).

Lama usaha. Dari 44 responden yang berpartisipasi, diketahui responden dengan lama usaha di bawah 10 tahun berjumlah 44 responden dengan persentase sebesar 100%.

Usaha bergerak di dalam bidang

Semua responden yang berpartisipasi merupakan responden dengan usaha bergerak dalam industri *coffee shop* berjumlah 44 responden dengan persentase sebesar 100%

Instrumen penelitian adalah Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dipergunakan adalah kuesioner online yang memanfaatkan google-form karena lebih memudahkan serta efisiensi dalam akses data. Penelitian ini menggunakan skala likert, dimana menurut Sekaran & Bougie (2016) skala likert dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada lima poin. Skala likert berkisar antara 1-5, yang merupakan:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Tabel 1. Variabel dan Indikator penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Orientasi Kewirausahaan diadaptasi oleh Covin dan Slevin (1989) ; (Khendhaouria, 2014)	<i>Risk taking, Innovation, Proactiveness</i>
2	Efikasi Diri diadaptasi oleh Schwarzer et al (1997); (Khendhaouria, 2014)	Mencapai tujuan dan fokus pada tujuan, Secara efisien menangani kejadian yang tidak terduga, pengetahuan mengatasi hal yang tidak terduga, Berupaya memecahkan lebih banyak masalah melakukan hal yang harus dilakukan
3	Kreativitas Tierney et al. (1997); (Khendhaouria, 2014)	Keyakinan kepada kemampuan untuk memecahkan masalah secara kreatif, Menghasilkan ide ide baru, Kecenderungan untuk mencoba pendekatan baru , Panutan yang baik dalam Kreativitas , puas dengan keterampilan
4	Kinerja Usaha diadaptasi oleh Wiklund (1999); Wiklund et al.(2009); (Khendhaouria, 2014)	Keuntungan dari usaha , Peningkatan nilai penjualan , Pertumbuhan volume penjualan dibandingkan dengan competitor

Uji Validitas dan Reliabilitas

Ketentuan dalam uji validitas harus memenuhi kriteria berikut (Sekaran & Bougie, 2016):

1. *Average Variance Extracted* (AVE) dari semua variabel harus lebih dari 0.5
2. Nilai *outer loading* dari tiap indikator harus lebih dari 0.6.
3. *cronbach's coefficient alpha* nilai setiap variabel di atas 0,60 sedangkan *dan composite reliability* di atas 0,70

Tabel 2. Analisis *Convergent Validity*, *Disriminant validit*, loading factor

Variabel	Indikator	Loading factor	CR	CA	AVE
Orientasi Kewirausahaan	X101	0,873	0,940	0,928	0,637
	X102	0,715			
	X103	0,823			
	X104	0,751			
	X105	0,794			
	X106	0,833			
	X107	0,839			
	X108	0,789			
	X109	0,755			
Efikasi Diri	X201	0,851	0,904	0,866	0,654
	X202	0,877			
	X203	0,843			
	X204	0,763			
Kreativitas	X301	0,834	0,905	0,868	0,656
	X302	0,820			
	X303	0,856			
	X304	0,779			
	X305	0,757			
Kinerja Usaha	Y301	0,759	0,905	0,840	0,760
	Y302	0,849			
	Y303	0,840			

Sumber: Hasil proses data untuk penelitian ini

Dari Tabel 2 bisa terlihat bahwa semua Hasil penelitian aktual juga menunjukkan bahwa data penelitian yang digunakan adalah valid dan reliabel.

Uji Model Struktural

Hasil Analisa *R-square* dan *Q-square*

No	Variabel	<i>R-square</i>	<i>Q-square</i>
1	Kinerja Usaha	0,908	0,678

Hasil *R-square* menunjukkan bahwa variabel Kinerja Usaha sebesar 0,908 atau sebesar 90,8 %. Ini menunjukkan bahwa sebesar 90,8% dari perubahan variabel Efikasi Diri, Orientasi Kewirausahaan, Kreativitas sedangkan sisanya 9,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Nilai *Q-square* variabel Kinerja Usaha sebesar 0,678. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Orientasi Kewirausahaan, Efikasi Diri, Kreativitas

memiliki nilai $Q2 > 0$ yang berarti memiliki variabel-variabel tersebut dapat menjelaskan model dengan baik

Selanjutnya dilakukan uji hipotesis.

Table 5 Pengujian hipotesis

hipotesis	Original Sampel	T-Statistic	P-values	Hasil
H1	0,320	2,762	0,06	Tidak Ditolak
H2	0,277	2,057	0,040	Tidak Ditolak
H3	0,389	,090	0,012	Tidak Ditolak

Sumber: Hasil olah data statistik AMOS (2020)

H1: Orientasi Kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja Usaha pada usaha coffee shop di Sunter

Berdasarkan hasil pengujian di tabel 4.5 bahwa hasil hipotesis H1 menghasilkan T-Statistic sebesar 2,509 dan P values sebesar 0,012. dengan demikian H1 tidak ditolak, yang berarti Orientasi kewirausahaan mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja usaha pada usaha coffee shop di sunter.

H2: Efikasi Diri memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Usaha pada bisnis coffee shop di Sunter

Berdasarkan hasil pengujian di tabel 4.5 bahwa hasil hipotesis H2 menghasilkan T-Statistic sebesar 2,762 dan P values sebesar 0,006 dengan demikian H2 tidak ditolak, yang berarti Efikasi Diri mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja usaha pada usaha coffee shop di sunter

H3: Kreativitas memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Usaha pada usaha coffee shop di Sunter

Berdasarkan hasil pengujian di tabel 4.11 bahwa hasil hipotesis H3 menghasilkan T-Statistic sebesar 2,057 dan P values sebesar 0,040 dengan demikian H2 tidak ditolak, yang berarti Efikasi Diri mempunyai pengaruh positif terhadap Kinerja usaha pada usaha coffee shop di sunter

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengelolaan data dan analisis data yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja usaha coffee shop di daerah sunter
2. Efikasi Diri berpengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja usaha coffee shop di daerah sunter
3. Kreativitas berpengaruh positif serta signifikan terhadap kinerja usaha coffee shop di daerah sunter

Keterbatasan

Pada saat melakukan penelitian, peneliti memiliki beberapa keterbatasan, yaitu sebagai berikut

Variabel yang digunakan untuk menilai Kinerja usaha pada coffee shop di daerah sunter hanya sebatas Orientasi kewirausahaan, Efikasi diri dan Kreativitas saja
Jumlah responden yang berhasil terkumpul masih sedikit, yaitu berjumlah 44 responden dan hanya berlokasi di daerah sunter saja sehingga tidak menyeluruh.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka hal yang perlu diperhatikan secara lebih matang oleh pengusaha yang bergerak di bidang coffee shop, serta peneliti berikut yang ingin meneliti topic yang sama, berikut merupakan beberapa saran yang diberikan oleh peneliti untuk melakukan penelitian selanjutnya

Saran teoritis

Bagi peneliti selanjutnya khususnya yang ingin meneliti variabel variabel yang serupa maka perlu diperhatikan untuk variabel Kreativitas karena merupakan Variabel yang paling lemah dalam validitas dan signifikan dan untuk penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel yang memiliki pengaruh terhadap Kinerja usaha.

Untuk peneliti selanjutnya agar menambah variabel lain yang berhubungan dengan Kinerja Usaha dan selanjutnya diharapkan untuk menambahkan sample agar memperoleh nilai validitas yang tinggi

Saran praktis

Bagi para pelaku usaha coffee shop untuk mengembangkan produk guna untuk mendahului para pesaing, dan melakukan berbagai macam inovasi agar tidak kalah dalam persaingan.

DAFTAR PUSAKA

- (ICO), I. C. (2018). Indonesia Masuk Daftar Negara Konsumsi Kopi. Jakarta: International Coffe Organization.
- (ICO), I. C. (2020). Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus. Data International Coffee Organization.
- Cemosa, C., & Soelaiman, L. (2020). Pengaruh Kreativitas, Proaktif dan Otonomi Terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi*, II(4), 889-896.
- Dewi Hanggraeni, L. A., & Hapsari, A. F. (2017). Determinan Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 8(3), 1-3.
- Fatmawiyati, J. (2018). Telaah Kreativitas. *Psikologi*, 1-2.
- Fika, F., & Ambarwati, T. (2021). Efikasi Diri Terhadap Kinerja Usaha Dengan Komitmen Berwirausaha Sebagai Variabel mediasi pada UMKM, 9(4), *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*,1436-1437.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analtsis* (Vol. 8th). Hampshire, United Kingdom : Annabel Ainscow.

- June Book, S. K., & Ranggana, P. A. (2021). Kewirausahaan (Teori dan Praktis). In S. K. June Book, & P. A. Ranggana, *Entrepreneur* (pp. 24-25). Jakarta: Penerbit Widina.
- Khendhaouria, A. (2014). *Creativity, self-efficacy, and small-firm performance: The mediating role of entrepreneurial orientation. Small Business Economics*, 485-504.
- Kim, M. K., Roh, I. S., & Cho, M. K. (2015). *Creativity of gifted students in an integrated math-science. Thinking Skills and Creativity*, 36-48.
- Kruger, N., & Brazeal, D. V. (1994). *Entrepreneurial Potential & Potential Entrepreneurs*. Entrepreneurship.
- Louis Utama, O. H., & Yenny, L. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 30-35.
- Marla, J., & Noboa, E. (2005). *How Intentions To Create A Social Entrepreneurship*, 3(521), 1-20.
- Miller, D. (1983). *The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. Management Science*, 29(7), 770-791.
- Mohammad, R., Zeebaree, Y., & Siron, R. B. (2017). *International Review of Management and Marketing The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs. International Review of Management and Marketing*, 7(1), 43-52. Retrieved from <http://www.econjournals.com>
- Mustikowati, R. I., & Tyasari, I. (2014). Orientasi Kewirausahaan, Dan Inovasi,. *Fakultas Ekonomi, Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 10(1), 25-26.
- Prasetyo, W. B. (2020). 2020 Kedai Kopi Diprediksi Tumbuh 15%. Jakarta : Berita Satu.
- Roche, J. T. (1975). *Fundamental research statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). New York: Holt; Rinehart; Winston.
- Rusdiana. (2018). Kewirausahaan Teori dan Praktik . In Rusdiana, *Kewirausahaan teori dan praktik Bandung: CV Pustaka Setia* . (pp. 46-47).
- Samuel Yaw Kusi, P. G., & Baumgarth, C. (2022). *How classical and entrepreneurial brand management increases the. Journal of World Business*.
- Santoso, G. G., & Christian, M. (2021, september 3). Mengukur Determinan Kinerja Usaha Kedai Kopi. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 5(2), 117-125.
- Sari Nalurita, R. W., & Jahroh, S. (2014). Analisis Daya-saing dan Strategi Pengembangan. Jakarta
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for business* (7th ed.). United Kingdom: Wiley.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: ALFABETA, CV.
- Sundari, N. M., & Juniariani, N. M. (2020). Pengelolaan Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia dan Strategi Pemasaran Dalam Mengukur Kinerja

- Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa*, 11(2), 148-154.
- Toffin. (2020). Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 *Brewing in Indonesia*”. *Toffin insight*.
- Utari, F. D., & Sukdijo. (2020). *The Roles of Need for Achievement and Family Environment in Stimulating Entrepreneurial Interest through Self-Efficacy*. *Economic*, 16(2), 143-160.
- Wahyudiati, D., & Isroah. (2018). pengaruh aspek keuangan dan kompetensi sumber daya manusia (sdm) terhadap kinerja usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di desa kasongan. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. (178-198)
- Wirama, I. N., & Wulanyani, N. M. (2016). hubungan bersyukur dan perilaku prososial terhadap efikasi diri pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) kota denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 261-270.
- Zeebaree, M. R., & Siron, R. B. (2017). *International Review of Management and Marketing The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs.*, *International Review of Management and Marketing* 43-52