

SKRIPSI

**PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI
BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN
DIMODERASI STRATEGI BISNIS PADA UMKM *FASHION* WANITA DI
JAKARTA PUSAT**



DIAJUKAN OLEH :

WINDY FASMITA

115210150

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

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

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Windy Fasmita
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210150
Program Studi : Manajemen Bisnis



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 November 2024



Windy Fasmita

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 TANDA PERSETUJUAN
SKRIPSI**

NAMA : WINDY FASMITA
NIM : 115210150
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN BISNIS
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN
DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA DENGAN
DIMODERASI STRATEGI BISNIS PADA UMKM
FASHION WANITA DI JAKARTA PUSAT

Jakarta, 19 November 2024

Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mei Ie', with a stylized flourish at the end.

(Dr. Mei Ie, S.E., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : WINDY FASMITA
NIM : 115210150
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN
DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP
KEBERHASILAN USAHA DENGAN DIMODERASI
STRATEGI BISNIS PADA UMKM FASHION
WANITA DI JAKARTA PUSAT

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 17 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Edalmen, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : - Dr. Mei Ie, S.E., M.M.
- Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

Jakarta, 17 Desember 2024

Pembimbing,



(Dr. Mei Ie, S.E., M.M.)

ABSTRACT

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA**

(A) WINDY FASMITA (115210150)

(B) THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL MINDSET AND ENTREPRENEURSHIP MOTIVATION TOWARDS BUSINESS SUCCESS MODERATED BY BUSINESS STRATEGY IN WOMEN'S FASHION MSMEs IN CENTRAL JAKARTA

(C) XVIII + 144 pages + 25 tables + 13 figures + 17 attachments

(D) *ENTREPRENEURSHIP*

(E) *Abstract: This study aims to examine the influence of entrepreneurial mindset and entrepreneurship motivation on the success of women's fashion MSMEs in Central Jakarta, with business strategy as a moderating variable. The study employs a descriptive quantitative approach using purposive sampling, involving 306 respondents who are owners of women's fashion MSMEs. Data analysis was conducted using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to evaluate the relationships between variables. The findings indicate that the entrepreneurial mindset has a positive and significant impact on the success of women's fashion MSMEs in Central Jakarta. Entrepreneurship motivation also has a positive and significant influence on the success of these MSMEs. Furthermore, business strategy demonstrates a positive and significant effect on business success and serves as a moderator that strengthens the relationship between entrepreneurial mindset and business success. However, business strategy as a moderator in the relationship between entrepreneurship motivation and business success shows a negative but significant influence, emphasizing the importance of aligning business strategies with the individual motivation of entrepreneurs.*

(F) *References* (44) (1991-2024)

(G) Dr. Mei Ie, S.E., M.M.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

(A) WINDY FASMITA (115210013)

(B) PENGARUH POLA PIKIR KEWIRAUSAHAAN DAN MOTIVASI BERWIRAUSAHA TERHADAP KEBERHASILAN USAHA DENGAN DIMODERASI STRATEGI BISNIS PADA UMKM *FASHION* WANITA DI JAKARTA PUSAT

(C) XVIII + 145 halaman + 25 tabel + 13 gambar + 17 lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh pola pikir kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat, dengan strategi bisnis sebagai moderasi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 306 responden yang terdiri dari pemilik UMKM *fashion* wanita. analisis data dilakukan menggunakan teknik Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola pikir kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* Jakarta Pusat. Motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* Jakarta Pusat. Selain itu, strategi bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha dan bertindak sebagai moderasi yang memperkuat hubungan antara pola pikir kewirausahaan dan keberhasilan usaha UMKM *fashion* Jakarta Pusat. Namun, strategi bisnis sebagai moderasi dalam hubungan antara motivasi berwirausaha dan keberhasilan usaha menunjukkan pengaruh negatif tetapi signifikan, menekankan pentingnya keselarasan strategi bisnis dengan motivasi individu wirausaha.

(F) Daftar Pustaka (44) (1991-2024)

(G) Dr. Mei Ie, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

“Someday you’ll find that you are brighter than the star”

- Cherrybelle

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan
untuk keluarga, sahabat, teman-teman, kakak mentor, serta pengajar
mulai dari guru sekolah sampai dosen kuliah yang telah
memberi dukungan dan motivasi untuk saya.

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 Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari beberapa kesulitan untuk menyelesaikannya. Dengan adanya panduan penulisan skripsi, bimbingan dan dorongan dari beberapa pihak, skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya dalam penyelesaian skripsi ini, khususnya pada:

1. Ibu Dr. Mei Ie, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, memberikan arahan, dan bimbingan berharga selama proses penyusunan skripsi, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Franky Selamat, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Dr. Mei Ie, S.E., M.M., Ibu Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si., Bapak Tri Sutrisno S.Si., M.Sc, Ibu Dr. Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M. selaku dosen yang telah memberikan peneliti kesempatan untuk mengikuti banyak kegiatan di Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Dr. Adianto, M.Sc. selaku Ketua Lembaga Kemahasiswaan dan Alumni yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan dukungan kepada peneliti dan teman-teman peneliti selama persiapan lomba yang diikuti oleh peneliti.
6. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi, dan staf perpustakaan yang telah mendidik, memberikan banyak ilmu serta pengetahuan, dan memberikan

layanan terbaik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

7. Keluarga tercinta yaitu kedua orang tua peneliti (Hidayat dan Lie Lian Ting), adik peneliti (Palicia dan Panicia), dan sepupu peneliti (Tommy) yang telah memberikan dukungan berupa doa, finansial, motivasi dan kasih sayang sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Callysa Tanjaya, Lissy Tanjaya, dan Tunas Budiman selaku sahabat peneliti yang selalu ada dan senantiasa memberikan dukungan emosional serta semangat kepada peneliti.
9. Teman seperjuangan, Lavenia, yang selalu mendukung, memberi semangat, dan menguatkan dalam suka dan duka sepanjang proses penyusunan skripsi serta selalu menemani selama mengikuti berbagai kegiatan di Universitas Tarumanagara.
10. Lavenia dan Samahita Putera yang telah saling mendukung, memberi semangat, menemani, dan menguatkan sepanjang proses penyusunan skripsi.
11. Stephen, Melly Jessica, Gerry Michael Cua, Irene Carl Lewis, yang telah memberikan dukungan dan menemani peneliti selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Tarumanagara.
12. Susi Susanti dan Jasynta Angelia selaku rekan kerja yang selalu memberikan dukungan berupa motivasi kepada peneliti.
13. Para responden yang telah berkontribusi meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
14. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam isi, tata bahasa, dan penyusunan, mengingat kemampuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan bermanfaat bagi peneliti. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen konsentrasi keuangan dan para pembacanya.

Jakarta, Desember 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Windy Fasmita', with a stylized, cursive script.

Windy Fasmita

DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	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.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	7
3. Batasan Masalah	8
4. Rumusan Masalah.....	8
B. Tujuan dan Manfaat	9
1. Tujuan	9
2. Manfaat	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Gambaran Umum Teori	11
B. Definisi Konseptual Variabel.....	12
1. Variabel Keberhasilan Usaha.....	12
2. Variabel Pola Pikir Kewirausahaan	14

3. Variabel Motivasi Berwirausaha	17
4. Variabel Strategi Bisnis	20
C. Kaitan Antar Variabel-Variabel	23
1. Pola Pikir Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha	23
2. Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha	24
3. Strategi Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha	26
4. Kaitan Pola Pikir Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha dengan dimoderasi oleh Strategi Bisnis	27
5. Kaitan Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan dimoderasi oleh Strategi Bisnis	29
D. Penelitian yang Relevan.....	30
1. Kerangka Pemikiran	45
2. Hipotesis Penelitian	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Desain Penelitian	49
B. Populasi, Teknik Pengambilan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	50
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	53
1. Operasionalisasi Variabel	53
a. Keberhasilan Usaha	53
b. Pola Pikir Kewirausahaan.....	56
c. Motivasi Berwirausaha	57
d. Strategi Bisnis	60
2. Instrument	62
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	63
1. Analisis Validitas	64
a. Validitas Konvergen	64
b. Validitas Diskriminan	67
2. Analisis Reliabilitas	69
E. Analisis Data.....	70

1. Koefisien Determinasi (R^2)	71
2. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	71
3. <i>Effect Size</i> (F^2)	71
4. <i>Goodnes of Fit</i> (GoF).....	72
5. Pengujian Hipotesis Melalui Koefisien Jalur (<i>Patch Coefficients</i>)	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Deskripsi Subjek Penelitian	74
1. Jenis Kelamin.....	76
2. Usia	78
3. Pendidikan	79
4. Sumber Pendanaan Utama	81
5. Jumlah Karyawan	82
6. Omset Per Bulan	84
B. Deskripsi Objek Penelitian	86
1. Keberhasilan Usaha	86
2. Pola Pikir Kewirausahaan.....	88
3. Motivasi Berwirausaha	90
4. Strategi Bisnis	92
C. Hasil Analisis Data	94
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	95
2. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	96
3. <i>Effect Size</i> (F^2).....	96
4. Uji <i>Goodness of Fit Model</i> (GoF).....	98
5. Pengujian Hipotesis (<i>Patch Coefficients</i>)	99
D. Pembahasan	102
BAB V PENUTUP	108
A. Kesimpulan	108
B. Implikasi	108
C. Keterbatasan dan Saran.....	109

1. Keterbatasan.....	109
2. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	118
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	144
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	145

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM 2018 – 2023	1
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	30
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Keberhasilan Usaha	53
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Pola Pikir Kewirausahaan	56
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Motivasi Berwirausaha	57
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Strategi Bisnis.....	60
Tabel 3.5 Modifikasi Skala Likert	63
Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	65
Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	65
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	67
Tabel 3.9 Hasil Analisis Reliabilitas (<i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliabilities</i>)	69
Tabel 4.1 Kategori Responden berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2 Kategori Responden berdasarkan Usia	78
Tabel 4.3 Kategori Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.4 Kategori Responden berdasarkan Sumber Pendanaan Utama	81
Tabel 4.5 Kategori Responden berdasarkan Jumlah Karyawan	83
Tabel 4.6 Kategori Responden berdasarkan Omset Per Bulan	84
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Keberhasilan Usaha	86
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Pola Pikir Kewirausahaan	88
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Motivasi Berwirausaha.....	90
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Pernyataan Strategi Bisnis	92
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	95
Tabel 4.12 Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	96
Tabel 4.13 Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (F^2)	96
Tabel 4.14 Hasil Rata-Rata AVE & <i>R-Square Adjusted</i>	98
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis (hasil <i>Output Bootstrapping</i>)	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	47
Gambar 4.1 Kriteria Sampel 1: Pemilik UMKM <i>Fashion</i> Wanita	74
Gambar 4.2 Kriteria Sampel 2: Pemilik UMKM <i>Fashion</i> Wanita yang lokasi usahanya berada di Jakarta Pusat	75
Gambar 4.3 Kriteria Sampel 3: Pemilik UMKM <i>Fashion</i> Wanita yang sudah menjalankan usahanya selama 1 tahun atau lebih dari 1 tahun	76
Gambar 4.4 Kriteria Sampel 4: Jenis Kelamin Pemilik UMKM <i>Fashion</i> Wanita di Jakarta Pusat	77
Gambar 4.5 Kriteria Sampel 5: Usia Pemilik UMKM <i>Fashion</i> Wanita di Jakarta Pusat.....	79
Gambar 4.6 Kriteria Sampel 6: Pendidikan Terakhir UMKM <i>Fashion</i> Wanita di Jakarta Pusat	80
Gambar 4.7 Kriteria Sampel 7: Sumber Pendanaan Utama UMKM <i>Fashion</i> Wanita di Jakarta Pusat	82
Gambar 4.8 Kriteria Sampel 8: Jumlah Karyawan UMKM <i>Fashion</i> Wanita di Jakarta Pusat.....	83
Gambar 4.9 Kriteria Sampel 9: Omset Per Bulan UMKM <i>Fashion</i> Wanita di Jakarta Pusat.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	118
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner	126
Lampiran 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	137
Lampiran 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	137
Lampiran 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	138
Lampiran 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha	138
Lampiran 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pendanaan Utama	139
Lampiran 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	139
Lampiran 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Omset Per Bulan	140
Lampiran 10. Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	140
Lampiran 11. Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	141
Lampiran 12. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan AVE	141
Lampiran 13. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	141
Lampiran 14. Hasil Pengujian <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	142
Lampiran 15. Hasil Pengujian <i>Effect Size</i> (F^2)	142
Lampiran 16. Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	142
Lampiran 16. Hasil Uji Hipotesis (hasil <i>Output Bootstrapping</i>)	143

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Industri UMKM di Indonesia berperan sebagai fondasi ekonomi nasional, dengan kontribusi signifikan terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja. Berdasarkan data dari Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN), UMKM menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan mencakup sekitar 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Fakta ini menunjukkan betapa vitalnya peran UMKM dalam membangun ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, terutama di sektor-sektor yang bersinggungan langsung dengan masyarakat luas, seperti fashion, makanan, dan kerajinan tangan.

Tabel 1.1

Data UMKM 2018 – 2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)	-	1,98%	-2,24%	2,28%	-0,70%	1,52%

Sumber : [UMKM Indonesia - KADIN Indonesia](#)

Menurut sumber [Indonesia.go.id - Industri Tekstil dan Pakaian Tumbuh Makin Positif](#) sektor tekstil dan pakaian di Indonesia menunjukkan pertumbuhan positif dan menjadi pilar penting ekonomi nasional pada triwulan pertama 2024, sektor ini tumbuh 2,64%. Bank Indonesia mencatat ekspansi signifikan di sektor tekstil, pakaian, dan alas kaki dengan Prompt Manufacturing Index (PMI-BI) mencapai 57,40% dan

proyeksi indeks untuk triwulan kedua diperkirakan mencapai 61,07%. Investasi juga meningkat, dengan total Rp 6,9 triliun pada awal 2024, menunjukkan sektor ini tetap menarik bagi investor.

Di sektor fashion, UMKM tidak hanya mendukung ekonomi domestik tetapi juga turut memperkaya budaya dan mendorong kreativitas lokal. Jakarta Pusat, sebagai salah satu pusat bisnis dan mode di Indonesia, merupakan contoh konkret bagaimana UMKM fashion dapat bertumbuh pesat dan menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Kemampuan UMKM untuk tetap eksis di tengah persaingan sangat bergantung pada inovasi dan adaptasi terhadap tren global, serta pemanfaatan digitalisasi.

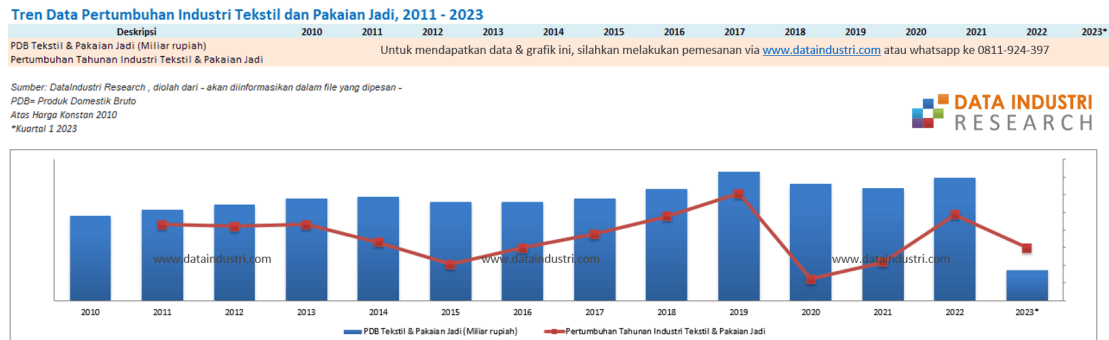
Meskipun memiliki peran yang besar, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan, seperti keterbatasan akses permodalan, infrastruktur dan teknologi. Kemajuan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk beralih ke platform digital guna memasarkan produk mereka dan memperluas pangsa pasar. Pemerintah dan sejumlah lembaga terkait berupaya mendukung perkembangan UMKM melalui berbagai program, seperti pelatihan kewirausahaan, kemudahan akses pembiayaan, dan penyelenggaraan pameran domestik untuk meningkatkan keberhasilan usaha UMKM.

Keberhasilan usaha merupakan tujuan utama setiap wirausaha, khususnya dalam industri *fashion*, yang melibatkan serangkaian faktor kunci yang harus dikelola secara efektif. Industri *fashion*, terutama disektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM di bidang *fashion* telah menjadi tulang punggung ekonomi kreatif, terutama di Jakarta Pusat, yang dikenal sebagai pusat bisnis dan mode di ibu kota. Pertumbuhan UMKM di sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi

signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, tetapi juga meningkatkan daya saing ekonomi lokal dan nasional.

Gambar 1.1

Data Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi



Sumber: [Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi, 2011 - 2024](http://www.dataindustri.com)

Pertumbuhan industri *fashion* di Indonesia didorong oleh beberapa faktor utama, diantaranya perkembangan tren *fashion* yang sangat cepat, peningkatan daya beli masyarakat, serta kemudahan akses terhadap teknologi informasi. Akses teknologi yang semakin luas telah membuka peluang bagi para pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat merek. Di tengah peluang ini, banyak masyarakat, terutama pelaku bisnis, tertarik untuk memasuki dunia *fashion*. Industri ini tidak hanya memiliki potensi ekonomi yang besar, tetapi juga mencerminkan identitas budaya dan tren global yang berkembang secara dinamis. Selain itu, industri *fashion* menjadi salah satu sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, baik dalam skala lokal maupun nasional.

Namun, di balik peluang yang besar, persaingan dalam industri *fashion* semakin ketat. Pelaku usaha di bidang ini harus terus berinovasi dan cepat beradaptasi dengan tren dan kebutuhan konsumen yang selalu berubah. Kemunculan berbagai merek baru yang menawarkan produk dengan kualitas dan harga yang bersaing, serta hadirnya tren *fashion* yang

terus berputar dengan cepat, membuat persaingan dalam industri ini semakin kompleks. Persaingan tidak hanya terjadi di pasar lokal, tetapi juga di pasar global, dimana pelaku usaha harus bersaing dengan merek-merek yang memiliki sumber daya lebih besar dan teknologi yang lebih canggih.

Salah satu faktor kunci yang akan mempengaruhi keberhasilan usaha dalam industri *fashion* wanita adalah pola pikir kewirausahaan. Pola pikir ini mencakup sikap mental dan perspektif yang berfokus pada pertumbuhan, inovasi, dan pengambilan risiko. Menurut Ersari & Naktiyok (2022), pola pikir kewirausahaan dapat dibagi menjadi tiga jenis utama yaitu *elaborating mindset*, *implemental mindset*, dan *compulsiveness mindset*. *Elaborating mindset* merujuk pada kemampuan wirausaha untuk memperluas ide-ide yang ada, sehingga menghasilkan inovasi yang lebih baik. *Implemental mindset* mencerminkan kecenderungan untuk fokus pada pelaksanaan ide dan strategi yang telah direncanakan. Sementara itu, *compulsiveness mindset* adalah kecenderungan untuk bertindak dengan cepat dan tepat dalam menghadapi tantangan yang muncul. Pelaku usaha yang memiliki pola pikir kewirausahaan cenderung lebih mudah beradaptasi dengan perubahan pasar dan lebih kreatif dalam mencari solusi atas masalah yang dihadapi. Mereka melihat pendirian usaha baru sebagai tantangan dan peluang untuk belajar dan berkembang, serta tidak takut untuk mengambil risiko dalam mengeksplorasi ide-ide baru.

Dalam konteks ini, kewirausahaan menjadi sumber daya vital dalam kegiatan usaha, terutama mengingat wirausaha sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya, mulai dari tenaga kerja hingga keuangan. Akses ke pendanaan yang memadai memungkinkan wirausaha untuk fokus pada misi sosial mereka dan mengejar berbagai peluang pertumbuhan (Achi, 2024).

Namun, memiliki pola pikir kewirausahaan yang kuat saja tidak cukup untuk menjamin kesuksesan. Motivasi berwirausaha juga akan memainkan peran yang sangat penting dalam menggerakkan individu untuk mengambil langkah nyata dalam mengembangkan usahanya. Motivasi yang kuat membuat wirausaha untuk tetap fokus pada tujuan mereka, bahkan ketika menghadapi berbagai tantangan dan rintangan. Menurut Kordshouli & Maleki (2023) motivasi berwirausaha terdiri dari tiga komponen utama yaitu *the entrepreneurial perceptions and attitudes*, *the entrepreneurial activities*, dan *the entrepreneurial aspirations*. *The entrepreneurial perceptions and attitudes* mencakup pandangan dan sikap individu terhadap kewirausahaan, yang mendorong mereka untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. *The entrepreneurial activities* melibatkan tindakan nyata yang diambil oleh wirausaha dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis mereka. Sedangkan *the entrepreneurial aspirations* adalah cita-cita dan tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh wirausaha.

Dorongan untuk berinovasi dan menyalurkan kreativitas ke dalam produk yang bermanfaat bagi masyarakat juga menjadi motivasi yang kuat. Banyak wirausaha *fashion* wanita termotivasi oleh keinginan untuk memberdayakan perempuan, baik melalui produk yang mereka ciptakan maupun melalui kesempatan kerja yang mereka tawarkan. Kepuasan pribadi dalam melihat ide kreatif mereka terwujud dan diakui oleh pasar juga merupakan faktor penting yang memotivasi mereka untuk terus berinovasi, motivasi untuk mengembangkan usaha tidak hanya didasarkan pada keyakinan akan kemampuan untuk berhasil, tetapi juga pada kemampuan untuk mengakses informasi tentang peluang berwirausaha. Oleh karena itu, motivasi berwirausaha muncul ketika seseorang memiliki kebutuhan yang ingin dicapai, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang

dapat mempengaruhi kehidupannya di masa depan Aini & Oktafani (2020).

Untuk mengatasi persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha juga perlu mengembangkan strategi bisnis yang efektif. Strategi bisnis yang kuat dan inovatif akan membantu pelaku usaha untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang, serta mengatasi tantangan yang ada di pasar. Menurut Yoon & Sengupta (2021) strategi bisnis dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama yaitu *prospector*, *analyzer*, dan *defender*. *Prospector* merujuk pada strategi yang berfokus pada pencarian dan eksplorasi peluang baru di pasar. *Analyzer* adalah strategi yang menggabungkan pendekatan eksploratif dengan pendekatan defensif, yaitu menjaga posisi pasar yang ada sambil mencari peluang pertumbuhan. Sementara itu, *defender* adalah strategi yang lebih berfokus pada mempertahankan posisi yang sudah ada di pasar dan melindungi bisnis dari ancaman kompetitif. Dalam industri *fashion* wanita, keberhasilan tidak hanya bergantung pada inovasi dan strategi pemasaran yang efektif, tetapi juga pada kemampuan untuk mengenali, mengelola, dan mengurangi risiko yang akan muncul dalam lingkungan bisnis yang penuh tantangan dan risiko (Whitler & Barta, 2024).

Industri *fashion* di Indonesia, khususnya di sektor UMKM, menghadapi tantangan signifikan dalam bersaing dengan merek-merek besar yang memiliki sumber daya dan strategi yang lebih unggul. Pelaku usaha menghadapi kesulitan untuk bersaing akibat persaingan yang sangat ketat di sektor ini. Situasi ini akan semakin rumit karena pola pikir kewirausahaan yang terbatas di kalangan pelaku usaha. Tidak semua pelaku usaha memiliki pola kewirausahaan yang cukup kuat untuk mendorong kreativitas dan kemampuan adaptasi yang dibutuhkan dalam menghadapi perubahan cepat di pasar.

Selain itu, motivasi berwirausaha yang lemah dan kurang optimal menjadi hambatan bagi pertumbuhan dan ketahanan usaha. Dengan motivasi yang kurang kuat, pelaku usaha cenderung mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha dan mengatasi tantangan persaingan. Banyak pelaku usaha belum menerapkan strategi bisnis yang efektif. Tanpa adanya strategi yang tepat, peluang di pasar sering kali tidak dimanfaatkan dengan baik, dan risiko bisnis tidak dikelola dengan maksimal, yang akhirnya mempengaruhi keberhasilan usaha secara keseluruhan. Pengelolaan faktor-faktor keberhasilan usaha seperti permintaan produk, peningkatan pendapatan, dan pertumbuhan jumlah pelanggan sering kali dilakukan secara tidak optimal. Akibatnya, pelaku usaha menghadapi penurunan performa usaha yang semakin menyulitkan mereka untuk meraih keberhasilan yang berkelanjutan di industri *fashion* yang sangat kompetitif.

Dengan latar belakang yang telah disebutkan, penelitian ini akan memfokuskan pada pengaruh pola pikir kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha, dengan strategi bisnis sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu dari ini judul peneliti ini adalah “Pola Pikir Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Keberhasilan Usaha dengan Dimoderasi Strategi Bisnis pada UMKM *Fashion* Wanita di Jakarta Pusat”.

2. Identifikasi Masalah

- a. Pelaku usaha kesulitan bersaing dengan merek besar dikarenakan adanya persaingan yang ketat di industri *fashion* wanita.
- b. Terbatasnya pola pikir kewirausahaan karena tidak semua pelaku usaha memiliki pola pikir kewirausahaan yang kuat untuk mendukung kreativitas dan adaptasi.

- c. Motivasi berwirausaha yang lemah dan kurang optimal menghambat perkembangan dan ketahanan usaha.
- d. Banyak pelaku usaha belum menerapkan strategi bisnis yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan mengelola risiko.
- e. Pelaku usaha sering tidak optimal dalam mengelola faktor-faktor keberhasilan seperti permintaan produk dan pendapatan.

3. Batasan Masalah

Karena pembahasan penelitian ini dapat meluas, oleh karena itu, diperlukan adanya pembatasan masalah, batasan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Batasan masalah terkait pola pikir kewirausahaan dibatasi hanya dibahas dari aspek pola pikir pengembangan, pola pikir pelaksanaan, dan pola pikir kompulsif.
- b. Batasan masalah terkait motivasi berwirausaha dibatasi hanya dibahas dari aspek persepsi dan sikap kewirausahaan, aktivitas kewirausahaan, dan aspirasi kewirausahaan.
- c. Batasan masalah terkait strategi bisnis dibatasi hanya dibahas dari aspek pencari peluang, penganalisis, dan bertahan.
- d. Batasan masalah terkait keberhasilan usaha dibatasi hanya dibahas dari aspek peningkatan permintaan produk, produksi, pendapatan, jumlah pelanggan, dan sarana usaha.

4. Rumusan Masalah

- a. Apakah pola pikir kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat?

- b. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat?
- c. Apakah strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat?
- d. Apakah pola pikir kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat dengan dimoderasi oleh strategi bisnis?
- e. Apakah motivasi berwirausaha berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat dengan dimoderasi oleh strategi bisnis?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui pengaruh pola pikir kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- b. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- c. Untuk mengetahui pengaruh strategi bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat.
- d. Untuk mengetahui pengaruh pola pikir kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat dengan dimoderasi oleh strategi bisnis.
- e. Untuk mengetahui pengaruh motivasi berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat dengan dimoderasi oleh strategi bisnis.

2. Manfaat

a. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang kewirausahaan, khususnya terkait dengan pengaruh pola pikir kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan strategi bisnis terhadap keberhasilan usaha UMKM di industri *fashion* wanita.
- 2) Hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memberikan bukti empiris terhadap teori-teori yang berkaitan dengan kewirausahaan, khususnya dalam konteks UMKM di industri *fashion* wanita di Jakarta Pusat.

b. Manfaat Praktis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha UMKM *fashion* wanita di Jakarta Pusat tentang pengembangan pola pikir kewirausahaan dan motivasi berwirausaha yang efektif untuk meningkatkan keberhasilan usaha mereka.
- 2) Hasil penelitian ini dapat membantu pelaku usaha memahami pentingnya strategi bisnis dan pengembangan strategi tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memoderasi pengaruh pola pikir kewirausahaan dan motivasi berwirausaha terhadap keberhasilan usaha.

Daftar Pustaka

- Abdelwahed, N. A. A., & Alshaikhmubarak, A. (2023). Developing Female Sustainable Entrepreneurial Intentions through an Entrepreneurial Mindset and Motives. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15076210>
- Abdillah, M. R., Anita, R., & Fadhilla, M. (2024). *PENINGKATAN PEMAHAMAN PENELITIAN MENGENAI ASUMSI FILOSOFIS “ POSITIVIST SOCIAL SCIENCE ” DALAM PEMILIHAN DESAIN PENELITIAN KUANTITATIF*. 8(1), 2.
- Achi, A. (2024). Directors’ exposure and social enterprise performance: does entrepreneurial mindset and financial resource availability matter? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-10-2023-1105>
- Adnyana, I. M. D. M. (2021). Populasi dan Sampel. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14(1), 103–116.
- Aini, Q., & Oktafani, F. (2020). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Telkom University. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2), 151–159. <https://doi.org/10.31849/jieb.v17i2.3845>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Amadea, P. T., & Riana, I. G. (2020). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(4), 1594. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i04.p18>
- Ambarwati, T. (2021). Nilai-Nilai Kewirausahaan Dan Komitmen Berwirausaha Terhadap Kinerja UMKM dengan Strategi Bisnis Sebagai Moderasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 44–56. <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5198>

- Bayo-Moriones, A., Galdon-Sanchez, J. E., & Martinez-de-Morentin, S. (2021). Business strategy, performance appraisal and organizational results. *Personnel Review*, 50(2), 515–534. <https://doi.org/10.1108/PR-09-2019-0498>
- Cater, III, J. J., Young, M., & Hua, L. (2023). Examining the Entrepreneurial Mindset and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Business and Economics*, 25(4), 30–47. <https://doi.org/10.33423/jabe.v25i4.6339>
- Ersari, G., & Naktiyok, A. (2022). The Role of Competitive Strategies in the Effect of Entrepreneurial Mindset and the Entrepreneurial Leadership on Business Performance. *Istanbul Business Research*, 0(0), 0–0. <https://doi.org/10.26650/ibr.2022.51.834294>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114.
- Gódány, Z., Machová, R., Mura, L., & Zsigmond, T. (2021). Entrepreneurship Motivation in the 21st Century in Terms of Pull and Push Factors. *TEM Journal*, 10(1), 334–342. <https://doi.org/10.18421/TEM101-42>
- Gula, V. E., & Mulyani, S. D. (2020). Pengaruh Capital Intensity Dan Deferred Tax Expense Terhadap Tax Avoidance Dengan Menggunakan Strategi Bisnis Sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Pakar, 2012*, 1–7. <https://doi.org/10.25105/pakar.v0i0.6882>
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Hati, S. R. H., Fitriasih, R., & Safira, A. (2020). E-textbook piracy behavior: An integration of ethics theory, deterrence theory, and theory of planned behavior. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18(1), 1–19. <https://doi.org/10.1108/JICES-11-2018-0081>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). MULTIVARIATE DATA ANALYSIS EIGHTH EDITION. www.cengage.com/highered

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hedy Syahidah Budiarti, R. (2023). Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen dan Keberhasilan Bisnis. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(2), 405–416. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i2.3763>
- Hussain, S., Fangwei, Z., Siddiqi, A., & Ali, Z. (2018). Structural Equation Model for Evaluating Factors Affecting Quality of Social Infrastructure Projects. *Sustainability*, 1-25.
- Ifekwem, N. E., & Okey-nwosu, J. C. (2023). Female Entrepreneur Leadership Style and Business Success. *Review of International Comparative Management*, 24(Vol. 24 No. 1 / 2023), 129–141. <https://doi.org/10.24818/rmci.2023.1.129>
- Irwanto Anthony, & Ie Mei. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm F&B Di Jakarta Barat. *Jurnal manajerial dan Kewirausahaan*, 05(01), 259–267.
- Iskandar, K. A., & Safrianto, A. S. (2020). Pengaruh Keterampilan Wirausaha Dan Pengalaman Usaha Terhadap Keberhasilan Kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi dan Industri*, 21(1), 14–20. <https://doi.org/10.35137/jei.v21i1.403>
- Jonathan Saswono. (2006). Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. In Dr. Bambang Ismaya (Ed.), *Journal of Chemical Information and Modeling* (Cetakan Pe, Vol. 53, Nomor January). CV Saba Jaya Publisher. https://www.researchgate.net/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD
- Junaidi, J., Anwar, S. M., & Sahrir, S. (2023). The role of religion and social capital on entrepreneurship self-efficacy and motivation among students in Indonesia. *Cogent Business and Management*, 10(3), 1–22. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2265091>
- Keiper, M. C., & Barnes, J. (2021). Small business success: factors influencing the

- NBA's D-league. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), 85–101. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2018-0375>
- Lestari, R., & Hertati, L. (2020). Bagaimana Pengaruh Strategi Bisnis, Kekuatan Produk Terhadap Kualitas Sistem Informasi Akuntansi Manajemen: Studi Kasus Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia. *Kajian Akuntansi*, 21(1), 01–16. <https://doi.org/10.29313/ka.v21i1.5675>
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research: An Applied Orientation*, Global Edition (7th ed.). Pearson. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1295401>
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., Lestariningsih, N. D., Maslacha, H., Ardiyanto, D., Hutama, H. A., Boru, M. J., Fachrozi, I., Rodriguez, E. I. S., Prasetyo, T. B., & Romadhana, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas dalam Pendidikan Olahraga* (Nomor 112).
- 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. <https://doi.org/10.34007/jehss.v3i3.528>
- Özsungur, F. (2019). The effects of technology acceptance and use behaviour on women's entrepreneurship motivation factors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(3), 367–380. <https://doi.org/10.1108/apjie-09-2019-0070>
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Heritage and Sustainable Development*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.37868/hsd.v5i1.125>
- Rahim Chang, A. A., Qureshi, J. A., Najib, S., & Salman, F. (2021). Learning the Chinioti way: exploring the legacy of a family business community leaders' success based on the entrepreneurial mindset and values of Chinioti Sheikhs. 3C

- Empresa. Investigación y pensamiento crítico*, 10(3), 109–135.
<https://doi.org/10.17993/3cemp.2021.100347.109-135>
- Ramachandran, J., Subramaniam, G., Yee, A. S. V., & Ponnusamy, V. (2022). Role of collective and personal virtues in corporate citizenship and business success: a mixed method approach. *Asian Journal of Business Ethics*, 11, 55–83.
<https://doi.org/10.1007/s13520-022-00150-5>
- Ranaei Kordshouli, H. A., & Maleki, B. (2023). Entrepreneurship motivation and institutions: system dynamics and scenario planning. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 13(1). <https://doi.org/10.1007/s40497-023-00348-2>
- Rong, K., & Liu, R. (2024). Why do Chinese multinationals in South Africa get benefits from digital business strategy? *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 27(1), 1–13. <https://doi.org/10.4102/sajems.v27i1.5473>
- Saadat, S., Aliakbari, A., Alizadeh Majd, A., & Bell, R. (2022). The effect of entrepreneurship education on graduate students' entrepreneurial alertness and the mediating role of entrepreneurial mindset. *Education and Training*, 64(7), 892–909. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2021-0231>
- Sanjaya, S., & Handoyo, S. E. (2024). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha. In *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Nomor 2, hal. 472–477). <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29851>
- Saptono, A., Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Karyaningsih, R. P. D., & Yanto, H. (2020). Does entrepreneurial education matter for Indonesian students' entrepreneurial preparation: The mediating role of entrepreneurial mindset and knowledge. *Cogent Education*, 7(1), 1–17.
<https://doi.org/10.1080/2331186X.2020.1836728>
- Sari, A. I. C., Karlina, E., & Rasam, F. (2021). Peran Pendidikan Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Dalam Menumbuhkan Sikap Mental Kewirausahaan Peserta Didik. *Research and Development Journal of Education*, 7(2), 403.
<https://doi.org/10.30998/rdje.v7i2.10287>

- Sekaran, U, & Bougie, R. (2020). *Research Methods For Business : A Skill Building Approach* (8th ed. (Asia Edition)). Hoboken: Wiley.
- Srimulyani, V. A., & Hermanto, Y. B. (2022). Impact of Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Motivation on Micro and Small Business Success for Food and Beverage Sector in East Java, Indonesia. *Economies*, 10(1). <https://doi.org/10.3390/economies10010010>
- Whitler, K. A., & Barta, T. (2024). The enterprise activism risk model: How good intentions can jeopardize business success. *Journal of Retailing*, 100(2), 330–340. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.05.007>
- Yadav, A., & Bansal, S. (2021). Viewing marketing through entrepreneurial mindset: a systematic review. *International Journal of Emerging Markets*, 16(2), 133–153. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-03-2019-0163>
- Yoon, Y., & Sengupta, S. (2021). The role of business strategy on the adoption and effectiveness of broad-based employee share ownership. *Journal of Organizational Effectiveness*, 8(3), 253–281. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-04-2020-0065>