

Resilient Women Entrepreneurs in Sidoarjo: The Roles of Self-Efficacy, Innovation, and Determination in Culinary Business Performance

[Pengusaha Perempuan yang Tangguh di Sidoarjo: Peran Self Efficacy, Inovasi, dan Tekad dalam Performance Bisnis Kuliner]

Eka Robi'atul Al Adawiyah¹⁾, Vera Firdaus^{*2)}, Sumartik Sumartik³⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

³⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: verafirdaus@umsida.ac.id

Abstract. This study aims to analyze Resilient Women of Sidoarjo: Self-Efficacy, Innovation, and Determination in Improving Culinary Business Performance. The type of research conducted by the author in this study is descriptive quantitative research, in descriptive quantitative research the total sampling technique is used in data collection. The location of the research conducted by the author to test the hypothesis is in several sub-districts in Sidoarjo Regency. The number of respondents in this study is assumed to be 100 people. This study uses validity tests, reliability tests and classical assumption tests in testing the feasibility of the data obtained. The data analysis techniques used are the outer model test, convergent validity average variance extracted (AVE), composite reliability, Cronbach alpha, r square in this study. The results obtained are that each independent variable has an effect on the dependent variable and the independent variables have a positive and significant effect together on the dependent variable.

Keywords - self-efficacy, innovation, determination, culinary business performance.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perempuan tangguh sidoarjo: self-efficacy, inovasi dan tekad dalam meningkatkan performance bisnis kuliner. Jenis penelitian yang dilakukan oleh penulis pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, pada penelitian kuantitatif deskriptif digunakan teknik total sampling dalam pengumpulan data. Lokasi penelitian yang dilakukan penulis untuk menguji hipotesis adalah pada beberapa wilayah kecamatan di kab. sidoarjo. Jumlah responden dalam penelitian ini diasumsikan sebanyak 105 responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik dalam menguji kelayakan data yang didapatkan. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji outer model, convergent validity average variance extracted (AVE), composite reliability, Cronbach alpa, r square dalam penelitian ini. Hasil yang didapatkan yaitu masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen serta variabel independen berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kata Kunci - self-efficacy, inovasi, tekad, performance bisnis kuliner

I. PENDAHULUAN

Wirausaha ada dua jenis, yang pertama memfokuskan/mengedepankan pada inovasi, dan yang kedua mengedepankan pada tradisi, kalau yang mengedepankan inovasi karena akan kepentingan penyesuaian terhadap trend dan lain-lain, sedangkan tradisi terkait dengan kebiasaan dan keinginan untuk mempertahankan warisan budaya. Perempuan yang memperkenalkan produk dan layanan baru, membangun struktur organisasi baru, atau memproses sumber daya mentah baru dianggap sebagai wirausahawan [1]. Salah satu cara yang dapat dilakukan orang untuk mengembangkan usahanya sendiri adalah melalui kewirausahaan. Saat ini, banyak orang memutuskan untuk membuat bisnis agar dapat mencukupi keperluan sehari-hari mereka atau orang lain. Bidang usaha yang ditekuni dapat menyesuaikan dengan keperluan pasar saat ini atau dengan kemampuan dan minat yang dimiliki. Dengan menjadikan hobi sebagai bisnis, seseorang dapat menjadikan pekerjaan sebagai sesuatu yang menyenangkan tanpa merasa tertekan atau terbebani [2]. Seseorang dapat membangun pekerjaannya sendiri dan tidak bergantung pada orang lain atau bisnis untuk mencari pekerjaan lain jika mereka memiliki kemauan, ambisi, dan kesiapan untuk melaksanakan rencana kewirausahaan mereka. Wirausaha mampu melihat peluang yang berbeda dan menginvestasikan seluruh energinya untuk membuat kesepakatan yang menguntungkan tersebut [3]. Di Indonesia, bisnis kuliner semakin berkembang pesat, banyak orang memilih berbisnis kuliner karena mereka percaya itu adalah model bisnis yang lebih sederhana daripada usaha bisnis lainnya. Namun, karena membutuhkan penemuan dan kreativitas yang konstan, bisnis kuliner dianggap sebagai bisnis yang kompleks [4].

Perempuan ternyata memiliki ketertarikan tinggi untuk berbisnis/berwirausaha, baik dalam hal inovasi maupun tradisi dan bahkan mungkin bisa dua-duanya dalam arti dari segi rasa, dia tetap mempertahankan tradisi tetapi dari segi kemasan ataupun penjualan bisa jadi dia mengedepankan inovasi, karena tradisi itu adalah bagian dari kebiasaan dalam hal tradisi dan tertarik dalam hal memasak. Kalau tradisi, itu karena dia sebagai ibu ingin memberikan Pendidikan kepada anaknya, ingin mempertahankan leluhurnya. Bahwa perempuan itu lebih mudah berwirausaha karena fleksibilitas niat berwirausaha, perempuan ingin berdaya secara ekonomi sehingga jika melihat fleksibilitas dalam mengatur waktu itu, wirausaha paling mudah diatur waktunya, sedangkan kuliner itu adalah perilaku yang menjadi kewajiban yang seringkali disukai oleh Perempuan. Perempuan terdorong untuk menekuni bisnis karena mereka ingin sukses dan merasa terbatas dalam kemampuan mereka untuk menunjukkan dan meningkatkan keterampilan mereka [1]. Di sini, keterlibatan perempuan dalam perekonomian tampak dari keberanian mereka dalam mewujudkan potensi diri dengan memulai suatu usaha atau menjadi wirausaha berdasarkan ilmu, kemampuan, dan pengalaman yang dimilikinya agar dapat mencari nafkah, mengangkat derajat sosialnya di masyarakat, dan menambah penghasilannya [5].

Inovasi itu pada bisnis kuliner biasanya produk-produk mengalami perubahan dalam kemasan, ukuran, warna atau model dari kuliner tersebut. Pengusaha menggunakan inovasi untuk meluncurkan barang atau jasa baru yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana menghasilkan uang[6]. Efisiensi, hasil produksi yang lebih tinggi, dan penjualan semuanya dipengaruhi oleh inovasi. Ada beberapa langkah yang perlu diselesaikan dalam proses inovasi model bisnis: perencanaan, pembuatan ide, integrasi, dan implementasi[7]. Menjadi inovatif tidak hanya membutuhkan hal yang berbeda, tetapi juga memiliki nilai yang lebih tinggi, menarik, unik, dan memenuhi preferensi konsumen. Ketika terlibat dalam inovasi, pelaku bisnis harus memiliki rencana jangka panjang dan matang. Karena konsumen sangat antusias dengan hal baru, banyak pelaku bisnis yang sebenarnya tertarik untuk memulai perusahaan tanpa perencanaan yang matang[4]. Daya tarik visual makanan, yang mencakup aspek-aspek seperti warna, bentuk, pemilihan bahan baku, dan kemasan yang menarik, sering kali memegang peranan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika mitra tidak memiliki keterampilan, pengalaman, atau pengetahuan yang diperlukan tentang rekomendasi keberhasilan bisnis kuliner, pelaku bisnis kuliner harus memiliki kemampuan khusus untuk menanggapi persaingan dan upaya bertahan hidup bisnis tersebut[8]. Inovasi pada dasarnya didasarkan pada pengenalan unsur-unsur baru dari unsur-unsur yang sudah ada[9]. Tujuan berinovasi dan menjadi seorang wirausaha adalah agar para ibu rumah tangga mampu menjadi anggota masyarakat yang mampu memberi sumbangan ekonomi, mampu bekerja mandiri atau berlatih menjadi wirausahawan yang trampil[10].

Sebagai langkah kreatif menuju pencapaian kemandirian, kewirausahaan menjadi semakin populer di banyak komunitas [11]. *Self-efficacy* ditunjukkan dengan kemampuan memprediksi pilihan profesional, bidang minat di tempat kerja, kegigihan dalam menghadapi situasi yang menantang, dan keberhasilan. Namun, banyak orang yang sering kali putus asa dalam mengejar cita-cita menjadi pengusaha karena takut gagal. Mereka kurang yakin akan kemampuan mereka untuk mengatasi hambatan apa pun yang mungkin muncul saat sedang berbisnis. *Self-efficacy* termasuk fondasi yang kuat bagi setiap wirausahawan. *Self-Efficacy* akan mampu menjalankan bisnis juga berarti memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri untuk menjalankan dan mengembangkan usaha bisnis tersebut [12]. Seseorang dengan tujuan kewirausahaan adalah seseorang yang bercita-cita mengembangkan atau menerapkan konsep bisnis baru yang belum diadopsi oleh Masyarakat [13]. *Self-Efficacy* cukup dibutuhkan seperti kepercayaan diri yang kuat untuk dapat mendorong potensi seseorang, khususnya perempuan, untuk memulai usaha baru[14]. *Self-Efficacy* dalam berbisnis terhadap perempuan termasuk hal yang membutuhkan dukungan dari orang-orang terdekat juga support selama menjalankan bisnis nya, supaya mampu bersaing dan melakukan aktivitas wirausaha [15]. Dari support tersebut, Perempuan mempunyai *self-efficacy* yang tinggi dalam mengatur peran mereka sebagai wirausaha selain menjadi ibu rumah tangga dibanding dengan laki-laki yang bekerja.

Perempuan dengan tekad yang tinggi dapat mengembangkan sepenuhnya kemampuan dan kompetensi yang mereka miliki, seperti belajar dari internet sehingga inovasi itu bisa dilakukan dengan beragam cara, misalnya dia belajar dari internet, belajar dari permasalahan, bisa juga dia bisa belajar melalui kursus-kursus memasak. Seorang wirausahawan yakin dalam mengambil sikap dan mengambil keputusan meskipun menghadapi berbagai rintangan apabila ia memiliki rasa tekad dan percaya diri yang kuat[16]. Dalam konteks mengelola bisnis kuliner, komitmen, tekad dan keseriusan pemilik atau manajer dalam menjalankan berbagai tugas cukup diperlukan untuk menjalankan perusahaan dengan sukses [17]. Hal ini melibatkan komitmen yang kuat terhadap keamanan pangan, kualitas, layanan, inovasi, dan manajemen yang efektif. Baik orang yang mau bekerja keras tapi tidak mempunyai tekad yang kuat maupun orang yang suka bekerja keras tetapi tidak mempunyai tekad yang kuat, keduanya tidak akan berhasil sebagai wirausahawan [18].

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh gap research [19], yang memberikan pelatihan kewirausahaan yang difokuskan kepada disabilitas, pada penelitian ini melakukan pengembangan celah penelitian sebelumnya dengan memberikan pelatihan kewirausahaan yang memfokuskan kepada Perempuan. Perbedaan kedua yang juga menjadi celah pengembangan penelitian ini yaitu pada[10] tidak hanya mengembangkan usaha di bisnis kuliner saja, sedangkan dalam penelitian ini ingin lebih mengkhususkan kepada culinary entrepreneurship. Perbedaan ketiga yang

juga menjadi celah pengembangan penelitian ini yaitu pada [20] menggunakan mahasiswa sebagai objek penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Perempuan sebagai objek penelitian. Perbedaan keempat yang menjadi celah pengembangan penelitian ini yaitu pada [21] yang menerapkan metode penelitian korelasional, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Perbedaan kelima yang menjadi celah pengembangan penelitian ini yaitu pada [18] yang menggunakan variabel tekad sebagai faktor pendukung, sedangkan dalam penelitian ini variabel tekad dijadikan sebagai variabel independen. Selain itu juga pada [10] memfokuskan pada satu daerah yaitu di Desa Durung Banjar, Candi, Sidoarjo, sedangkan dalam penelitian ini mencakup seluruh wilayah di kab. Sidoarjo.

Rumusan masalah: Apakah self-efficacy, inovasi, dan tekad berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance perempuan berbisnis kuliner di Sidoarjo?

Pertanyaan Penelitian:

1. Apakah self-efficacy berpengaruh secara parsial terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo?
2. Apakah inovasi berpengaruh secara parsial terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo?
3. Apakah tekad berpengaruh secara parsial terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo?
4. Apakah self-efficacy, inovasi, dan tekad berpengaruh secara simultan terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo?

Kategori SDGs: Penelitian ini menggunakan kategori SDGs sesuai nomor 8 yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang merata dan berkelanjutan, tenaga kerja yang optimal dan produktif, serta pekerjaan yang layak untuk semua kalangan.

II. LITERATUR REVIEW

Self-Efficacy

Self-Efficacy merupakan suatu sudut pandang terhadap diri sendiri yang berdampak pada kehidupan seseorang [22]. *Self-Efficacy* merupakan contoh aspek terpenting dari kesadaran diri atau self-knowledge terhadap kehidupan sehari-hari [23]. *Self-Efficacy* adalah kepercayaan diri terhadap keahlian memecahkan masalah sendiri berdasarkan pencapaian dan kemunduran sebelumnya [24]. Self-efficacy merupakan bentuk dari rasa kepercayaan diri seorang terutama perempuan dalam berwirausaha [25].

Sesuai dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan indikator dari Self Efficacy yang digunakan berdasarkan[26] yaitu:

- a. Menyelesaikan pekerjaan: menyelesaikan tugas tertentu.
- b. Motivasi diri: melakukan Tindakan yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.
- c. Berusaha keras: menggunakan semua sumber tenaga yang dimiliki.

Keyakinan Perempuan bahwa diri sendiri dapat dikontrol dan peristiwa ini disebut Self Efficacy [20]. Self Efficacy mengkarakterisasikan tingkat kepercayaan seorang perempuan terhadap kapasitasnya untuk meraih keberhasilan dan bekerja secara efektif di bisnis tersebut. Temuan terdahulu [20] dan [22] menunjukkan bahwa Self Efficacy berpengaruh terhadap performance bisnis kuliner. Sedangkan pada penelitian [27] menunjukkan bahwa Self Efficacy tidak memiliki pengaruh terhadap performance bisnis kuliner.

Inovasi

Inovasi merupakan hal-hal baru dalam inovasi dapat berupa konsep, prosedur, layanan, kepercayaan, rencana bisnis, atau barang, hal-hal baru dalam inovasi dapat diterapkan pada suatu tugas sebagai penerapan pengetahuan; Inovasi didefinisikan sebagai perubahan yang terjadi atau tersirat dari penggunaan konsep-konsep baru[28]. Inovasi merupakan kecendrungan untuk mendukung dan mendorong kreativitas serta bereksperimen dalam memperkenalkan ide-ide baru[9]. Inovasi merupakan mekanisme dari pemakaian teknologi baru ke dalam suatu produk sehingga produk tersebut memiliki nilai tambah[29]. Inovasi adalah mengenai bagaimana cara kita dalam meningkatkan nilai dan keunggulan dari produk saat ini[30]. Sesuai dengan penjelasan berikut dapat disimpulkan indikator dari inovasi yang digunakan berdasarkan [9] yaitu:

- a. Pengembangan produk baru: mengenai menu yang inovatif bisa menarik perhatian segmen pasar yang lebih luas.
- b. Harga bersaing: terkait penetapan harga yang mempertimbangkan harga pasar, biaya produksi, dan nilai yang diberikan kepada pelanggan.

- c. Keunikan produk: terkait faktor pembeda yang membuat suatu produk lebih menarik dibandingkan pesaing.

Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa, melainkan pengembangan produk baru yang memenuhi trend, kemampuan untuk menggunakan teknologi proses yang sesuai untuk menciptakan produk baru tersebut, kemampuan untuk menciptakan dan menerapkan produk dan teknologi produksi baru untuk memenuhi tuntutan masa depan, dan kemampuan untuk bereaksi terhadap kegiatan teknologi yang direncanakan dan peluang yang tidak diantisipasi yang ditimbulkan oleh pesaing dan rival[31]. Temuan terdahulu [31];[32];[33] menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap performance bisnis kuliner. Sedangkan pada penelitian [28] menunjukkan bahwa inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap bisnis kuliner.

Tekad

Tekad yaitu keadaaan yang memberi semangat, menggerakkan, dan mengarahkan ambisi perempuan untuk melaksanakan kegiatan kewirausahaan, dengan cara mandiri, percaya pada diri sendiri, berorientasi ke masa depan, berani mengambil resiko, kreatif dan menilai tinggi hasrat inovasi[34]. Tekad merupakan keseriusan pemilik atau pengelola bisnis dalam memenuhi berbagai aspek yang diperlukan untuk menjalankan bisnis tersebut dengan baik[17]. Tekad merupakan keyakinan bahwa seseorang mampu menanggulangi suatu masalah dengan situasi terbaik dan dapat memberikan sesuatu yang dapat menyenangkan bagi orang lain[35]. Tekad merupakan keadaan suatu perempuan dimana dirinya mampu mengandalkan kemampuan sendiri tanpa bergantung pada orang lain[36].

Sesuai dengan penjelasan berikut dapat disimpulkan indikator dari tekad yang digunakan[34] yaitu:

- Mandiri: terkait kemampuan suatu usaha untuk berdiri sendiri tanpa bergantung pada pihak lain.
- Kreatif: terkait kemampuan untuk menciptakan ide-ide baru dalam berbagai aspek usaha.
- Berani Mengambil Resiko: mengenai siap nya diri kita mencoba hal baru meskipun ada ketidakpastian.

Kepercayaan diri datang dari perasaan bahwa diri kita mampu melakukan segala sesuatu dengan baik, maka kepercayaan diri akan meningkat secara alami. Orang yang percaya diri adalah orang yang merasa puas dengan dirinya sendiri. Temuan terdahulu [37];[38];[35];[16] menunjukkan bahwa tekad berpengaruh terhadap performance bisnis kuliner. Sedangkan pada penelitian[36] menunjukkan bahwa tekad tidak memiliki pengaruh terhadap performance bisnis kuliner.

Performance Bisnis Kuliner

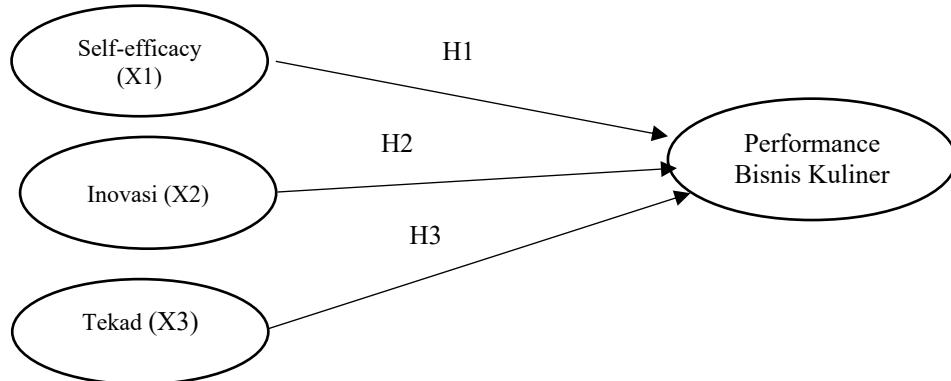
Bisnis kuliner adalah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu, rumah tangga, atau badan usaha dalam lingkup kecil[39]. Bisnis kuliner merupakan jenis usaha dibidang makanan yang mudah dilakukan setiap orang[40]. Bisnis kuliner merupakan transisi dari aktivitas alam menjadi suatu budaya yang digunakan mewakili identitas diri pemilik dan tempatnya berada[41]. Bisnis kuliner merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa yang berevolusi dengan pesat walaupun pada masa krisis[42]. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan agar supaya wisata kuliner Indonesia lebih di kenal di luar negara[43].

Sesuai dengan penjelasan tersebut dapat disimpulkan indikator dari tekad yang digunakan [44] yaitu:

- Rasa: terkait kualitas mencakup rasa, bahan baku, serta konsistensi dalam penyajian.
- Pesanan pertama: mengenai tolak ukur awal dalam menilai kuliner.
- Komunikasi langsung: terkait penyediaan layanan untuk pelanggan.

Bisnis kuliner banyak disukai oleh para Perempuan yang ingin meningkatkan penghasilan tanpa harus menelantrik pekerjaan utama di rumah[40]. Kuliner termasuk sektor yang berdampak moderat bagi para pelaku kuliner yang mempunyai gerai makanan karena pembatasan mobilitas dan upaya meminimalisir kerumunan membuat restoran-restoran harus ditutup sementara.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1: Self-Efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo

H2: Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo

H3: Tekad berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan di Sidoarjo

III. METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif dengan mendeskripsikan angka yang telah didapatkan sebagai hasil penelitian. Populasi penelitian ini adalah perempuan yang berbisnis kuliner di Sidoarjo. Menurut Aisyah (2025), pemberdayaan pribadi mereka yang melibatkan peningkatan Perempuan yang bekerja bisnis kuliner dan mendorong inisiatif mereka, yang berkaitan dengan kemampuan untuk mengatur diri sendiri[45]. Teknik sampling yang digunakan adalah cluster sampling. Dengan Teknik cluster sampling dipilih lima wilayah di kabupaten sidoarjo yaitu meliputi kecamatan Porong, kecamatan Candi, kecamatan Tulangan, kecamatan Krembung dan kecamatan Buduran karena di kecamatan tersebut memiliki banyak perempuan yang berbisnis kuliner. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik di estimasi kan Perempuan yang berwirausaha berjumlah 133.500 sekian, sehingga jika dibagi per wilayah akan mendapatkan estimasi 7.500 perempuan berwirausaha. Menentukan jumlah sampel minimal responden (slovin) dengan rumus sebagai berikut:

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

n = jumlah sampel yang dibutuhkan

N = jumlah populasi total

e = tingkat toleransi kesalahan dalam bentuk desimal sehingga mendapatkan jumlah 105 sampel responden perempuan berwirausaha dari seluruh wilayah. Setelah mendapatkan jumlah sampel yaitu menentukan jumlah per unit wilayah dengan teknik cluster sampling yaitu:

Tabel 1. Wilayah Responden

| Kecamatan | Jumlah |
|-----------|--------|
| Porong | 21 |
| Candi | 21 |
| Tulangan | 21 |
| Krembung | 21 |
| Buduran | 21 |

Penelitian ini menggunakan data primer dari kuisioner yang menggunakan skala likert dan data sekunder yang berupa observasi artikel. Dari data yang didapat selanjutnya akan diolah menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Tahapan analisis data dimulai dengan uji outer model, convergent validity average variance extracted (AVE), composite reliability, Cronbach alpa, dan r square.

Definisi Operasional

Self-Efficacy (X1)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [25] Self efficacy merupakan bentuk dari rasa kepercayaan diri Perempuan pada saat berwirausaha atau berbisnis kuliner. Indikator self efficacy merujuk pada [26], yaitu:

- Menyelesaikan pekerjaan: keyakinan Perempuan akan kemampuannya menyelesaikan tugas.
- Motivasi diri: terkait kemampuan perempuan untuk menggerakkan diri sendiri yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas.
- Berusaha keras: menggambarkan upaya keras perempuan untuk menyelesaikan tugas menggunakan sumber daya yang dimiliki.

Inovasi (X2)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [30] Inovasi adalah untuk meningkatkan nilai kepuasan dan keunggulan produk saat ini, tingkatkan kualitas kuliner dan tambahkan pelayanan yang dibutuhkan para pelanggan. Indikator inovasi merujuk pada [9], yaitu:

- Pengembangan produk baru: membuat inovasi dengan menciptakan kuliner baru tanpa mengurang produk yang telah ada sebelumnya.
- Harga bersaing: Menawarkan produk dengan inovasi baru pada tingkat harga yang masih kompetitif di pasar
- Keunikan produk: karakteristik khusus yang membedakan suatu hidangan atau konsep makanan dari kompetitor di pasaran.

Tekad (X3)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [34] tekad merupakan dorongan wirausaha perempuan untuk berani memulai bisnis, siap menghadapi risiko dan selalu kreatif. Indikator tekad merujuk pada [34], yaitu:

- Mandiri: kemampuan wirausaha untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya dengan mengandalkan kekuatan diri sendiri tanpa bergantung pada orang lain.
- Kreatif: menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif dalam menjalankan bisnis kuliner, yang memungkinkan pengusaha untuk membedakan diri dari pesaing kuliner lainnya.

Berani Mengambil Resiko: mengambil tindakan yang memiliki potensi kegagalan atau kerugian, namun juga berpeluang membawa keberhasilan yang signifikan bagi bisnisnya.

Performance Bisnis Kuliner (Y)

Merujuk pada pendapat yang dikemukakan [39] Bisnis kuliner adalah aktivitas bisnis atau usaha yang dapat dilakukan oleh perempuan, kelompok, keluarga ataupun Perusahaan berskala kecil. Indikator bisnis kuliner merujuk pada [44]:

- Rasa: terkait kualitas mencakup rasa, bahan baku, serta konsistensi dalam penyajian kuliner.
- Pesanan pertama: mengenai tolak ukur pengalaman awal pelanggan untuk menilai kualitas layanan.
- Komunikasi langsung: terkait penyediaan layanan kepada pelanggan untuk membentuk citra kualitas usaha

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel pada perempuan berwirausaha di kabupaten Sidoarjo dengan menggunakan kuisioner google form yang disebarluaskan melalui aplikasi WhatsApp. Tinjauan karakteristik dari 105 responden akan diberikan penyajian data karakteristik responden untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden

| Karakteristik | Kategori | Frekuensi | Presentase |
|---------------------------|---------------|-----------|------------|
| Jenis Kelamin | Perempuan | 105 | 105 |
| Usia | 15 - 30 | 93 | 93 |
| | 31 - 45 | 6 | 6 |
| | 46 - 55 | 6 | 6 |
| Pendidikan Terakhir | SMA/SMK/MA | 72 | 72 |
| | S1 | 33 | 33 |
| Lama Berbisnis Kuliner | < 1 Tahun | 45 | 45 |
| | > 5 Tahun | 60 | 60 |
| Posisi | Owner/Pemilik | | |
| | Kuliner | 86 | 86 |
| | Karyawan | 19 | 19 |
| Jenis Usaha Kuliner | Makanan | 70 | 70 |
| | Minuman | 35 | 35 |

Sumber: data diolah (2025)

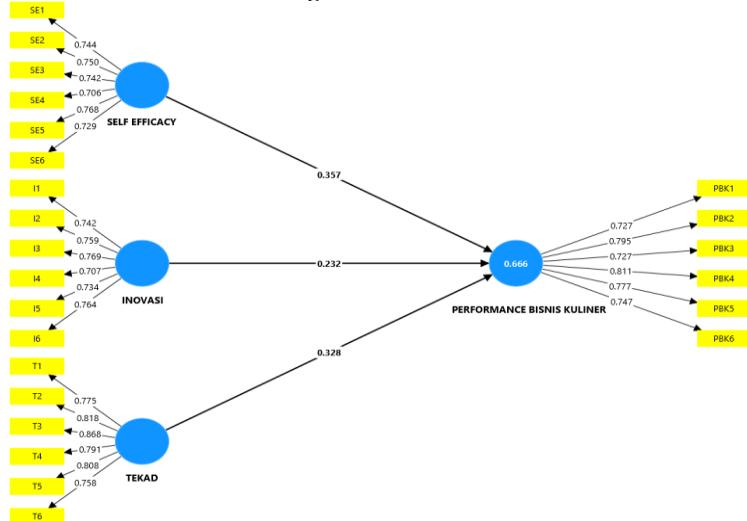
Berdasarkan data pada tabel 1, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden perempuan sebanyak 105% atau 105 responden. Selain itu, kategori usia dengan jumlah responden terbanyak ada pada usia 15 – 30 tahun yaitu 93% atau 93 responden. Sedangkan responden terkecil berusia 31 – 55 tahun masing-masing berjumlah 6%. Hal ini berarti mayoritas responden memiliki usia pada masa produktif yaitu 15 – 30 tahun. Berdasarkan karakteristik pendidikan terakhir, responden terbanyak yang mayoritas berasal dari lulusan SMA/MA/SMK yang berjumlah 72% atau 72 responden, kemudian berdasarkan karakteristik lama berbisnis kuliner yang sedang dijalani yaitu mayoritas telah menempuh > 5 tahun dengan jumlah presentase 60%. Dalam hal karakteristik posisi dan juga jenis usaha kuliner berupa makanan dengan jumlah presentase 70% atau 70 responden. Kondisi demikian menunjukkan bahwa perempuan yang berwirausaha di bidang kuliner didominasi oleh para remaja.

B. Hasil Penelitian

Uji Hipotesis dan Analisis

Pada penelitian ini analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Pengukuran uji ini menggunakan SmartPLS (Partial Least Square) dengan jumlah responden yakni 105 perempuan yang berwirausaha dalam bidang kuliner di kabupaten sidoarjo, sehingga dapat mengukur apakah penelitian yang dilakukan sudah valid atau belum valid.

Gambar 1. Diagram outer model SmartPLS



Sumber: Output SmartPLS

Pengujian model pengukuran (outer model) digunakan untuk menentukan bagaimana variabel laten dan variabel manifenesnya berinteraksi, pada pengujian ini meliputi *convergent validity*, *discriminant validity* dan *reliabilitas convergent validity*.

Uji Validitas

Nilai outer model atau loading factor dapat digunakan untuk menguji *convergent validity*. Nilai outer loading dari masing-masing indikator pada variabel penelitian menunjukkan bahwa masing-masing indikator variabel self-efficacy (X1), inovasi (X2), tekad (X3), dan performance bisnis kuliner (Y) rata-rata memiliki outer loading $>0,7$. Maka dapat dinyatakan indicator setiap variabel memenuhi syarat convergent validity.

Uji Reliabilitas

Composite Reliability dilakukan untuk mengevaluasi reliabilitas indicator untuk masing-masing variabel. Penelitian ini merupakan nilai gabungan reliabilitas variabel dianggap memenuhi syarat jika nilainya $>0,7$. Berikut dapat dilihat nilai composite reliability pada tabel 3:

Tabel 3. Composite Reliability

| | Cronbach's alpha | Composite reliability (rho_a) | Average variance extracted (AVE) |
|----------------------------|------------------|-------------------------------|----------------------------------|
| Self Efficacy | 0.835 | 0.839 | 0.548 |
| Inovasi | 0.841 | 0.843 | 0.557 |
| Tekad | 0.890 | 0.899 | 0.646 |
| Performance Bisnis Kuliner | 0.858 | 0.861 | 0.585 |

Sumber: Output SmartPLS (2025)

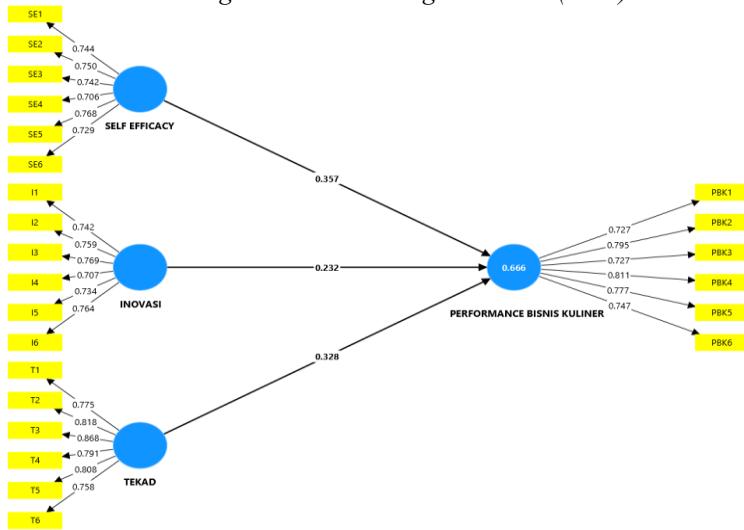
Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 2 diperoleh nilai composite reliability variabel self-efficacy 0.839, nilai composite reliability variabel inovasi 0.843, nilai composite reliability variabel tekad 0.899, nilai composite reliability variabel performance bisnis kuliner 0.861 menunjukkan bahwa nilai semua variabel tersebut lebih besar dari 0.7 yang artinya keseluruhan variabel dinyatakan reliabel.

Konstruk model yang dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika AVE melebihi 0.5 maka struktur model dianggap memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika AVE >0.5 data dianggap reliabel. Berdasarkan tabel 2 diatas

menunjukkan bahwa nilai AVE seluruh variabel lebih dari 0.5. oleh karena itu, seluruh variabel dapat dianggap reliabel. Artinya setiap variabel memiliki validitas diskriminan yang baik [4].

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Gambar 2. Diagram Inner Loading SmartPLS (2025)



Sumber: Output SmartPLS (2025)

Pada proses ini guna menjelaskan kuatnya hubungan atau pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen, dengan menggunakan standart pengukuran 0.75 dinyatakan kuat, 0.50 dinyatakan moderat dan 0.25 dinyatakan lemah. Tabel dibawah ini merupakan hasil perkiraan R-square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 4. Nilai R-square

| Variabel | R-square |
|----------------------------|----------|
| Performance Bisnis Kuliner | 0.666 |

Sumber: Output SmartPLS (2025)

Dari tabel 4 menunjukkan bahwa variabel performance bisnis kuliner (Y) memiliki nilai R-square sebesar 0.666 atau sebesar 66,6% variasi dalam kinerja bisnis kuliner dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model regresi yang digunakan. Nilai tersebut menunjukkan bahwa model structural penelitian ini dikategorikan kuat karena memiliki nilai R-square >0.6 . Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel sel efficacy (X1), inovasi (X2), dan tekad (X3) bisa mengukur dan memiliki keterkaitan yang baik dengan variabel performance bisnis kuliner dengan nilai R-square yangbaik yaitu 66,6%.

Uji Hipotesis

Hail pengolahan data dapat digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian. Nilai kosfisien digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini. Jika koefisien menunjukkan nilai positif, maka hipotesis ini dianggap mempunyai hubungan positif. Penelitian ini bisa dikatakan diterima secara signifikan jika nilai P-values <0.05 dan nilai t-statistik >1.96 . Berikut hasil pengujian hipotesis:

Tabel 5. Bootstrapping

| | Original sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics ($ O/STDEV $) | P values |
|---------|---------------------|-----------------|----------------------------|------------------------------|----------|
| X1 -> Y | 0.357 | 0.360 | 0.112 | 3.174 | 0.002 |
| X2 -> Y | 0.232 | 0.240 | 0.114 | 2.034 | 0.042 |
| X3 -> Y | 0.328 | 0.319 | 0.124 | 2.647 | 0.008 |

Sumber: Output SmartPLS (2025)

Berdasarkan dari tabel 5 dapat dijelaskan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengukuran SmartPLS dari variabel self-efficacy menunjukkan nilai dari variabel tersebut yakni $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $3.174 > 1.979$, sedangkan untuk pengukuran p-value nya adalah $0.002 < 0.05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengukuran tersebut dijelaskan self-efficacy berpengaruh signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan yang berwirausaha.
2. Berdasarkan hasil pengukuran SmartPLS dari variabel inovasi menunjukkan nilai dari variabel tersebut yakni $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $2.034 > 1.979$, sedangkan untuk pengukuran p-value nya Adalah $0.042 <$

- 0.05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengukuran tersebut dijelaskan inovasi berpengaruh signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan yang berwirausaha.
3. Berdasarkan hasil pengukuran SmartPLS dari variabel teknologi menunjukkan nilai dari variabel tersebut yakni $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $2.647 > 1.979$, sedangkan untuk pengukuran p-value nya adalah 0.008. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dari hasil pengukuran tersebut dijelaskan teknologi berpengaruh signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan yang berwirausaha.

C. Pembahasan

Self-Efficacy terhadap Performance Bisnis Kuliner

Berdasarkan hasil penelitian ini, terbukti bahwa self-efficacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan berwirausaha di kabupaten Sidoarjo. Semakin tinggi kepercayaan diri perempuan saat berbisnis kuliner akan semakin aktif perempuan dalam menjalankan usaha kulinernya. Dengan kepercayaan diri bahwa perempuan mampu mengelola usaha dan diterima produk kuliner yang dihasilkan, maka wirausaha perempuan akan mencari cara untuk mengatasi permasalahan bisnisnya. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu [20]; [22]; [46]. Namun, hasil temuan ini tidak sejalan dengan penelitian [27]. Temuan ini diperkuat oleh lama wirausaha perempuan dalam berbisnis yang mayoritas telah aktif menunjukkan performance bisnisnya lebih dari 5 tahun[45]. Secara teoritis, self-efficacy dibangun dari beberapa indikator yaitu menyelesaikan pekerjaan, motivasi diri dan berusaha keras. Kontribusi terbesar terletak pada indikator menyelesaikan pekerjaan yakni keyakinan perempuan akan kemampuannya menyelesaikan tugas. Mayoritas responden setuju bahwa mampu menyelesaikan produk merupakan hal yang penting dalam menjalankan pekerjaannya.

Menurut [47] self-efficacy mempunyai peranan penting karena semakin tingginya tingkat self-efficacy perempuan terhadap kemampuannya untuk memulai usaha, maka semakin tinggi pula motivasi kerjanya, agar performance bisnis kulinernya terus meningkat. Dengan memiliki self-efficacy yang tinggi, perempuan lebih percaya diri menghadapi tantangan, tekun menyelesaikan tugas, dan mampu mengambil keputusan dengan baik. Hal ini turut meningkatkan performance serta daya saing UMKM di tengah persaingan bisnis.

Inovasi terhadap Performance Bisnis Kuliner

Berdasarkan hasil penelitian ini, terbukti bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan berwirausaha di kabupaten Sidoarjo. Tingkat inovasi yang dimiliki oleh para perempuan, baik dalam pengembangan produk baru tergolong menengah maka tidak menghambat nilai kepuasan dan keunggulan produk untuk meningkatkan keaktifan perempuan dalam menjalankan usaha kulinernya. Hal ini sejalan dengan [31]; [32]; [33]. Namun hasil temuan ini tidak sejalan dengan dengan penelitian [28]. Temuan ini diperkuat dengan semangat inovasi perempuan pada tingkat penemuan ide baru dalam performance bisnis kulinernya. Secara teoritis, inovasi dibangun dari beberapa indikator yaitu pengembangan produk, harga bersaing dan keunikan produk. Kontribusi terbesar terletak pada indikator pengembangan produk baru yakni membuat inovasi dengan menciptakan kuliner baru tanpa mengurang produk yang telah ada sebelumnya. Mayoritas responden setuju bahwa berusaha menciptakan varian baru merupakan hal yang penting dalam menjalankan bisnis nya.

Menurut [7] inovasi dapat meningkatkan efisiensi, produktivitas, penjualan, serta pengelolaan sumber daya manusia. Inovasi dapat membantu bisnis beradaptasi terhadap perkembangan zaman dan persaingan yang semakin ketat, perempuan yang berani berinovasi cenderung memiliki keunggulan kompetitif karena mampu menawarkan nilai tambah bagi pelanggan yang sesuai dengan tren yang terus berubah.

Tekad terhadap Performance Bisnis Kuliner

Berdasarkan hasil penelitian ini, terbukti bahwa tekad berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner perempuan berwirausaha di kabupaten Sidoarjo. Tekad yang dimiliki oleh para perempuan dengan dorongan wirausaha untuk berani memulai bisnis, siap menghadapi risiko dan selalu kreatif membuat semakin aktif perempuan dalam menjalankan usaha kulinernya. Hal ini sejalan dengan [37]; [38]; [35]; [16]. Namun hasil temuan ini tidak sejalan dengan dengan penelitian [36]. Temuan ini diperkuat dengan keberanian perempuan mengambil tindakan yang memiliki kegagalan dan juga peluang keberhasilan dalam meningkatkan performance bisnis kulinernya. Secara teoritis, inovasi dibangun dari beberapa indikator yaitu mandiri, kreatif dan berani. Kontribusi terbesar terletak pada indikator kreatif yakni menghasilkan ide-ide baru dan solusi inovatif dalam menjalankan bisnis kuliner yang memungkinkan pengusaha untuk membedakan diri dari pesaing kuliner lainnya. Mayoritas responden setuju bahwa membuat perbedaan untuk produk sendiri dengan yang lain itu merupakan hal yang cukup berpengaruh dalam berbisnis kuliner.

Menurut [32] upaya kreatif perempuan untuk mengubah sesuatu yang awalnya kurang memiliki nilai menjadi sesuatu yang bermanfaat. Pada proses penciptaan arian baru yang melibatkan eksplorasi ide dan adaptasi perubahan juga mencerminkan sikap semangat yang tinggi. tindakan kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan, terutama dalam dunia kerja dan bisnis. Kreativitas bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang baru, tetapi juga

tentang bagaimana seseorang mampu melihat potensi dari hal-hal sederhana dan mengubahnya menjadi sesuatu yang bernilai. Sikap seperti ini menunjukkan keberanian, kemandirian, dan ketekunan dalam menghadapi tantangan.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai self-efficacy, inovasi dan tekad terhadap performance bisnis kuliner di kabupaten Sidoarjo, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap performance bisnis kuliner. Self-efficacy memiliki pengaruh paling besar yang menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan perempuan akan kemampuannya menyelesaikan tugas, maka semakin tinggi pula performance yang dihasilkan. Inovasi juga berpengaruh positif terhadap performance bisnis kuliner, dengan mencakup penciptaan produk baru yang mengikuti tren serta kemampuan memanfaatkan teknologi proses yang tepat. Sementara itu, tekad juga memberikan pengaruh positif dengan pengaruh yang paling rendah, yang berarti keberanian perempuan yang ingin berdaya secara ekonomi melalui berbisnis masih tergolong rendah. Program "KURMA" di Sidoarjo, yang merupakan singkatan dari Kartu Usaha Perempuan Mandiri, bertujuan untuk memberdayakan UMKM yang dikelola oleh perempuan dengan memberikan bantuan modal antara Rp 5 juta hingga Rp 10 juta per kelompok. Namun, program ini menerima kritik karena dianggap tidak tepat sasaran. Pada Juni 2024, kebijakan ini sedang direvisi atau dihentikan dan diganti dengan program dana bergulir berbunga rendah untuk UMKM yang sudah memiliki izin usaha. Implikasi praktis dari kebijakan baru ini meliputi peningkatan pemberdayaan ekonomi perempuan, akses modal yang lebih baik, dan sasaran bantuan yang lebih tepat, serta menunjukkan komitmen pemerintah dalam mengevaluasi dan memperbaiki kebijakan untuk keberhasilan UMKM. Selain itu, program ini diharapkan akan memperkuat ekonomi lokal dengan mendorong pertumbuhan UMKM, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan daya beli masyarakat. Penulis menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya melibatkan perempuan di beberapa kecamatan dalam satu kabupaten, sehingga hasilnya mungkin belum mencerminkan kondisi seluruh perempuan yang berbisnis kuliner. Dengan demikian, penelitian ini dapat dipandang sebagai tahap awal yang masih memerlukan pengembangan lebih lanjut agar mampu mencakup seluruh kelompok perempuan yang menjalankan usaha di bidang kuliner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, khususnya Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, yang telah memberikan dukungan, arahan, serta fasilitas selama proses penelitian ini berlangsung. Dukungan akademik dan lingkungan yang kondusif dari institusi ini berperan penting dalam terselesaikannya penelitian ini.

REFERENSI

- [1] V. Firdaus And S. Psi, *Vera Firdaus, S.Psi., Mm.* Jember: Pustaka Abadi, 2017. [Online]. Available: www.pustakaabadi.co.id
- [2] A. Nurhuda And N. A. Setyaningtyas, "Kue Putu Ayu Lestarikan Kuliner Terdahulu," *J. Sudut Pandang*, Vol. 2, No. 7, Pp. 11–15, 2021, [Online]. Available: [Http://Thejournalish.Com/Ojs/Index.Php/Sudutpandang/Article/View/163/127](http://thejournalish.com/ojs/index.php/sudutpandang/article/view/163/127)
- [3] S. Tinggi, I. Ekonomi, M. Maju, C. Indonesia, And J. C. Indonesia, "Yume : Journal Of Management Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Dimediasi Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Pt . Japfa Comfeed Indonesia , Tbk Cabang Makassar," Vol. 5, No. 2, Pp. 385–405, 2022, Doi: 10.37531/Yume.Vxix.345.
- [4] M. Claudya, W. Suryani, And T. Parulian, "Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (Jimbi) Pengaruh Sistem Pemasaran Kewirausahaan Terhadap Systems For Competitive Advantages And Innovations In," Vol. 1, No. 2, Pp. 8–18, 2020.
- [5] I. M. Sari, "Faktor-Faktor Sukses Wirausaha Wanita Di Sumatera Barat," Vol. 1, No. 2, Pp. 91–111, 2020.
- [6] Hartelina, "Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Bisnis Kuliner Melalui Inovasi Produk Dan Inovasi Proses," *Intekna*, Vol. 18, No. 1, Pp. 60–66, 2018, [Online]. Available: [Http://Ejurnal.Poliban.Ac.Id/Index.Php/Intekna/Issue/Archive%0aisss](http://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/intekna/issue/archive%0aisss)
- [7] I. Ayu Et Al., "Inovasi Bisnis Berbasis Inovasi Hijau Untuk Mewujudkan Sustainability Pada Kuliner Warung Nasi Tekor Di Denpasar," *J. Soc. Sci. Res.*, Vol. 3, Pp. 864–873, 2024, [Online]. Available: [Https://J-Innovative.Org/Index.Php/Innovative%0ainovasi](https://j-innovative.org/index.php/innovative%0ainovasi)
- [8] M. Winedar, M. Agustini, S. U. Ady, And W. Widayati, "Pengaruh Pemasaran Online , Inovasi Produk , Dan Penerapan Akuntansi Sederhana Pada Bisnis Kuliner Depot Ceria Gresik," *Abm Mengabdi*, Vol. 09, Pp. 88–97, 2022, Doi: [Https://Doi.Org/10.31966/Jam.V7I2](https://doi.org/10.31966/jam.v7i2).

- [9] V. Verbyani And E. Handoyo, "Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing Ukm Kuliner," *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, Vol. III, No. 3, Pp. 875–883, 2021.
- [10] V. Firdaus, W. P. Setiyono, And M. Oetardjo, "Knowledge Sharing Dan Pemberdayaan Wanita Melalui," *J. Pengabdi. Masy.*, Vol. 7, Pp. 147–154, 2023, Doi: <https://doi.org/10.31537/dedication.v7i2.1354>.
- [11] I. Murniawaty, N. Farliana, A. Sehabuddin, And R. A. Tyas, "Determinasi Pengetahuan Kewirausahaan , Self Efficacy , Inovasi Terhadap Social Entrepreneurship Mahasiswa Wirausaha," In *Social Sciences & Humanities*, Semarang, 2022, Pp. 301–311. Doi: 10.30595/Pssh.V3i.394.
- [12] E. Marlina, Y. Gusteti, And Dini Elida Putri, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan , Self Efficacy D An Karakter Wirausaha Terhadap Minat Berwirausaha," *J. Bisnis, Manaj. Dan Ekon.*, Vol. 4, No. 3, Pp. 296–309, 2023.
- [13] F. T. I Made Darsana, "Peran Pembelajaran Kewirausahaan Dalam Memoderasi Pengaruh Self-Efficacy Terhadap Intensi Wirausaha Mahasiswa Bidang Pariwisata Di Denpasar Bali," *J. Pendidik. Tambusai*, Vol. 7, No. 3, Pp. 29122–29129, 2023.
- [14] D. Joel, I. Kairupan, And N. Primandaru, "Analisis Pemberdayaan Perempuan Pada New Venture Creation : Entrepreneurial Self-Efficacy Sebagai Variabel Pemoderasi," Vol. 32, No. 2, Pp. 140–158, 2021.
- [15] M. Hidayati And R. Yuliastuti, "Perilaku Kewirausahaan Ditinjau Dari Self-Efficacy Pada Wanita Wirausaha Umkm Di Salatiga," *J. Cakrawala Ilm.*, Vol. 2, No. 11, Pp. 4099–4108, 2023.
- [16] H. Rosa, A. Mulyati, And N. M. Ida, "Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Kepercayaan Diri, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Sentra Kuliner (Umk) Di Perumtas 3 Sidoarjo," *J. Bisnis*, Vol. 04, No. 04, Pp. 1–15, 2024.
- [17] S. E. Yulianti, "Analisis Kurangnya Kreatifitas Pada Industri Kuliner Di Daerah Kotabaru Kalimantan Selatan," P. 3, 2023, [Online]. Available: <https://www.daya.id/usaha/artikel>
- [18] R. M. Gofur, A. Malik, And T. H. Machfudi, "Strategi Pengembangan Emping Melinjo Untuk Menjadikan Kuliner Yang Lebih Bervariasi Dan Diminati Konsumen," *Jumanis*, Vol. 03, No. 02, Pp. 264–291, 2021, Doi: 10.47080.
- [19] V. Firdaus And H. Hasanah, "Jurnal Fenomena 2018," *Pengaruh Pelatih. Dan Pendidik. Kewirausahaan Terhadap Motiv. Berwirausaha Pada Penyandang Disabil. Di Kabupaten Jember*, Vol. 17 No.2, No. January, P. 25, 2019.
- [20] E. Budiarti, H. Ubaidillah, And V. Firdaus, "Work On The Job Readiness Of Management Study Program Students At Pengaruh Literasi Digital , Efikasi Diri Dan Motivasi Memasuki Dunia Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa Progam Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Angkatan Tahun 2020 / 2," *Manag. Stud. Entrep. J.*, Vol. 5, No. 2, Pp. 6131–6144, 2024.
- [21] A. S. Sudimantoro, N. Afridah, A. S. Kharisma, And I. D. Mulyani, "Pengaruh Efikasi Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis , Universitas Muhamadiyah Setiabudi," *J. Econ. Manag. Entrep. Res.*, Vol. 1, No. 4, Pp. 257–273, 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.erajiterasi.com/index.php/jecmer/index>
- [22] T. Andina, K. A. Kusuma, And V. Firdaus, "Readiness Peran Efikasi Diri , Motivasi Kerja Dan Minat Kerja Terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa," *Manag. Stud. Entrep. J.*, Vol. 4, No. 6, Pp. 7844–7856, 2023, [Online]. Available: <http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- [23] P. Irna And I. Murniawaty, "Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Efikasi Diri Dan Minat Kerja Terhadap Kesiapan Kerja," *Econ. Educ. Anal. J.*, Vol. 9, No. 3, Pp. 907–922, 2020, Doi: 10.15294/eeaj.v9i3.42415.
- [24] S. F. Akuba, D. Purnamasari, And R. Firdaus, "Pengaruh Kemampuan Penalaran , Efikasi Diri Dan Kemampuan Memecahkan Masalah Terhadap Penguasaan Konsep Matematika," *J. Nas. Pendidik. Mat.*, Vol. 4, No. 1, Pp. 44–60, 2020, Doi: <http://dx.doi.org/10.33603/jnpm.v4i1.2827>.
- [25] M. Yamin, A. Muliadi, And Sutarto, "Profil Self Efficacy Mahasiswa Dalam Bidang Wirausaha : Komparasi Gender," *J. Pendidik. Indones.*, Vol. 6, No. 1, Pp. 80–92, 2023.
- [26] S. P. Safinska And S. Sumartik, "The Influence Of Work Life Balance , Job Satisfaction , And Self-Efficacy On Employee Performance At Pt . Maswindo Bumi Mas Tulangan Branch Pengaruh Work Life Balance , Kepuasan Kerja , Dan Efikasi Diri Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt . Maswindo Bumi Mas," Pp. 1–15, 2024, Doi: <https://doi.org/10.21070/ups.6809>.
- [27] H. I. Budi And N. Hairunisa, "Pengaruh Kompetensi Profesional Guru Dan Self Efficacyterhadap Minat Berwirausaha Hardina Indahing Budi , Smkn I Boyolangu Tulungagung," *Jupeko (Jurnal Pendidik. Ekon.)*, Vol. 5, No. 1, Pp. 13–28, 2020.
- [28] H. Hartini, A. Wardhana, N. Normiyati, And S. Sulaiman, "Peran Self-Efficacy Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Women Entrepreneur Yang Dimediasi Oleh Pengetahuan Kewirausahaan," *J. Ekon. Mod.*, Vol. 18, No. 2, Pp. 132–148, 2022, Doi: 10.21067/jem.v18i2.7036.
- [29] S. Avriyanti, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi

- Pada Umkm Bidang Kuliner Di Kabupaten Tabalong),” *J. Pemikir. Dan Penelit.*, Vol. 6, No. 1, Pp. 61–73, 2022, Doi: 10.35722/Pubbis.
- [30] P. Strategi, S. Nawawi, R. M. Mufti, A. Agung, And A. Mega, “International Journal Administration , Business & Organization,” *Int. J. Adm. Bus. Organ.*, Vol. 2, No. 3, Pp. 23–30, 2021, [Online]. Available: <Https://Ijabo.A3i.Or.Id>
- [31] W. Astri And L. Latifah, “Pengaruh Personal Attributes, Adversity Quotient Dengan Mediasi Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha,” *Econ. Educ. Anal. J.*, Vol. 6, No. 3, Pp. 737–751, 2017, [Online]. Available: <Https://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Index.Php/Eeaj/Article/View/20284>
- [32] C. E. V. Agustin, N. M. I. Pratiwi, And A. Mulyati, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepercayaan Diri Dan Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Untag Surabaya,” ... *J. Educ. Teaching*, ..., Vol. 2, No. 2, Pp. 483–493, 2023, [Online]. Available: <Https://Jurnal.Untag-Sby.Ac.Id/Index.Php/Sosialita/Article/View/9193>
- [33] T. C. Kardiana And I. S. Melati, “Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Kepercayaan Diri Dan Ekspektasi Pendapatan Terhadap Minat Berwirausaha,” *Econ. Educ. Anal. J.*, Vol. 8, No. 3, Pp. 1182–1197, 2019, Doi: 10.15294/Eeaj.V13i2.35712.
- [34] F. H. Habibie, A. Mustika, D. Z. Nasution, W. Arafah, And N. Nurbaeti, “Apakah Instagram Lebih Penting Dibandingkan Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kuliner? Studi Kasus: Kaum Milenial Di Daerah Jakarta Selatan,” *At-Tadbir J. Ilm. Manaj.*, Vol. 6, No. 1, P. 54, 2022, Doi: 10.31602/Atd.V6i1.5999.
- [35] M. Trihudiyatmanto, “Analisis Dimensi Kepercayaan Diri Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsiq Jawa Tengah Di Wonosobo Tahun 2019),” *Jamasy J. Akuntansi, Manaj. Perbank. Syariah*, Vol. 3, No. 1, Pp. 33–47, 2023.
- [36] B. A. Ketaren And P. Wijayanto, “Pengaruh Kemandirian Dan Self Efficacy Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Feb Uksww,” *J. Ekon. Pendidik. Dan Kewirausahaan*, Vol. 4, No. 1, Pp. 763–773, 2021, Doi: 10.26740/Jepk.V9n1.P67-78.
- [37] P. Andini, R. Tinakartika Rinda, And Y. Manager, “Peran Inovasi Produk Dan Pemasaran Bisnis Kuliner Melalui Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Umkm Kopi Keluarga,” *Agustus*, Vol. 5, No. 3, Pp. 352–362, 2022, [Online]. Available: <Http://Ejournal.Uika-Bogor.Ac.Id/Index.Php/Manager>
- [38] L. D. Wijaya And V. Simamora, “Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner,” *J. Ilm. Akunt. Dan Bisnis*, Vol. 7, No. 1, Pp. 51–65, 2022, Doi: 10.38043/Jiab.V7i1.3474.
- [39] N. Nurmala *Et Al.*, “Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19,” *Akm Aksi Kpd. Masy.*, Vol. 3, No. 1, Pp. 65–74, 2022, Doi: 10.36908/Akm.V3i1.458.
- [40] Jaka Permana, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bisnis Kuliner Kebab Babah Antha Medan,” *J. Mitra Prima*, Vol. 6, No. 1, Pp. 3–5, 2024, [Online]. Available: Http://Jurnal.Unprimdn.Ac.Id/Index.Php/Mitra_Prima/Article/View/2531
- [41] L. Simatupang And R. Setyawati, “Kajian Penamaan Kuliner Di Balikpapan Menggunakan Teori Semantik Ogden-Richard Politeknik Negeri Balikpapan (Dalam Konteks Ini Penutur Bahasa Indonesia) Sering Tidak Sadar Atau Secara Otomatis Mengikuti,” *Jshp*, Vol. 07, No. 01, Pp. 18–31, 2023, Doi: <Https://Doi.Org/10.32487/Jshp.V7i1.1601>.
- [42] A. A. Asriadi, Firmansyah, And H. Nailah, “Pendampingan Dan Pembuatan Kimbab (Korean Food) Pada Kelompok Usaha Kemandiriaan Masyarakat Sebagai Alternatif Peluang Bisnis Kuliner Di Desa Kalukuang Kecamatan Galesong Kabupaten Takalar,” *J. Pengabdi. Pada Masy.*, Vol. 3, No. 4, Pp. 861–870, 2022, [Online]. Available: <Https://Madaniya.Pustaka.My.Id/Journals/Contents/Article/View/292>
- [43] R. P. Mentang, A. L. Tumbel, And W. Djemly, “Analisis Entrepreneurial Self-Efficacy Pada Pengusaha Bidang Food&Beverage Di Malalayang.,” *J. Emba*, Vol. 10, No. 2, Pp. 661–670, 2022.
- [44] D. Y. Nugroho And J. Triyono, “Strategi Pengelolaan Bisnis Kuliner Waralaba Di Tinjau Dari Kualitas Produk Dan Mutu Pelayanan,” *Pringgitan*, Vol. 3, No. 2, P. 113, 2022, Doi: 10.47256/Prg.V3i2.169.
- [45] V. Firdaus, Aisyah, And D. Nastiti, “Reconceptualizing Traditional Entrepreneurial Models For Women ’ S Economic Empowerment In Madura,” Vol. 20, No. 1, Pp. 42–61, 2025.
- [46] V. Firdaus *Et Al.*, “Berbisnis (Green-Oriented Culinary Entrepreneurship Among Women Entrepreneurs With Determination And Business Resilience),” Vol. 12, No. 2, Pp. 105–115, 2025.
- [47] A. Natalia, B. Genjik, And H. Syahrudin, “Volume 12 Nomor 5 Tahun 2023 Halaman 1381-1387 Pengaruh Self Efficacy Kewirausahaan Terhadap Motivasi Wirausaha Peserta Didik Pemasaran Smk Negeri 1 Pontianak,” Vol. 12, Pp. 1381–1387, 2023.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.