

SURAT TUGAS

Nomor: 138-R/UNTAR/PENELITIAN/VIII/2024

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

SARWO EDY HANDOYO, Dr., S.E., M.M.

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul : Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha
Nama Media : Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
Penerbit : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun : Vol. 06, No. 02, April 2024
URL Repository : <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/29851>

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

21 Agustus 2024

Rektor



Prof. Dr. Ir. AGUSTINUS PURNA IRAWAN

Print Security : 8ddcbd2981f892dd30ec06de1c92d946

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana



UNTAR

FAKULTAS
EKONOMI & BISNIS

Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan



VOLUME 6/02/April/2024

DAFTAR ISI

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI REPURCHASE INTENTION DALAM BERBELANJA ONLINE DI APLIKASI BUKALAPAK Ananda Rizqita Ramadhani, M. Tony Nawawi	262-270
EFIKASI DIRI, MOTIVASI WIRAUSAHA, DUKUNGAN KELUARGA, DAN PENDIDIKAN PENGARUHNYA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA Andrea Yogas, Nur Hidayah	271-283
PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN, DAN KREATIVITAS DAPAT MEMENGARUHI MINAT BERWIRAUSAHA Antony Wijaya, Kartika Nuringsih	284-291
ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI INTERAKSI SOSIAL DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN: GEN Z TOKOPEDIA Calista Devana Suandi, Arifin Djakasaputra	292-299
PENGARUH E-WOM DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP PURCHASE INTENTION ROKOK ELEKTRIK DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DI JAKARTA BARAT Damar Wisang Ismunarbowo, Carunia Mulya Firdausy	300-308
PERAN ORGANISASI PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN MELALUI KOMITMEN ORGANISASI Daniel Mariana Christofer, Ronnie Resdianto Masman	309-317
PENGARUH MODAL RELASIONAL TERHADAP KINERJA INOVASI DENGAN MODERASI PEMBERDAYAAN KEPEMIMPINAN PADA PERUSAHAAN DI JAKARTA Dimas Pratama, Frangky Selamat	318-332
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PT XYZ Filbert Wangidjaja, Edalmen	333-342
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND LOYALTY PADA PENGGUNA IPHONE DI JABODETABEK Fiore Farrello, Arifin Djakasaputra	343-352
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PURCHASE INTENTION PELANGGAN SKINTIFIC DI JAKARTA Gita Carbella, Carunia Mulya Firdausy	353-362

PERAN TRUST DALAM MEMEDIASI E-WOM TERHADAP PURCHASE INTENTION Iis Nuraisyah Fatmala Sari, Tommy Setiawan Ruslim	363-370
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PROPENSITY TO INDEBTEDNESS PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DI JAKARTA Jesslyn Mirabel Farrenlie, Ary Satria Pamungkas	371-380
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DALAM BURSA EFEK INDONESIA Jonathan Kenneth Cahyadi, Herman Ruslim	381-390
PERAN FINANCIAL LITERACY SEBAGAI MEDIASI FAKTOR PENENTU FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR GEN Z DI JAKARTA Josephine Christianti Wijaya, Ignatius Roni Setyawan	391-399
PENGARUH DISIPLIN KERJA, MOTIVASI KERJA, DAN KOMPENSASI TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT PIONEERINDO GOURMET INTERNATIONAL TBK DI JAKARTA Kelvin Andrians, Carol Daniel Kadang	400-408
PENTINGNYA ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA ORGANISASI DIMEDIASI PROSES MANAJEMEN PENGETAHUAN Kevin Yeremi, Louis Utama	409-418
PENGARUH PENILAIAN LEBIH DEKAT DENGAN WIRAUSAHA DAN STIGMA LEBIH DEKAT DENGAN KEGAGALAN WIRAUSAHA TERHADAP NIAT BERWIRAUSAHA Liviani, Andi Wijaya	419-427
EFIKASI DIRI SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN, KECERDASAN ADVERSITAS TERHADAP INTENSI BERWIRAUSAHA Margaret Laurent, Ida Puspitowati	428-437
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN, MOTIVASI KERJA DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN Nathalie Anatias Kosidin, Oey Hannes Widjaja	438-445
DAMPAK INOVASI PRODUK DAN PROAKTIF TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN MODERASI KETIDAKPASTIAN LINGKUNGAN Paul Xieming, Ida Puspitowati	446-453

FAKTOR PENENTU LOYALITAS MEREK MCDONALD'S DI JAKARTA Raynaldo Kristiadi, Sanny Ekawati	454-462
FAKTOR PENENTU KESEJAHTERAAN FINANSIAL PADA GENERASI MUDA DI JAKARTA Sandra Sutini, Hendra Wiyanto	463-471
PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA Steven Sanjaya, Sarwo Edy Handoyo	472-477
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA KARYAWAN DENGAN KEPUASAN KERJA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI Steven, Yanuar	478-493
PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN DIMEDIASI KEUNGGULAN KOMPETITIF Suzan Sefanya, Mei Ie	494-507
FAKTOR-FAKTOR YANG BERPERAN DALAM PURCHASE DECISION PELANGGAN LAZADA DI JAKARTA Vanesa Siek, M. Tony Nawawi	508-517
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI INTENSI BERWIRAUSAHA MAHASISWA UNIVERSITAS SWASTA DI TANGERANG Venesia Audrey Rusli, Frangky Slamet	518-530
E-SATISFACTION SPOTIFY PADA GEN Z JAKARTA MEMENGARUHI REPURCHASE INTENTION MELALUI ENJOYMENT, SOCIAL VALUE, DAN EASE OF USE Violetta Shalbrenda, Galuh Mira Saktiana	531-543
PENGARUH VISUAL SOCIAL MEDIA MARKETING PADA CUSTOMER PURCHASE INTENTION: E-WOM SEBAGAI MEDIASI DI INDUSTRI SKINCARE Virla Morelin Marlie, Hetty Karunia Tunjungsari	544-551
PERAN KUALITAS LAYANAN DAN ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TIKTOK SHOP William Chandra, Cokki	552-558

Editorial Team

Editor in Chief

Keni Keni

<https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=zT6UWRIAAAAJ>

Universitas Tarumanagara, Indonesia

Fakultas Ekonomi



SINTA ID : 5987760



Managing Editor

Frangky Slamet

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Ida Puspitowati

<https://scholar.google.com/citations?user=qRci5egAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Lydiawati Soelaiman

<https://scholar.google.com/citations?user=DG8v8rwAAAAJ&hl=en&oi=ao>

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara, Jakarta

Hetty Karunia Tunjungsari

<https://scholar.google.com/citations?user=w5Cf-aAAAAAJ&hl=en&oi=sra>

Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia



PROFILE MENU

Contact

Editorial Team

Focus and Scope

Indexing

Reviewers

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

Template



TOOLS

use APA style, download here



PENGARUH EFIKASI DIRI, PENGETAHUAN KEWIRAUSAHAAN, MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA

Steven Sanjaya¹, Sarwo Edy Handoyo^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: steven.115200164@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: sarwoh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 29-01-2024, revisi: 18-03-2024, diterima untuk diterbitkan: 24-04-2024

ABSTRAK

Penelitian ini adalah bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui sebuah Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha Kuliner Di Jakarta. Penelitian ini menggunakan data melalui proses pengumpulan data dengan menyebarkan sebuah kuesioner secara online menggunakan google form. Sampel dalam penelitian tersebut Keberhasilan Usaha UMKM di Jakarta. Data yang dapat berhasil dikumpulkan dalam penelitian tersebut berjumlah 125 responden. Dalam Teknik analisis data yang telah digunakan menggunakan program Smart-PLS versi 4. Hasil penelitian tersebut menunjukkan.

Kata Kunci: efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan, keberhasilan usaha

ABSTRACT

This research aims to analyze and determine the influence of self-efficacy, entrepreneurial knowledge, entrepreneurial motivation and the success of culinary SMEs in Jakarta. This research uses data through a data collection process by distributing an online questionnaire using Google Form. The sample in this research is the success of UMKM businesses in Jakarta. The data that was successfully collected in this research amounted to 125 respondents. In the data analysis technique that has been used, the Smart-PLS program version 4 in used. The results of this research show.

Keywords: *self-efficacy, entrepreneurs knowledge, entrepreneurship motivation, business success*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Meningkatkan kewirausahaan hal ini terlihat untuk meningkatkan kewirausahaan, kita dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk mengembangkan bakat dan sikap yang mendukung pengembangan bisnis. Westerberg dan Wincent (dalam Octavia *et al.*, 2017), berfungsi untuk menghasilkan sebuah kegiatan perusahaan yang dapat di pengaruhi oleh faktor internal dan eksternal untuk mendapatkan tujuan telah dilakukan dalam jangka yang telah di tentukan (Wicaksono dan Nuvriasari, 2012), untuk mendapatkan pengetahuan ide motivasi yang baru yang akan di dapatkan (Frishammar dan Horte, 2007).

Kebijakan ini diharapkan bisa memfasilitaskan untuk kebijakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat penting untuk mendukung dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengetasan kemiskinan.

Efikasi diri juga dapat diartikan sebagai kepercayaan atas diri seseorang dalam kemampuan akan dirinya untuk menyelesaikan suatu pekerjaan yang mengontrol pikiran, perasaan serta perilaku seseorang dalam berwirausaha. (Setiawan & Soelaiman, 2022).

Salah satu cara untuk mengembangkan UMKM adalah dengan membuka cabang usaha di tempat yang berpotensi terjadi penjualan tinggi. Hal itu dimulai dengan meneliti tempat yang memiliki target pasar. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan dan Keberhasilan Usaha Kuliner di Jakarta.

Menurut Koncoro (2009) bahwa UMKM mempunyai masalah dasar yaitu 1) kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pasar, 2) kelemahan dalam struktur modal dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber permodalan, 3) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, 4) keterbatasan jaringan usaha kerjasama antara pengusaha kecil, 5) iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, 6) pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil. Tujuan utama pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka. Pemasaran melibatkan berbagai strategi dan taktik untuk mencapai sasaran bisnis. Beberapa konsep dasar dalam pemasaran melibatkan pemahaman tentang pasar, pelanggan, produk, dan kompetisi.

Karakteristik wirausaha yang merupakan individu yang aktif dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha atau bisnis dengan tujuan menciptakan nilai tambah, menghasilkan keuntungan, dan menghadapi risiko. Karakteristik wirausaha dapat bervariasi, tetapi beberapa sifat umum yang sering terlihat pada wirausaha yang sukses melibatkan kombinasi keterampilan, sikap, dan perilaku (Essel, 2019).

Wirausaha dalam UMKM memiliki beberapa karakteristik yang khas, yang mencerminkan tantangan dan peluang yang terkait dengan skala usaha yang lebih kecil. Lingkungan eksternal usaha merujuk pada semua faktor di luar kendali perusahaan yang dapat memengaruhi sebuah operasi, keberhasilan, dan keberlanjutan untuk bisnis. Pemahaman mendalam tentang lingkungan eksternal sangat penting bagi manajemen perusahaan untuk dapat mengantisipasi perubahan, mengambil keputusan strategis, dan beradaptasi dengan dinamika pasar.

Salah satu cara untuk mengembangkan UMKM dengan membuka beberapa cabang di tempat yang berpotensi terjadi penjualan yang tinggi. Hal itu dimulai dengan meneliti berbagai tempat yang memiliki target pasar. Melakukan sebuah survey dan observasi tempat dan lokasi yang ingin dibuka. Mulailah dengan mencari tahu apakah tempat itu membutuhkan produk yang anda jual. Buatlah pertanyaan-pertanyaan seperti berapa jumlah orang yang lewat di tempat itu, berapa banyak orang yang kemungkinan akan membeli produk anda, seberapa mudah akses logistik, dan kebutuhan ketika anda buka cabang di tempat itu. Sehingga data observasi bisa dikumpulkan dan menjadi pertimbangan apakah tempat itu menjadi tempat yang tepat untuk membuka bisnis.

Keberhasilan sebuah UMKM melalui pemanfaatan yang optimal. Optimalisasi yang dapat dilakukan melalui pengembangan pemasaran, termasuk meningkatkan kreativitas dan konsistensi dalam cara pemasaran dilakukan untuk mencapai sebuah keberhasilan usaha sering kali menjadi hasil dari kombinasi antara visi yang jelas, dedikasi yang tinggi, dan kemampuan untuk mengatasi berbagai tantangan. Sukses dalam dunia bisnis tidak hanya diukur dari profitabilitas, tetapi juga dari kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, inovasi dalam produk atau layanan, serta kemampuan untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan dan mitra bisnis.

Wirausahawan yang berhasil memahami pasar, mengidentifikasi peluang, dan berani mengambil risiko yang terukur seringkali memimpin usaha mereka menuju kesuksesan. Selain itu, kemampuan untuk belajar dari kegagalan, memperbaiki strategi, dan tetap konsisten dalam

menjalankan visi bisnis juga merupakan faktor penting dalam meraih keberhasilan usaha. Kesuksesan tidak selalu bersifat statis; sebaliknya, merupakan perjalanan yang melibatkan komitmen, ketekunan, dan kemampuan untuk terus berkembang seiring waktu.

Selain itu, kemampuan untuk belajar dari kegagalan, memperbaiki strategi, dan tetap konsisten dalam menjalankan visi bisnis juga merupakan faktor penting dalam meraih keberhasilan usaha. Kesuksesan tidak selalu bersifat statis; sebaliknya, merupakan perjalanan yang melibatkan komitmen, ketekunan, dan kemampuan untuk terus berkembang seiring waktu.

Pengetahuan Kewirausahaan juga dapat membantu untuk mengidentifikasi peluang dan pasar serta masalah masalah yang dihadapi olehwirausahaitu sendiri (Olivia & Nuringih, 2022).

Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk mengetahui pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di Jakarta.
- Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di Jakarta.
- Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keberlangsung usaha UMKM kuliner di Jakarta

Landasan teori

Efikasi diri

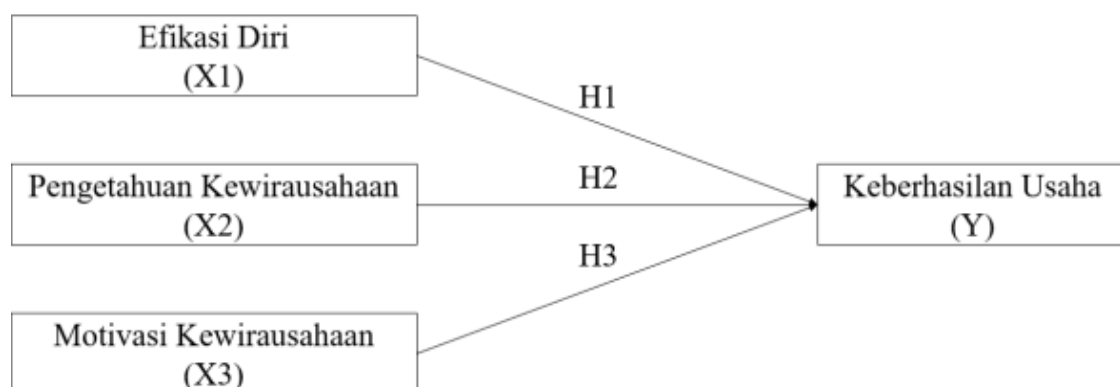
Efikasi diri adalah keyakinan atau keyakinan individu terhadap kemampuan dirinya dalam mengatur diri, menyelesaikan tugas, mencapai tujuan, serta menghasilkan dan melakukan tindakan untuk mencapai kemampuan tertentu. Efikasi diri merupakan aspek pengetahuan individu tentang dirinya atau kemampuannya dalam mengevaluasi kemampuannya. Ini termasuk kepercayaan diri, kemampuannya beradaptasi, kemampuan kognitif kecerdasan dan kemampuan untuk bertindak dalam situasi stress (Srimulyani & Hermanto 2021)

Pengetahuan kewirausahaan

Menurut Mustofa (2014), pengetahuan kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan pemikiran dan tindakan orisinal untuk mengembangkan sesuatu yang baru serta memberikan peluang dan ide yang dapat dimanfaatkan dengan sukses. Dari sebuah pengetahuan, keterampilan, dan tekad, wirausahawan dapat berkembang.

Motivasi kewirausahaan

Menurut Ratnawati dan Kuswardani (2010) motivasi berwirausaha merupakan kondisi yang menggerakkan dan mendorong seseorang untuk melaksanakan kegiatan kewirausahaan dengan mandiri, berorientasi ke masa depan, percaya diri, berani menghadapi risiko, inovatif, dan kreatif.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dibuat, maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:
 H1: Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Jakarta.
 H2: Pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Jakarta.
 H3: Motivasi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Jakarta.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian tersebut menggunakan satu variabel dependen yaitu keberhasilan usaha. Variabel independen tersebut dapat meliputi efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan. Jawaban terhadap kuesioner mengacu pada skala likert. Digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, Sugiyono (2016).

Tabel 1. Indikator variabel

Variable & Sumber	Indikator	Skala
Efikasi Diri (Anthony, Mei Ie), (2022)	Saya yakin dapat mengatasi masalah-masalah dalam menjalankan usaha.	Interval
	Saya yakin dapat mengembangkan usaha kuliner ini.	
	Saya yakin akan mendapatkan laba atau keuntungan dari wirausaha saya.	
	Saya memiliki keinginan untuk maju dengan dapat mengelola sumber daya dengan baik.	
	Saya selalu tekun bekerja, tidak mengenal lelah, tidak mudah putus asa atau pantang menyerah dalam menghadapi tantangan.	
	Saya dapat menerima semua konsekuensi dalam berbisnis.	
Pengetahuan Kewirausahaan Anthony Irwanto, Mei Ie, (2022)	Saya memahami bidang usaha usaha yang sedang saya jalankan.	Interval
	Saya memahami keberhasilan masa depan usaha ini.	
	Saya mempunyai rincian kegiatan usaha ini.	
	Saya telah menyusun rencana bisnis dari usaha yang saya jalankan ini.	
	Saya mempunyai target pasar yang jelas untuk memasarkan usaha ini.	
Motivasi Kewirausahaan Anthony Irwanto, Mei Ie, (2022)	Saya ingin memperoleh pendapatan yang lebih baik.	Interval
	Saya ingin meningkatkan finansial keluarga saya.	
	Saya ingin memperoleh posisi yang lebih baik di lingkungan sosial.	
	Saya ingin lebih banyak dikenal oleh orang lain.	
	Saya ingin menjadi seorang panutan untuk orang lain.	
	Saya merasa lebih terhormat jika memiliki usaha sendiri dibandingkan bekerja dengan orang lain.	
	Saya ingin memiliki usaha sendiri.	
	Saya ingin dapat membagi waktu antara keluarga dengan usaha.	
	Saya ingin mengaktualisasikan kemampuan diri saya dalam mengelola usaha.	
Keberhasilan Usaha Anthony Irwanto, Mei Ie, (2022)	Jumlah permintaan terhadap produk tiap tahunnya mengalami peningkatan.	Interval
	Jumlah produksi terus mengalami peningkatan.	
	Pendapatan usaha mengalami peningkatan setiap bulan.	
	Jumlah pelanggan terus bertambah.	
	Saya meningkatkan sarana usaha yang saya miliki untuk mendukung usaha saya.	

Dalam penelitian tersebut penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Cresweel (2010) menyatakan bahwa, “pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan prosentase tanggapan mereka”. Penelitian tersebut menggunakan metode pengumpulan data yaitu menggunakan kuisisioner atau angket.

Berdasarkan penelitian yang telah dijelaskan melalui penyebaran kuesioner terhadap 125 responden pelaku UMKM kuliner yang terdapat di Jakarta. Penelitian tersebut menggunakan Google form untuk memperoleh data yang sesuai dengan kriteria responden dalam penelitian tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian *outher model* (Uji validitas dan realibilitas) dapat terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>
Efikasi Diri → Keberhasilan Usaha	0,047	0,047	0,102	0,458	0,647
Motivasi Kewirausahaan → Keberhasilan Usaha	0,329	0,330	0,093	3,547	0,000
Pengetahuan Kewirausahaan → Keberhasilan Usaha	0,457	0,459	0,111	4,103	0,000

Pada penelitian tersebut, penulis melakukan uji signifikansi dengan menggunakan metode *bootstrapping*. Penggunaan metode ini bertujuan untuk melihat pengaruh variable memoderasi dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tersebut.

H1: Uji pengaruh efikasi diri terhadap keberhasilan usaha.

Hasil dari pengajuan hipotesis yang telah didapatkan untuk variabel efikasi diri mempengaruhi keberhasilan usaha pada penelitian ini menghasilkan *P-values* sebesar 0,647 yang berarti H-1 dapat disimpulkan didukung dan di terima.

H2: Uji pengaruh motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

Hasil dari pengajuan hipotesis yang telah didapatkan untuk variabel motivasi kewirausahaan mempengaruhi keberhasilan usaha pada penelitian ini menghasilkan *P-values* sebesar 0,000 yang berarti H-2 dapat disimpulkan didukung dan di terima.

H3: Uji pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha.

Hasil dari pengajuan hipotesis yang telah didapatkan untuk variabel pengetahuan kewirausahaan mempengaruhi keberhasilan usaha pada penelitian ini menghasilkan *P-values* sebesar 0,000 yang berarti H-3 dapat disimpulkan didukung dan di terima.

Pembahasan

Penelitian ini mencakup 125 responden yang merupakan UMKM kuliner di Jakarta. Dari 125 responden, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 106 responden (84,8%), umur responden yang paling banyak berpartisipasi 17-23 tahun sebanyak 118 responden (94,4%).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dijelaskan di atas, penelitian ini menyimpulkan sebagai berikut:

- Efikasi diri sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di Jakarta.
- Pengetahuan kewirausahaan sangat berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner di Jakarta.
- Motivasi kewirausahaan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM di Jakarta Barat.

Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilaksanakan penelitian ini, terdapat saran dari berbagai pihak yang bisa dapat bermanfaat diberikan untuk penelitian berikut variabel sejenis nya:

- a. Penelitian mengusulkan pelaku ekonomi dapat berani mengambil sebuah risiko dalam menjalankan bisnisnya, dan para pelaku ekonomi dapat memahami pentingnya mengetahui kapan harus mengambil risiko agar terhindar dari kegagalan dalam melakukan bisnis.
- b. Peneliti dapat menunjukkan bahwa para pelaku ekonomi mungkin akan dapat terus bergairah untuk memperkenalkan inovasi-inovasi seperti sikap kolaboratif untuk menggali pengetahuan seluas-luasnya, melakukan inovasi dalam bidang jasa dan struktur.
- c. Saran yang dapat diperoleh bagi peneliti sendiri untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keunggulan produk-produk yang disarankan untuk memperluas wilayah pengambilan sampel dan memperbanyak jumlah sampel yang dapat diambil.

Ucapan terima kasih

Saya mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden di dalam penelitian ini yaitu UMKM kuliner di Jakarta yang telah bersedia meluangkan waktu dalam melakukan pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFRENSI

- Irwanto, A. & Ie, M. (2023). Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha UMKM F&B di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan 5.1*, 259-267. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22674>
- Nuryatimah, P. A. (2021). Pengaruh Motivasi, Kompetensi Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Umkm Sale Pisang Purwobakti Kabupaten Bungo.". *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan 10.03*, 485-496
- Olivia, M. & Nuringsih, K. (2022). Peran Pengetahuan Kewirausahaan dan Media Sosial dalam Pengembangan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 203-212. <https://doi.org/10.24912/jmie.v6i1.13360>
- Prabawati, S. (2019). Pengaruh efikasi diri, pendidikan kewirausahaan, literasi keuangan, dan literasi digital terhadap perilaku berwirausaha siswa smk negeri 10 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK) 7.1*, 64-76.
- Pradoso, R. S. (2023). Analisis Kepemimpinan Entrepreneur Pada Umkm Masa Pandemi Covid-19 Dan Dampaknya Bagi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kecamatan Makale. *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia 2.3* , 31-42.
- Rizky, D. A. (2023). Pengaruh Kreativitas, Motivasi Dan Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan Usaha. (Studi pada pelaku Umkm Makanan Di Kabupatenpurworejo). *Volitilitas 5.2*.
- Setiawan, J. & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis dan Keterampilan terhadap Keberhasilan Wirausaha Wanita. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 85-94. <https://doi.org/10.24912/jmie.v6i1.15974>
- Siagian, A. O. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif.". *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis 3.1*, 206-217.
- Sitorus, G. (2019). Penyuluhan Perencanaan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Di Lingkungan Rt002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen 4.1*, 64-70.
- Sulastri, A. N. (2022). *Pengaruh Efikasi Diri Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Wirausaha Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pasundan (Angkatan Tahun 2018-2020)*. Diss. Universitas Pasundan Bandung.