

**MOTIVASI BERWIRAUSAHA PADA PENGUSAHA KULINER DI SENTRA  
WISATA KULINER URIP SUMOHARJO SURABAYA**

***ENTREPRENEURIAL MOTIVATION FOR ENTREPRENEURS AT URIP  
SUMOHARJO CULINARY CENTER SURABAYA***

**Zhafira Puspa Ningrum, Syarif Imam Hidayat<sup>1</sup>, Sri Widayanti**  
*Fakultas Pertanian, UPN "Veteran" Jawa Timur, Jawa Timur, Indonesia*

**ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic has had a negative impact, namely decreasing the SMES income. The Urip Sumoharjo Surabaya Culinary Center (SWK) is one of the culinary centers assisted by the Surabaya city government which has also been affected by the Covid-19 pandemic, but culinary entrepreneurs are still entrepreneurship even though their income has decreased. The purpose of this research is to find out the factors that motivate culinary entrepreneurs at the Urip Sumoharjo Culinary Center (SWK) in Surabaya to choose to become entrepreneurs. Respondents in this study were all culinary entrepreneurs at the Urip Sumoharjo Culinary Center in Surabaya. Data collection was carried out through observation, questionnaires, and interviews. The method of data analysis in this study was to use factor analysis with IBM SPSS Statistics 23 software. The research results revealed that there were two factors formed, namely internal and external factors. The internal factors that motivate culinary entrepreneurs to become entrepreneurs consist of meeting the necessities of life, the desire to survive, and self-esteem. While external factors consist of taking advantage of entrepreneurial opportunities and benefiting others.*

*Keywords: culinary tourism center, factor analysis, entrepreneurial motivation*

**INTISARI**

Pandemi Covid-19 memberikan dampak negatif yakni menurunnya pendapatan para pelaku UMKM. Sentra Wisata Kuliner (SWK) Urip Sumoharjo Surabaya adalah salah satu sentra kuliner binaan pemerintah kota Surabaya yang turut terkena dampak pandemi covid-19, namun para pengusaha kuliner masih tetap berwirausaha walaupun pendapatannya menurun. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi pengusaha kuliner di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Urip Sumoharjo Surabaya memilih untuk berwirausaha. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha kuliner di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo Surabaya. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan wawancara. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis faktor dengan *software* IBM SPSS Statistics 23. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat dua faktor yang terbentuk, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang memotivasi pengusaha kuliner untuk berwirausaha terdiri dari pemenuhan kebutuhan hidup, keinginan bertahan hidup, serta harga diri. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari memanfaatkan kesempatan berwirausaha dan bermanfaat bagi orang lain.

Kata kunci: sentra wisata kuliner, analisis faktor, motivasi berwirausaha

**PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 merupakan wabah yang terjadi serempak secara global karena penyebaran virus Corona yang begitu cepat.

Menurut Bartik *et al.*, (2020) dan Hajati (2021) Pandemi Covid-19 menyebabkan dampak negatif bagi perekonomian, terutama bagi pemilik usaha kecil.

---

<sup>1</sup> Corresponding author: Syarif Imam Hidayat. E-mail: syarifimamhidayat@upnjatim.ac.id

Usaha kuliner merupakan salah satu kategori usaha kecil yang paling terkena dampak pandemi Covid-19 Lutfi *et al.*, (2020). SWK Urip Sumoharjo Surabaya adalah salah satu sentra wisata kuliner binaan pemerintah kota Surabaya. Sebanyak 19 pengusaha kuliner berwirausaha dengan membuka stan dan menjual makanan di lokasi ini. Menu yang ditawarkan beragam, mulai dari makanan ringan seperti jamur krispi hingga makanan berat seperti mie ayam, bakso, penyetan, dan sebagainya. Terletak di pusat kota Surabaya dan di pinggir jalan raya, SWK Urip Sumoharjo berada di lokasi yang strategis untuk membuka usaha kuliner

Pandemi Covid-19 menyebabkan menurunnya pendapatan yang diperoleh para pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo menurun, namun mereka tetap mempertahankan usaha kulinernya. Menurut Prihantoro dan Hadi (2016) seseorang yang membuka usaha memiliki sebuah motivasi berwirausaha dalam dirinya. Motivasi berwirausaha merupakan dorongan yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan berwirausaha. Motivasi menyebabkan seseorang memiliki beberapa motif yang akan berfungsi sebagai dorongan untuk mencapai tujuan atau kesuksesan tertentu. Istilah “motivasi” atau “*motivation*” mengacu pada penggunaan motif, motif penimbulan, atau kejadian berulang yang melakukannya. Motif juga dapat dipahami sebagai faktor yang mendorong orang untuk berperilaku dengan cara tertentu (Rusdiana, 2018). Menurut Nasip & Sulong (2014) motivasi dapat menjadi pemicu seseorang untuk melakukan sesuatu dan dapat mempengaruhi kesuksesan usaha.

Menurut Bygrave (1996) terdapat tiga faktor yang berperan dalam mendorong seseorang berwirausaha, yakni faktor pribadi, faktor sosiologis, dan faktor lingkungan. Faktor pribadi, menyangkut aspek-aspek kepribadian seseorang. Faktor ini berkaitan dengan pertimbangan antara pengalaman dengan spirit,

energi dan rasa optimis untuk membuka usaha yang sudah dipertimbangkan secara matang. Faktor sosial, menyangkut masalah hubungan dengan manusia sekitar. Faktor lingkungan, menyangkut hubungan calon seorang wirausaha dengan lingkungannya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang memotivasi pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo Surabaya memilih berwirausaha.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli hingga Desember 2021 dengan objek penelitian pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang dilakukan di SWK Urip Sumoharjo Surabaya. Pemilihan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive method*). Seluruh pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo Surabaya, yakni sebanyak 19 pengusaha menjadi responden dalam penelitian ini. Data primer dalam penelitian ini yakni terdiri dari data karakteristik pengusaha dan faktor motivasi pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo berwirausaha. Pengumpulan data primer dilakukan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis faktor yang dianalisis menggunakan program SPSS 23. Penggunaan variabel dan indikator pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Variabel	Indikator
Motivasi Berwirausaha (Bygrave, 1996).	
Faktor pribadi (X1)	P1 (Pemenuhan kebutuhan hidup)
	P2 (Keinginan bertahan hidup)
	P3 (Dorongan dari keluarga)
Faktor sosial (X2)	S1 (Harga diri)
	S2 (Kelas sosial)
	S3 (Bermanfaat bagi orang lain)
Faktor lingkungan (X3)	L1 (Dorongan dari lingkungan sekitar)
	L2 (Memanfaatkan kesempatan berwirausaha)
	L3 (Memanfaatkan fasilitas dan program pemerintah)

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan untuk menjawab tujuan kedua pada kuesioner adalah skala likert dengan lima kategori:

Skor 5 = sangat setuju

Skor 4 = setuju

Skor 3 = netral

Skor 2 = tidak setuju

Skor 1 = sangat tidak setuju

Tahapan melakukan penelitian ini:

1. Menentukan variabel dan indikator
2. Melakukan uji validitas dan reliabilitas
3. Menguji kelayakan variabel dengan melihat nilai KMO dan matriks anti-image.
4. Menghitung nilai komunalitas.
5. Melakukan reduksi variabel untuk menentukan jumlah variabel yang terbentuk.
6. *Factoring*, yakni menentukan variabel yang akan masuk kedalam faktor yang terbentuk

7. Rotasi faktor

8. Melakukan interpretasi faktor baru yang terbentuk

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Uji validitas atau *validity test* dilakukan bertujuan mengetahui seberapa baik item pernyataan kuesioner mengukur dengan tepat suatu konsep yang akan diukur (Prasetyani et al., 2016). Valid atau tidaknya instrumen yang diukur diketahui dari membandingkan nilai r hitung dengan rtabel, tingkat signifikansi 5% dari df atau *degree of freedom* =  $n-2$ , dengan n adalah banyak responden. Berdasarkan hasil uji validitas kuesioner seluruh item yang diuji dinyatakan valid karena mempunyai nilai r hitung > r tabel (0,455).

### Uji Reliabilitas

Kuesioner dilakukan uji reliabilitas sehingga dapat diketahui seberapa konsisten hasil pengukuran apabila dilakukan pengukuran yang sama (Siregar, 2014). Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh item pernyataan telah reliabel sehingga dapat dilakukan analisis faktor.

### Analisis Faktor

1. Pengujian kelayakan variabel

Tahap pertama analisis faktor yakni menguji kelayakan variabel dengan melihat nilai pada tabel *Keiser-Meyer Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy*.

Tabel 2. Nilai KMO dan *Bartlett's Test of Sphericity* pada Pengujian Pertama

Hasil Uji			Nilai
<i>Kaiser</i>	<i>Meyer</i>	<i>Olkin</i>	0,559
(KMO)			
Signifikansi	<i>Bartlett's</i>		0,000
<i>Test of Sphericity</i>			

Sumber: SPSS diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SPSS 23 diketahui bahwa KMO dan *Barlett Test* mempunyai nilai 0,559 dengan signifikansi sebesar 0,000 sehingga persyaratan pertama telah terpenuhi yakni nilai  $KMO > 0,5$  serta nilai signifikansi  $< 0,05$ .

Setelah diketahui nilai KMO maka perlu juga diketahui nilai MSA. Berikut merupakan tabel nilai MSA.

Tabel 3. Nilai MSA pada Pengujian Pertama

Item (pernyataan)	Nilai MSA
<b>P1 (Pemenuhan kebutuhan hidup)</b>	<b>0,580</b>
<b>P2 (Keinginan bertahan hidup)</b>	<b>0,575</b>
P3 (Dorongan dari keluarga)	0,438
<b>S1 (Harga diri)</b>	<b>0,607</b>
S2 (Kelas sosial)	0,427
<b>S3 (Bermanfaat bagi orang lain)</b>	<b>0,773</b>
L1 (Dorongan dari lingkungan sekitar)	0,492
<b>L2 (Memanfaatkan kesempatan berwirausaha)</b>	<b>0,685</b>
<b>L3 (Memanfaatkan fasilitas dan program pemerintah)</b>	<b>0,630</b>

Sumber : SPSS diolah (2022)

Persyaratan kedua dalam analisis faktor agar dapat dilanjutkan adalah nilai  $MSA > 0,50$ . Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari sembilan variabel yang diuji, terdapat tiga indikator mempunyai nilai  $MSA < 0,50$ . Hal tersebut menyebabkan tiga variabel tersebut dikeluarkan dalam pengujian analisis faktor dan perlu dilakukan pengujian ulang terhadap enam indikator yang memiliki nilai  $MSA > 0,50$ . Berikut merupakan tabel hasil nilai KMO dan Bartlett's Test setelah pengujian kedua.

Tabel 4. Nilai KMO dan Bartlett's Test pada Pengujian Kedua

Hasil Uji		Nilai
<i>Kaiser Meyer Olkin</i> (KMO)		0,619
Signifikansi <i>Bartlett's Test of Sphericity</i>		0,000

Sumber : SPSS diolah (2022)

Berdasarkan tabel tersebut diketahui nilai KMO dan Bartlett's tes adalah  $0,619 > 0,5$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga persyaratan pertama analisis faktor sudah terpenuhi dan analisis faktor dapat dilanjutkan. Berikut merupakan tabel nilai MSA pada pengujian kedua.

Tabel 5. Nilai MSA pada Pengujian Kedua.

Item (pernyataan)	Nilai MSA
<b>P1 (Pemenuhan kebutuhan hidup)</b>	<b>0,578</b>
<b>P2 (Keinginan bertahan hidup)</b>	<b>0,662</b>
<b>S1 (Harga diri)</b>	<b>0,555</b>
<b>S3 (Bermanfaat bagi orang lain)</b>	<b>0,744</b>
<b>L2 (Memanfaatkan kesempatan berwirausaha)</b>	<b>0,740</b>
L3 (Memanfaatkan fasilitas dan program pemerintah)	0,231

Sumber : SPSS diolah (2022).

Berdasarkan tabel nilai MSA diatas diketahui bahwa terdapat satu variabel dari enam variabel yang diuji memiliki nilai  $< 0,5$  Sehingga perlu dilakukan pengujian kembali terhadap lima variabel yang mempunyai nilai  $> 0,5$ . Berikut merupakan hasil nilai KMO dan Bartlett's Tes setelah pengujian ketiga.

Tabel 6. Nilai KMO dan Bartlett's Tes pada pengujian ketiga

Hasil Uji			Nilai
<i>Kaiser Meyer Olkin</i>			0,671
(KMO)			
Signifikansi	<i>Bartlett's</i>		0,000
<i>Test of Sphericity</i>			

Sumber : SPSS diolah (2022)

Berdasarkan hasil setelah pengujian KMO dan Bartlett's tes yang ketiga, diketahui nilai KMO dan Bartlett's tes sebesar  $0,671 > 0,5$  serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga persyaratan pertama analisis faktor sudah terpenuhi dan analisis faktor dapat dilanjutkan.

Item (pernyataan)	Nilai MSA
<b>P1 (Pemenuhan kebutuhan hidup)</b>	<b>0,615</b>
<b>P2 (Keinginan bertahan hidup)</b>	<b>0,661</b>
<b>S1 (Harga diri)</b>	<b>0,667</b>
<b>S3 (Bermanfaat bagi orang lain)</b>	<b>0,747</b>
<b>L2 (Memanfaatkan kesempatan berwirausaha)</b>	<b>0,735</b>

Tabel 7. Nilai MSA pada Pengujian Ketiga.

Berdasarkan tabel nilai pengujian ketiga, diketahui bahwa seluruh variabel mempunyai nilai MSA  $> 0,5$  maka analisis faktor dapat dilanjutkan.

2. Reduksi variabel untuk menentukan jumlah variabel yang terbentuk.

Sebelum melakukan reduksi variabel, dilakukan perhitungan nilai komunalitas setiap variabel. Berikut merupakan tabel nilai komunalitas.

Tabel 8. Nilai Komunalitas

Item (Pernyataan)	Nilai
P1 (Pemenuhan kebutuhan hidup)	.919
P2 (Keinginan bertahan hidup)	.810
S1 (Harga diri)	.755
S3 (Bermanfaat bagi orang lain)	.807
L2 (Memanfaatkan kesempatan berwirausaha)	.819

Sumber : SPSS (2022)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa faktor yang terbentuk dapat menjelaskan semua variabel, yaitu variabel P1 sebesar 0,919 atau 91,9%, P2 sebesar 0,810 atau 81%, S1 sebesar 0,755 atau 75,5%, S3 sebesar 0,807 atau 80,7%, dan L2 sebesar 0,819 atau 81,9 %. Seluruh nilai dalam tabel *communalities* mempunyai nilai  $> 0,5$  maka antara faktor yang terbentuk dan seluruh variabel mempunyai hubungan yang kuat.

Jumlah banyaknya faktor yang terbentuk dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained* di bawah ini :

Tabel 9. *Total Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	<b>3.070</b>	61.397	61.397	3.070	61.397	61.397
2	<b>1.041</b>	20.817	82.213	1.041	20.817	82.213
3	.461	9.223	91.436			
4	.342	6.835	98.271			
5	.086	1.729	100.000			

Sumber : SPSS (2022).

Berdasarkan tabel di atas, nilai total *Initial Eigenvalues* menunjukkan banyaknya faktor yang terbentuk. Persyaratan agar menjadi sebuah faktor, hasil dari nilai total *initial eigenvalue* harus lebih besar daripada 1. Nilai *Eigenvalue* komponen 1 sebesar 3,070 sehingga ditetapkan menjadi faktor pertama dan mampu menjelaskan 61,397% variasi. Faktor kedua yakni terdapat pada component 2 dengan nilai *Eigenvalue* sebesar 1,041 dan mampu menjelaskan 20,817% variasi.

### 3. Menentukan Faktor

Tahap ini dilakukan untuk yakni menentukan variabel-variabel mana yang akan masuk ke dalam faktor, caranya dengan melihat dan membandingkan besaran korelasi antara suatu variabel dengan faktor-faktor yang ada (*loading factor*) pada setiap variabel.

Bila dilihat variabel yang berkorelasi terhadap setiap faktornya, ternyata *Factor Loading* yang dihasilkan belum mampu memberikan arti sebagaimana yang diharapkan. Oleh karena itu, faktor tersebut belum dapat diinterpretasikan dengan jelas sehingga perlu dilakukan rotasi.

### 4. Rotasi Faktor

Rotasi faktor adalah perputaran terhadap faktor yang sudah terbentuk dengan tujuan untuk mengetahui lebih jelas variabel yang masuk ke dalam faktor.

Tabel 10. Rotasi Komponen Matriks

	Komponen	
	1	2
P1 (Pemenuhan kebutuhan hidup)	<b>.906</b>	.315
P2 (Keinginan bertahan hidup)	<b>.783</b>	.442
S1 (Harga diri)	<b>.869</b>	.024
S3 (Bermanfaat bagi orang lain)	.233	<b>.868</b>
L2 (Memanfaatkan kesempatan berwirausaha)	.154	<b>.892</b>

Sumber : SPSS (2022)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa variabel P1, P2, dan S1 memiliki nilai paling tinggi pada *component 1* jika dibandingkan dengan nilai *loading factor* pada *component 2*. Sedangkan variabel S3 dan L2 memiliki nilai *loading factor* paling tinggi pada *component 2* jika dibandingkan dengan nilai pada *component 1*. Sehingga diketahui ada dua faktor baru yang terbentuk. Faktor pertama tersusun atas variabel pemenuhan kebutuhan hidup (P1), keinginan bertahan hidup (P2), dan harga diri (S1). Faktor kedua terdiri dari variabel bermanfaat bagi orang

lain (S3) dan memanfaatkan kesempatan berwirausaha (L2).

#### 5. Interpretasi Faktor

Dua faktor baru yang terbentuk kemudian dilakukan penamaan faktor. Berikut merupakan tabel penamaan faktor baru.

Tabel 11. Penamaan Faktor Baru.

Faktor	Variabel	Nilai Varian
Internal	pemenuhan kebutuhan hidup	61,397%
	keinginan bertahan hidup	
	Harga diri	
Eksternal	bermanfaat bagi orang lain memanfaatkan kesempatan berwirausaha	20,817%

Sumber : Analisis Data (2022).

Faktor pertama motivasi berwirausaha pengusaha kuliner di Sentra Wisata Kuliner (SWK) Urip Sumoharjo berwirausaha berkaitan dengan keinginan untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Faktor ini terdiri dari pemenuhan kebutuhan hidup, keinginan bertahan hidup, dan harga diri. Sehingga faktor ini dinamakan dengan faktor internal. Faktor internal menjadi faktor dominan yang menjadikan pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo Surabaya termotivasi untuk berwirausaha. Berdasarkan tabel *total varianced explained* faktor ini mampu menjelaskan 61,397% variasi.

Menurut Azwar (2013) faktor motivasi berwirausaha yang berasal dari dalam diri masing-masing pengusaha disebut dengan faktor internal internal. Indikator yang menjadi dominan pada faktor ini adalah pemenuhan kebutuhan hidup (P1) karena memiliki nilai korelasi terbesar dengan faktor pertama yakni

dengan nilai sebesar 0,906. Pengusaha kuliner berwirausaha dengan tujuan memperoleh pendapatan. Pendapatan tersebut digunakan untuk membeli kebutuhan primer rumah tangga mereka. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian Setyoningrum & Herdawan (2022) yang menyatakan bahwa penghasilan berwirausaha dapat mencukupi kebutuhan keluarga, sehingga kondisi ekonomi dapat membaik setelah berwirausaha.

Faktor internal lainnya yang menjadi motivasi pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo berwirausaha adalah bertahan hidup. Menurut Chu *et al.*, (2007) menemukan di Ghana dan Kenya bahwa individu mulai sebuah bisnis bertujuan agar pendapatan mereka meningkat serta bertahan hidup dengan menciptakan lapangan pekerjaan bagi diri mereka sendiri.

Faktor kedua yang menjadikan pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo Surabaya termotivasi untuk berwirausaha adalah faktor eksternal, yang terdiri dari bermanfaat bagi orang lain dan memanfaatkan kesempatan berwirausaha. Menurut Ardiyanti & Mora (2019) berwirausaha merupakan salah satu cara untuk menjalankan usaha agar dapat bermanfaat bagi orang lain. Pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo ingin bermanfaat bagi orang lain dengan cara mempunyai karyawan, sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan. Mempunyai usaha di bidang kuliner juga dapat dimanfaatkan oleh pengusaha kuliner untuk bermanfaat bagi orang lain melalui terbantunya para tetangga ketika tidak memasak di rumah, sehingga mereka mudah untuk membeli makanan.

Pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo termotivasi berwirausaha karena memanfaatkan kesempatan untuk berwirausaha. Menurut Musa *et al.*, (2020) bahwa individu dapat termotivasi berwirausaha apabila terdapat peluang untuk berwirausaha. Kesempatan berwirausaha ini timbul karena adanya peluang

usaha kuliner selama pandemi. Makanan merupakan kebutuhan yang selalu dibutuhkan setiap hari oleh masyarakat setiap harinya, sehingga usaha kuliner dapat terus berjalan meskipun keadaan sedang terjadi Pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 merupakan kesempatan yang baik untuk membuka usaha (Haryanto & Saerang, 2022). Salah satu responden, yakni Bapak Adi Mulyono mengatakan bahwa ia memilih berwirausaha kuliner karena usaha kuliner adalah usaha yang akan selalu bertahan. Ia tidak mempunyai pekerjaan tetap, sehingga ia memanfaatkan waktu luangnya untuk berwirausaha kuliner. Menurut Adiristi et al (2022) sebagai salah satu dari sekian banyak usaha yang ada dan berkembang di Indonesia, usaha kuliner selalu memiliki potensi untuk berkembang, bahkan di tengah masa sulit sekalipun. Alasan mengapa industri makanan terus berkembang adalah karena produk usaha kuliner berupa makanan dan minuman selalu diminati masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang memotivasi pengusaha kuliner di SWK Urip Sumoharjo untuk berwirausaha, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor pertama bersumber dari dalam diri, yakni faktor internal. Faktor ini terdiri dari pemenuhan kebutuhan hidup, keinginan bertahan hidup, dan harga diri. Faktor kedua bersumber dari luar, yakni faktor eksternal. Faktor ini terdiri dari bermanfaat bagi orang lain dan memanfaatkan kesempatan berwirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiristi, S. P., & Hermawan, Y. (2022). Strategi Bertahan Usaha kuliner di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cendekiawan Ilmiah PLS*, 7(1), 1–7.
- Ardiyanti, D. A., & Mora, Z. (2019). Pengaruh

Minat Usaha Dan Motivasi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Wirausaha Muda Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 168–178.  
<https://doi.org/10.33059/jseb.v10i02.1413>

Azwar, B. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention) (Studi Terhadap Mahasiswa Riau). *Menara; Jurnal Kewirausahaan*, 12(1), 12–22.

Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z. B., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. T. (2020). How Are Small Businesses Adjusting To Covid-19? *National Bureau of Economic Research*, 1–36.

Bygrave, W. . (1996). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. John Wiley & Son, Inc.

Chu, H. M., Benzing, C., & McGee, C. (2007). Ghanaian and Kenyan Entrepreneurs: a Comparative Analysis of Their Motivations, Success Characteristics and Problems. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 12(03), 295–322.  
<https://doi.org/10.1142/s1084946707000691>

Hajati, D. I. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Kotabaru Kalimantan Selatan. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 159–168.  
<https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i2.668>

Haryanto, H., & Saerang, R. (2022). The Sustainability of Newly Open Small Culinary Business in the Pandemic Covid-19 in Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 16–24.

Lutfi, M., Buntuang, P. C. D., Kornelius, Y., Erdiyansyah, & Hasanuddin, B. (2020). The impact of social distancing policy on small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*,



18(3), 492–503.  
[https://doi.org/10.21511/ppm.18\(3\).2020.40](https://doi.org/10.21511/ppm.18(3).2020.40)

Musa, S. F. P. D., Idris, P. D. S. R. P. H., & Basir, K. H. (2020). Exploring the Entrepreneurial Motivations and Barriers of Agripreneurs in Brunei Darussalam. *Economics, Business, and Islamic Finance in ASEAN Economics Community*, 31–56. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2257-8.ch003>

Nasip, S., & Sulong, R. S. (2014). Entrepreneurial Characteristics and Motivation Factors of New Venture Owners: A Case in the Food-service Industry. *Journal of BIMP-EAGA Regional Development*, 24–25.

Prasetyani, D., Purusa, N., & Hasbianto, I. (2016). Studi Empiris Wirausaha Perempuan di Surakarta : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi, Hambatan dan Keberhasilan Usaha. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 119–138.  
<https://doi.org/10.33633/jpeb.v1i2.2000>

Prihantoro, W. S. G., & Hadi, S. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Sikap Mental Kewirausahaan. *Economic Education Analysis Journal*, 5(2), 705–705.

Rusdiana. (2018). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Pustaka Setia.

Setyoningrum, A. A. D., & Herdawan, D. (2022). Motivasi dan Upaya Peningkatan Perekonomian melalui Wirausaha. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 7(1), 37.  
<https://doi.org/10.32503/jmk.v7i1.2088>

Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.