skripsi velira ananda

by Velira Ananda

Submission date: 15-Jun-2026 07:48PM (UTC+0700)
Submission ID: 2982642526
File name: Skripsi_Velira_Ananda_1122200161.docx (1.28M)
Word count: 10201
Character count: 50286

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi dunia saat ini seakan ditopang oleh tulang punggung bernama UMKM—Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah—yang tanpa banyak sorotan justru menjadi penggerak utama di balik stabilnya roda perekonomian berbagai negara. Tak hanya sekadar memberi sumbangsih pada angka Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga menjadi ladang utama lahirnya berbagai peluang kerja baru. Kombinasi peran ini menjadikan UMKM sebagai mesin hidup yang terus menghidupkan denyut ekonomi dari level paling dasar.

Di Indonesia, kekuatan UMKM terlihat sangat nyata, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap PDB nasional serta menyerap hampir 97% tenaga kerja yang ada. Fakta ini mempertegas bahwa UMKM bukan sekadar sektor pendukung, melainkan elemen vital yang menjaga keseimbangan ekonomi nasional agar tetap kokoh dan berkembang dalam jangka panjang. Gambaran kontribusi tersebut dapat dilihat lebih rinci melalui data peran UMKM dalam PDB dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia.



Gambar 1.1 Peran UMKM Terhadap Perekonomian

Sumber: Kementrian Koperasi dan UKM, Kominfo dan BPS

Kalau dilihat dari Gambar 1.1, UMKM di Indonesia itu ibarat tulang punggung raksasa yang menopang ekonomi negara. Hampir semuanya didominasi oleh usaha mikro dengan angka yang sangat besar, yaitu 63.350.222 unit. Sementara itu, usaha kecil hanya 783.132 unit, usaha menengah 60.702 unit, dan usaha besar sangat sedikit yakni sekitar 5.550 unit saja. Ini menunjukkan bahwa roda ekonomi banyak digerakkan oleh pelaku usaha mikro, walaupun di balik itu mereka juga menghadapi tantangan besar untuk terus bertahan dan berkembang.

UMKM tidak hanya berperan dalam PDB dan tenaga kerja, tetapi juga menyumbang sekitar 58,18% investasi nasional serta 14,37% ekspor non-migas. Sayangnya, pemanfaatan teknologi digital masih sangat rendah, hanya sekitar 13%, yang membuat banyak pelaku usaha tertinggal dalam persaingan modern.

Dominasi usaha mikro ini juga membuat persaingan semakin padat, terutama di sektor kuliner yang terus naik daun. Tren makanan yang praktis, beragam, dan pengalaman makan yang menarik membuat bisnis kuliner semakin ramai. Namun, kondisi ini memaksa pelaku usaha untuk benar-benar memperhatikan kinerja usaha agar tidak kalah saing.

Menurut Phelan & Sharpley dalam Farhan et al. (2022), kinerja usaha dapat dilihat dari tiga hal penting: pendapatan yang meningkat, volume penjualan yang naik, dan perluasan pasar. Tanpa tiga hal ini, usaha akan sulit berkembang dan kontribusinya terhadap ekonomi bisa melemah.

Di Jawa Timur sendiri, UMKM tercatat sangat besar jumlahnya yaitu 7.559.088 unit (data 2021). Kota Surabaya juga mengalami lonjakan yang signifikan, dari 60.000 unit di tahun 2021 naik sekitar 106.000 unit di tahun 2025, yang berarti tumbuh hampir 40% dalam kurun waktu empat tahun.



Gambar 1.2 Indeks Persaingan Usaha
Sumber: Databoks

Mengacu pada data indeks persaingan usaha, bertambahnya jumlah pelaku bisnis yang hadir di berbagai sektor ekonomi menunjukkan bahwa ruang kompetisi antar UMK semakin terbuka dan dinamis. Kondisi tersebut tidak terkecuali terjadi pada sektor akomodasi serta usaha makanan dan minuman yang terus mengalami pertumbuhan. Situasi ini dapat diamati di kawasan sekitar Masjid Agung Surabaya yang dikenal sebagai salah satu titik aktivitas masyarakat dengan intensitas tinggi. Selain menjadi tempat pelaksanaan kegiatan keagamaan, kawasan masjid juga berkembang sebagai pusat interaksi sosial dan perputaran ekonomi masyarakat. Ramainya arus pengunjung yang datang setiap hari membangun lingkungan usaha yang mendukung bagi para pelaku UMK kuliner akan menawarkan produk mereka. Pada rentang waktu sore hingga malam hari, kawasan tersebut menjadi semakin hidup karena dipadati masyarakat yang mencari makanan maupun sekadar bersantai. Berdasarkan pengamatan pendahuluan yang dilakukan peneliti, jumlah pedagang kuliner yang beraktivitas di sekitar Masjid Agung Surabaya diperkirakan mencapai sekitar 70–140 unit usaha, bahkan dapat mengalami peningkatan yang cukup signifikan ketika memasuki masa liburan.

Semakin padatnya arena persaingan bisnis membuat pelaku UMK berada pada situasi yang menuntut kemampuan lebih dari sekadar menjual produk. Mereka dituntut mampu mengatur usaha secara terencana, mengelola sumber daya dengan tepat, serta menjaga stabilitas usaha agar tetap bertahan di tengah persaingan yang terus meningkat. Banyaknya pelaku UMK yang menawarkan produk dengan karakteristik serupa menyebabkan ruang kompetisi menjadi semakin sempit. Akibatnya, pencapaian Kinerja Usaha setiap pelaku usaha menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Ada yang mampu berkembang dengan baik, sementara sebagian lainnya masih berupaya mempertahankan keberlangsungan usahanya. Perbedaan tersebut diduga tidak terlepas dari tingkat Literasi Kewirausahaan yang dimiliki masing-masing pelaku usaha. Selain itu, perbedaan cara pandang terhadap kewirausahaan serta tingkat motivasi dalam berbisnis juga diperkirakan berpengaruh terhadap kemampuan mereka dalam menciptakan inovasi dan merespons peluang secara cepat. Oleh sebab itu, penguasaan pengetahuan kewirausahaan menjadi bekal penting agar pelaku UMK dapat menjaga eksistensi sekaligus meningkatkan performa usahanya.

Dalam upaya memahami kondisi tersebut secara lebih mendalam, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa pelaku UMK. Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, terlihat bahwa capaian Kinerja Usaha pelaku UMK kuliner masih menunjukkan variasi yang cukup besar. Sebagian pelaku usaha telah menerapkan proses usaha yang lebih matang sehingga mampu mendukung peningkatan penjualan dan perkembangan bisnis. Mereka mulai memakai media sosial untuk promosi dan memperluas pasar. Namun demikian, berbagai hambatan masih dirasakan, terutama persaingan dengan produk sejenis yang terus bermunculan serta jumlah pelanggan yang tidak stabil dari hari ke hari. Kondisi tersebut menunjukkan jika keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor dari luar usaha, tetapi juga sangat ditentukan oleh kemampuan internal pelaku usaha dalam mengatur dan mengembangkan bisnis yang dijalankan.

Literasi Kewirausahaan menjadi salah satu aspek yang memiliki peran penting dalam menentukan keberhasilan usaha. Sebelum terjun ke dunia bisnis, individu perlu memiliki fondasi pengetahuan yang cukup mengenai kewirausahaan agar mampu mengambil keputusan secara tepat. Pemahaman tersebut mencakup kemampuan mengenali peluang, memilih bidang usaha yang sesuai, hingga memahami berbagai aspek penting dalam pengelolaan bisnis. Tanpa bekal tersebut, risiko menghadapi berbagai kendala usaha akan semakin besar. Setyastanto et al. (2022) menjelaskan bahwa Literasi Kewirausahaan merupakan kemampuan memahami konsep kewirausahaan sekaligus mengaplikasikannya dalam aktivitas bisnis sehari-hari. Literasi ini mencakup pengetahuan mengenai kewirausahaan, ide usaha, peluang bisnis, dan berbagai unsur yang mendukung keberhasilan usaha. Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa masih terdapat pelaku UMK yang belum menjadikan literasi kewirausahaan sebagai landasan utama dalam menjalankan usahanya. Sebagian hanya berorientasi pada penjualan tanpa memperhatikan aspek pengembangan usaha secara menyeluruh. Sebaliknya, terdapat pula pelaku usaha yang telah memanfaatkan pengetahuan kewirausahaan sebagai pedoman dalam mengatur proses bisnis secara lebih sistematis. Selain itu, masih banyak pelaku usaha yang belum berani melakukan inovasi maupun mengeksplorasi peluang pasar baru karena memilih menjual produk yang sudah lazim ditemukan. Fenomena ini menggambarkan bahwa tingkat Literasi Kewirausahaan pelaku UMK masih perlu ditingkatkan karena berpengaruh terhadap kualitas Kinerja Usaha yang dicapai.

Kesuksesan usaha tidak hanya bergantung pada modal dan produk, tetapi juga oleh bagaimana pelaku usaha memandang serta memanfaatkan peluang yang ada. Dalam konteks tersebut, Orientasi Kewirausahaan menjadi salah satu fondasi penting yang berperan dalam membentuk Kinerja Usaha. Kearney et al. (2020) dalam Juliani dan Ie (2024) menjelaskan bahwa Orientasi Kewirausahaan merupakan pendekatan yang mendorong organisasi untuk terus menciptakan peluang baru, menghadirkan inovasi, serta merancang strategi persaingan yang berbeda dari kompetitor. Pendekatan ini sangat erat kaitannya dengan kreativitas, keberanian menghadapi risiko, dan kemampuan mengambil inisiatif.

Di tengah lingkungan bisnis yang berubah dengan cepat, UMK tidak cukup hanya bertahan dengan cara lama. Mereka dituntut untuk terus meningkatkan kualitas kinerja agar

mampu menjaga keberlangsungan usahanya. Tanpa adanya perbaikan yang konsisten, usaha akan semakin sulit bersaing dan berpotensi kehilangan pangsa pasar. Menurut Ilesanmi et al. (2022) dalam Rahayu et al. (2025), Orientasi kewirausahaan meningkatkan kinerja usaha melalui kreativitas, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko, kemandirian, dan agresivitas dalam persaingan.

Temuan wawancara menunjukkan bahwa sebagian pelaku usaha telah berupaya memanfaatkan peluang yang tersedia dengan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi. Platforrm seperti Instagram dan WhatsApp dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk serta membangun komunikasi dengan konsumen. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga menunjukkan keberanian dalam melakukan inovasi produk dengan menambah menu baru meskipun tingkat permintaannya belum pasti. Namun, sebagian lainnya masih memilih bersikap hati-hati dalam mengambil keputusan bisnis sehingga perkembangan usaha berjalan lebih lambat. Hal ini mengindikasikan bahwa Orientasi Kewirausahaan yang dimiliki masih berada pada tingkat yang beragam.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah Motivasi Berwirausaha. Motivasi dapat diibaratkan sebagai bahan bakar utama yang menggerakkan seseorang untuk memulai dan mempertahankan aktivitas bisnis. Semangat tersebut membuat pelaku usaha tetap bertahan meskipun menghadapi berbagai tantangan. Menurut Yusniar (2017) dalam Gunawan dan Nuringsih (2025), motivasi berperan dalam menciptakan suasana kerja yang produktif, meningkatkan efektivitas kerja, serta mendorong pemanfaatan sumber daya secara optimal.

Berdasarkan hasil wawancara, motivasi para pelaku usaha muncul dari berbagai alasan, mulai dari kebutuhan memperoleh pendapatan, membiayai pendidikan, hingga mewujudkan impian pribadi. Dukungan keluarga yang kuat serta apresiasi pelanggan menjadi faktor tambahan yang meningkatkan keyakinan mereka dalam menjalankan usaha. Oleh karena itu, semakin tinggi Motivasi Berwirausaha yang dimiliki, semakin besar pula peluang terciptanya Kinerja Usaha yang lebih baik.

Persaingan bisnis kuliner yang terus meningkat menuntut pelaku UMK untuk memiliki kemampuan manajerial dan strategi usaha yang matang. Akan tetapi, tingkat keberhasilan usaha yang dicapai setiap pelaku UMK masih menunjukkan perbedaan yang cukup mencolok. Kondisi ini diduga dipengaruhi oleh variasi tingkat Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha yang dimiliki masing-masing individu. Apabila kondisi tersebut tidak segera direspons dengan strategi yang tepat, maka keberlangsungan usaha kuliner di kawasan Masjid Agung Surabaya dapat mengalami penurunan yang berdampak pada aktivitas ekonomi setempat. Penelitian ini bertujuan mengkaji pengaruh tiga faktor terhadap kinerja UMK **"Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya"**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh Literasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya?
2. Adakah pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya?
3. Adakah pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya?
4. Adakah pengaruh Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan menjawab permasalahan yang telah dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak terkait:

1. Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan menjadi tambahan wawasan dalam ranah kewirausahaan, terutama yang membahas literasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, serta motivasi berwirausaha terhadap peningkatan kinerja usaha. Temuan ini juga berpotensi menjadi pijakan bagi riset-riset berikutnya dengan pembahasan yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu

1. Penelitian ini menjadi acuan UMK dalam meningkatkan kinerja usaha melalui literasi kewirausahaan, orientasi kewirahsahaan, dan motivasi berwirausaha.
2. Penelitian ini menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam menyusun kebijakan UMKM berkelanjutan
3. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya terkait kinerja usaha.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman penelitian secara menyeluruh, Sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

BAB I : **PENDAHULUAN,** Bagian ini mengawali pembahasan penelitian dengan memaparkan alasan dasar pelaksanaan studi, pokok persoalan yang dikaji, sasaran yang hendak dicapai, kontribusi penelitian, serta alur penyajian setiap bab

BAB II : **KAJIAN PUSTAKA,** Pada bagian ini dibahas sejumlah hasil studi sebelumnya yang relevan sebagai pijakan penelitian. Bab ini juga menguraikan fondasi teoretis yang mendukung penelitian, kemudian dirangkai ke dalam kerangka berpikir dan hipotesis yang menjadi arah pengembangan penelitian.

BAB III : **METODOLOGI PENELITIAN,** Bab ini menjelaskan metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, lokasi, variabel, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV : **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN,** Bab ini memuat gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis hasil, dan pembahasan yang dikaitkan dengan teori serta rumusan masalah. Tujuannya adalah menjelaskan hasil penelitian secara mendalam dan terstruktur.

BAB V : **PENUTUP,** Bab ini berisi kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah serta saran yang disusun berdasarkan hasil penelitian.

BAB IV
PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data

4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada para pengusaha UMK kuliner yang beraktivitas di lingkungan Masjid Agung Surabaya. Kawasan ini tidak semata-mata menjadi lokasi pelaksanaan ibadah, tetapi juga tumbuh sebagai ruang perputaran ekonomi yang cukup aktif, khususnya dalam bidang kuliner. Para pedagang umumnya melayani konsumen setiap hari mulai pagi hingga malam hari, yakni sekitar pukul 08.00–21.00. Arus pengunjung biasanya meningkat ketika akhir pekan, hari libur nasional, maupun saat Ramadan berlangsung. Pada hari Minggu, lonjakan kunjungan semakin terlihat karena banyak masyarakat memanfaatkan kawasan tersebut untuk berolahraga. Letaknya yang berada pada jalur yang mudah dijangkau menjadikan Masjid Al Akbar Surabaya sebagai kawasan yang mendukung berkembangnya berbagai aktivitas ekonomi masyarakat.



Gambar 4.1 Kuliner Kawasan Masjid Agung Surabaya
Sumber: detikcom (2024)

Berdasarkan ilustrasi pada Gambar 4.1, area kuliner yang berada di sekitar Masjid Agung Surabaya tampak menjadi titik pertemuan berbagai aktivitas masyarakat. Intensitas kedatangan pengunjung yang tinggi menjadikan kawasan tersebut sebagai ruang yang menjanjikan bagi perkembangan UMK kuliner. Dinamika ekonomi yang tumbuh di lingkungan sekitar masjid tidak hanya menopang keberlangsungan usaha para pedagang, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi warga sekitar. Ragam produk yang diperdagangkan sangat variatif, mulai dari hidangan utama, camilan, minuman, hingga aneka jajanan seperti nasi goreng, mi ayam, sempol, dimsum, arum manis, dan berbagai sajian lainnya.

Namun, kesamaan jenis produk yang ditawarkan oleh banyak pelaku usaha memunculkan kompetisi yang semakin intensif. Setiap pelaku UMK dituntut untuk memiliki strategi yang mampu menjaga ketertarikan konsumen sekaligus membedakan usahanya dari para pesaing. Fluktuasi jumlah pengunjung yang terjadi setiap hari turut menambah kompleksitas dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, penguatan literasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan, serta motivasi berwirausaha menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan dan perkembangan kinerja usaha.

4.1.2 Karakteristik Responden

Kajian yang menelaah keterkaitan literasi kewirausahaan, arah orientasi kewirausahaan, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha pelaku UMK kuliner sekitar Masjid Agung Surabaya ini menghimpun data melalui kuesioner yang diberikan kepada 100 partisipan dengan profil responden sebagai berikut:

1. Pelaku UMK kuliner penjual makanan dan minuman di area Masjid Agung Surabaya
2. Pelaku UMK kuliner dengan masa usaha minimal satu tahun di Masjid Agung Surabaya.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 48 berjenis kelamin laki-laki dan 52 berjenis kelamin perempuan. Oleh karena itu, responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17 – 25 Tahun	51	51%
26 – 30 Tahun	20	20%
31 – 35 Tahun	13	13%
> 36 Tahun	16	16%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Dari 100 responden pada Tabel 4.2, mayoritas berusia 17–25 tahun (51 orang), diikuti 26–30 tahun (20 orang), 31–35 tahun (13 orang), dan di atas 36 tahun (16 orang). Kelompok 17–25 tahun paling dominan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Lama Usaha	Jumlah	Persentase (%)
1- 3 Tahun	56	56%
4 – 5 Tahun	26	26%
> 5 Tahun	18	18%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 56 orang memiliki lama usaha 1–3 tahun, 26 orang selama 4–5 tahun, dan 18 orang lebih dari 5 tahun. Oleh karena itu, responden dengan masa usaha 1–3 tahun menjadi kelompok yang paling dominan.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha Kuliner

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha Kuliner

Jenis Usaha Kuliner	Jumlah	Persentase (%)
Makanan	39	39%
Minuman	22	22%
Makanan dan Minuman	39	39%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Data pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 39 menjalankan usaha makanan, 22 usaha minuman, dan 39 usaha makanan serta minuman. Dengan demikian, kategori usaha makanan dan usaha gabungan makanan-minuman memiliki jumlah tertinggi dan lebih banyak dibandingkan usaha minuman.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
< Rp3.000.000	29	29%
≥ Rp3.000.000 – Rp5.000.000	41	41%
> Rp5.000.000 – Rp8.000.000	17	17%
> Rp8.000.000	13	13%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Dari 100 responden, 29 berpendapatan < Rp3.000.000, 41 pada Rp3.000.000–Rp5.000.000, 17 pada Rp5.000.000–Rp8.000.000, dan 13 di atas Rp8.000.000. Mayoritas berada pada rentang Rp3.000.000–Rp5.000.000.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Jumlah Karyawan	Jumlah	Persentase (%)
Tidak ada	44	44%
1 Orang	23	23%
2 Orang	23	23%
> 3 Orang	10	10%
Total	**100**	**100%**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari 100 responden, 44 tidak memiliki karyawan, 23 memiliki 1 karyawan, 23 memiliki 2 karyawan, dan 10 memiliki lebih dari 3 karyawan. Dengan demikian, responden tanpa karyawan merupakan kelompok yang paling banyak ditemukan.

4.1.3 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Untuk memastikan setiap pertanyaan dalam kuesioner benar-benar berfungsi sebagai alat penangkap informasi yang akurat, dilakukan pengujian validitas instrumen. Penelitian ini menetapkan tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan nilai *r* tabel 0,361 yang diperoleh dari 30 partisipan. Sebuah pernyataan dinyatakan layak digunakan ketika nilai *r* hitung berhasil melampaui batas *r* tabel. Sebaliknya, item yang memiliki nilai *r* hitung di bawah batas tersebut dianggap belum mampu mengukur variabel penelitian secara memadai. Hasil pemeriksaan validitas instrumen disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7 Uji Validitas

Variabel		R hitung	R tabel	Kesimpulan
Literasi Kewirausahan (X1)	X1.1	0,602	0,361	Valid
	X1.2	0,708		Valid
	X1.3	0,566		Valid
	X1.4	0,697		Valid
	X1.5	0,602		Valid
	X1.6	0,743		Valid
	X1.7	0,723		Valid
Orientasi Kewirausahaan (X2)	X2.1	0,698	0,361	Valid
	X2.2	0,622		Valid
	X2.3	0,845		Valid
	X2.4	0,837		Valid
	X2.5	0,690		Valid
Motivasi Berwirausaha (X3)	X3.1	0,644	0,361	Valid
	X3.2	0,827		Valid
	X3.3	0,756		Valid
	X3.4	0,868		Valid
	X3.5	0,850		Valid
Kinerja Usaha (Y)	Y1	0,845	0,361	Valid
	Y2	0,844		Valid
	Y3	0,734		Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2026)

Tabel 4.7 menunjukkan semua item pada X1, X2, X3, dan Y valid karena signifikansi < 0,05 dan r hitung > 0,361, sehingga instrumen layak digunakan pada tahap berikutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan memastikan konsistensi instrumen penelitian dalam menghasilkan data, dengan hasil tersaji pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Kriteria	Kesimpulan
Literasi Kewirausahaan (X1)	0,778	0,600	Reliabel
Orientasi Kewirausahaan (X2)	0,790	0,600	Reliabel
Motivasi Berwirausaha (X3)	0,851	0,600	Reliabel
Kinerja Usaha (Y)	0,715	0,600	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.8, nilai *Cronbach's Alpha* > 0,600 sehingga kuesioner dinyatakan reliabel dan menghasilkan instrumen yang stabil serta konsisten.

4.2 Tabulasi Data

Pada tabulasi data, penulis menafsirkan jawaban responden berdasarkan interval tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan berikut:

Tabel 4.9 Kelas Interval

Interval rata-rata skor	Kriteria setiap variabel
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)
2,61 – 3,40	Kurang Setuju (KS)
3,41 - 4,20	Setuju (S)
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

4.2.1 Tabulasi Data Variabel

1. Variabel Literasi Kewirausahaan (X1)

Data variabel Literasi Kewirausahaan (X1) berasal dari jawaban responden terhadap seluruh pernyataan dan disajikan dalam bentuk skor serta rata-rata sebagai bahan analisis variabel penelitian.

Tabel 4.10 Tabulasi Data Variabel Literasi Kewirausahaan (X1)

NO. RESPONDEN	LITERASI KEWIRAUSAHAAN (X1)							TOTAL	RATA-RATA
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7		
1	4	3	4	5	3	4	5	28	4.00

2	1	2	2	3	2	3	3	16	2.29
3	1	2	3	2	2	2	3	15	2.14
4	4	5	5	5	4	4	5	32	4.57
5	4	5	5	5	5	5	5	34	4.86
6	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00
7	4	4	4	3	5	4	4	28	4.00
8	4	5	5	4	4	5	5	32	4.57
9	1	2	2	2	1	2	1	11	1.57
10	2	3	4	3	3	3	4	22	3.14
11	4	4	4	3	4	4	3	26	3.71
12	5	5	4	5	4	5	5	33	4.71
13	4	3	3	4	4	4	4	26	3.71
14	5	5	4	5	3	4	4	30	4.29
15	4	4	4	3	4	3	4	26	3.71
16	4	5	3	4	4	5	5	30	4.29
17	4	5	5	4	4	5	5	32	4.57
18	4	5	3	4	3	4	5	28	4.00
19	2	4	2	2	3	3	4	20	2.86
20	4	3	4	4	3	5	3	26	3.71
21	5	5	3	4	4	4	4	29	4.14
22	4	5	4	4	4	5	4	30	4.29
23	4	3	1	5	4	4	2	23	3.29
24	5	5	5	5	4	5	5	34	4.86
25	5	5	5	4	4	5	4	32	4.57
26	5	5	4	4	5	5	5	33	4.71
27	5	5	3	2	4	4	3	26	3.71
28	4	5	4	5	3	4	4	29	4.14
29	4	4	4	5	4	5	3	29	4.14
30	2	3	3	3	3	4	3	21	3.00
31	4	4	5	3	4	2	4	26	3.71
32	3	5	4	3	4	4	5	28	4.00
33	4	5	5	3	5	4	5	31	4.43
34	5	5	3	3	5	4	4	29	4.14
35	4	4	4	4	5	5	4	30	4.29
36	2	3	3	2	3	2	2	17	2.43
37	4	4	4	3	4	4	4	27	3.86
38	2	2	2	3	3	3	3	18	2.57
39	2	2	4	4	3	3	3	21	3.00
40	4	5	4	3	3	4	5	28	4.00
41	4	4	5	4	4	5	4	30	4.29
42	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00
43	4	5	5	4	5	5	5	33	4.71

44	4	4	4	4	3	4	5	28	4.00
45	3	4	3	4	4	5	2	25	3.57
46	2	4	3	4	3	5	4	25	3.57
47	4	5	4	5	5	5	4	32	4.57
48	4	4	4	5	5	5	4	31	4.43
49	4	4	4	5	5	5	5	32	4.57
50	3	3	4	3	4	3	3	23	3.29
51	5	4	5	5	4	5	4	32	4.57
52	4	4	5	3	4	4	4	28	4.00
53	4	3	2	3	5	4	2	23	3.29
54	5	3	4	4	3	5	3	27	3.86
55	4	4	3	4	3	5	3	26	3.71
56	2	2	4	2	4	5	4	23	3.29
57	4	5	5	4	5	5	4	32	4.57
58	4	4	5	3	4	4	3	27	3.86
59	5	4	4	4	4	4	4	29	4.14
60	3	4	2	2	4	5	2	22	3.14
61	4	3	4	5	4	5	4	29	4.14
62	4	4	4	4	4	4	4	28	4.00
63	2	2	4	2	4	3	2	19	2.71
64	3	4	4	3	4	4	3	25	3.57
65	5	5	4	3	4	4	3	28	4.00
66	4	4	4	5	4	4	5	30	4.29
67	4	5	5	4	5	5	4	32	4.57
68	5	5	4	5	4	4	5	32	4.57
69	4	4	4	3	4	5	5	29	4.14
70	4	4	4	3	4	5	5	29	4.14
71	4	3	2	2	1	5	4	21	3.00
72	5	4	3	5	4	4	5	30	4.29
73	4	4	4	4	4	4	4	28	4.00
74	4	4	5	4	4	4	4	29	4.14
75	5	5	5	5	5	5	5	35	5.00
76	4	4	4	5	5	4	4	30	4.29
77	4	3	4	4	4	4	4	27	3.86
78	3	4	3	4	4	5	3	26	3.71
79	4	4	5	4	3	5	3	28	4.00
80	4	4	4	4	4	4	4	28	4.00
81	4	4	4	4	4	4	4	28	4.00
82	5	5	4	4	5	4	4	31	4.43
83	4	4	4	4	4	4	4	28	4.00
84	4	4	4	4	4	4	4	28	4.00
85	4	5	4	4	4	5	4	30	4.29

86	4	4	5	5	4	4	5	31	4.43
87	4	5	4	4	4	3	4	28	4.00
88	4	4	5	5	5	4	5	32	4.57
89	4	5	5	4	4	5	5	32	4.57
90	5	5	3	4	4	5	4	30	4.29
91	4	5	3	4	4	4	5	29	4.14
92	5	4	3	4	5	5	3	29	4.14
93	3	4	3	3	4	4	3	24	3.43
94	4	3	4	3	4	5	4	27	3.86
95	3	4	4	3	4	5	3	26	3.71
96	3	3	4	3	4	4	3	24	3.43
97	5	4	4	5	5	5	4	32	4.57
98	3	2	3	3	4	4	3	22	3.14
99	4	4	4	3	4	5	3	27	3.86
100	4	4	5	4	3	5	3	28	4.00
TOTAL	**384**	**403**	**388**	**379**	**393**	**427**	**389**	**2763**	**3.95**
RATA-RATA SKOR	**3.84**	**4.03**	**3.88**	**3.79**	**3.9**	**4.27**	**3.9**	**27.63**	**3.95**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.10 menunjukkan Literasi Kewirausahaan (X1) dengan rata-rata 3,95 dari 100 responden, berada pada kategori setuju yang berarti responden cenderung menyetujui pernyataan terkait variabel tersebut.

2. Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2)

Data variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) disajikan dalam bentuk skor dan rata-rata jawaban responden untuk keperluan analisis penelitian.

Tabel 4.11 Tabulasi Data Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2)

NO. RESPONDEN	ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN (X2)					TOTAL	RATA-RATA
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		
1	4	4	5	4	4	21	4.20
2	2	3	4	2	3	14	2.80
3	3	4	3	4	5	19	3.80
4	4	5	5	4	4	22	4.40
5	5	4	4	3	4	20	4.00
6	4	5	3	4	5	21	4.20
7	5	5	4	4	5	23	4.60
8	4	4	4	5	5	22	4.40
9	3	4	3	4	4	18	3.60
10	4	3	5	4	3	19	3.80
11	4	5	3	4	4	20	4.00
12	5	5	4	3	5	22	4.40

13	4	4	3	4	4	19	3.80
14	4	3	4	5	4	20	4.00
15	5	3	3	5	2	18	3.60
16	3	4	5	5	4	21	4.20
17	4	5	3	4	5	21	4.20
18	5	3	4	4	3	19	3.80
19	4	5	4	4	4	21	4.20
20	2	4	5	3	4	18	3.60
21	4	3	2	4	3	16	3.20
22	5	4	4	3	5	21	4.20
23	4	4	5	4	3	20	4.00
24	5	4	4	3	4	20	4.00
25	3	4	3	4	5	19	3.80
26	4	3	5	4	4	20	4.00
27	5	3	4	2	4	18	3.60
28	4	4	2	2	4	16	3.20
29	5	4	3	5	4	21	4.20
30	4	4	3	4	5	20	4.00
31	4	2	4	3	2	15	3.00
32	5	4	2	5	4	20	4.00
33	4	3	5	2	5	19	3.80
34	5	3	4	5	4	21	4.20
35	4	2	4	5	3	18	3.60
36	4	3	3	4	5	19	3.80
37	5	3	4	5	4	21	4.20
38	3	5	5	4	3	20	4.00
39	4	2	5	3	4	18	3.60
40	4	5	3	5	4	21	4.20
41	4	4	3	4	5	20	4.00
42	3	5	5	4	4	21	4.20
43	4	5	4	3	3	19	3.80
44	4	4	5	5	4	22	4.40
45	5	2	4	3	4	18	3.60
46	5	3	4	5	4	21	4.20
47	4	5	5	4	4	22	4.40
48	3	4	5	3	5	20	4.00
49	5	4	3	4	5	21	4.20
50	5	3	4	4	4	20	4.00
51	4	5	4	4	5	22	4.40
52	5	3	5	4	4	21	4.20
53	3	4	4	3	3	17	3.40
54	4	5	3	3	4	19	3.80

55	4	4	3	5	4	20	4.00
56	5	3	5	4	2	19	3.80
57	4	5	5	3	4	21	4.20
58	3	4	3	5	4	19	3.80
59	4	5	5	4	4	22	4.40
60	5	5	3	5	2	20	4.00
61	3	3	4	5	4	19	3.80
62	4	4	4	5	5	22	4.40
63	3	4	2	3	2	14	2.80
64	4	3	3	4	4	18	3.60
65	4	3	3	5	5	20	4.00
66	3	4	5	4	5	21	4.20
67	5	4	5	3	5	22	4.40
68	5	4	2	5	4	20	4.00
69	3	5	5	2	3	18	3.60
70	3	5	5	4	4	21	4.20
71	4	3	5	2	4	18	3.60
72	4	4	4	4	5	21	4.20
73	4	5	3	5	3	20	4.00
74	5	4	4	2	3	18	3.60
75	3	4	5	4	5	21	4.20
76	3	3	4	5	4	19	3.80
77	4	2	3	5	3	17	3.40
78	5	3	5	3	5	21	4.20
79	5	3	4	4	4	20	4.00
80	4	3	4	3	4	18	3.60
81	5	4	3	4	4	20	4.00
82	5	3	4	3	4	19	3.80
83	4	4	4	5	5	22	4.40
84	4	5	5	3	3	20	4.00
85	5	4	3	5	4	21	4.20
86	4	3	5	3	5	20	4.00
87	5	3	5	5	4	22	4.40
88	5	5	4	5	4	23	4.60
89	3	4	4	2	5	18	3.60
90	3	4	3	5	4	19	3.80
91	5	2	5	4	4	20	4.00
92	4	5	3	2	3	17	3.40
93	3	4	3	5	4	19	3.80
94	4	3	4	2	4	17	3.40
95	4	3	3	5	3	18	3.60
96	3	3	4	2	3	15	3.00

97	5	4	5	5	3	22	4.40
98	5	4	4	3	4	20	4.00
99	3	3	2	3	3	14	2.80
100	4	3	4	5	3	19	3.80
TOTAL	**407**	**379**	**390**	**387**	**395**	**1958**	**3.92**
RATA-RATA SKOR	**4.07**	**3.79**	**3.9**	**3.87**	**3.95**	**19.58**	**3.92**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.11, Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) memperoleh rata-rata skor 3,92 dari 100 responden dan Masuk kategori setuju, menunjukkan responden umumnya menyetujui orientasi kewirausahaan.

3. Variabel Motivasi Berwirausaha (X3)

Data variabel Motivasi Berwirausaha (X3) disajikan berdasarkan skor dan rata-rata jawaban responden untuk keperluan analisis penelitian.

Tabel 4.12 Tabulasi Data Variabel Motivasi Berwirausaha (X3)

NO. RESPONDEN	MOTIVASI BERWIRAUSAHA (X3)					TOTAL	RATA-RATA
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		
1	5	4	5	4	4	22	4.40
2	4	3	3	5	4	19	3.80
3	3	4	3	2	3	15	3.00
4	5	3	5	4	4	21	4.20
5	4	5	3	5	3	20	4.00
6	2	3	5	4	4	18	3.60
7	5	4	5	4	4	22	4.40
8	4	5	4	3	4	20	4.00
9	2	2	5	3	4	16	3.20
10	4	4	5	3	5	21	4.20
11	4	5	3	4	4	20	4.00
12	5	3	4	3	5	20	4.00
13	4	3	4	3	5	19	3.80
14	4	5	3	4	4	20	4.00
15	5	4	2	3	3	17	3.40
16	4	3	4	4	4	19	3.80
17	5	4	5	4	3	21	4.20
18	1	4	5	4	5	19	3.80
19	4	3	3	2	3	15	3.00
20	4	4	4	5	3	20	4.00
21	5	3	4	3	4	19	3.80
22	4	4	5	3	4	20	4.00
23	3	2	3	2	2	12	2.40
24	5	4	4	4	5	22	4.40

25	4	3	5	4	4	20	4.00
26	4	4	3	4	3	18	3.60
27	5	4	3	5	4	21	4.20
28	3	4	3	2	3	15	3.00
29	4	3	5	5	5	22	4.40
30	4	3	5	4	5	21	4.20
31	3	4	3	3	4	17	3.40
32	3	4	2	5	3	17	3.40
33	5	3	4	4	5	21	4.20
34	5	5	3	5	4	22	4.40
35	3	4	2	5	3	17	3.40
36	4	3	2	2	4	15	3.00
37	5	4	3	4	5	21	4.20
38	3	2	4	3	2	14	2.80
39	4	4	5	3	5	21	4.20
40	4	5	3	2	5	19	3.80
41	3	5	4	5	4	21	4.20
42	4	3	5	4	4	20	4.00
43	5	3	4	5	2	19	3.80
44	4	5	5	4	4	22	4.40
45	2	4	5	3	4	18	3.60
46	4	5	2	3	3	17	3.40
47	4	5	4	3	4	20	4.00
48	5	4	5	4	3	21	4.20
49	4	3	4	5	4	20	4.00
50	3	4	3	3	4	17	3.40
51	5	4	3	5	4	21	4.20
52	4	3	4	4	5	20	4.00
53	3	2	3	3	3	14	2.80
54	3	2	4	5	3	17	3.40
55	4	4	5	5	3	21	4.20
56	5	5	4	3	3	20	4.00
57	4	5	4	4	5	22	4.40
58	4	4	5	4	4	21	4.20
59	5	4	4	3	4	20	4.00
60	3	5	2	3	4	17	3.40
61	4	5	3	2	5	19	3.80
62	4	3	4	5	5	21	4.20
63	5	3	3	4	4	19	3.80
64	4	4	3	4	3	18	3.60
65	4	4	3	3	3	17	3.40
66	5	5	2	5	5	22	4.40

67	4	5	3	4	5	21	4.20
68	4	3	4	5	4	20	4.00
69	4	5	4	4	5	22	4.40
70	5	4	4	5	4	22	4.40
71	3	4	3	3	2	15	3.00
72	4	5	4	5	5	23	4.60
73	3	5	5	3	4	20	4.00
74	5	5	4	3	4	21	4.20
75	5	4	4	2	3	18	3.60
76	3	4	3	4	5	19	3.80
77	4	3	4	3	4	18	3.60
78	4	5	3	5	4	21	4.20
79	4	3	5	3	4	19	3.80
80	5	4	3	5	4	21	4.20
81	5	3	4	4	3	19	3.80
82	4	4	5	4	5	22	4.40
83	4	4	5	4	5	22	4.40
84	5	3	3	3	4	18	3.60
85	3	5	4	5	4	21	4.20
86	4	4	3	5	4	20	4.00
87	4	4	5	4	5	22	4.40
88	5	4	4	5	3	21	4.20
89	4	5	3	3	5	20	4.00
90	2	4	4	5	4	19	3.80
91	4	5	4	3	5	21	4.20
92	4	3	4	3	4	18	3.60
93	4	4	5	4	3	20	4.00
94	5	4	5	4	4	22	4.40
95	4	5	4	4	4	21	4.20
96	4	4	5	3	3	19	3.80
97	5	4	2	4	5	20	4.00
98	4	3	3	4	4	18	3.60
99	4	4	5	4	4	21	4.20
100	4	5	4	5	5	23	4.60
TOTAL	**401**	**390**	**382**	**380**	**396**	**1949**	**3.90**
RATA-RATA SKOR	**4.01**	**3.9**	**3.82**	**3.8**	**3.96**	**19.49**	**3.90**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa Variabel Motivasi Berwirausaha (X3) memperoleh rata-rata skor 3,90 dari 100 responden dan termasuk kategori setuju. Dengan demikian, responden cenderung menyetujui pernyataan yang berkaitan dengan motivasi berwirausaha.

4. Variabel Kinerja Usaha (Y)

Data variabel Kinerja Usaha (Y) disajikan berupa skor dan rata-rata respons responden untuk keperluan analisis penelitian.

Tabel 4.13 Tabulasi Data Variabel Kinerja Usaha (Y)

NO. RESPONDEN	KINERJA USAHA			TOTAL	RATA-RATA
	Y1.1	Y1.2	Y1.3		
1	4	5	5	14	4.67
2	3	4	3	10	3.33
3	2	3	3	8	2.67
4	5	5	5	15	5.00
5	5	4	5	14	4.67
6	5	5	5	15	5.00
7	5	5	4	14	4.67
8	5	5	4	14	4.67
9	3	4	4	11	3.67
10	4	5	5	14	4.67
11	4	5	5	14	4.67
12	5	4	4	13	4.33
13	4	4	3	11	3.67
14	5	5	4	14	4.67
15	5	3	3	11	3.67
16	5	4	5	14	4.67
17	4	5	5	14	4.67
18	4	5	4	13	4.33
19	3	3	4	10	3.33
20	5	4	4	13	4.33
21	4	4	4	12	4.00
22	5	4	5	14	4.67
23	4	3	3	10	3.33
24	5	5	5	15	5.00
25	5	5	4	14	4.67
26	4	5	4	13	4.33
27	4	5	4	13	4.33
28	3	4	4	11	3.67
29	4	4	5	13	4.33
30	5	5	5	15	5.00
31	4	4	3	11	3.67
32	4	5	4	13	4.33
33	4	4	3	11	3.67
34	5	4	4	13	4.33
35	4	4	3	11	3.67
36	2	1	2	5	1.67

37	4	4	4	12	4.00
38	3	4	2	9	3.00
39	4	4	2	10	3.33
40	4	5	4	13	4.33
41	4	5	4	13	4.33
42	5	5	5	15	5.00
43	5	5	5	15	5.00
44	4	4	5	13	4.33
45	4	4	3	11	3.67
46	5	3	2	10	3.33
47	5	5	4	14	4.67
48	5	4	4	13	4.33
49	5	5	4	14	4.67
50	4	4	3	11	3.67
51	4	5	4	13	4.33
52	4	4	4	12	4.00
53	3	4	1	8	2.67
54	4	4	4	12	4.00
55	4	4	3	11	3.67
56	3	3	4	10	3.33
57	3	4	3	10	3.33
58	4	5	3	12	4.00
59	5	4	4	13	4.33
60	3	2	4	9	3.00
61	4	5	3	12	4.00
62	5	5	5	15	5.00
63	3	4	3	10	3.33
64	4	3	4	11	3.67
65	4	4	5	13	4.33
66	4	5	5	14	4.67
67	4	5	4	13	4.33
68	5	3	5	13	4.33
69	4	5	5	14	4.67
70	5	4	5	14	4.67
71	5	2	2	9	3.00
72	4	5	3	12	4.00
73	4	4	4	12	4.00
74	5	3	2	10	3.33
75	5	5	5	15	5.00
76	4	3	5	12	4.00
77	5	4	4	13	4.33
78	4	4	3	11	3.67

79	5	5	5	15	5.00
80	4	4	4	12	4.00
81	3	5	4	12	4.00
82	5	4	5	14	4.67
83	4	5	4	13	4.33
84	4	4	5	13	4.33
85	4	4	4	12	4.00
86	4	3	3	10	3.33
87	5	4	4	13	4.33
88	5	5	5	15	5.00
89	4	4	3	11	3.67
90	5	3	4	12	4.00
91	4	5	4	13	4.33
92	3	4	2	9	3.00
93	4	3	3	10	3.33
94	5	4	3	12	4.00
95	3	4	3	10	3.33
96	4	4	3	11	3.67
97	5	4	3	12	4.00
98	3	3	3	9	3.00
99	5	4	4	13	4.33
100	3	4	3	10	3.33
TOTAL	**418**	**415**	**384**	**1217**	**4.06**
RATA-RATA SKOR	**4.18**	**4.15**	**3.84**	**12.17**	**4.06**

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.13 menunjukkan rata-rata 4,06 dari 100 responden pada variabel Kinerja Usaha (Y), yang berada pada kategori setuju, sehingga mayoritas responden cenderung setuju terhadap pernyataan tersebut.

4.2.2 Analisis Rata-rata Tabulasi Varibel

1. Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Literasi Kewirausahaan (X1)

Indikator Literasi Kewirausahaan (X1) mencakup pengetahuan dasar kewirausahaan, pemahaman peluang bisnis, serta wawasan mengenai aspek-aspek usaha.

Tabel 4.14 Indikator Literasi Kewirausahaan

No.	Pernyataan	Presentasi					Total Skor	Rata-rata	Ket
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Saya memahami dasar kewirausahaan, terutama dalam menyusun perencanaan usaha sebagai langkah awal berbisnis	21	57	10	9	3	384	3,84	Setuju

2	Saya memahami ide pengembangan usaha.	34	43	15	8	0	403	4,03	Setuju
3	Saya memahami cara menemukan peluang usaha baru.	24	49	19	7	1	388	3,88	Setuju
4	Saya memahami aspek pemasaran usaha.	24	40	27	9	0	379	3,79	Setuju
5	Saya memahami cara mengelola arus dana agar usaha dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.	21	57	18	2	2	393	3,93	Setuju
6	Saya menguasai pengetahuan mengenai proses produksi yang berkontribusi terhadap keberhasilan bisnis.	44	43	9	4	0	427	4,27	Sangat Setuju
7	Saya memahami aspek sumber daya manusia usaha.	28	41	24	6	1	389	3,89	Setuju

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Mengacu pada Tabel 4.14, skor tertinggi pada variabel Literasi Kewirausahaan terdapat pada indikator pengetahuan aspek usaha, khususnya terkait aspek produksi. Pernyataan tersebut memperoleh nilai rata-rata 4,27, yang menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa pelaku usaha memiliki pemahaman produksi yang mendukung kegiatan usahanya.

2. Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2)

Indikator pada variabel Orientasi Kewirausahaan (X2) mencakup proaktif, pengambilan risiko, agresivitas dalam bersaing, kemandirian, dan inovasi sebagai dasar pengukuran penelitian

Tabel 4.15 Indikator Orientasi Kewirausahaan

No.	Pernyataan	Presentasi					Total Skor	Rata-rata	Ket
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Saya terus berupaya menyempurnakan kualitas produk.	32	45	21	2	0	407	4,07	Setuju

2	Saya berani mengambil keputusan berisiko untuk kemajuan usaha.	23	39	32	6	0	379	3,79	Setuju
3	Saya menjalankan strategi untuk meningkatkan daya saing usaha.	30	36	28	6	0	390	3,9	Setuju
4	Saya berwenang menentukan strategi bisnis sesuai kondisi usaha.	31	36	22	11	0	387	3,87	Setuju
5	Saya mampu mengembangkan ide menjadi produk baru.	25	50	20	5	0	395	3,95	Setuju

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Mengacu pada Tabel 4.15, indikator Proaktif memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,07 melalui pernyataan *"Saya secara proaktif mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk"*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden setuju pelaku usaha secara aktif berupaya meningkatkan kualitas produknya.

3. Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Motivasi Berwirausaha (X3)

Indikator pada variabel Motivasi Berwirausaha (X3) terdiri atas dorongan, pemicu tindakan, stimulus, semangat, dan antusiasme berwirausaha.

Tabel 4.16 Indikator Motivasi Berwirausaha

No.	Pernyataan	Presentasi					Total Skor	Rata-rata	Ket
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Saya mampu memotivasi diri untuk mengembangkan usaha.	28	51	16	4	1	401	4,01	Setuju
2	Saya mampu mengelola usaha secara mandiri.	26	43	26	5	0	390	3,9	Setuju
3	Saya dapat menjaga semangat agar tetap konsisten dalam menjalankan usaha	28	34	30	8	0	382	3,82	Setuju

4	Saya memiliki semangat tinggi dalam merencanakan dan menjalankan usaha.	26	36	30	8	0	380	3,8	Setuju
5	Saya antusias untuk terus mengembangkan serta memperluas usaha yang dikelola.	27	46	23	4	0	396	3,96	Setuju

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa indikator dorongan pada Motivasi Berwirausaha memiliki nilai tertinggi, yaitu 4,01. Hal ini menandakan responden setuju bahwa pelaku usaha mampu memotivasi dirinya untuk mengembangkan usaha yang dijalankan.

4. Analisis Rata-rata Tabulasi Variabel Kinerja Usaha (Y)

Variabel Motivasi Berwirausaha (X3) mencakup peningkatan pendapatan, volume penjualan, dan perluasan pasar.

Tabel 4.17 Indikator Kinerja Usaha

No.	Pernyataan	Presentasi					Total Skor	Rata-rata	Ket
		SS	S	KS	TS	STS			
1	Kinerja Usaha saya menunjukkan peningkatan pendapatan usaha.	37	46	15	2	1	418	4,18	Setuju
2	Kinerja Usaha saya menunjukkan peningkatan volume penjualan.	36	47	14	2	1	415	4,15	Setuju
3	Kinerja Usaha saya mampu memperluas wilayah pemasaran.	27	39	26	7	1	384	3,84	Setuju

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Jika ditarik dari Tabel 4.17, gambaran data menunjukkan bahwa denyut utama kinerja usaha versi responden paling kuat terasa pada sektor pertumbuhan pendapatan. Pernyataan "Kinerja Usaha saya menunjukkan peningkatan pendapatan usaha" mencatat angka rata-rata 4,18, yang dapat dimaknai sebagai sinyal bahwa para responden merasakan arus pendapatan usaha mereka sedang bergerak naik.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas mengecek distribusi residual regresi dengan Kolmogorov-Smirnov di SPSS 25. Sig > 0,05 = normal, sedangkan sig < 0,05 = tidak normal.

Tabel 4.18 Uji Normalitas

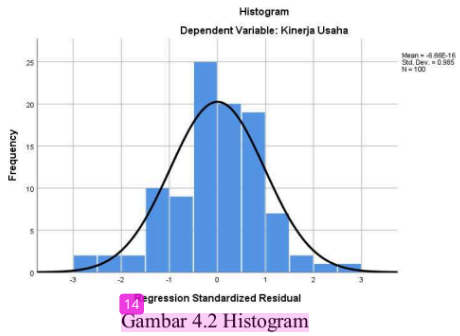
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38505494
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.065
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

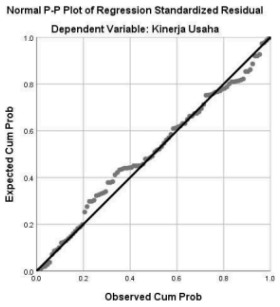
Sumber: Data diolah oleh Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Tabel 4.18 menunjukkan signifikansi 0,099 > 0,05 sehingga data berdistribusi normal, didukung oleh histogram pada gambar berikut:



Gambar 4.2 Histogram
Sumber: Data diolah oleh Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Pada Gambar 4.2, histogram tampak seperti lengkungan lonceng yang berdiri seimbang di tengah. Titik-titik data berkumpul di pusat tanpa tertarik terlalu jauh ke sisi kanan atau kiri. Perlahan, jumlah frekuensi meredup di kedua ujungnya seperti cahaya yang memudar secara halus. Pola ini menggambarkan keseimbangan distribusi, sehingga data dapat dinyatakan berdistribusi normal.



Gambar 4.3 Uji Normalitas Data Model P-Plot

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Gambar 4.3 menunjukkan titik P-P Plot mendekati garis diagonal, menandakan data berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah syarat korelasi dan regresi linear yang dilakukan dengan melihat signifikansi *Deviation From Linearity* terhadap 0,05 sebagai dasar keputusan:

a. p > 0,05 → hubungan X dan Y linear.
b. p < 0,05 → hubungan X dan Y tidak linear..

Tabel 4.19 Uji Linearitas Variabel Literasi Kewirausahaan (X1)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Usaha * Literasi Kewirausahaan	Between Groups	(Combined)	211.875	21	10.089	4.973	.000
		Linearity	152.013	1	152.013	74.933	.000
		Deviation from Linearity	59.862	20	2.993	1.475	.115
	Within Groups		158.235	78	2.029		
	Total		370.110	99			

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Uji ANOVA (Tabel 4.19) menunjukkan Linearity 0,000 < 0,05 dan deviation 0,115 > 0,05, sehingga Literasi Kewirausahaan (X1) berhubungan linear dengan Kinerja Usaha (Y).

Tabel 4.20 Uji Linearitas Variabel Orientasi Kewirausahaan (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Usaha * Orientasi Kewirausahaan	Between Groups	(Combined)	81.574	9	9.064	2.827	.006
		Linearity	66.184	1	66.184	20.644	.000
		Deviation from Linearity	15.390	8	1.924	.600	.776
	Within Groups		288.536	90	3.206		
	Total		370.110	99			

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Uji ANOVA 4.20 menunjukkan Linearity 0,000 (<0,05) dan deviation 0,776 (>0,05), sehingga X2 dan Y memiliki hubungan linear.

Tabel 4.21 Uji Linearitas Variabel Motivasi Berwirausaha (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kinerja Usaha * Motivasi Beerwirausaha	Between Groups	(Combined)	137.573	10	13.757	5.265	.000
		Linearity	96.209	1	96.209	36.823	.000
		Deviation from Linearity	41.364	9	4.596	1.759	.087
	Within Groups		232.537	89	2.613		
	Total		370.110	99			

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Hasil ANOVA menunjukkan Linearity signifikan (0,000 < 0,05) dan deviation from linearity tidak signifikan (0,087 > 0,05), sehingga Motivasi Berwirausaha (X3) dan Kinerja Usaha (Y) memiliki hubungan linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mengecek hubungan variabel independen; model yang baik tidak memiliki korelasi antar variabel.

Tabel 4.22 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	(Constant)	-.654	1.687		-.388	.699		
	Literasi Kewirausahaan	.197	.038	.457	5.194	.000	.691	1.448
	Orientasi Kewirausahaan	.161	.081	.161	1.990	.049	.816	1.226
	Motivasi Berwirausaha	.217	.073	.247	2.956	.004	.766	1.306

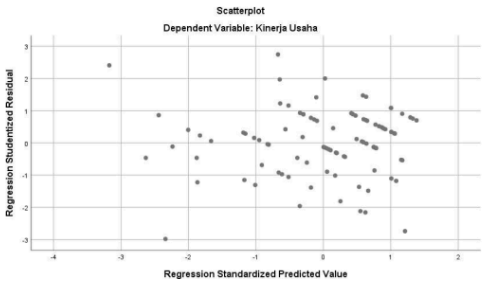
a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Mengacu pada Tabel 4.22, setiap variabel menunjukkan angka VIF yang relatif rendah, yakni 1,448 untuk Literasi Kewirausahaan (X1), 1,226 untuk Orientasi Kewirausahaan (X2), dan 1,306 untuk Motivasi Berwirausaha (X3). Karena seluruhnya berada jauh di bawah ambang 10, maka tidak ditemukan indikasi multikolinearitas antar variabel. Hal ini diperkuat oleh nilai tolerance masing-masing variabel yaitu 0,691; 0,816; dan 0,766 yang menandakan hubungan antar variabel independen masih dalam batas wajar.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan untuk menelusuri apakah variansi error dalam model regresi bersifat konsisten atau justru berbeda pada setiap observasi. Indikasinya dapat diamati melalui sebaran titik pada grafik scatter antara SRESID dan ZPRED. Bila pola tertentu tampak muncul, hal tersebut menandakan adanya masalah heteroskedastisitas. Namun, jika titik menyebar secara acak tanpa bentuk yang teratur, baik di atas maupun di bawah garis Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Data Model Scatter Plot
Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Jika Gambar 4.4 diibaratkan sebuah langit data, maka titik-titiknya jatuh seperti hujan acak tanpa pola badai. Tidak terlihat adanya bentuk yang mengerucut, melebar, atau berombak di sekitar angka nol pada sumbu Y. Kondisi ini menunjukkan bahwa "cuaca" data bersih dari heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang digunakan dapat melaju tanpa gangguan menuju analisis lanjutan.

Tabel 4.23 Uji Heteroskedastisitas Data Model Glesjer

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.131	1.072		1.055	.294
	Literasi Kewirausahaan	-.047	.024	-.233	-1.938	.056
	Orientasi Kewirausahaan	-.003	.052	-.006	-.056	.955
	Motivasi Berwirausaha	.065	.047	.158	1.386	.169

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Jika dilihat dari tabel 4.23 uji Glejser, seluruh variabel independen tampak "tenang" karena nilai signifikansinya berada di atas 0,05—X1 (0,056), X2 (0,955), dan X3 (0,169). Kondisi ini menunjukkan bahwa tidak ada gangguan heteroskedastisitas yang muncul dalam model regresi. Dengan kata lain, model ini sudah cukup stabil untuk digunakan dalam analisis lanjutan tanpa pelanggaran asumsi klasik tersebut.

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini menguji pengaruh literasi, orientasi, dan motivasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha menggunakan regresi linear berganda

Tabel 4.24 Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.654	1.687		-.388	.699
	Literasi Kewirausahaan	.197	.038	.457	5.194	.000
	Orientasi Kewirausahaan	.161	.081	.161	1.990	.049
	Motivasi Berwirausaha	.217	.073	.247	2.956	.004

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Dari tabel 4.24 diperoleh persamaan regresi linier berganda berikut:

$$\mathbf{y = \alpha + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e}$$

$$y = -0{,}654 + 0{,}197X_1 + 0{,}161X_2 + 0{,}217X_3 + e$$

Keterangan:

y : Kinerja Usaha

α : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi Literasi Kewirausahaan

b_2 : Koefisien regresi Orientasi Kewirausahaan

b_3 : Koefisien regresi Motivasi Berwirausaha

X_1 : Literasi Kewirausahaan

X_2 : Orientasi Kewirausahaan

X_3 : Motivasi Berwirausaha

e : Menyatakan faktor kesalahan (*Error term*)

Hasil uji regresi linier berganda menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Konstanta (α) yang bernilai -0,654 menggambarkan situasi ketika seluruh variabel X1, X2, dan X3 tidak memberikan pengaruh sama sekali (bernilai nol), sehingga Y tetap berada di titik -0,654. Kondisi ini memperlihatkan bahwa ketiadaan faktor literasi, orientasi, dan motivasi kewirausahaan akan membawa kinerja UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya ke arah penurunan sebesar 0,654
2. Nilai koefisien 0,197 pada Literasi Kewirausahaan (X1) mengindikasikan bahwa kenaikan satu unit pada variabel tersebut, sementara X2 dan X3 tidak berubah, akan mendorong peningkatan Y sebesar 0,197
3. Nilai 0,161 pada X2 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit orientasi kewirausahaan, ketika X1 dan X3 tidak berubah, akan memberikan peningkatan pada Y sebesar 0,161
4. Saat dorongan berwirausaha meningkat satu level, sementara literasi dan orientasi tidak berubah, kinerja usaha ikut terdorong naik 0,217—seperti bahan bakar tambahan bagi mesin usaha.

4.3.3 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t secara parsial diterapkan untuk menelusuri seberapa jauh tiap variabel bebas—Literasi Kewirausahaan (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), serta Motivasi Berwirausaha (X3)—mempengaruhi Kinerja Usaha (Y). Dalam kajian ini, batas signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau setara 5%, dan hasil yang diperoleh ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.25 Uji t (Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.654	1.687		-.388	.699
	Literasi Kewirausahaan	.197	.038	.457	5.194	.000
	Orientasi Kewirausahaan	.161	.081	.161	1.990	.049
	Motivasi Berwirausaha	.217	.073	.247	2.956	.004

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Dalam pengujian statistik, ketika nilai t-hitung berada di bawah batas t-tabel, maka H_0 tetap bertahan dan H_a tidak terbukti, yang menandakan variabel bebas tidak memberikan dampak pada variabel terikat. Sebaliknya, saat t-hitung melampaui t-tabel, H_0 gugur dan H_a dinyatakan sah, yang berarti terdapat kontribusi dari variabel independen terhadap variabel dependen. Lebih lanjut, hasil SPSS 25 pada tabel 4.25 Jika signifikansi > 0,05 maka tidak signifikan, sedangkan jika < 0,05 maka signifikan. Berdasarkan hal tersebut, Tabel 4.25 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Df = α / 2 : n – k – 1
Df = 0,025 : 96
Df = 1,984

Keterangan:
α = Tingkat signifikansi 5% (0,05)
n = Jumlah sampel
k = Jumlah variabel independen

Kesimpulannya, t-tabel bernilai 1,984 dengan hasil hipotesis sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Literasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner kawasan Masjid Agung Surabaya.

H_a : Terdapat pengaruh antara Literasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner kawasan Masjid Agung Surabaya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Literasi Kewirausahaan "mengungguli" batas statistiknya, di mana t hitung 5,194 melampaui t tabel 1,984, serta nilai signifikansi hanya 0,000 yang berada di bawah 0,05. Maka Ho gugur dan Ha berdiri, menandakan adanya hubungan pengaruh Literasi Kewirausahaan terhadap performa usaha UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

b. Hipotesis Kedua

H0: Tidak terdapat pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner kawasan Masjid Agung Surabaya.

Ha: Terdapat pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner kawasan Masjid Agung Surabaya.

Dalam pengujian variabel Orientasi Kewirausahaan, diperoleh fakta bahwa t-hitung (1,990) melampaui t-tabel (1,984), sementara nilai signifikansi tercatat 0,049 yang berada di bawah ambang 0,05. Kondisi ini membuat H0 gugur dan Ha berdiri. Artinya, orientasi kewirausahaan terbukti memberi dampak terhadap kinerja usaha UMK Kuliner di kawasan Masjid Agung Surabaya.

c. Hipotesis Ketiga

Ho: Motivasi berwirausaha tidak berpengaruh terhadap kinerja UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

Ha: Motivasi berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

Dari hasil analisis statistik, terlihat bahwa angka t-hitung (2,956) melampaui t-tabel (1,984), sementara nilai signifikansinya hanya 0,004 yang berada di bawah batas 0,05. Maka Ho resmi ditolak dan Ha dinyatakan berlaku. Artinya, dorongan berwirausaha terbukti memberi dampak terhadap performa usaha UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

2. Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan pengaruh simultan variabel independen terhadap dependen. Jika signifikansi < 0,05, maka Literasi Kewirausahaan (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), dan Motivasi Berwirausaha (X3) berpengaruh bersama terhadap Kinerja Usaha (Y).

Tabel 4.26 Uji F (Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.191	3	60.064	30.361	.000[b]
	Residual	189.919	96	1.978		
	Total	370.110	99			

a. Dependent Variable: Kinerja Usaha

b. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan, Literasi Kewirausahaan

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.26 di atas untuk mencari F tabel yaitu sebagai berikut:

Jumlah variabel bebas (k) = 3

Jumlah sampel (n) = 100

Df 1 = dk pembilang = k =3

Df 2 = dk penyebut = n – k – 1 = 100 – 3 – 1 = 96

Berdasarkan output pada tabel 4.26 diketahui nilai siginifikansi untuk pengaruh Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha

adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 30,361 > F tabel 2,70. Adapun hasil pengujian hipotesis dapat disajikan sebagai berikut:

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

Ha : Terdapat pengaruh antara Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

F hitung (30,361) > F tabel (2,70) dengan sig. 0,000 < 0,05, sehingga Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Usaha UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

3. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

R^2 menunjukkan kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen; nilai rendah berarti daya jelaskannya terbatas.

Tabel 4.27 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698[a]	.487	.471	1.407

a. Predictors: (Constant), Motivasi Berwirausaha, Orientasi Kewirausahaan, Literasi Kewirausahaan

b. Dependent Variable: Kinerja Usaha

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.27 dapat menjelaskan data output SPSS dari R Square (R2) yang menunjukkan bahwa variabel Kinerja Usaha dipengaruhi oleh variabel Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha sebesar 0,487 atau 48,7% sedangkan sisanya sebesar 51,3% untuk variabel Kinerja Usaha yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti kualitas produk, kompetensi kewirausahaan, dan strategi pemasaran.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Literasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Literasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha. Hal tersebut memunyai arti bahwa hipotesis penelitian diterima, yaitu Literasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Literasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

Literasi Kewirausahaan memiliki tiga indikator, yaitu pengetahuan dasar kewirausahaan, pengetahuan ide dan peluang usaha, pengetahuan tentang aspek-aspek usaha. Dari indikator

tersebut jawaban responden yang paling tinggi pada indikator aspek produksi. Artinya pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya memiliki pengetahuan tentang aspek produksi dalam mendukung usaha usahanya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya telah memiliki pemahaman yang baik mengenai aspek produksi dalam menjalankan usahanya.

Literasi Kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting karena dapat menjadi bekal utama bagi para pelaku UMK agar mampu dalam menghadapi tantangan di lapangan dan membantu pelaku UMK memahami cara mengelola usaha dan mengambil Keputusan usaha secara lebih tepat. Penelitian ini mendukung Winarno & Wijijayanti (2018) bahwa literasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha karena menjadi bekal utama dalam menghadapi tantangan bisnis.

4.4.2 Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya

Temuan analisis memperlihatkan bahwa jiwa kewirausahaan yang berorientasi pada tindakan bisnis memiliki dampak nyata terhadap performa usaha. Artinya, dugaan awal dalam penelitian terbukti benar, di mana orientasi kewirausahaan secara individual turut memengaruhi kinerja UMK Kuliner di kawasan Masjid Agung Surabaya. Konsep ini dibangun oleh lima elemen utama: sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, daya saing yang agresif, kemandirian dalam bertindak, serta kemampuan berinovasi. Dari kelima indikator tersebut jawaban responden yang paling mendominasi ada pada indikator proaktif. Artinya pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya secara proaktif mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk usahanya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada usaha ini pelaku UMK Kuliner Masjid Agung memiliki sikap proaktif yang tinggi dalam mengembangkan usahanya.

Selain itu, Orientasi Kewirausahaan menjadi salah satu aspek penting yang berkontribusi terhadap peningkatan Kinerja Usaha. Pelaku usaha yang memiliki Orientasi Kewirausahaan yang baik cenderung menunjukkan sikap proaktif dalam mengelola usahanya, sehingga memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjaga keberlangsungan usaha di tengah kondisi persaingan yang kompetitif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Buli (2017) dalam Sondra & Widjaja (2021) menyatakan dengan Orientasi Kewirausahaan yang baik pelaku usaha lebih berinovasi dan proaktif dalam menyiapkan startegi penjualannya. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan pada kinerja usaha.

4.4.3 Pengaruh Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Usaha. Hal tersebut mempunyai arti bahwa hipotesis penelitian diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Motivasi Berwirausaha memiliki pengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

Dalam variabel Motivasi Berwirausaha memiliki lima indikator Dorongan, Penggerak, Stimulus, Semangat, Gairah. Dari kelima indikator tersebut jawaban responden yang paling mendominasi ada pada indikator dorongan, artinya pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya memiliki kemampuan untuk mendorong dirinya dalam mengembangkan usaha yang

dijalankan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam usaha ini pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya memiliki dorongan yang baik dalam menjalankan usahanya, terutama dalam upaya mengembangkan usaha agar dapat bertahan dan terus berkembang.

Motivasi Berwirausaha juga menjadi salah satu pendorong dan faktor penting dalam perkembangan suatu usaha karena Motivasi Berwirausaha harus ada dalam diri seseorang yang memiliki perilaku inovatif dan kreatif karena dapat menjadi dorongan dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya. Penelitian ini mendukung Claudia & Sangen (2020) bahwa motivasi berwirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha.

4.4.4 Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya

Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha secara simultan berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya. Hal tersebut menunjukkan bahwa Literasi Kewirausahaan, Orientasi dan motivasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMK kuliner Masjid Agung Surabaya. Koefisien determinasi menunjukkan kinerja usaha dijelaskan oleh literasi, orientasi, dan motivasi kewirausahaan, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian, seperti kualitas produk, kompetensi kewirausahaan, dan strategi pemasaran. Di antara ketiga variabel tersebut, Literasi Kewirausahaan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi Kinerja Usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan dan pemahaman pelaku UMK mengenai cara mengelola usaha dan mengenali peluang bisnis memiliki peran yang besar dalam meningkatkan Kinerja Usaha. Pelaku UMK yang memiliki Literasi Kewirausahaan yang baik akan mampu mengambil keputusan yang tepat dan dapat mengembangkan usahanya secara berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha merupakan faktor-faktor yang dapat meningkatkan Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan terkait Literasi Kewirausahaan (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), dan Motivasi Berwirausaha (X3) Terhadap Kinerja Usaha (Y) pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya, maka peneliti dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji parsial terdapat pengaruh antara Literasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha pada UMK kuliner Masjid Agung Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik tingkat pemahaman pelaku usaha terkait pengetahuan kewirausahaan, pengelolaan usaha, serta kemampuan dalam melihat peluang usaha, maka semakin baik pula Kinerja Usaha yang dihasilkan. Dari semua indikator yang digunakan, indikator yang paling dominan terdapat pada pengetahuan tentang aspek-aspek usaha melalui pernyataan "Saya memiliki pengetahuan tentang aspek produksi dalam mendukung usaha saya".
2. Berdasarkan hasil dari uji parsial Orientasi Kewirausahaan diketahui memiliki pengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha yang memiliki sikap proaktif dan inovatif cenderung mampu dalam meningkatkan perkembangan usahanya. Indikator yang memperoleh jawaban responden paling dominan terdapat pada indikator proaktif melalui pernyataan "Saya secara proaktif mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk".
3. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK kuliner Masjid Agung Surabaya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa motivasi yang dimiliki oleh para pelaku usaha dapat menjadi dorongan dalam mengembangkan usahanya. Dari semua indikator yang digunakan, indikator yang paling dominan terdapat pada indikator Dorongan melalui pernyataan "Saya memiliki kemampuan untuk mendorong diri saya dalam mengembangkan usaha yang saya jalankan".
4. Secara simultan, Literasi Kewirausahaan, Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Usaha pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan Kinerja Usaha tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan juga dengan pemahaman kewirausahaan, kemampuan bersikap proaktif dalam memanfaatkan peluang usaha, serta dorongan yang kuat dalam mengembangkan usaha. Selain itu, hasil penelitian mengindikasi bahwa Literasi Kewirausahaan adalah variabel paling dominan dalam mempengaruhi Kinerja Usaha.

5.2 Rekomendasi

Didasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Literasi Kewirausahaan (X1), Orientasi Kewirausahaan (X2), dan Motivasi Berwirausaha (X3) Terhadap Kinerja Usaha (Y) pada UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya, peneliti memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. **Bagi Pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya**
   Terkait Literasi Kewirausahaan, pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya diharapkan mampu meningkatkan pemahaman tentang aspek pemasaran dalam kegiatan usahanya melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Tiktok sebagai sarana promosi produk agar dapat mudah dijangkau oleh konsumen. Pelaku UMK Kuliner Masjid

Agung Surabaya juga harus aktif untuk mengikuti tren kuliner yang sedang diminati oleh masyarakat serta membuat promosi yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen. Melalui upaya tersebut, produk yang ditawarkan dapat lebih dikenal masyarakat sehingga berpotensi meningkatkan penjualan.

Selain itu pada variabel Orientasi Kewirausahaan, pelaku UMK Kuliner Masjid Agung Surabaya diharapkan mampu dalam mengambil keputusan meskipun berisiko untuk pengembangan usaha. Upaya yang dapat dilakukan oleh pelaku UMK yaitu dapat dimulai dengan membuat perencanaan usaha secara tepat, seperti menghitung perkiraan biaya, keuntungan, serta mempertimbangkan berbagai risiko yang akan dihadapi. Selain itu, pelaku UMK juga dapat memanfaatkan informasi pasar untuk bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan. Pelaku UMK juga dapat memanfaatkan informasi pasar sebagai dasar dalam menentukan strategi sehingga keputusan dapat menjadi lebih terarah dan terukur.

Berkaitan dengan Motivasi Berwirausaha, pelaku usaha diharapkan mampu untuk meningkatkan konsistensi semangat dalam menjalankan usaha. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi pencapaian secara berkala, pelaku UMK juga dapat mengikuti pelatihan atau kegiatan pengembangan usaha yang dapat memberikan motivasi dan juga ilmu baru. Dengan adanya tujuan yang jelas dan lingkungan yang mendukung, pelaku UMK akan lebih termotivasi untuk mempertahankan usahanya.

2. **Bagi Pemerintah Daerah Surabaya**

   Pemerintah Daerah Surabaya diharapkan mampu untuk memberikan dukungan kepada para pelaku UMK, seperti melalui program pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha, dan program pembinaan. Pemerintah daerah dapat melakukannya dengan menyelenggarakan pelatihan mengenai pemasaran digital, pengembangan produk, serta strategi dalam menghadapi persaingan usaha. Selain itu, pemerintah juga dapat memberikan pendampingan melalui seperti kerja sama dengan praktisi kewirausahaan untuk membantu pelaku UMK mengatasi permasalahan usaha yang dihadapi. Serta dapat didukung juga dengan promosi produk UMK melalui bazar maupun kegiatan ekonomi kreatif. Dari dukungan tersebut diharapkan mampu membantu pelaku UMK dalam meningkatkan kemampuan usaha para pelaku UMK dan juga memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha kuliner di kawasan Masjid Agung Surabaya.

3. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

   Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain seperti kualitas produk, kompetensi kewirausahaan, dan strategi pemasaran serta memperluas objek penelitian agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai faktor yang memengaruhi kinerja UMK.

skripsi velira ananda

ORIGINALITY REPORT

20%	19%	10%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	cibangsa.com Internet Source	4%
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
3	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
4	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1%
6	repository.widyatama.ac.id Internet Source	1%
7	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1%
8	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%
9	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
10	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
11	repository.nobel.ac.id Internet Source	<1%
12	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1%

13	www.scribd.com Internet Source	<1%
14	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
15	repository.unj.ac.id Internet Source	<1%
16	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
17	id.123dok.com Internet Source	<1%
18	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	<1%
19	eprints.umg.ac.id Internet Source	<1%
20	Arvika Andriani Maulana Putri, Ni Made Ida Pratiwi, Awin Mulyati. "Pengaruh Kemampuan Inovasi, Efikasi Diri dan Keterampilan Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Usaha UMK Kuliner di Jalan Kartini Kabupaten Bojonegoro", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1%
21	Diana Rizkiani, Andhika Mochamad Siddiq, Recky Recky. "Pengaruh Implementasi Technology Acceptance Model (TAM), Motivasi Kerja dan Kompetensi Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai di Unit Laka Lantas Satlantas Polrestabes Bandung", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1%

22	Submitted to Hankuk University of Foreign Studies Student Paper	<1%
23	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1%
24	stiebp.ac.id Internet Source	<1%
25	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
26	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1%
27	repository.unmul.ac.id Internet Source	<1%
28	Submitted to Universitas Andalas Student Paper	<1%
29	www.journal.uml.ac.id Internet Source	<1%
30	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1%
31	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
32	Sitti Nur Aliya, Anwar Anwar, Rahmat Riwayat Abadi, Muhammad Ichwan Musa, Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Glad2Glow (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1%

33	repository.uts.ac.id Internet Source	<1%
34	jurnal.larisma.or.id Internet Source	<1%
35	Submitted to UIN KH. Achmad Siddiq Jember Student Paper	<1%
36	e-journal.sari-mutiara.ac.id Internet Source	<1%
37	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1%
38	Ira Madhani Miransyah, Khairunnisak Khairunnisak. "Pengaruh Work Life Balance dan Burnout Terhadap Kepuasan Kerja Pada Karyawan PT Perkebunan Nusantara IV Regional 1 Pabrik Kelapa Sawit Rambutan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1%
39	Nurul Hidayati, Tri Nadhirotur Roifah, Yeni Kartikawati. "Analisis Komparasi Pembiayaan Mudharabah dan Murabahah Terhadap Perkembangan UMKM di BMT Cabang Besuk Agung", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 Publication	<1%
40	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%
41	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1%
42	Yotasa Raidah Khairiyah, Muhammad Heru Akhmadi. "STUDI KUALITATIF : DAMPAK KEBIJAKAN INSENTIF PAJAK USAHA KECIL DAN	<1%

MENENGAH TERHADAP KEPATUHAN PAJAK DAN PENERIMAAN NEGARA", JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK, 2019
Publication

43	jurnalprisanicendekia.com Internet Source	<1 %
44	prosiding.pnj.ac.id Internet Source	<1 %
45	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
46	repository.unpar.ac.id Internet Source	<1 %
47	Eko Wahyu Hidayat Udjut Saputra, Mei Indrawati, Woro Utari. "PENGARUH KEPEMIMPINAN, KOMUNIKASI DAN PEMBERIAN REWARD TERHADAP KINERJA PEGAWAI BADAN KOORDINASI WILAYAH II BOJONEGORO PEMPROV JATIM MELALUI MOTIVASI KERJA", Journal of Applied Management and Accounting Science, 2021 Publication	<1 %
48	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
49	repository.undaris.ac.id:8080 Internet Source	<1 %
50	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
51	Submitted to IAIN Kediri Student Paper	<1 %
52	Submitted to LSPR Communication & Business Institute Student Paper	<1 %

53	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
54	dokumen.tips Internet Source	<1 %
55	journal.yrpipku.com Internet Source	<1 %
56	jurnal.penerbitdaarulhuda.my.id Internet Source	<1 %
57	repo.bunghatta.ac.id Internet Source	<1 %
58	Selfi Quraini Anjelika, Ana Fitriyatul Bilgies, Siti Shoimah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISDA Lamongan)", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1 %
59	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	<1 %
60	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
61	ejournalwiraraja.com Internet Source	<1 %
62	eprints.umk.ac.id Internet Source	<1 %
63	journal.moestopo.ac.id Internet Source	<1 %
64	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1 %

65	www.adeanita.com Internet Source	<1%
66	Fhebrisa Rante, Ignatia Geby Toding, Nia Sartika. "Pengaruh Penerapan Coretax dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Dengan Sosialisasi Perpajakan Sebagai Variabel Moderasi", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2025 Publication	<1%
67	aksiologi.org Internet Source	<1%
68	pt.scribd.com Internet Source	<1%
69	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
70	repository.upi.edu Internet Source	<1%
71	123dok.com Internet Source	<1%
72	Onky Anugerah Susanto, Gendut Sukarno. "Analisis Kompetensi Entrepreneurial, Strategi Kewirausahaan dan Modal Sosial terhadap Kinerja Usaha pada UMKM Mebel di Kota Surabaya", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2021 Publication	<1%
73	Totok Wibisono, Edy Suryawardana, Tri Endang Yani. "STUDI KEUNGGULAN BERSAING IKM MEBEL DI KECAMATAN MRANGGEN KABUPATEN DEMAK", Jurnal Dinamika Sosial Budaya, 2017 Publication	<1%

74	Yesika Tabita Ambat, Olivia S. Nelwan, Arrazi Bin Hasan Jan. "PENGARUH KETERAMPILAN MANAJEMEN, MOTIVASI KERJA DAN KONFLIK PERAN GANDA TERHADAP KINERJA UMKM PEREMPUAN DI KOTA MANADO", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2025 Publication	<1%
75	core.ac.uk Internet Source	<1%
76	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1%
77	eprints.upj.ac.id Internet Source	<1%
78	id.scribd.com Internet Source	<1%
79	indojurnal.com Internet Source	<1%
80	jbasic.org Internet Source	<1%
81	journal.ilmudata.co.id Internet Source	<1%
82	journal.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1%
83	jurnal.pknstan.ac.id Internet Source	<1%
84	repository.uib.ac.id Internet Source	<1%
85	repository.ung.ac.id Internet Source	<1%
	repository.unhas.ac.id	

86	Internet Source	<1%
87	repository.usd.ac.id Internet Source	<1%
88	www.sohoglobalhealth.com Internet Source	<1%
89	Muhammad Kafiul Kahfi, Achmad Fahim, M. Ya'qub. "Pengaruh Keragaman Produk, Pelayanan, Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Anggota KBSU Sidayu", MARGIN ECO, 2025 Publication	<1%
90	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1%
91	Irham Maulana, Faisal Salistia, Sukarna Sukarna. "Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah:", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2019 Publication	<1%
92	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		