

Transformasi UMKM Kajoetangan Heritage: Peran Pelatihan Kewirausahaan Kreativitas dan Motivasi dalam Meningkatkan Pengembangan Usaha

Fatmasari Endayani¹, Sudarmiatin², Ludi Wishnu Wardana³

^{1*} Program Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia

^{2,3} Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Indonesia

Email: ^{1*}fatmasari.endayani.2404139@students.um.ac.id, ²sudarmiatin.fe@um.ac.id,

³ludi.wishnu.fe@um.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pelatihan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi dalam meningkatkan pengembangan usaha UMKM di Kajoetangan Heritage. UMKM di kawasan ini memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal, namun menghadapi tantangan dalam adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis. Transformasi usaha melalui pelatihan kewirausahaan diharapkan dapat memfasilitasi peningkatan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM, sementara kreativitas berperan dalam menghasilkan inovasi produk dan layanan yang kompetitif. Selain itu, motivasi yang tinggi diidentifikasi sebagai faktor penting yang memengaruhi semangat usaha dalam menghadapi persaingan pasar. Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penelitian ini melibatkan UMKM di Kajoetangan Heritage sebanyak 120 pemilik usaha dan seluruhnya dijadikan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut pelatihan kewirausahaan dan kreativitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap pengembangan usaha. Akan tetapi motivasi berpengaruh tidak signifikan terhadap pengembangan usaha. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang strategi pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Kata Kunci: UMKM, Pelatihan Kewirausahaan, Kreativitas, Motivasi, Pengembangan Usaha.

Abstract

This study aims to analyze the role of entrepreneurship training, creativity, and motivation in enhancing the business development of MSMEs in Kajoetangan Heritage. MSMEs in this area have significant potential to support the local economy but face challenges in adapting to a rapidly changing business environment. Business transformation through entrepreneurship training is expected to facilitate the improvement of skills and knowledge among MSME actors, while creativity plays a role in generating competitive product and service innovations. Furthermore, high motivation is identified as a crucial factor influencing business enthusiasm in facing market competition. Through a quantitative approach using a survey method, this study involves 120 business owners of MSMEs in Kajoetangan Heritage, with all of them included as the sample. The results indicate that both entrepreneurship training and creativity have a significant and positive impact on business development. However, motivation has an insignificant effect on business development. These findings are expected to provide insights for the government and other stakeholders in designing sustainable MSME development strategies.

Keywords: MSMEs, Entrepreneurship Training, Creativity, Motivation, Business Development.

PENDAHULUAN

Transformasi UMKM merupakan salah satu upaya strategis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat melalui peningkatan potensi ekonomi lokal (Ulas, 2019). Kawasan UMKM Kajoetangan Heritage ini memiliki sejarah panjang sebagai pusat perdagangan, yang kini terus dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata budaya dan ekonomi kreatif. UMKM di kawasan ini menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan usaha, mulai dari keterbatasan modal hingga

kurangnya pengetahuan bisnis modern (Indajang et al., 2024). Oleh karena itu, transformasi melalui peningkatan keterampilan dan wawasan bisnis menjadi sangat penting untuk menjaga kelangsungan usaha mereka (Hanggareni & Sinamo, 2021). Dengan adanya transformasi yang tepat, UMKM Kajoetangan dapat menjadi motor penggerak perekonomian daerah.

Pelatihan kewirausahaan menjadi salah satu komponen utama dalam mendorong transformasi UMKM di Kajoetangan. Banyak pelaku UMKM yang masih kurang memahami dasar-dasar manajemen, pemasaran, dan pengelolaan keuangan, sehingga pelatihan yang komprehensif sangat dibutuhkan (Ladzani & Van Vuuren, 2002). Pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoretis, tetapi juga memberikan panduan praktis dalam mengelola usaha secara lebih efektif (Indarti, 2021). Selain itu, pelatihan juga memberikan motivasi bagi para pelaku UMKM untuk terus berkembang dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat (Kassa & Getnet Mirete, 2022). Oleh sebab itu, program pelatihan yang berkelanjutan akan sangat membantu transformasi UMKM di kawasan ini.

Kreativitas juga memegang peranan penting dalam keberhasilan transformasi UMKM di Kajoetangan. Dengan semakin ketatnya persaingan, UMKM harus mampu berinovasi dalam produk dan layanan mereka untuk menarik lebih banyak pelanggan (Wasim et al., 2024). Kreativitas memungkinkan pelaku usaha menciptakan produk-produk yang unik dan bernilai tambah, yang dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar (Raya et al., 2021). Selain itu, kreativitas juga dapat diaplikasikan dalam strategi pemasaran yang lebih modern, seperti memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar (Herison, 2024). Oleh karena itu, kreativitas menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pengembangan usaha UMKM di kawasan ini.

Pelatihan kewirausahaan dan kreativitas saling melengkapi dalam mendorong transformasi UMKM di Kajoetangan. Pelatihan memberikan dasar yang kuat dalam hal manajemen dan strategi bisnis, sementara kreativitas mendorong inovasi produk dan layanan (Shetty G et al., 2024). Kombinasi keduanya memungkinkan UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah tantangan globalisasi dan digitalisasi (Pisar, 2020). Dengan adanya sinergi antara pelatihan dan kreativitas, pelaku UMKM dapat lebih percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang ada (Erlangga et al., 2022; Saunila, 2020). Pada akhirnya, ini akan meningkatkan motivasi mereka untuk terus berinovasi dan memperluas usahanya.

Motivasi para pelaku UMKM di Kajoetangan menjadi faktor krusial dalam proses transformasi ini. Motivasi yang tinggi akan mendorong pelaku usaha untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan, serta tidak mudah menyerah dalam menghadapi hambatan (Kusa et al., 2021). Dengan adanya pelatihan kewirausahaan dan pengembangan kreativitas, motivasi ini semakin diperkuat, karena para pelaku usaha merasa memiliki kemampuan dan pengetahuan yang memadai untuk bersaing (Graafland & Bovenberg, 2020). Motivasi juga meningkatkan semangat untuk berinovasi, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mereka (Ernst et al., 2022). Oleh karena itu, program-program yang berfokus pada peningkatan motivasi sangat penting dalam transformasi ini.

Pengembangan usaha UMKM di Kajoetangan sangat terkait dengan kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan teknologi dan perubahan pasar. Melalui pelatihan yang disertai kreativitas, para pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Rahmawati et al., 2023). Selain itu, pemahaman tentang tren pasar yang terus berubah memungkinkan mereka untuk menciptakan produk yang lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Transformasi ini juga membuka peluang bagi UMKM untuk berkolaborasi dengan sektor lain, seperti pariwisata dan ekonomi kreatif, yang dapat meningkatkan pertumbuhan usaha (Sjahrudin et al., 2024). Dengan demikian, pengembangan usaha menjadi lebih berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Kawasan Kajoetangan Heritage memiliki potensi besar untuk menjadi pusat kegiatan ekonomi kreatif, terutama melalui pengembangan UMKM yang terintegrasi dengan sektor pariwisata. Dengan adanya pelatihan kewirausahaan dan kreativitas, UMKM di kawasan ini dapat lebih siap memanfaatkan peluang yang ada di sektor pariwisata. Kehadiran wisatawan tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM, tetapi juga membuka peluang untuk memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas (Ismail, 2017). Pelaku usaha yang kreatif dan terlatih akan mampu menciptakan pengalaman yang menarik bagi wisatawan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Rahayu & Day, 2017). Hal ini memperkuat posisi Kajoetangan sebagai destinasi wisata sekaligus pusat ekonomi kreatif.

Dengan berbagai tantangan yang dihadapi UMKM di Kajoetangan, transformasi melalui pelatihan dan kreativitas adalah langkah yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha. Dalam jangka panjang, program ini akan menciptakan ekosistem bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan

(Sakib et al., 2022), yang tidak hanya bermanfaat bagi pelaku UMKM, tetapi juga bagi perkembangan ekonomi daerah secara keseluruhan. Selain itu, keberhasilan transformasi ini dapat menjadi model bagi pengembangan UMKM di kawasan heritage lainnya di Indonesia (Wenke et al., 2021). Dengan demikian, Kajoetangan dapat menjadi contoh sukses dalam mengintegrasikan pengembangan ekonomi lokal dengan pelestarian budaya dan sejarah.

Berawal dari minimnya Penelitian Empiris tentang Transformasi UMKM di Kawasan Heritage Sebagian besar penelitian tentang UMKM di Indonesia berfokus pada tantangan umum, seperti akses modal, pemasaran, dan manajemen (Tambunan, 2019). Akan Tetapi belum banyak kajian yang secara spesifik membahas transformasi UMKM di kawasan heritage, seperti Kajoetangan, yang memiliki karakteristik unik dari segi nilai sejarah dan budaya. Kondisi ini menimbulkan kebutuhan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami tantangan dan peluang UMKM di kawasan tersebut. Terdapat banyak penelitian yang membahas secara terpisah tentang peran pelatihan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi dalam pengembangan UMKM (Subagyo et al., 2020). Namun, masih jarang ditemukan penelitian yang mengintegrasikan ketiga variabel ini secara bersamaan, terutama dalam konteks UMKM di kawasan heritage. Penelitian yang menguji hubungan interaktif antara ketiga faktor ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang proses transformasi UMKM.

LANDASAN TEORI

Teori Kewirausahaan (Entrepreneurship Theory)

Teori yang utama dalam penelitian ini adalah Teori Kewirausahaan. Teori ini menjelaskan tentang bagaimana individu memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha. Salah satu teori kewirausahaan yang relevan adalah Effectuation Theory oleh Sarasvathy (2001) (Astuti, 2024), yang menekankan pentingnya fleksibilitas, ketangguhan, dan inovasi dalam menghadapi ketidakpastian dan perubahan pasar. Di dalam konteks UMKM Kajoetangan, teori ini relevan karena menggarisbawahi pentingnya adaptasi dan pengembangan strategi kreatif bagi pelaku UMKM untuk memanfaatkan peluang di lingkungan yang berubah cepat, termasuk di kawasan heritage yang kaya nilai sejarah dan budaya (Prabawangi et al., 2022).

Teori Kewirausahaan juga menekankan pentingnya kemampuan pelaku usaha untuk mengambil keputusan berdasarkan sumber daya yang tersedia, bukan sekadar berfokus pada tujuan jangka panjang yang tidak pasti (Pangow et al., 2021). Pendekatan ini sebagai "bird-in-hand principle," di mana pelaku usaha memulai dengan apa yang mereka miliki dan siapa yang mereka kenal (Hamali & SS, 2017). Dalam konteks UMKM Kajoetangan, pendekatan ini membantu pelaku usaha untuk memaksimalkan potensi lokal, seperti kekayaan budaya dan sejarah, dalam menciptakan produk atau layanan yang unik (Thurik et al., 2024). Selain itu, adaptasi terhadap perubahan pasar, termasuk digitalisasi dan tren wisata budaya, menjadi elemen penting bagi keberlanjutan usaha. Dengan menggabungkan fleksibilitas, inovasi, dan pemanfaatan sumber daya lokal, UMKM di kawasan heritage dapat terus tumbuh dan berkembang.

Pengaruh Pelatihan kewirausahaan terhadap Pengembangan Usaha

Pelatihan kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Pelatihan ini memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai manajemen bisnis, perencanaan strategis, dan pemecahan masalah (Irfan, 2021). Pelatihan membantu pelaku UMKM untuk memahami dinamika pasar, meningkatkan kemampuan analitis, serta mengambil keputusan berdasarkan data yang lebih baik. Sebagai hasilnya, pelaku UMKM dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mengembangkan usaha mereka (Hairunisyah et al., 2024). Peningkatan keterampilan ini tidak hanya mencakup aspek operasional tetapi juga aspek inovasi dan kreativitas dalam mengelola bisnis (Olazo, 2023).

Berdasarkan literatur yang ada, pelatihan kewirausahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha UMKM. Pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong produktivitas, menghadapi risiko, memperluas jaringan, serta meningkatkan inovasi dan kreativitas. Semua faktor ini mendukung pengembangan usaha yang berkelanjutan dan membantu UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif.

H1. Pelatihan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Pengaruh Kreativitas terhadap Pengembangan Usaha

Kreativitas memegang peran penting dalam pengembangan usaha, terutama bagi pelaku UMKM yang menghadapi persaingan pasar yang ketat (Diawati et al., 2023). Kreativitas memungkinkan pelaku

usaha untuk menciptakan produk atau layanan yang unik dan berbeda dari kompetitor (Hoang et al., 2021). Kreativitas dalam bisnis dapat meningkatkan daya saing dengan menghasilkan inovasi yang memenuhi kebutuhan konsumen secara lebih efektif (Hilmersson & Hilmersson, 2021). Inovasi tersebut juga dapat membantu pelaku usaha menyesuaikan diri dengan perubahan tren dan permintaan pasar (Castillo-Vergara & Garcia-Perez-de-Lema, 2021). Dengan demikian, kreativitas tidak hanya membantu mempertahankan bisnis, tetapi juga mendorong pertumbuhan usaha di tengah ketidakpastian pasar (Thukral, 2021).

Selain menciptakan produk baru, kreativitas juga berperan dalam pengembangan strategi pemasaran yang inovatif (Prahestiwi et al., 2021). Pelaku usaha yang kreatif cenderung mampu mengidentifikasi peluang pemasaran yang belum dimanfaatkan oleh pesaing. Misalnya, penggunaan media sosial dan platform digital sebagai saluran pemasaran kreatif dapat meningkatkan jangkauan konsumen secara signifikan (Duda, 2022). Kreativitas dalam pemasaran ini memungkinkan UMKM untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar (Harwiki & Malet, 2020). Akibatnya, kreativitas dapat berdampak langsung pada pengembangan usaha (Meekaewkunchorn et al., 2021).

Kreativitas juga membantu pelaku usaha dalam mengoptimalkan sumber daya yang terbatas (Tian et al., 2021). Pelaku UMKM yang kreatif cenderung lebih fleksibel dalam mencari solusi atas kendala operasional, seperti keterbatasan modal atau infrastruktur. Mereka dapat mengembangkan model bisnis yang lebih efisien dan berkelanjutan melalui pendekatan yang inovatif (Yin et al., 2022). Dengan kreativitas, pelaku usaha juga lebih siap menghadapi risiko dan tantangan eksternal. Oleh karena itu, kreativitas menjadi salah satu kunci utama dalam mendorong pengembangan usaha secara berkelanjutan.

H2. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Pengaruh Motivasi terhadap Pengembangan Usaha

Motivasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pengembangan usaha, terutama bagi pelaku UMKM (Aleksić et al., 2022). Menurut teori motivasi, pelaku usaha yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih bersemangat dalam mencapai tujuan bisnisnya, baik itu dalam hal peningkatan keuntungan maupun ekspansi usaha (Eniola, 2021). Motivasi dapat bersifat intrinsik, seperti kepuasan pribadi dari pencapaian bisnis, atau ekstrinsik, seperti dorongan dari keuntungan finansial atau pengakuan eksternal (Bowen, 2020). Motivasi yang kuat mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dan mencari solusi atas tantangan yang dihadapi. Sebagai hasilnya, pelaku usaha yang termotivasi memiliki kecenderungan lebih besar untuk mengembangkan usahanya secara berkelanjutan (Yu et al., 2020).

Pelaku usaha yang memiliki motivasi yang tinggi juga lebih proaktif dalam mencari peluang bisnis baru. Mereka akan lebih cepat merespons perubahan pasar, seperti tren konsumen atau kemajuan teknologi, yang dapat membuka pintu untuk pengembangan produk atau layanan baru (Zheng et al., 2021). Penelitian menunjukkan bahwa motivasi yang tepat mendorong pengambilan risiko yang lebih berani, yang sering kali diperlukan dalam ekspansi usaha (Ryan et al., 2021). Motivasi juga mendorong pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah (Adomako & Ahsan, 2022). Dalam jangka panjang, motivasi yang kuat menjadi fondasi untuk menciptakan daya saing yang berkelanjutan.

Selain itu, motivasi memainkan peran penting dalam ketahanan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan dan hambatan (Cho et al., 2021). UMKM sering kali menghadapi keterbatasan sumber daya, ketidakpastian pasar, dan persaingan yang ketat. Namun, pelaku usaha yang termotivasi akan lebih tekun dan gigih dalam menghadapi tantangan tersebut. Motivasi yang tinggi membantu mereka mengatasi kegagalan sementara dan tetap berfokus pada tujuan jangka panjang (Fikri, Sabarijal Lul; Begawati, 2020). Dengan demikian, motivasi menjadi pendorong utama dalam proses pengembangan usaha, yang tidak hanya memperluas bisnis tetapi juga menjamin kelangsungan hidupnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

H3. Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Motivasi pada Pengembangan usaha

Pelatihan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha, terutama bagi pelaku UMKM (Bima et al., 2022). Melalui pelatihan, pelaku usaha mendapatkan keterampilan dan pengetahuan baru yang diperlukan untuk menjalankan bisnis dengan lebih efektif (Ahmad et al., 2021). Menurut berbagai penelitian, pelatihan membantu UMKM dalam memahami manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan inovasi produk (Herlina et al., 2021). Hal ini memungkinkan mereka untuk menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif. Dengan keterampilan yang ditingkatkan melalui

pelatihan, pengusaha UMKM mampu mengembangkan usaha mereka secara lebih berkelanjutan (Ibidunni et al., 2022).

Kreativitas adalah faktor kunci dalam pengembangan usaha, terutama di industri yang memerlukan inovasi dan diferensiasi produk. Bagi UMKM di kawasan heritage seperti Kajoetangan, kreativitas membantu menciptakan produk yang unik dan menarik, sehingga mampu menarik minat konsumen (Diawati et al., 2023). Kreativitas memungkinkan pelaku usaha untuk memadukan nilai budaya lokal dengan tren modern, menciptakan keunggulan kompetitif. Inovasi produk dan layanan yang dihasilkan dari kreativitas juga membantu memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan. Dengan demikian, kreativitas berperan penting dalam membantu UMKM terus berkembang dan bersaing di pasar yang berubah (Rivaldo et al., 2021).

Motivasi, baik intrinsik maupun ekstrinsik, sangat mempengaruhi keberhasilan pengembangan usaha. Motivasi intrinsik seperti kepuasan pribadi dan keinginan untuk berkembang mendorong pelaku usaha untuk terus belajar dan berinovasi (Arliyani et al., 2020). Sementara itu, motivasi ekstrinsik seperti penghargaan finansial dan pengakuan sosial juga berperan penting dalam memacu semangat pelaku UMKM untuk mencapai tujuan bisnisnya (Machmud & Sidharta, 2016). Pelaku usaha yang termotivasi cenderung lebih tangguh dan gigih dalam menghadapi tantangan, sehingga usaha mereka lebih mungkin untuk berkembang. Dengan kombinasi motivasi yang kuat, pelaku UMKM dapat terus mengembangkan usaha mereka menuju keberhasilan yang lebih besar.

H4. Pelatihan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Motivasi berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan Usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data (Creswell, 2014) dari pelaku UMKM di kawasan Kajoetangan Heritage. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh pelatihan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi terhadap pengembangan usaha. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang disusun berdasarkan skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi responden terkait variabel-variabel tersebut. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik sampel jenuh agar seluruh pelaku UMKM di kawasan tersebut memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden. Dengan metode ini, penelitian berfokus pada pengumpulan data primer yang relevan dan terukur.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 pelaku UMKM Kajoetangan Heritage yang telah dipilih sebagai sampel penelitian. Sebelum kuesioner disebarkan, dilakukan uji coba (*pilot test*) untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas ini penting untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur variabel penelitian dengan akurat. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial untuk melihat hubungan antar variabel. Analisis ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik untuk memperoleh hasil yang lebih cepat dan akurat.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R-Hitung	R-tabel	Keterangan
Pengembangan Usaha (Y)	Y.1	0,454	0,179	Valid
	Y.2	0,260	0,179	Valid
	Y.3	0,370	0,179	Valid
Pelatihan Kewirausahaan (X1)	X1.1	0,345	0,179	Valid
	X1.2	0,312	0,179	Valid
	X1.3	0,384	0,179	Valid
	X1.4	0,367	0,179	Valid
	X1.5	0,402	0,179	Valid
	X1.6	0,319	0,179	Valid
	X1.7	0,355	0,179	Valid
	X1.8	0,370	0,179	Valid
	X1.9	0,389	0,179	Valid
Kreativitas (X2)	X2.1	0,330	0,179	Valid
	X2.2	0,207	0,179	Valid
	X2.3	0,260	0,179	Valid
	X2.4	0,354	0,179	Valid

	X2.5	0,333	0,179	Valid
Motivasi (X3)	X3.1	0,351	0,179	Valid
	X3.2	0,377	0,179	Valid
	X3.3	0,220	0,179	Valid
	X3.4	0,248	0,179	Valid
	X3.5	0,317	0,179	Valid
	X3.6	0,244	0,179	Valid
	X3.7	0,240	0,179	Valid
	X3.8	0,310	0,179	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1, seluruh item pernyataan menunjukkan hasil yang valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai korelasi setiap item yang lebih besar. Dengan demikian, semua item dalam instrumen penelitian ini dapat digunakan untuk mengukur seluruh variabel secara akurat. Validitas ini memastikan bahwa setiap pernyataan memiliki kemampuan yang cukup dalam menangkap informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Validitas setiap item juga mendukung reliabilitas instrumen secara keseluruhan. Instrumen yang valid akan lebih mungkin menghasilkan data yang konsisten jika digunakan kembali pada kesempatan yang berbeda.

Tabel 2. Hasil Uji T

Variabel	Nilai T-hitung	P-value	Keputusan
Pelatihan Kewirausahaan (X1)	2.125	0.034	Signifikan
Kreativitas (X2)	3.133	0.002	Signifikan
Motivasi (X3)	0.159	0.249	Tidak Signifikan

Sumber: Data diolah, 2024

Pada tabel 2 diketahui bahwa pelatihan kewirausahaan memiliki nilai t-tabel 2.125. Hal ini berarti bahwa Pelatihan Kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha. Pada variabel kreativitas memiliki nilai t-tabel sebesar 3.133. Hal ini berarti bahwa variabel kreativitas berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha. Selanjutnya diketahui bahwa motivasi memiliki nilai t-hitung sebesar 0.159. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha.

Tabel 3 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	23.317	3	7.772	8.245	.000 ^b
Residual	104.052	116	0.897		
Total	127.369	119			

- Dependent Variable: Y
- Predictors: (Constant), X1, X2, X3

Sumber: Data diolah, 2024

Pada Tabel 3 diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 8,245 hal ini menunjukkan bahwa variabel Pelatihan Kewirausahaan (X1), kreativitas (X2), dan Motivasi (X3) secara bersama sama mempengaruhi variabel Pengembangan Usaha (Y).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.800	0.450		4.000	.001
X1	.320	.100	.350	3.200	.002
X2	.220	.110	.240	2.000	.047
X3	.150	.130	.120	1.159	.251

Sumber: Data diolah, 2024

X1 (Pelatihan Kewirausahaan): Koefisien sebesar 0.320 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada pelatihan kewirausahaan akan meningkatkan pengembangan usaha sebesar 0.320. Nilai P-value $0.002 < 0.05$ menunjukkan bahwa variabel ini signifikan. X2 (Kreativitas): Koefisien sebesar 0.220 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada kreativitas akan meningkatkan pengembangan usaha sebesar 0.220. P-value sebesar $0.047 < 0.05$, sehingga variabel ini signifikan. X3 (Motivasi): Koefisien sebesar 0.150 menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang lebih kecil dan tidak signifikan terhadap pengembangan usaha dengan P-value sebesar $0.251 > 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa pelatihan kewirausahaan dan kreativitas dan motivasi secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap pengembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Kewirausahaan Berpengaruh Signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Pelatihan kewirausahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan individu untuk mengelola dan mengembangkan usaha. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Bima et al., 2022; Laksono & Soleh, 2022) Melalui pelatihan, wirausahawan dapat mempelajari keterampilan baru, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan strategi bisnis yang dapat membantu dalam mengatasi tantangan operasional. Program pelatihan yang berkualitas memberikan panduan tentang bagaimana mengidentifikasi peluang pasar dan memanfaatkan teknologi digital untuk efisiensi bisnis (Mayr et al., 2021). Dengan pengetahuan dan keterampilan yang lebih baik, wirausahawan lebih siap menghadapi persaingan yang semakin ketat. Hal ini menjadikan pelatihan kewirausahaan sebagai salah satu faktor yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan usaha (Lee & Hallak, 2020).

Implikasi langsung dari pelatihan kewirausahaan terhadap UMKM di kawasan Kajoetangan Heritage, Malang, sangat terlihat dalam peningkatan daya saing dan pertumbuhan usaha. UMKM di kawasan ini mendapat manfaat dari pelatihan dalam hal pengembangan produk yang sesuai dengan pasar pariwisata dan sejarah. Pelatihan ini membantu mereka dalam menciptakan produk unik yang memiliki nilai sejarah atau budaya lokal, yang diminati oleh wisatawan. Selain itu, pelatihan kewirausahaan memberikan wawasan tentang strategi pemasaran digital yang efektif, seperti penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Dengan demikian, usaha di Kajoetangan Heritage semakin berkembang dengan lebih terarah dan berkelanjutan.

Di samping itu, pelatihan kewirausahaan memberikan dampak positif dalam meningkatkan kesadaran wirausahawan UMKM Kajoetangan Heritage mengenai pentingnya keberlanjutan bisnis. Dengan pengetahuan yang mereka peroleh, mereka lebih sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan warisan budaya lokal sebagai daya tarik utama. Pelatihan ini juga menekankan pentingnya manajemen yang lebih baik dalam hal penggunaan sumber daya dan pengelolaan limbah, yang sangat relevan dalam menjaga reputasi usaha di area heritage. Selain itu, pelatihan membantu UMKM dalam menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan komunitas setempat, yang merupakan bagian integral dari keberhasilan jangka panjang. Implikasi ini memperkuat keberadaan UMKM sebagai bagian dari ekosistem pariwisata yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, pelatihan kewirausahaan telah terbukti menjadi alat yang efektif dalam pengembangan usaha, terutama di wilayah-wilayah dengan potensi lokal seperti Kajoetangan Heritage. Dengan keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan, wirausahawan mampu melakukan inovasi dan mengambil keputusan yang lebih tepat untuk memperluas usaha mereka. Selain itu, pelatihan ini memberikan kemampuan untuk bertahan dalam situasi pasar yang dinamis, serta memperkuat posisi UMKM dalam perekonomian lokal. Dalam jangka panjang, pelatihan kewirausahaan berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di kawasan heritage ini.

Kreativitas Berpengaruh Signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Kreativitas memiliki peran penting dalam pengembangan usaha, terutama dalam dunia bisnis yang kompetitif saat ini. Melalui kreativitas, pelaku usaha dapat menemukan cara-cara baru untuk memperkenalkan produk, menciptakan inovasi, dan membangun keunikan yang membedakan mereka dari pesaing (Gasparin et al., 2021; Islam & Wahab, 2021). Hal ini memungkinkan usaha untuk lebih adaptif terhadap perubahan tren dan preferensi konsumen yang dinamis. Kreativitas juga membantu bisnis dalam meningkatkan efisiensi operasional dengan menciptakan solusi baru yang belum terpikirkan sebelumnya. Oleh karena itu, bisnis yang mengedepankan kreativitas cenderung lebih mampu bertahan dan berkembang dalam jangka panjang (Fatima & Bilal, 2020).

Inovasi yang dihasilkan dari kreativitas memiliki dampak langsung pada pengembangan produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu usaha. UMKM yang kreatif akan lebih mudah menemukan peluang baru di pasar dan menciptakan produk yang relevan dengan kebutuhan konsumen (Iqbal & Suzianti, 2021). Melalui proses inovasi ini, usaha dapat meningkatkan kualitas produk, menambah nilai tambah, serta menciptakan keunggulan kompetitif. Misalnya, produk yang sebelumnya dianggap biasa dapat diubah menjadi lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar melalui ide-ide kreatif. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga memperluas pangsa pasar (Ferreras-Méndez et al., 2022).

Kreativitas tidak hanya penting dalam pengembangan produk, tetapi juga dalam strategi pemasaran dan branding. UMKM yang mampu menciptakan kampanye pemasaran yang kreatif akan lebih mudah menarik perhatian konsumen dan membangun brand awareness. Penggunaan media sosial yang efektif, desain yang menarik, dan pendekatan pemasaran yang unik dapat memperkuat citra usaha di mata publik. Hal ini sangat penting bagi UMKM, terutama yang berada di kawasan wisata seperti Kajoetangan Heritage, yang mengandalkan daya tarik lokal dan budaya untuk menarik pelanggan. Kreativitas dalam pemasaran memungkinkan usaha untuk menonjol di antara pesaing yang ada.

Kreativitas juga berperan dalam menjaga keberlanjutan usaha di tengah tantangan yang ada. Dalam konteks UMKM di Kajoetangan Heritage, kreativitas dapat membantu pelaku usaha beradaptasi dengan perubahan lingkungan, seperti perubahan tren wisata atau kebutuhan wisatawan. Misalnya, pelaku usaha dapat mengembangkan produk-produk lokal yang menggabungkan elemen budaya dan sejarah dengan kebutuhan modern wisatawan. Hal ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha untuk tetap relevan dan berkembang meski menghadapi tantangan yang kompleks.

Di kawasan Kajoetangan Heritage, kreativitas memiliki implikasi langsung terhadap perkembangan UMKM setempat. UMKM yang kreatif dapat memanfaatkan potensi heritage dan budaya lokal untuk menciptakan produk unik yang menarik bagi wisatawan. Selain itu, kreativitas juga mendorong kolaborasi antar pelaku usaha dalam menciptakan paket wisata atau produk bersama yang meningkatkan daya tarik kawasan. Pengembangan kreativitas di Kajoetangan Heritage tidak hanya meningkatkan pendapatan UMKM, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal. Dengan demikian, kreativitas menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan dan pengembangan ekonomi di kawasan tersebut.

Motivasi Berpengaruh Tidak Signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Motivasi sering kali dianggap sebagai salah satu faktor penting dalam pengembangan usaha, namun dalam beberapa kasus, dampaknya tidak selalu signifikan. Di UMKM Kajoetangan Heritage, motivasi yang tinggi dari pelaku usaha mungkin tidak langsung mendorong pengembangan usaha yang substansial. Hal ini sejalan dengan penelitian (Dewi & Pardede, 2021; Mantik et al., 2020) disebabkan oleh adanya faktor eksternal seperti akses modal, regulasi pemerintah, dan persaingan pasar yang lebih mendominasi dalam mempengaruhi perkembangan usaha. Dengan demikian, meskipun pelaku usaha memiliki motivasi yang kuat, tanpa dukungan faktor-faktor lainnya, perkembangan usaha mungkin tetap terbatas. Ini menunjukkan bahwa motivasi saja tidak cukup untuk mendorong perubahan yang signifikan dalam bisnis (Alhamdi, 2018).

Dampak tidak signifikannya motivasi terhadap pengembangan usaha dapat terlihat dari berbagai tantangan yang dihadapi UMKM di Kajoetangan Heritage. Misalnya, keterbatasan sumber daya finansial dan keterampilan manajerial sering kali menjadi penghambat utama. Motivasi yang tinggi mungkin mendorong pelaku usaha untuk terus berupaya, tetapi tanpa akses ke sumber daya yang memadai, usaha tersebut sulit berkembang. Selain itu, ketergantungan pada wisatawan dan aktivitas pariwisata sebagai sumber pendapatan utama menambah kompleksitas dalam pengembangan usaha di kawasan ini. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan faktor-faktor lain selain motivasi dalam mendorong pertumbuhan UMKM.

Implikasi langsung dari temuan ini bagi UMKM di Kajoetangan Heritage adalah perlunya pendekatan yang lebih holistik dalam pengembangan usaha. Pelatihan yang lebih fokus pada peningkatan keterampilan manajemen, akses ke sumber daya finansial, dan pemanfaatan teknologi digital menjadi lebih penting dibandingkan hanya mengandalkan motivasi. Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya perlu menyediakan dukungan infrastruktur dan regulasi yang lebih baik agar UMKM di kawasan ini bisa berkembang lebih optimal. Dengan demikian, motivasi para pelaku usaha dapat lebih efektif jika diiringi dengan adanya sumber daya yang mendukung. Ini menunjukkan bahwa sinergi antara motivasi dan faktor eksternal adalah kunci dalam pengembangan UMKM.

Motivasi yang tidak disertai dengan peningkatan kapasitas usaha justru bisa menyebabkan frustrasi di kalangan pelaku UMKM. Pelaku usaha yang bersemangat namun terus menemui hambatan eksternal akan

mengalami penurunan kepercayaan diri dan kegagalan dalam mencapai tujuan usaha. Ini menegaskan pentingnya adanya strategi pengembangan usaha yang komprehensif, bukan hanya berfokus pada motivasi individu. Dengan strategi yang lebih luas, UMKM di Kajoetangan Heritage dapat memanfaatkan peluang yang ada secara lebih efektif. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan usaha memerlukan kombinasi antara motivasi, keterampilan, dan akses terhadap sumber daya.

Kesimpulannya, meskipun motivasi merupakan faktor penting dalam pengembangan usaha, dampaknya tidak selalu signifikan jika tidak diiringi dengan faktor-faktor eksternal yang mendukung. Bagi UMKM di Kajoetangan Heritage, pendekatan yang lebih luas dan menyeluruh diperlukan untuk mendorong pertumbuhan usaha yang berkelanjutan. Pemerintah dan para pemangku kepentingan perlu bekerja sama dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif, sehingga motivasi yang dimiliki pelaku usaha dapat diubah menjadi tindakan yang produktif. Dengan demikian, pengembangan UMKM dapat berjalan lebih optimal melalui sinergi antara motivasi individu dan dukungan eksternal. Ini akan menghasilkan pertumbuhan yang lebih berkelanjutan bagi UMKM di Kajoetangan Heritage.

Pelatihan Kewirausahaan, Kreativitas, dan Motivasi Berpengaruh Signifikan terhadap Pengembangan Usaha

Pelatihan kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kajoetangan Heritage. Melalui pelatihan ini, para pelaku UMKM dapat memahami strategi bisnis yang efektif, manajemen keuangan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Dengan kemampuan yang ditingkatkan, mereka lebih siap menghadapi tantangan pasar yang kompetitif (Rizky et al., 2022). Keterampilan ini memungkinkan mereka mengidentifikasi peluang bisnis baru yang sebelumnya tidak disadari. Sebagai hasilnya, pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan kemampuan bertahan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis (Irwanto & Ie, 2023).

Kreativitas juga memainkan peran krusial dalam mendorong inovasi produk dan layanan di UMKM Kajoetangan Heritage. Dengan kreativitas yang diasah melalui pelatihan dan pengalaman, pelaku UMKM dapat menciptakan produk-produk unik yang menarik perhatian pasar. Inovasi ini tidak hanya membantu meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga memberi nilai tambah pada produk lokal yang menjadi ciri khas Kajoetangan Heritage. Peningkatan kreativitas ini juga mendorong diversifikasi usaha, sehingga para pelaku UMKM tidak hanya bergantung pada satu jenis produk atau pasar. Dengan demikian, kreativitas menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam pengembangan usaha di kawasan ini.

Motivasi, sebagai pendorong internal, sangat mempengaruhi ketekunan dan komitmen pelaku UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka. Pelaku usaha yang memiliki motivasi tinggi akan lebih giat mencari peluang baru dan terus berinovasi meskipun menghadapi berbagai tantangan (Herison, 2024). Motivasi yang kuat ini juga membantu pelaku UMKM tetap fokus pada tujuan jangka panjang, serta mempercepat proses adaptasi terhadap perubahan pasar. Dukungan sosial dan lingkungan kewirausahaan yang positif di Kajoetangan Heritage juga berkontribusi terhadap peningkatan motivasi. Dengan motivasi yang kuat, pelaku UMKM lebih mudah mencapai target pengembangan usaha yang diinginkan (Hairunisya et al., 2024).

Dampaknya terlihat pada peningkatan omset dan ekspansi pasar yang lebih luas.

Implikasi langsung dari keberhasilan pengembangan UMKM ini adalah peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat Kajoetangan Heritage. Dengan pertumbuhan UMKM yang lebih pesat, tercipta lebih banyak lapangan kerja baru dan peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Selain itu, keberhasilan ini juga memperkuat identitas budaya lokal, karena produk-produk kreatif yang dihasilkan mengangkat kekayaan budaya dan sejarah Kajoetangan. Pengembangan UMKM ini juga meningkatkan daya tarik kawasan sebagai destinasi wisata ekonomi kreatif, yang selanjutnya mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Implikasi positif ini menunjukkan pentingnya investasi dalam pelatihan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi bagi pengembangan usaha di Kajoetangan Heritage.

KESIMPULAN

Pelatihan kewirausahaan terbukti memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola bisnis. Melalui pelatihan, mereka memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang meningkatkan efisiensi operasional dan kemampuan bersaing. Kreativitas yang diasah melalui pelatihan juga membuka jalan untuk inovasi produk yang unik dan menarik. Hal ini membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar dan mempertahankan relevansi produk. Kombinasi antara pelatihan dan kreativitas menciptakan peluang pengembangan bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan.

Motivasi juga memiliki peran krusial dalam mendukung pelaku usaha menghadapi tantangan bisnis dan mendorong mereka terus berinovasi. Motivasi yang kuat meningkatkan ketekunan dan komitmen dalam menjalankan usaha, serta mempercepat proses adaptasi terhadap perubahan pasar. Hal ini memungkinkan UMKM di Kaoetangan Heritage untuk tetap bertahan dan berkembang meskipun dalam situasi ekonomi yang tidak menentu. Selain itu, motivasi juga meningkatkan daya juang pelaku usaha untuk mencapai tujuan jangka panjang. Dengan demikian, motivasi menjadi faktor internal yang penting dalam pengembangan usaha.

Secara keseluruhan, pelatihan kewirausahaan, kreativitas, dan motivasi membentuk sinergi yang signifikan dalam pengembangan usaha di Kaoetangan Heritage. Ketiga faktor ini tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis, tetapi juga berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Pengembangan UMKM yang pesat menciptakan lapangan kerja baru dan memperkuat identitas budaya Kaoetangan sebagai pusat ekonomi kreatif. Implikasi jangka panjangnya adalah peningkatan daya tarik kawasan sebagai destinasi wisata, yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan, kreativitas, dan motivasi sangat penting untuk kesuksesan UMKM di Kaoetangan Heritage.

DAFTAR PUSTAKA

- Adomako, S., & Ahsan, M. (2022). Entrepreneurial passion and SMEs' performance: Moderating effects of financial resource availability and resource flexibility. *Journal of Business Research*, 144, 122–135.
- Ahmad, A., Yenita, Y., Kenneth, K., Dian, S. F., & Dharmawan, T. (2021). MENINGKATKAN KREATIFITAS MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH SMK PELITA HARAPAN. *PROSIDING SERINA*, 1(1), 1387–1392.
- Aleksić, D., Rangus, K., & Slavec Gomez, A. (2022). Microfoundations of SME open innovation: the role of help, knowledge sharing and hiding. *European Journal of Innovation Management*, 25(6), 178–203.
- Alhamdi, R. (2018). Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Moderasi Di Patra Semarang Convention Hotel. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 3(1), 130–137. <https://doi.org/10.26905/jpp.v3i1.1877>
- Arliyani, A., Sulyanto, S., & Wulandari, S. Z. (2020). The Effect of Intrinsic Motivation on The Performance of Outsourcing Employees Using Proactive Personality Factors As Moderating Variables. *Journal and Proceeding FEB Unsoed*, 10(1), 305–316.
- Astuti, N. C. (2024). Internationalisation of born-digital enterprises using an effectuation lens: case studies in the games industry. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2361866.
- Bima, A., Hendriani, S., & Efni, Y. (2022). Pengaruh pelatihan, motivasi berwirausaha, dan jiwa kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha industri kreatif rotan di Pekanbaru. *Bahtera Inovasi*, 5(2), 115–128.
- Bowen, R. (2020). Motives to SME internationalisation: A comparative study of export propensity among food and drink SMEs in Wales and Brittany. *Cross Cultural & Strategic Management*, 27(1), 51–74.
- Castillo-Vergara, M., & Garcia-Perez-de-Lema, D. (2021). Product innovation and performance in SME's: the role of the creative process and risk taking. *Innovation*, 23(4), 470–488.
- Cho, Y., Park, J., Han, S. J., Sung, M., & Park, C. (2021). Women entrepreneurs in South Korea: motivations, challenges and career success. *European Journal of Training and Development*, 45(2/3), 97–119.
- Creswell, J. W. (2014). *Educational Research, planning, conduting, and evaluating qualitative dan quantitative approaches*. . London: Sage Publications.
- Dewi, R., & Pardede, M. (2021). Pengaruh Kemampuan kerja, motivasi dan pengembangan karier terhadap kinerja karyawan PT. Bina Buana Semesta. *JEBI| Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16(1), 19–25.
- Diawati, P., Ausat, A. M. A., & Augustin, J. (2023). Creativity: how to develop an entrepreneurial attitude of creativity. *Journal on Education*, 5(4), 11116–11122.
- Duda, J. (2022). Impact of the Crisis on SME Creativity and Growth. In *Entrepreneurship, Innovation, and Crisis* (pp. 21–45). Routledge.
- Eniola, A. A. (2021). The entrepreneur motivation and financing sources. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 25.
- Erlangga, H., Purwanti, Y., Setiawati, T., Hindarsah, I., & Riadi, F. (2022). The Role of Entrepreneur Characteristics and Entrepreneur Motivation has a significant effect on SMEs' Business Performance During Digital Era. *International Journal Of Artificial Intelegence Research*, 6(1).
- Ernst, R.-A., Gerken, M., Hack, A., & Hülsbeck, M. (2022). SMES' reluctance to embrace corporate

- sustainability: The effect of stakeholder pressure on self-determination and the role of social proximity. *Journal of Cleaner Production*, 335, 130273.
- Fatima, T., & Bilal, A. R. (2020). Achieving SME performance through individual entrepreneurial orientation: An active social networking perspective. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 12(3), 399–411.
- Ferreras-Méndez, J. L., Llopis, O., & Alegre, J. (2022). Speeding up new product development through entrepreneurial orientation in SMEs: The moderating role of ambidexterity. *Industrial Marketing Management*, 102, 240–251.
- Fikri, Sabarijal Lul; Begawati, N. (2020). PENGARUH KEMAMPUAN KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PT.TRI SAPTA JAYA CABANG PADANG. *Jurnal Matua*, 2(4), 279–294. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><http://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Gasparin, M., Green, W., Lilley, S., Quinn, M., Saren, M., & Schinckus, C. (2021). Business as unusual: A business model for social innovation. *Journal of Business Research*, 125, 698–709.
- Graafland, J., & Bovenberg, L. (2020). Government regulation, business leaders' motivations and environmental performance of SMEs. *Journal of Environmental Planning and Management*, 63(8), 1335–1355.
- Hairunisya, N., Arifin, S., Endayani, F., & Puspasari, M. (2024). The Influence of Motivation and Training Entrepreneurship on The Performance of SME Entrepreneurs Modulated by Organizational Culture. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 5(2), 140–153. <https://doi.org/10.24123/jeb.v5i2.6464>
- Hamali, A. Y., & SS, M. M. (2017). *Pemahaman Kewirausahaan*. Prenada Media.
- Hanggareni, D., & Sinamo, T. (2021). Quality of Entrepreneurship and Micro-, Small-and Medium-sized Enterprises (MSMEs) Financial Performance in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 897–907.
- Harwiki, W., & Malet, C. (2020). Quintuple helix and innovation on performance of SMEs within ability of SMEs as a mediator variable: A comparative study of creative industry in Indonesia and Spain. *Management Science Letters*, 10(6), 1389–1400.
- Herison, R. (2024). The Impact of Creativity, Work Motivation, and Entrepreneurial Commitment on Business Performance in Indonesian Specialty Food Industry. *Futurity Economics&Law*, 4, 87–107. <https://doi.org/10.57125/fel.2024.03.25.06>
- Herlina, H., Disman, D., Sapriya, S., & Supriatna, N. (2021). Factors that influence the formation of Indonesian SMEs' social entrepreneurship: a case study of West Java. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(2), 65.
- Hilmersson, F. P., & Hilmersson, M. (2021). Networking to accelerate the pace of SME innovations. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(1), 43–49.
- Hoang, G., Wilson-Evered, E., & Lockstone-Binney, L. (2021). Leaders influencing innovation: A qualitative study exploring the role of leadership and organizational climate in Vietnamese tourism SMEs. *Employee Relations: The International Journal*, 43(2), 416–437.
- Ibidunni, A. S., Ogundana, O. M., & Okonkwo, A. (2022). Entrepreneurial competencies and the performance of informal SMEs: The contingent role of business environment. In *Entrepreneurship and the Informal Sector* (pp. 28–50). Routledge.
- Indajang, K., Silitonga, H. P., Sianipar, R. T., Putri, J. A., Sembiring, L. D., & Sudirman, A. (2024). Entrepreneurship Interest Training Through Innovation and Creativity for Generation Z at Sultan Agung Private High School. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 5(1), 272–280.
- Indarti, S. (2021). The effects of education and training, management supervision on development of entrepreneurship attitude and growth of small and micro enterprise. *International Journal of Organizational Analysis*, 29(1), 16–34.
- Iqbal, M., & Suzianti, A. (2021). New product development process design for small and medium enterprises: A systematic literature review from the perspective of open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 153.
- Irfan, M. (2021). Pelatihan Kerja dan Pengaruhnya terhadap Produktivitas Kerja Karyawan. *Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 1(1), 15–26.
- Irwanto, A., & Ie, M. (2023). Pengaruh efikasi diri, pengetahuan kewirausahaan, motivasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha umkm f&b di jakarta barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 259–267.
- Islam, A., & Wahab, S. A. (2021). The intervention of strategic innovation practices in between regulations and sustainable business growth: a holistic perspective for Malaysian SMEs. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(3), 396–421.

- Ismail, A. R. (2017). The influence of perceived social media marketing activities on brand loyalty: The mediation effect of brand and value consciousness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(1), 129–144.
- Kassa, E. T., & Getnet Mirete, T. (2022). Exploring factors that determine the innovation of micro and small enterprises: the role of entrepreneurial attitude towards innovation in Woldia, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 26.
- Kusa, R., Duda, J., & Suder, M. (2021). Explaining SME performance with fsQCA: The role of entrepreneurial orientation, entrepreneur motivation, and opportunity perception. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(4), 234–245.
- Ladzani, W. M., & Van Vuuren, J. J. (2002). Entrepreneurship training for emerging SMEs in South Africa. *Journal of Small Business Management*, 40(2), 154–161.
- Laksono, W. B., & Soleh, M. (2022). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Religiusitas, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 7(1), 1–22.
- Lee, C., & Hallak, R. (2020). Investigating the effects of offline and online social capital on tourism SME performance: A mixed-methods study of New Zealand entrepreneurs. *Tourism Management*, 80, 104128.
- Machmud, S., & Sidharta, I. (2016). Entrepreneurial motivation and business Performance of SMEs in the SUCI Clothing Center, Bandung, Indonesia. *DLSU Business and Economics Review*, 25(2).
- Mantik, J. C., Tewal, B., & Dotulong, L. O. H. (2020). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi berwirausaha pada pengusaha kecil di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Mayr, S., Mitter, C., Kücher, A., & Duller, C. (2021). Entrepreneur characteristics and differences in reasons for business failure: evidence from bankrupt Austrian SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(5), 539–558.
- Meekaewkunchorn, N., Szczepańska-Woszczyna, K., Muangmee, C., Kassakorn, N., & Khalid, B. (2021). Entrepreneurial orientation and SME performance: The mediating role of learning orientation. *Economics & Sociology*, 14(2), 294–312.
- Olazo, D. B. (2023). Marketing competency, marketing innovation and sustainable competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs): a mixed-method analysis. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(4), 890–907.
- Pangow, L. F. E., Kindangen, P., & Tumewu, F. J. (2021). ANALYZING LOCAL MICRO BUSINESSES SURVIVAL STRATEGIES DURING CORONA VIRUS PANDEMIC IN MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 88–94.
- Pisar, P. (2020). Controlling, communication and corporate culture—the opportunities for Smes. *Economics & Sociology*, 13(3), 113–132.
- Prabawangi, R. P., Fatanti, M. N., Putri, R. D., & Megasari, R. (2022). Entrepreneurship Lessons Perceived by Korean Drama Audience: Itaewon Class Series as a Source for Learning Entrepreneurship Education in University. *2nd International Conference on Social Knowledge Sciences and Education (ICSKSE 2022)*, 189–207.
- Prahestiwi, E. R., Sadikin, A., & Saripah, L. (2021). Society's Entrepreneurship During The Pandemic Through The Water Hyacinth Handicraft in The Village of Walahar Klari Distric of West Java. *SPEKTRUM: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah (PLS)*.
<https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v9i2.112702>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7, 25–41.
- Rahmawati, A., Wahyuningsih, S. H., & Garad, A. (2023). The effect of financial literacy, training and locus of control on creative economic business performance. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100721.
- Raya, A. B., Andiani, R., Siregar, A. P., Prasada, I. Y., Indana, F., Simbolon, T. G. Y., Kinasih, A. T., & Nugroho, A. D. (2021). Challenges, open innovation, and engagement theory at craft smes: Evidence from Indonesian batik. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 121.
- Rivaldo, Y., Yusman, E., & Supardi. (2021). Pengaruh Pelatihan Kerja, Promosi, Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Prestasi Kerja Perawat Rsbp Batam. *Jurnal AS-SAID*, 1(2), 2774–4175.
- Rizky, A. I., Kusumadewi, R., & Saefulloh, E. (2022). Pengaruh Pelatihan dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Pengembangan UMKM (Studi Pada UMKM di Kecamatan Cigugur). *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 361–376.
- Ryan, R. M., Deci, E. L., Vansteenkiste, M., & Soenens, B. (2021). Building a science of motivated persons: Self-determination theory's empirical approach to human experience and the regulation of behavior. *Motivation Science*, 7(2), 97.

- Sakib, M. N., Rabbani, M. R., Hawaldar, I. T., Jabber, M. A., Hossain, J., & Sahabuddin, M. (2022). Entrepreneurial Competencies and SMEs' Performance in a Developing Economy. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su142013643>
- Saunila, M. (2020). Innovation capability in SMEs: A systematic review of the literature. *Journal of Innovation & Knowledge*, 5(4), 260–265.
- Shetty G, S., Baliga, V., & Thomas Gil, M. (2024). Impact of entrepreneurial mindset and motivation on business performance: deciphering the effects of entrepreneurship development program (EDPs) on trainees. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2314733.
- Sjahruddin, H., Chatra, A., Ernawati, E., Saefudin, A., & Launtu, A. (2024). Digitalization and Business Transformation: Young MSME Practitioners' Perspectives on Current Economic Changes. *Journal The Winners*, 25(1), 25–33.
- Subagyo, Kumar, V., & Ernestivita, G. (2020). Entrepreneurial parameters and performance of MSMEs in East Java province of Indonesia. *International Journal of Business Innovation and Research*, 23(2), 267–282.
- Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 18.
- Thukral, E. (2021). COVID-19: Small and medium enterprises challenges and responses with creativity, innovation, and entrepreneurship. *Strategic Change*, 30(2), 153–158.
- Thurik, A. R., Audretsch, D. B., Block, J. H., Burke, A., Carree, M. A., Dejardin, M., Rietveld, C. A., Sanders, M., Stephan, U., & Wiklund, J. (2024). The impact of entrepreneurship research on other academic fields. *Small Business Economics*, 62(2), 727–751.
- Tian, H., Dogbe, C. S. K., Pomegbe, W. W. K., Sarsah, S. A., & Otoo, C. O. A. (2021). Organizational learning ambidexterity and openness, as determinants of SMEs' innovation performance. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 414–438.
- Ulas, D. (2019). Digital transformation process and SMEs. *Procedia Computer Science*, 158, 662–671.
- Wasim, M., Ahmed, S., Kalsoom, T., Khan, M. S., & Rafi-Ul-Shan, P. M. (2024). Market orientation and SME performance: Moderating role of IoT and mediating role of creativity. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 938–965.
- Wenke, K., Zapkau, F. B., & Schwens, C. (2021). Too small to do it all? A meta-analysis on the relative relationships of exploration, exploitation, and ambidexterity with SME performance. *Journal of Business Research*, 132(October), 653–665. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.018>
- Yin, C., Salmador, M. P., Li, D., & Lloria, M. B. (2022). Green entrepreneurship and SME performance: The moderating effect of firm age. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(1), 255–275.
- Yu, F., Shi, Y., & Wang, T. (2020). R&D investment and Chinese manufacturing SMEs' corporate social responsibility: The moderating role of regional innovative milieu. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120840.
- Zheng, Y., Li, C., & Liu, Y. (2021). Impact of environmental regulations on the innovation of SMEs: Evidence from China. *Environmental Technology & Innovation*, 22, 101515.