

## Gambaran Kesiapan Berwirausaha Pada Pelaku UMKM Pasca Pandemi Covid-19

Fatwa Tentama<sup>1\*</sup>, Kurniawati Kurniawati<sup>2</sup>, Surahma Asti Mulasari<sup>3</sup>,  
Tri Wahyuni Sukei<sup>4</sup>, Sulistyawati Sulistyawati<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

<sup>3,4,5</sup>Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

E-mail korespondensi: <sup>1\*</sup>fatwa.tentama@psy.uad.ac.id

---

**Keywords:** *Covid-19, entrepreneurial readiness, medium enterprises, micro enterprises, small enterprises*

### Abstract

Low entrepreneurial readiness factors will be an obstacle for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in running their businesses sustainably. The purpose of the study was to determine the phenomenon of entrepreneurial readiness in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Ngalang Village after the Covid-19 Pandemic. The research method used a qualitative method with a phenomenological approach. The data collection method was taken by conducting semi-structured interviews. The research respondents amounted to 6 MSME actors who were selected using purposive sampling with the characteristics of being 20-40 years old, having a business that has been running for at least five years, affected by business during the Covid-19 pandemic for two years. This study uses content analysis techniques with the results showing that MSME actors who experience crisis, despair and experience bankruptcy until they almost close their businesses have now begun to have entrepreneurial readiness again. This can be seen from the respondents having aspects of entrepreneurial readiness, namely individual skills, fear of failure, social capital, and perception of opportunities. The findings of other aspects of respondents appear in the physical, mental, and spiritual preparation of individuals, personality preparation, preparation of personality development, preparation of business activities, and preparation of product marketing capabilities. MSME players have the ability to be ready for entrepreneurship after the Covid-19 Pandemic.

---

**Kata kunci:** *Covid-19, kesiapan berwirausaha, usaha kecil, usaha menengah, usaha mikro*

### Abstrak

Faktor kesiapan berwirausaha yang rendah akan menjadi penghambat bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan usahanya secara berkelanjutan. Tujuan penelitian untuk mengetahui fenomena kesiapan berwirausaha pada pelaku Usaha Mikro

Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Ngalang pasca Pandemi Covid-19. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode pengumpulan data diambil dengan melakukan wawancara semi-terstruktur. Responden penelitian berjumlah 6 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan *purposive sampling* dengan karakteristik berusia 20-40 tahun, memiliki usaha yang sudah berjalan minimal lima tahun, terdampak usaha saat pandemi Covid-19 selama dua tahun. Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengalami krisis, putus asa dan mengalami kebangkrutan hingga hampir tutup usahanya saat ini sudah mulai memiliki kesiapan berwirausaha kembali. Hal ini dapat dilihat dari responden memiliki aspek kesiapan berwirausaha yaitu keterampilan individu, ketakutan akan kegagalan, jaringan sosial, persepsi terhadap peluang. Temuan aspek lain pada responden tampak pada penyiapan fisik, mental, dan spiritual individu, penyiapan kepribadian, penyiapan perkembangan kepribadian, penyiapan kegiatan usaha, dan penyiapan kemampuan pemasaran produk. Pelaku UMKM memiliki kemampuan untuk siap berwirausaha pasca Pandemi Covid-19 ini.

---

**Sitasi:** Tentama, F., Kurniawati, K., Mulasari, S. A., Sukesi, T. W., & Sulistyawati, S. (2024). Gambaran Kesiapan Berwirausaha Pada Pelaku UMKM Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi : Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan*, 11(1), 87-108. <https://doi.org/10.35891/jip.v11i1.4364>

---

## Pendahuluan

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada perkembangan perekonomian di Indonesia memegang peranan penting, hal ini terlihat dengan kebangkitan ekonomi pasca krisis yang terjadi di tahun 1998, 2008 dan yang terakhir masa pandemik (Wareza, 2020). UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang mandiri dan berpotensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki keunggulan yaitu mampu beradaptasi dengan penurunan ekonomi, gesit dan faktor biaya operasional yang rendah dibandingkan pada tingkat industri pabrik (Chaturvedi & Karri, 2022). Tantangan terbesar dalam peningkatan kualitas wirausaha adalah bagaimana pelaku usaha memiliki kesiapan berwirausaha saat

menjalankan usahanya sehingga dapat berkembang dan mampu bertahan dalam dinamika ekonomi termasuk saat terjadinya krisis moneter (Ahmedova, 2015).

Kesiapan berwirausaha yang rendah akan menjadi penghambat bagi pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya secara berkelanjutan (Ratnawati & Hikmah, 2020). Para pelaku UMKM perlu mempersiapkan diri secara baik agar mampu menghadapi tuntutan perubahan pada pola konsumsi dan transformasi digital saat ini (Li dkk., 2018). Pelaku UMKM sebagai pilar perekonomian memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional maupun daerah. Keberadaan UMKM di pedesaan berperan dalam mengembangkan masyarakat menjadi masyarakat yang mandiri dan sejahtera dengan menggali segala potensi yang berpeluang sebagai usaha (Undari & Lubis, 2021). Upaya ini sebagai upaya langkah untuk membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan daerah.

Kesiapan berwirausaha diartikan sebagai kemampuan dan kemauan seseorang dalam menjalankan kegiatan berwirausaha yang ditandai dengan memiliki keterampilan individu, ketakutan akan kegagalan usaha, mampu membangun jaringan sosial sebagai modal sosial, dan memiliki persepsi terhadap peluang usaha (Schillo dkk., 2016). Kesiapan berwirausaha merupakan kemampuan individu untuk mengamati, menganalisis lingkungannya sehingga mampu menyalurkan potensi kreatif dan produktivitas melalui ide dan penciptaan produk (Ruiz dkk., 2016). Kemampuan ini dimaksudkan untuk mengeksplorasi peluang-peluang yang terdapat pada lingkungannya dengan menggunakan kemampuan wirausaha yang dimiliki untuk mewujudkan usaha baru sebagai tanda kesiapan berwirausaha (Olugbola, 2017).

Kesiapan berwirausaha menurut Schillo dkk., (2016) terdiri dari empat komponen yaitu: (1) *individual's skills*, merupakan keyakinan individu terhadap keterampilan yang dimiliki untuk secara efektif mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk menghasilkan produk; (2) *fear of failure* merupakan ketakutan yang dirasakan oleh individu terhadap kegagalan yang akan dialami dalam proses menciptakan dan melaksanakan usaha; (3) *social capital* merupakan sumber daya sosial yang dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru seperti relasi, kolaborasi usaha

dan informasi; dan (4) *perceived opportunity* merupakan kemampuan individu untuk mengidentifikasi peluang-peluang usaha yang ada di sekitarnya. Individu mampu menafsirkan peluang-peluang usaha yang ada dan dapat menginterpretasikan hingga dapat mewujudkan dalam bentuk produk usaha.

Berdasarkan data dinas koperasi dan UMKM Kabupaten Gunungkidul yang menunjukkan sebanyak 23.000 usaha mikro terdampak selama terjadinya pandemi Covid-19. Sebanyak lebih dari 60 persen dari jumlah usaha mikro yang terdampak menghentikan usahanya sementara waktu (Kurniawati & Suhendra, 2022). Pandemi covid-19 berdampak pada aspek produksi, pendapatan dan pemasaran bagi UMKM. Berdasarkan penelitian krisis ekonomi karena pandemi mempengaruhi aktifitas usaha masyarakat seperti ditemukannya tidak lebih dari 40 persen pelaku UMKM yang berani melakukan inovasi dan diversifikasi usaha, memanfaatkan jaringan sosial sebagai pemasaran (Wattimena dkk., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM masyarakat di Kabupaten Gunungkidul tidak siap menghadapi dinamika usaha yang penuh ketidakpastian. Pemerintah berupaya untuk membangkitkan kembali usaha masyarakat untuk perkuatan ekonomi dimulai dari tingkat keluarga hingga perekonomian desa.

Pandemi memberikan pengaruh pada hilangnya sumber pendapatan ekonomi keluarga karena dampak pemutusan hubungan kerja para kepala rumah tangga. Kondisi ini menjadi dorongan untuk membuka usaha pada skala mikro hingga medium dengan berbagai bidang untuk bertahan hidup. Peningkatan jumlah UMKM di kabupaten selain didorong oleh kebutuhan untuk mencukupi hidup saat pandemi juga seiring dengan upaya pemerintah mendorong perkembangan pariwisata bersinergi dengan perkembangan desa wisata (Aliyani Firdaus dkk., 2020). Namun peningkatan ini banyak mengalami hambatan terkait dengan fase awal yang harus dijalani agar menjadi suatu usaha yang berkelanjutan. Program pengembangan pariwisata di Kabupaten Gunungkidul berpengaruh pada meningkatnya tuntutan kualitas pengelolaan usaha menjadi UMKM naik kelas (Marlinah, 2020). Pengembangan yang masih konvensional saat ini sudah tidak sesuai dengan pola konsumsi masyarakat di era

saat ini. Pemerintah mendorong para pelaku usaha untuk siap bersaing tidak hanya pada pasar nasional tetapi mampu menembus pasar global dengan mengikuti akselerasi usaha baik secara personal, pengelolaan dan pemasaran.

Kesiapan berwirausaha merupakan hal penting untuk dimiliki pelaku usaha sehingga penting untuk dipelajari dan diteliti bukan hanya menggambarkan kemampuan dan kemauan para pengusaha dalam menghadapi dinamika usaha tetapi juga berdampak positif yaitu bagaimana mampu bertahan menghadapi ketidakpastian iklim ekonomi dan mengembangkan usahanya menjadi UMKM naik kelas. Pentingnya mengetahui gambaran kesiapan berwirausaha pada pelaku UMKM di Desa Ngalang, Kecamatan Gedangsari untuk mendukung sinergitas desa yang terdiri dari desa prima, desa budaya, desa preneur dan desa wisata. Kesiapan berwirausaha tinggi akan melahirkan pelaku UMKM yang kreatif, inovatif, terdigitalisasi Baluku dkk. (2018), berdaya saing tinggi sehingga tidak sekedar mampu menciptakan usaha baru, mempertahankan usaha namun juga mampu mengembangkan usahanya sehingga berdampak pada upaya membantu menekan pengangguran, mengentaskan kemiskinan serta meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat (Bosse dkk., 2023).

Desa Ngalang, Kecamatan Gedangsari merupakan salah satu desa unggulan Kabupaten Gunungkidul dengan potensi pengembangann wisata dan kegiatan industri rumah tangga. Ketersediaan bahan baku yang dapat diolah menjadi barang bernilai menjadi potensi yang dapat dikembangkan seiring dengan perkembangan sektor pariwisatanya. Sinergitas dalam pengembangan wilayah desa ini dijadikannya Desa Ngalang sebagai desa preneur dengan melibatkan paguyuban warga desa secara terpadu dan berkelanjutan dalam rangka menumbuhkan perekonomian pedesaan yang mandiri dan berkelanjutan. Pengembangan Desa Ngalang sebagai desa preneur mendukung program pemberdayaan Puncak 4G atau Gunung Gentong Gedangsari Gunungkidul.

Hasil wawancara terhadap pelaku UMKM di Desa Ngalang menunjukkan bahwa krisis ekonomi sepanjang pandemi dua tahun berdampak menurunnya pendapatan hingga 80 persen karena tidak adanya wisatawan berkunjung ke Kabupaten

Gunungkidul. Tekanan ekonomi banyak dirasakan pada keluarga karena dampak krisis ekonomi saat pandemi karena produktifitas usaha yang menurun dengan drastis. Para pelaku UMKM merasa putus asa dan pasrah atas kondisi usahanya yang semakin menurun pendapatannya. Para pelaku UMKM mengalami kebangkrutan dan terancam tutup usahanya. Meskipun terjadi kelesuan karena krisis ekonomi namun persaingan usaha tetap berlangsung, sehingga para pelaku UMKM ini merasa harus mampu segera menyesuaikan diri menghadapi tuntutan konsumen. Para pelaku UMKM harus menyiapkan diri untuk kembali siap berwirausaha pasca pandemi Covid-19 ini.

Kebaruan penelitian ini adalah penelitian kesiapan berwirausaha pada pelaku UMKM khususnya di daerah pedesaan yaitu Desa Ngalang, Kecamatan Gedangsari Gunungkidul. Potensi yang ada serta program pemberdayaan masyarakat dalam rangka mendukung pariwisata wilayah menjadikan sangat penting untuk mendorong kesiapan berwirausaha para pelaku UMKM sehingga dapat berkembang dan berdaya saing tidak hanya secara lokal namun mampu menembus pasaran global.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (*qualitative research method*) dengan pendekatan fenomenologi. Tujuan metode kualitatif (*qualitative method*) untuk mempelajari dan memaknai fenomena kesiapan berwirausaha pada pelaku UMKM dengan melihat informasi yang telah diberikan oleh informan kepada peneliti. Fenomenologi adalah suatu studi tentang pengalaman subjektif atau kesadaran perspektif pokok atau dari berbagai informan yang ditemui. Pendekatan fenomenologi pada penelitian ini yaitu mengumpulkan data dari subjek berupa wawancara, menganalisis makna berdasarkan pengalaman informan, menyajikan sebuah data, diolah dan dimaknai untuk mendapatkan hasil yang dapat dijelaskan secara universal (Creswell, 2014).

Penelitian ini melibatkan enam pelaku UMKM di Desa Ngalang, Gedangsari, Gunungkidul. Responden dipilih menggunakan *purposive sampling* dengan karakteristik pelaku UMKM Desa Ngalang, berusia 20-40 tahun, memiliki usaha yang sudah berjalan

minimal lima tahun, mengalami pandemi Covid-19 selama dua tahun dan mengalami kebangkrutan atau hampir tutup usahanya.

**Tabel 1.**

Identitas Subjek Pelaku UMKM di Desa Ngalang

Informan	1	2	3	4
Nama/inisial	Bapak SJ	Ibu K, Ibu W, dan Ibu SM	Bapak NS	Ibu SH
Nama UMKM	Karya Muda Handycraft	Eco Print	New Castello	Prima Rasa
Jenis UMKM	Bisnis Produk Kreatif	Bisnis Fashion	Bisnis Kuliner	Bisnis Kuliner

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara semi terstruktur menggunakan panduan wawancara yang disusun oleh peneliti. Panduan wawancara disusun berdasarkan aspek dari kesiapan berwirausaha yang merupakan teori dari Schillo dkk. (2016) yang meliputi: 1) keterampilan individu (*individual skills*), 2) ketakutan akan kegagalan (*fear of failure*), 3) jaringan sosial (*social capital*), dan 4) persepsi terhadap peluang (*perceived opportunity*). Sebagai pendukung wawancara, observasi subjek secara pasif dilakukan ketika melaksanakan wawancara. Peneliti juga membangun *rapport* dengan subjek sebelum memulai wawancara.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan strategi dalam menjaga tingkat kredibilitas penelitian dengan melakukan konfirmasi data dengan *member checking* pada subjek. Peneliti juga menggunakan *prolonged engagement* dari menghabiskan waktu yang cukup untuk memahami kesiapan berwirausaha pelaku UMKM sekaligus meningkatkan kredibilitas data yang dikumpulkan. Tahap terakhir dari pengumpulan data adalah melakukan diskusi bersama peneliti lain (*peer debriefing*) untuk meningkatkan akurasi penelitian.

Data yang dikumpulkan melalui wawancara kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*). Teknik analisis isi adalah teknik yang menekankan pada kata, arti, simbol, gambar, atau tema yang dihasilkan setelah hasil wawancara. Langkah-langkah dalam melakukan analisis berdasarkan teori Creswell,

(2014) menyebutkan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yang diolah menggunakan teknik analisis isi meliputi:

1. Mendeskripsikan pengalaman informan penelitian berkaitan dengan fenomena yang sedang diteliti,
2. Membuat daftar pertanyaan penting sesuai fenomena dan mengenai bagaimana informan mengalami fenomena tersebut berdasarkan hasil wawancara,
3. Membuat kelompok-kelompok pernyataan penting dan menjadikan informasi tersebut lebih luas, dikenal sebagai meaning unit,
4. Mendeskripsikan tentang apa dan bagaimana fenomena dialami oleh informan penelitian.

### **Hasil**

Berdasarkan hasil wawancara kepada enam responden, ditemukan bahwa kesiapan berwirausaha pelaku UMKM terbagi menjadi sembilan aspek yaitu keterampilan individu (*individual skills*), ketakutan akan kegagalan (*fear of failure*), jaringan sosial (*social capital*), persepsi terhadap peluang (*perceived opportunity*), penyiapan fisik, mental, dan spiritual individu, penyiapan kepribadian, penyiapan perkembangan kepribadian, penyiapan kegiatan usaha, dan penyiapan kemampuan pemasaran produk. Hasil tersebut akan dijelaskan berdasarkan analisis isi hasil wawancara sebagai berikut di bawah ini.

#### **Keterampilan Individu (*Individual Skills*)**

Keterampilan individu (*individual skills*) adalah keyakinan individu pada keterampilan yang dimiliki individu secara efektif mengatur dan melakukan tindakan dalam menghasilkan produk. Aspek ini dapat merefleksikan persepsi individu melakukan pekerjaan tertentu serta melakukan upaya mengevaluasi diri terhadap keterampilannya dan kontrol diri pada situasi tertentu. Berikut kutipan hasil wawancaranya. Seorang pengusaha memainkan peranan penting dalam kegiatan

ekonomi, menggunakan keterampilan dan inisiatifnya membawa ide dan mewujudkan menjadi produk yang disukai pasar (Donnellon dkk., 2014).

*"...saya masih muda itu mulai dari bikin patung dan topeng kayu ikut orang, terus coba usaha sendiri tapi pemasaran sulit, jadi saya coba yang daun-daun ini, ada buku, kotak tisu, mirror dan box sampah itu semua dari daun..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"...punya keterampilan dasar ke seni-seni handicraft gitu..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"...saat ini kemampuan kami masih mencukupi untuk produksi mulai dari desain, pemotivan kain hingga fiskasasi ..."* (Informan 2, Ecoprint).

*"...pengalaman dan keterampilan memasak saya pakai untuk mengolah ubi kuning di sekitar saya, menjadi kripik dan modivikasi beberapa varian makanan..."* (Informan 3, New Castello).

*"...dengan beberapa kali kursus dan mencoba mengembangkan sendiri resep dengan mencoba-coba muncul variasi pisang menjadi brownies..."* (Informan 4, Prima Rasa).

### **Takut akan Kegagalan (*Fear of Failure*)**

Ketakutan akan kegagalan (*fear of failure*) adalah ketakutan yang dirasakan individu terhadap suatu kegagalan yang akan dialami ketika proses membuat atau menciptakan saat menjalankan usaha. Perasaan takut gagal ini identik dengan perasaan takut kalah terhadap pengusaha lainnya sehingga mendorong upaya-upaya preventif dalam usaha dan mempersiapkan langkah penanganan saat capaian usaha tidak sesuai harapan (Morgan & Sisak, 2016). Aspek ini merefleksikan bahwa rasa takut dapat membuat individu mengantisipasi hal-hal negatif yang dapat menyebabkan kegagalan. Berikut kutipan hasil wawancaranya.

*"...saya paling menyiapkan desain-desain baru yang diminati konsumen milenial..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft)

*".....saat ini fokus menjual barang yang kami produksi dimana pembeli melihat langsung warna dan kualitas produk ecoprint yang sudah jadi..."* (Informan 2, Ecoprint).

*"...saat ini produksi menyesuaikan dengan kapasitas yang ada dengan pemasaran baik langsung maupun dengan toko online supaya perputaran barangnya cepat..."* (Informan 3, New Castello).

### **Jaringan Sosial (*Social Capital*)**

Jaringan sosial (*social capital*) adalah sumber daya sosial yang dilihat sebagai investasi untuk mendapatkan sumber daya baru seperti kerjasama usaha dan informasi, serta relasi usaha. Aspek ini merefleksikan hubungan sekumpulan individu yang menciptakan nilai dan memfasilitasi tindakan dalam suatu struktur sosial. Berikut kutipan wawancaranya.

*"...produk saya pasarkan melalui konsinasi trading di Jakarta supaya lebih menjangkau pasar yang lebih luas ..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"....pengenalan produk lewat ibu pembina yang rutin pertemuan dengan para pejabat daerah dan kunjungan tamu-tamu dari luar daerah ...."*(Informan 2, Ecoprint).

*"....dari pameran-pameran kuliner saya dapat kenalan, bisa langsung konsumen atau reseller yang bisa menambah peluang pemasaran lempeng sultan lebih luas..."* (Informan 3, New Castello).

*"...melalui merdia massa saya promosikan dan jual bisa langsung dengan konsumen dan reseller ..."* (Informan 4, Prima Rasa).

### **Persepsi terhadap Peluang (*Perceived Opportunity*)**

Persepsi terhadap peluang (*perceived opportunity*) adalah kemampuan individu dalam mengidentifikasi peluang usaha yang berada di lingkungan sekitarnya. Aspek ini merefleksikan individu yang mampu melihat peluang-peluang usaha dan menginterpretasikannya hingga dapat mengaplikasikan dalam bentuk produk usaha. Berikut kutipan wawancaranya.

*"...produk saya banyak disukai orang asing karena unik jenis barangnya sehingga saya coba untuk eksport melalui konsinasi trading tadi, bisa ribuan perbualannya..."*(Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"....banyak bahan yang bisa kami olah dari sekitar kami seperti aneka daun-daun yang menarik menjadi motif yang cantik dan disukai ibu-ibu pelanggan...."* (Informan 2, Ecoprint).

*"...harus tanggap keinginan konsumen, jadi ya selalu mencoba membuat varian baru yang belum ada sebelumnya ..."* (Informan 3, New Castello).

*"...mengolah jahe menjadi minuman yang siap seduh dan mudah dikirim kemanapun,, harganya juga lebih mahal dibandingkan dijual kiloan.. ...."* (Informan 4, Prima Rasa)

### **Penyiapan Fisik, Mental, dan Spiritual Individu**

Persiapan fisik, mental, dan spiritualitas adalah hal yang penting dalam mempersiapkan wirausaha. Ketika fisik, mental, dan spiritual individu telah siap, maka kesiapan berwirausaha akan terbentuk. Berikut kutipan wawancaranya.

*"...pasti butuh kondisi badan yang sehat terlebih saat musim liburan seperti lebaran produksi yang dilembur..."* (Informan 3, New Castello).

*"...ditengah usaha kadang ada hal yang dirasa tidak sesuai rencana atau bahkan gagal tetapi ya tetap harus jalan tidak boleh berhenti, siap ketemu kondisi yang kurang mengenakan juga ..."* (Informan 4, Prima Rasa).

*"...usaha tetap dikejar tapi rejeki dari hasil itu saya pasrah, semua sudah diatur ya tinggal menjalani dengan tidak mengeluh, alhamdulillah ada saja jalan untuk dapat tetap memproduksi bronis atau makanan lainnya..."* (Informan 4, Prima Rasa).

*"...wirausaha itu kan tidak pasti ya jam kerjanya, kadang harus lembur jika ada pesanan yang diluar kapasitas produksi supaya konsumen juga puas dengan hasil kita dan kami sudah biasa dengan orderan yang dadakan ..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

### **Penyiapan Kepribadian**

Seorang wirausahawan memerlukan kepribadian yang tangguh, tidak mudah menyerah, optimis, sehingga untuk berwirausaha akan lebih siap. Berikut kutipan wawancaranya.

*"...pandemi kemarin memang membuat usaha kami turun banyak omsetnya, tapi tetap kita coba tawarkan dari orang ke orang supaya laku dan tetap produksi..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"...ya perlu meng-upgrade alat dan keterampilan supaya tambah bagus teknik pewarnaannya, kemasannya menarik dan lebih banyak dikenal orang..."* (Informan 2, Ecoprint).

*"...kalau ini gagal saya mencoba membuat yang lain, bisa varian lain atau dengan bahan dasar lainnya, pernah bronis tidak laku lalu saya buat model panggang jadi lebih tahan dan dengan kemasan vakum lebih tahan lama untuk pengiriman yang jauh..."* (Informan 4, Prima Rasa).

### **Penyiapan Perkembangan Keterampilan**

Berwirausaha adalah suatu keterampilan yang secara tidak langsung terbentuk tanpa pengalaman dan perkembangan, sehingga dalam kesiapan berwirausaha dapat terbentuk. Para wirausahawan diharapkan bisa mempersiapkan keterampilan berwirausaha terlebih dulu. Berikut kutipan wawancaranya.

*"...ada pelatihan penjualan melalui media sosial, bikin brosurnya, bagaimana foto yang ditampilkan di IG gitu atau dengan penjualan online lainnya ..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"... pelatihan dari dinas industri dan beberapa dari praktisi bidang ecoprint menambah wawasan kita untuk desain, pewarnaan yang awet tidak luntur, cara-cara yang kita dapat dari pelatihan itu penting untuk produksi ecoprint..."* (Informan 2, Ecoprint).

*"...kami pernah diberi pelatihan untuk pengemasan yang menarik dan jadi oleh-oleh yang modern, sehingga tamu luar senang untuk membeli saat berkunjung ke Gunungkidul ..."* (Informan 3, New Castello).

*"... ada pelatihan dan pembinaan dari dinas yang nangani pangan, menjaga kualitas pangan supaya selama produksi higienis dan tahan sesuai standar kualitas pangan saat penjualan... .."* (Informan 4, Prima Rasa).

### **Penyiapan Kegiatan Usaha**

Kegiatan usaha yaitu pokok terpenting dari berwirausaha. Suatu kegiatan usaha yang terarah, matang, dan peka terhadap lingkup pasar yang menjadi komponen penting pada kesiapan berwirausaha. Berikut kutipan wawancaranya.

*"...meski tidak sangat komplit perlu ada rencana usaha saat mulai jadi ngerti kebutuhan bahan, peralatan produksi dan rencana penjualannya bagaimana ..sasaran konsumennya siapa saja..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*"...ada target untuk ikut pameran-pameran supaya kenal produk kami, pernah ikut pameran dinas di luar kota..."* (Informan 2, Ecoprint).

*"...awalnya hanya mengolah pisang jadi brownies, saya pikir pisang bisa diolah juga jadi kripik, dan kerupuk, tetap harus direncanakan untuk mengembangin varian produk si sehingga konsumen tidak bosan ..."* (Informan 4, Prima Rasa).

### **Penyiapan Kemampuan Pemasaran Produk**

Seorang wirausahawan dapat memasarkan produk-produknya dengan baik sehingga usaha tersebut dapat semakin maju dan berkembang ke level selanjutnya. Kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang pelaku usaha dalam dalam hal membentuk, membentuk ulang, mengkonfigurasi, dan mengkonfigurasi ulang kapabilitas kemampuan dalam memasarkan produk dan merespon perubahan lingkungan dengan baik (Arunachalam et al., 2018).

*"...ini penting strategi penjualan, tidak hanya produksi. Penjualan barang kerajinan semacam ini unik dan bisa juga custome sesuai permintaan konsumen..."* (Informan 1, Karya Muda Handycraft).

*“...kalau hanya menjual di sekitaran sini akan lama lakunya, produk kita titipkan ke pusat oleh-oleh, toko-toko yang banyak wisatawannya, juga mulai penjualan online pakai reseller mbak, perlu ada kemasan yang menarik dan brosur yang bisa dibawa tamu-tamu...”(Informan 3, New Castello).*

### **Diskusi**

Berdasarkan hasil wawancara kepada informan menunjukkan bahwa informan memiliki keyakinan terkait dengan keterampilan yang mendukung hasil produk usaha. Penelitian lain menjelaskan bahwa persepsi individu terhadap kemampuan dalam mengidentifikasi peluang usaha dan *self-efficacy* yang berhubungan dengan aktivitas berwirausaha memiliki hubungan positif dalam meningkatkan aktivitas berwirausaha (Wennberg dkk., 2013). Wirausahawan yang memiliki keyakinan akan kapasitasnya dalam menghasilkan produk usaha secara bertahap dapat mencapai ekspektasi kerja dan psikologis yang ideal, serta dapat meningkatkan kepuasan kerja (St-Jean & Mathieu, 2015). Individu dengan keterampilan yang tinggi lebih kompeten dalam bertindak sebagai peran wirausaha, yaitu mengumpulkan, mengintegrasikan, dan memanfaatkan informasi yang relevan (Barakat dkk., 2014). Individu yang memiliki keyakinan akan keterampilannya dapat melakukan secara efektif merekognisi lingkungan, kognisi psikologis, dan interaksi interpersonal yang dapat berkontribusi kepada tingginya kepuasan kerja (Wei dkk., 2020).

Informan menjelaskan bahwa ketakutan terhadap kegagalan usahanya yang dirasakan memunculkan kemampuan untuk mengantisipasi kemungkinan yang akan mengakibatkan kegagalan dalam usahanya. Ketakutan terhadap suatu kegagalan akan menjadi suatu hambatan bagi individu yang berwirausaha ((Shinnar dkk., 2012). Oleh karena itu sikap pantang menyerah serta mampu mengatasi permasalahan merupakan salah satu karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan (Kusworo & Putranto, 2018). Selain itu pandangan individu yang positif terhadap kegagalan yang dialami dalam menjalankan bisnis merupakan salah satu indikator sikap yang akan meningkatkan minat dalam berwirausaha (Cruz dkk., 2015). *Fear of failure* bagi pengusaha merupakan sebuah bentuk dukungan untuk menghindari kegagalan

terutama konsekuensi negatif seperti kehilangan kepercayaan diri, hilangnya pengaruh sosial dan kerugian yang dirasakan (Cacciotti dkk., 2016).

Jaringan sosial yang dimiliki para informan saat ini sangat beragam. Jaringan sosial dapat melihat adanya hubungan antar individu yang memiliki makna subjektif yang dihubungkan dan dikaitkan antar satu sama lainnya (Damsar, 2015). Jaringan sosial merupakan modal sosial yang dimiliki para pelaku UMKM di Desa Ngalang seperti keluarga, saudara, teman dan relasi yang memberikan kontribusi dalam kegiatan produksi dan pemasaran (Kabbaro dkk., 2014). Jaringan sosial juga merupakan hubungan interpersonal yang dikembangkan dari waktu ke waktu dan memberikan dasar pada kepercayaan kelompok, kerja sama, dan tindakan kolektif (Jacob, 2016). Ketika UMKM mampu untuk memanfaatkan jaringan sosial sebagai salah satu input dari UMKM maka akan berdampak positif terhadap perkembangan dari UMKM itu sendiri (Kim, 2018). Pengusaha yang memiliki banyak ikatan dan kemampuan untuk memobilisasi sumber daya dari relasi-relasi tersebut meningkatkan kinerja usaha yang dijalankan (Jonsson, 2015). Selain itu, seorang pengusaha harus terhubung dengan karyawan atau pelanggan untuk mendapatkan informasi dalam meningkatkan proses pelayanan dan produk yang dihasilkan (Gedik dkk., 2015).

Kemampuan yang dimiliki informan untuk melihat peluang di sekitarnya yaitu dengan memanfaatkan bahan-bahan yang ada di sekitar lingkungannya. Kemampuan untuk mengidentifikasi peluang merupakan hal yang penting dan diperlukan dalam berwirausaha (Kettunen dkk., 2013). Seseorang yang memiliki persepsi terhadap peluang yang tinggi akan mampu menggunakan mengembangkan keterampilannya untuk berinovasi mewujudkan ide-ide menjadi produk yang dibutuhkan konsumen (Raza dkk., 2019). Individu bisa memanfaatkan berbagai bahan yang ada disekitarnya untuk menciptakan bermacam-macam olahan dan kerajinan tangan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup (Nugraheni & Rahmatullah, 2021). Beberapa penelitian lain juga menyatakan bahwa dengan adanya persepsi terhadap peluang akan meningkatkan keinginan atau intensi untuk memulai suatu bisnis (Manolova dkk., 2019; Noguera dkk., 2013; Walker dkk., 2013).

Sikap mental yang tepat terhadap suatu pekerjaan sangat penting bagi wirausahawan, karena sikap mental yang positif akan merubah pekerjaan menjadi pekerjaan yang menarik dan memberikan kepuasan (Sari, 2013). Kesiapan mental akan meningkatkan kemampuan wirausahawan dalam pengembangan kepemimpinan, kemampuan menghadapi konsumen, menjalin kemitraan, bekerja sama dalam tim, negosiasi, dan mengatasi masalah (Borg & Johnston, 2013; Chin dkk., 2012). Kondisi pandemi ini memberikan implikasi berupa tekanan ekonomi keluarga. Kemampuan sebuah keluarga dalam menjaga ketahanan ekonominya seperti membuka usaha sendiri membutuhkan persiapan fisik, mental dan spiritual (Herawati dkk., 2017). Kesiapan spiritual dapat menjadikan wirausahawan memiliki sikap rendah hati, jujur, percaya dan menumbuhkan sifat mindfulness sehingga dengan adanya kesiapan spiritual dapat memberikan poin baik pada wirausahawan (Chin dkk., 2012). Dari dinamika yang muncul menunjukkan adanya komitmen pada pelaku UMKM desa Ngalang seperti jangka waktu berwirausaha yang terbilang lama, pelaku UMKM tetap menjalankan usahanya di tengah pandemi Covid-19 hingga sekarang ketika pandemi mulai menurun dan menuju *new normal*. Komitmen berwirausaha dijelaskan sebagai suatu dorongan yang kuat dalam menjalankan usaha dan komitmen wirausaha akan meningkatkan kinerja dari suatu usaha sehingga tujuan usaha dapat tercapai (Ambarwati & Fitriarsi, 2021). Komitmen berwirausaha yang muncul menjadi rangkuman dari adanya kesiapan fisik, mental dan spiritual dari pelaku UMKM di Desa Ngalang.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa subjek memiliki kepribadian yang tangguh, pantang menyerah dan optimis dengan usaha yang dijalannya. Individu wirausahawan pastinya pernah mengalami penurunan atau kegagalan dalam menjalankan bisnisnya, oleh karena itu sifat pantang menyerah dan semangat dalam menjalankan bisnis penting untuk dimiliki (Kusworo & Putranto, 2018). Penelitian lain menyebutkan bahwa kepribadian dapat memprediksi kesuksesan berwirausaha (Leutner dkk., 2014). Studi lainnya menyatakan bahwa wirausahawan memiliki sikap optimisme dan memiliki optimisme berlebih sebelum memulai usaha (Dawson dkk., 2014). Temuan lain juga menjelaskan bahwa resiliensi terdiri dari sikap *hardiness*,

*resourcefulness*, dan optimisme yang dapat memprediksi kesuksesan berwirausaha (Manzano-García & Ayala-Calvo, 2013).

Memiliki keterampilan dalam mendukung keinginan para informan dalam membuka usaha merupakan hal penting. Berdasarkan wawancara menunjukkan bahwa informan memiliki keinginan untuk mempersiapkan keterampilan dalam kegiatan berwirausaha. Keberhasilan usaha berhubungan dengan kemampuan pengusaha untuk mewujudkan dan mendistribusikan kekayaan, tetapi juga pada prosesnya, yang biasanya berkaitan dengan inovasi (Vala dkk., 2017). Keterampilan usaha menjadi perbincangan apakah kewirausahaan bisa dipahami sebagai sesuatu yang dapat diajarkan atau tidak (Pyysiäinen dkk., 2014). Sejalan dengan pendapat dari (Sutarna, 2016) keterampilan itu sendiri dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu keterampilan fisik dan keterampilan intelektual.

Para informan pelaku UMKM di Desa Ngalang memiliki cara tersendiri dalam menyiapkan kegiatan usaha mereka. Modal utama pelaku wirausaha dalam mempersiapkan kegiatan usahanya adalah dengan kreativitas, keuletan, semangat dan pantang menyerah (Alma, 2013). Individu yang merasa siap serta memiliki hal-hal yang diperlukan untuk usahanya akan cenderung memiliki pemikiran yang positif untuk menjadi pengusaha yang sukses (Abd. Samad dkk., 2019). Hasil wawancara dari para informan menunjukkan bahwa mereka sebagai pelaku UMKM memiliki inovasi dan persiapan yang berbeda-beda namun, menunjukkan adanya persiapan yang dilakukan oleh para pelaku UMKM.

Kegiatan yang dilakukan para informan untuk menjalankan usahanya yaitu merencanakan langkah dalam pemasaran produk usaha. Diketahui bahwa beberapa informan menunjukkan kemampuannya dalam memasarkan produk-produknya ke area yang luas. Salah satu kunci keberhasilan UMKM adalah adanya pasar yang jelas bagi produk UMKM (Julisar & Miranda, 2013). Kemampuan pemasaran merupakan salah satu faktor penting dalam membantu wirausahawan untuk meningkatkan kinerja usaha (Su dkk., 2013). Aspek pemasaran produk seperti kesadaran merek produk, komunikasi dari mulut ke mulut, citra merek dan juga lainnya. Hal ini dapat

memberikan dampak meningkatkan kinerja dan juga kondisi ekonomi (Wang & Kim, 2017).

### **Kesimpulan**

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengalami krisis, putus asa dan mengalami kebangkrutan hingga hampir tutup usahanya saat ini sudah mulai memiliki kesiapan berwirausaha kembali. Hal ini dapat dilihat dari responden memiliki aspek kesiapan berwirausaha yaitu keterampilan individu (*individual skills*), ketakutan akan kegagalan (*fear of failure*), jaringan sosial (*social capital*), persepsi terhadap peluang (*perceived opportunity*). Temuan aspek lain pada responden tampak pada penyiapan fisik, mental, dan spiritual individu, penyiapan kepribadian, penyiapan perkembangan kepribadian, penyiapan kegiatan usaha, dan penyiapan kemampuan pemasaran produk. Kesiapan berwirausaha pada pelaku UMKM di Desa Ngalang ditandai dengan adanya keyakinan dalam mengolah dan membuat usaha berdasarkan keterampilan yang dimiliki, mengantisipasi kegagalan usaha dengan menyusun perencanaan usaha yang matang dan dalam jangka panjang, bekerjasama dengan paguyuban guna mengenalkan produk dan pemasaran, membuat inovasi menggunakan bahan lokal guna meningkatkan harga jual.

Saran penelitian bahwa potensi yang dimiliki para pengusaha UMKM di Desa Ngalang dapat dikembangkan dengan keterlibatan stakeholder seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Gunungkidul dengan mengadakan pelatihan peningkatan skill atau keterampilan yang disesuaikan dengan kemajuan teknologi saat ini sehingga mampu mengembangkan pemasaran lebih luas. Para pengusaha UMKM dapat bergabung dengan asosiasi usaha yang ada di Kabupaten Gunungkidul untuk membangun jaringan yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan pemasaran, berkolaborasi dan bersinergi membangun inovasi usaha untuk bersama-sama memperkuat usaha yang sedang dibangun sehingga menjadi UMKM naik kelas. Kesiapan berwirausaha yang tinggi bagi pelaku UMKM di Desa Ngalang Gunungkidul menjadi bekal yang kokoh untuk menghadapi persaingan dan dinamika usaha.

## Referensi

- Abd. Samad, N., Ghazalan, M. S., Wan Ahmad, W. M. R., Ismail, A., Harun, H., Ismail, M. E., Amiruddin, M. H., & Razali, N. (2019). Level of readiness to become entrepreneurs among lifelong learning programmes participants in Malaysian Community Colleges. *Journal of Technical Education and Training*, 11(1), 143–150. <https://doi.org/10.30880/jtet.2019.11.01.018>
- Ahmedova, S. (2015). Factors for increasing the competitiveness of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Bulgaria. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1104–1112. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.155>
- Aliyani Firdaus, S., Fadilah Ilham, I., Putri Aqidah, L., Aliyani Firdaus, S., Agung Dwi Astuti, S., & Buchori, I. (2020). Strategi UMKM untuk meningkatkan perekonomian selama pandemi Covid-19 pada saat new normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.5.1.46-62>
- Ambarwati, T., & Fitriyari, F. (2021). Efikasi diri terhadap kinerja usaha dengan komitmen berwirausaha sebagai variabel mediasi pada UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1430–1439. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1430-1439>
- Arunachalam, S., Ramaswami, S. N., Herrmann, P., & Walker, D. (2018). Innovation pathway to profitability: the role of entrepreneurial orientation and marketing capabilities. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(4), 744–766. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0574-1>
- Baluku, M. M., Kikooma, J. F., Bantu, E., & Otto, K. (2018). Psychological capital and entrepreneurial outcomes: The moderating role of social competences of owners of micro-enterprises in East Africa. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1), 1–23.
- Barakat, S., Boddington, M., & Vyakarnam, S. (2014). Measuring entrepreneurial self-efficacy to understand the impact of creative activities for learning innovation. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 456–468. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.007>
- Borg, S. W., & Johnston, W. J. (2013). The IPS-EQ Model: Interpersonal Skills and Emotional Intelligence in a Sales Process. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 33(1), 39–51. <https://doi.org/10.2753/PSS0885-3134330104>
- Bosse, D. A., Harrison, J. S., Pollack, J. M., & Schrempf-Stirling, J. (2023). Entrepreneurial opportunities as responsibility. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(1), 3–16.

- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302–325. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.02.002>
- Chaturvedi, R., & Karri, A. (2022). Entrepreneurship in the times of pandemic: Barriers and strategies. *FIIB Business Review*, 11(1), 52–66. <https://doi.org/10.1177/23197145211043799>
- Chin, S. T. S., Raman, K., Yeow, J. A., & Eze, U. C. (2012). Relationship between emotional intelligence and spiritual intelligence in nurturing creativity and innovation among successful entrepreneurs: A conceptual framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 57, 261–267. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1184>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications.
- Cruz, L. D., Suprpti, N. W. S., & Yasa, N. Y. K. (2015). Aplikasi theory of planned behavior dalam membangkitkan niat berwirausaha bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Unpaz, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(12), 895–920.
- Damsar. (2015). *Pengantar sosiologi ekonomi*. Prenada Media Group.
- Dawson, C., de Meza, D., Henley, A., & Arabsheibani, G. R. (2014). Entrepreneurship: Cause and consequence of financial optimism. *Journal of Economics & Management Strategy*, 23(4), 717–742. <https://doi.org/10.1111/jems.12076>
- Donnellon, A., Ollila, S., & Williams Middleton, K. (2014). Constructing entrepreneurial identity in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 490–499. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2014.05.004>
- Gedik, Ş., Miman, M., & Kesici, M. S. (2015). Characteristics and attitudes of entrepreneurs towards entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1087–1096. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.153>
- Herawati, T., Tyas, F. P. S., & Trijayanti, L. (2017). Tekanan ekonomi, strategi koping, dan ketahanan keluarga yang menikah usia muda. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 10(3), 181–191. <https://doi.org/10.24156/jikk.2017.10.3.181>
- Jacob, J. (2016). *The death and life of great American cities*. Vintage.
- Jonsson, S. (2015). Entrepreneurs' network evolution – the relevance of cognitive social capital. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(2), 197–223. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-09-2013-0147>

- Julisar, J., & Miranda, E. (2013). Pemakaian e-commerce untuk usaha kecil dan menengah guna meningkatkan daya saing. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 4(2), 638. <https://doi.org/10.21512/comtech.v4i2.2486>
- Kabbaro, H., Hartoyo, H., & Yuliati, L. N. (2014). Modal sosial, strategi koping ekonomi, dan kesejahteraan objektif keluarga dengan perempuan sebagai kepala keluarga. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 7(3), 164–173. <https://doi.org/10.24156/jikk.2014.7.3.164>
- Kettunen, J., Kairisto-Mertanen, L., & Penttilä, T. (2013). Innovation pedagogy and desired learning outcomes in higher education. *On the Horizon*, 21(4), 333–342. <https://doi.org/10.1108/OTH-08-2011-0024>
- Kim, H.-Y. (2018). Effects of social capital on collective action for community development. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 46(6), 1011–1028. <https://doi.org/10.2224/sbp.7082>
- Kurniawati, I., & Suhendra, B. (2022). Signifikansi perbedaan produktivitas, omzet dan pemanfaatan digital marketing pada anggota Ikatan Wanita Pengusaha di Daerah Istimewa Yogyakarta, sebelum dan saat pandemi Covid 19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(3), 755–768. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i3.746>
- Kusworo, K., & Putranto, I. (2018). Analisis paradigma mahasiswa terhadap kewirausahaan. *EDUKA: Jurnal Pendidikan, Hukum, Dan Bisnis*, 3(2). <https://doi.org/10.32493/eduka.v3i2.3810>
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58–63. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Li, L., Su, F., Zhang, W., & Mao, J. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: A capability perspective. *Information Systems Journal*, 28(6), 1129–1157. <https://doi.org/10.1111/isj.12153>
- Manolova, T. S., Edelman, L. F., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2019). Youth entrepreneurship in emerging economies: can family support help navigate institutional voids? *Journal of East-West Business*, 25(4), 363–395. <https://doi.org/10.1080/10669868.2019.1624672>
- Manzano-García, G., & Ayala-Calvo, J. C. (2013). Psychometric properties of Connor-Davidson Resilience Scale in a Spanish sample of entrepreneurs. *Psicothema*, 25(2), 245–251.

- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118–124.
- Morgan, J., & Sisak, D. (2016). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 1–21. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.09.002>
- Noguera, M., Alvarez, C., & Urbano, D. (2013). Socio-cultural factors and female entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(2), 183–197. <https://doi.org/10.1007/s11365-013-0251-x>
- Nugraheni, E. Y., & Rahmatullah, M. (2021). Peningkatan literasi digital dan novasi produk sasirangan bagi ibu-ibu rumah tangga untuk meningkatkan perekonomian keluarga di masa pandemi covid 19. *Bakti Banua : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.35130/bbjm.v2i1.201>
- Olugbola, S. A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation & Knowledge*, 2(3), 155–171. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>
- Pyysiäinen, J., Anderson, A., McElwee, G., & Vesala, K. (2014). Developing the entrepreneurial skills of farmers: some myths explored. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(1), 21–39. <https://doi.org/10.1108/13552550610644463>
- Ratnawati, A. T., & Hikmah, H. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM (Studi kasus UKM di Kabupaten dan Kota Semarang). *Serat Acitya*, 2(1), 102–114.
- Raza, A., Muffatto, M., & Saeed, S. (2019). The influence of formal institutions on the relationship between entrepreneurial readiness and entrepreneurial behaviour. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(1), 133–157. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2018-0014>
- Ruiz, J., Soriano, D. R., & Coduras, A. (2016). Challenges in measuring readiness for entrepreneurship. *Management Decision*, 54(5), 1022–1046. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2014-0493>
- Sari, A. S. (2013). Kesiapan berwirausaha pada siswa SMK kompetensi keahlian jasa boga. *Jurnal Pendidikan Vokasi*, 2(2). <https://doi.org/10.21831/jpv.v2i2.1025>
- Schillo, R. S., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46(4), 619–637. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9709-x>

- Shinnar, R. S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). Entrepreneurial perceptions and intention: The role of gender and culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 465–493. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00509.x>
- St-Jean, É., & Mathieu, C. (2015). Developing attitudes toward an entrepreneurial career through mentoring. *Journal of Career Development*, 42(4), 325–338. <https://doi.org/10.1177/0894845314568190>
- Sutarna, N. (2016). Penerapan metode penugasan untuk meningkatkan kemampuan memahami peta pada siswa sekolah dasar. *Jurnal Geografis Gea*, 16(4), 34–43.
- Undari, W., & Lubis, A. S. (2021). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 32–38. <https://doi.org/10.32696/jp2sh.v6i1.702>
- Vala, L., Pereira, R., & Caetano, I. (2017). Innovation management processes and routines for business success and value creation. *Management Studies*, 5(5). <https://doi.org/10.17265/2328-2185/2017.05.011>
- Walker, J. K., Jeger, M., & Kopecki, D. (2013). The role of perceived abilities, subjective norm, and intentions in entrepreneurial activity. *The Journal of Entrepreneurship*, 22(2), 181–202. <https://doi.org/10.1177/0971355713490621>
- Wang, Z., & Kim, H. G. (2017). Can social media marketing improve customer relationship capabilities and firm performance? Dynamic capability perspective. *Journal of Interactive Marketing*, 39, 15–26. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2017.02.004>
- Wattimena, Z., Septiyanti, M., & Mutiarin, D. (2021). Inovasi kebijakan pemerintah Daerah DIY dalam membangun ketahanan pangan di era pandemi Covid-19. *Matra Pembaruan*, 5(2), 127–139. <https://doi.org/10.21787/mp.5.2.2021.127-139>
- Wei, J., Chen, Y., Zhang, Y., & Zhang, J. (2020). How does entrepreneurial self-efficacy influence innovation behavior? Exploring the mechanism of job satisfaction and Zhongyong thinking. *Frontiers in Psychology*, 11(708), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00708>
- Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(9–10), 756–780. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.862975>