

WIRAUSAHA KULINER BERORIENTASI HIJAU DI KALANGAN WANITA WIRAUSAHA YANG MEMILIKI TEKAD DAN KETAHANAN BERBISNIS

(GREEN-ORIENTED CULINARY ENTREPRENEURSHIP AMONG WOMEN ENTREPRENEURS WITH DETERMINATION AND BUSINESS RESILIENCE)

Vera Firdaus*, Muhammad Yani, Cinta Finada, Eka Robi'atul Al Adawiyah
Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia
Email: verafirdaus@umsida.ac.id

Abstrak

Perempuan berbisnis kuliner tradisional yang memiliki willpower dan resiliensi akan mampu mempertahankan bisnis kuliner. Inovasi yang dilakukan dengan memperhatikan kepedulian pada kelestarian lingkungan. Isu pemberdayaan perempuan sebagai entrepreneur serta upaya *green-oriented culinary* menjadi bagian penting yang tertuang pada *Sustainable Development Goals* (SDGs). Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan kontribusi inspiratif tentang *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation* dengan memperhatikan faktor willpower, resiliensi dalam berbisnis, serta *cultural awareness*. Urgensi penelitian memberikan jawaban pentingnya *cultural awareness* dalam penguatan wirausaha kuliner dengan orientasi hijau. Penelitian ini memberikan novelty berupa Green Culinary Oriented Entrepreneurship yang memadukan Green Entrepreneurship, Entrepreneurship Orientation, Culinary Entrepreneurship serta tentang budaya yang berasal dari Entrepreneurial Tradition theory. Pendekatan penelitian secara kuantitatif, dengan sumber data primer dari kuesioner. Populasi penelitian adalah perempuan wirausaha di Sidoarjo. Responden yang mengisi kuesioner sejumlah 106 entrepreneur perempuan, dengan menggunakan teknik purposive random sampling, dengan kriteria perempuan berwirausaha kuliner dengan produk tradisional ramah lingkungan. Data dianalisis dengan PLS-SEM versi 3.0. Hasil penelitian membuktikan *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation* dipengaruhi *Women Entrepreneurial Willpower*. *Cultural Awareness* mampu meningkatkan Culinary Entrepreneurship With Green Orientation. *Business Resilience* memberikan pengaruh langsung pada Culinary Entrepreneurship With Green Orientation, sedangkan jika dimediasi *cultural awareness* tidak mempengaruhi Culinary Entrepreneurship With Green Orientation.

Kata Kunci: *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation, Willpower, Business Resilience, Cultural_Awareness*

Abstract

Women in a traditional culinary business that has Willpower and Resilience will be able to maintain a culinary business. Innovations carried out by paying attention to concern for environmental sustainability. The issue of women's empowerment as entrepreneurs and green-oriented culinary efforts is an important part of the Sustainable Development Goals (SDGS). This research is intended to make an inspirational contribution about culinary entrepreneurship with green orientation by taking into account the willpower factor, resilience in business, and cultural awareness. Research Urgency provides answers to the importance of cultural awareness in strengthening culinary entrepreneurs with green orientation. This study provides novelty in the form of Green Culinary Oriented Entrepreneurship that combines Green Entrepreneurship, Entrepreneurship Orientation, Culinary Entrepreneurship and about culture originating from Entrepreneurial Tradition Theory. Quantitative research approach, with primary data sources from the questionnaire. The research population consisted of female entrepreneurs in Sidoarjo. A total of 106 female entrepreneurs completed the questionnaire, using purposive random sampling, with the criteria being women who are culinary entrepreneurs with environmentally friendly traditional products. The data was analyzed using PLS-SEM version 3.0. The research results demonstrate that Culinary Entrepreneurship with a Green Orientation is influenced by Women's Entrepreneurial Willpower. Cultural Awareness can enhance Culinary Entrepreneurship with a Green Orientation. Business Resilience has a direct influence on Culinary Entrepreneurship with a Green Orientation, whereas when mediated by cultural awareness, it does not influence Culinary Entrepreneurship with a Green Orientation.

Keywords: *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation, Willpower, Business Resilience, Cultural_Awareness.*

Pendahuluan

Berangkat dari keinginan berdaya secara ekonomi dan kesadaran menjaga warisan budaya, perempuan melihat bahwa bisnis kuliner dapat menjadi peluang menambah pendapatan. Sajian legendaris menjadi pilihan bisnis kuliner perempuan pemegang tradisi agar bisa menyelaraskan tanggungjawab dalam mempertahankan tradisi (Cakranegara et al., 2022; Firdaus et al., 2025; Seferiadis et al., 2021; Street et al., 2022) dengan passion dan tuntutan finansial (Cakranegara et al., 2022; Cummings & Lopez, 2023; Firdaus et al., 2025). Data Kementerian Keuangan Indonesia menyebutkan bahwa 64,5 persen UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan, yang didominasi pada oleh sektor kuliner tradisional, karena sektor jenis ini lebih mudah dijalankan dan memiliki permintaan pasar relatif tinggi (Menkeu, 2024). Wirausaha perempuan dalam sektor kuliner juga dilatar belakangi oleh peran historis sebagai penjaga tradisi (Firdaus & Nastiti, 2025; Safira et al., 2024; W. D. Safitri et al., 2024). The Asia Foundation menyebutkan bahwa 23% dari total pendapatan domestik bruto Indonesia berasal dari UMKM kecil, yang sebagian besarnya adalah UMKM perempuan (Awallia & Famiola, 2021).

Green entrepreneurship menjadikan wirausaha perempuan memanfaatkan sumber daya alam sebagai warisan budaya (Octavia et al., 2023; Pratama & Hendayana, 2024). Perempuan entrepreneur dengan green orientation akan lebih bijaksana dan bertanggung jawab dalam mengelola sampah, limbah baik dengan strategi recycle, reuse ataupun reduce (Simbolon et al., 2024), menunjukkan kepedulian pada lingkungan, bahkan menjadikan dirinya sebagai agen perubahan akan keberlanjutan lingkungan (Awallia & Famiola, 2021). Orientasi entrepreneurship membuat perilaku perempuan wirausaha proaktif, inovatif (Pratama & Hendayana, 2024; Siwi Agustina, 2020), yang implementasinya dalam green entrepreneurship akan menghasilkan produk kuliner yang berasal dari sumber daya alam yang dikelola secara bijaksana (Safira et al., 2024; Suci Cahyati et al., 2024). Tekad sukses perempuan ditandai dengan proses aktif dan multi sektoral pada bidang yang menjadi tanggung jawabnya, dengan cara mengatasi rintangan (Kumar et al., 2022), terutama mengelola waktu, membagi fokusnya antara pekerjaan dan pengasuhan anak (Aliffia, Dhiza; Mawaddah; Adawiyah, 2021; Wulandari & Firdaus, 2024).

Isu tentang pemberdayaan perempuan telah menjadi pembahasan global termasuk dalam tujuan yang tertuang pada Sustainable Development Goals (SDGs) tentang kesetaraan gender dan upaya pemberdayaan perempuan dan anak perempuan. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi Green Culinary Entrepreneurship sebagai bentuk kewirausahaan ramah lingkungan yang potensial dikembangkan oleh perempuan, serta menganalisis pengaruh Willpower, Resiliensi Bisnis, dan Kesadaran Budaya terhadap pengembangan Green Culinary Entrepreneurship, guna mendukung kemandirian ekonomi perempuan secara berkelanjutan. Bentuk resiliensi perempuan dalam berwirausaha ditunjukkan dalam kemampuannya bertahan

dengan tetap berfikir positif, bersikap tangguh dan mandiri (Nurmalasari, 2020; Wulandari & Firdaus, 2024).

Penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan invensi melalui teori baru yaitu dengan mengidentifikasi dan menganalisis keterkaitan teori Willpower; *Business Resilience*, dan *Cultural Awareness* sehingga menghasilkan kebaruan Green Culinary Entrepreneurship. Green Culinary Entrepreneurship merupakan kebaruan penelitian ini yang menjadi kelanjutan dari penelitian sebelumnya tentang Model Entrepreneurial Tradition. Gap research dari penelitian sebelumnya adalah tidak berfokus pada Culinary Business, keterbatasan penelitian sebelumnya yang tidak berorientasi pada Green Business.

Penerapan green management pada perempuan yang berbisnis kuliner menjadi faktor yang berperan penting dalam pengembangan model bisnis berkelanjutan (Awallia & Famiola, 2021). Konsep green management dengan praktik pengelolaan lingkungan dengan ramah meliputi beberapa indikator seperti komitmen terhadap kelestarian lingkungan, penggunaan green technology, desain produk yang menampakkan keberlanjutan sumber daya lingkungan (Yudawisastra et al., 2022). Keputusan perempuan untuk dengan green entrepreneurship merupakan refleksi willpower dan komitmen (Aronovitch & Gibaldi, 2023). Willpower perempuan dalam green management bukan hanya pilihan bisnis, melainkan identitas usaha (Welly et al., 2024).

Faktor psikologis yaitu *willpower* atau tekad berwirausaha menjadi salah satu modal perempuan mempertahankan bisnisnya, karena willpower berkaitan dengan kemauan keras (Ainslie, 2021) yang mampu memfokuskan perempuan pada tujuan keberhasilan bisnis (Alam et al., 2021; Jain, 2023). Self awarness telah menjadi bagian yang diimplementasikan dalam proses berwirausaha, karena pembelajaran budaya yang diturunkan dan menjadi pembiasaan (Firdaus et al., 2025; Tao Shi et al., 2024). Komitmen kuat dalam praktek green entrepreneurship berbasis budaya memungkinkan perempuan untuk tetap memegang tradisi (Maisaroh et al., 2022) sekaligus menjaga integritas budaya yang ramah lingkungan (Octavia et al., 2023).

Gap research menjadi dasar yang dikembangkan untuk menghasilkan temuan baru yaitu Green Culinary Entrepreneurship. Pada penelitian sebelumnya berfokus pada green economy (Abdelwahed et al., 2022; Cakranegara et al., 2022; Dua & Hyronimus, 2020; Jain, 2023; Le Loarne Lemaire et al., 2022; Maisaroh et al., 2022; Nurmalasari, 2020; Rahmawati et al., 2023; Yudawisastra et al., 2022). Celah ini dikembangkan dengan memfokuskan pada women entrepreneur yang berbisnis kuliner dengan berbasis tradisi. Kebaruan penelitian ini menggabungkan teori *Green Entrepreneurship* dan *Culinary Entrepreneurship*.

Kontribusi penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran bahwa green entrepreneurship, yaitu culinary business menjadi peluang bisnis yang sekaligus menginspirasi bahwa budaya memiliki resiliensi bisnis (Henrekson et al., 2024), dan mampu sustainable di tengah maraknya produk luar negeri di Indonesia. Urgensi

penelitian memberikan jawaban pentingnya willpower, resiliensi dalam berbisnis, efikasi diri dan kesadaran pentingnya budaya, yang diharapkan menjadi penguatan dalam pemahaman berwirausaha. Rumusan permasalahan penelitian ini: (1) Mengidentifikasi faktor-faktor yang membentuk Green Culinary Entrepreneurship Model pada Perempuan; (2) Menganalisis keterkaitan Willpower, Resiliensi Bisnis Dan Kesadaran Budaya Terhadap Green Culinary Entrepreneurship; (3) Menganalisis peran mediasi efikasi diri terhadap *Green Culinary Entrepreneurship*.

Temuan terdahulu menunjukkan kontribusi perempuan agar berdaya secara ekonomi (Aliffia, Dhiza; Mawaddah; Adawiyah, 2021; Aqmar, 2022; Meybodi et al., 2023; Sugiyanto et al., 2024). Temuan lain secara spesifik mengidentifikasi green entrepreneurship sebagai peluang bisnis yang mampu resisten (Le Loarne Lemaire et al., 2022; Maisaroh et al., 2022; Rahmawati et al., 2023). Temuan lain memberikan gambaran entrepreneurship menjadi pilihan perempuan (Abdelwahed et al., 2022; Cakranegara et al., 2022; Dua & Hyronimus, 2020; Jain, 2023; Nurmalasari, 2020; Zeffane, 2013), dan Green entrepreneurship menjadi pilihan perempuan dalam berwirausaha (Cakranegara et al., 2022; Octavia et al., 2023; Samsami, 2023; Suci Cahyati et al., 2024; Sugiyanto et al., 2024).

Kajian Teori

Women Entrepreneurial Willpower

Willpower menunjukkan tekad yang mengacu pada serangkaian proses mental dengan mengatur, bersifat motivasional (Duckworth et al., 2018; Sripada, 2012). Proses mental dalam willpower menunjukkan fungsi psikologis seseorang dalam menahan godaan, impuls negative (Bermúdez, 2021; Napolitano & Job, 2018), dan mengupayakan diri untuk terampil dalam menjalankan fungsi eksekutif sesuai komitmen diri (Ainslie, 2021; Napolitano & Job, 2018). Diperlukan tactical skill untuk memandu willpower dalam pengambilan keputusan (Bermúdez, 2021). Willpower akan mengarahkan motivasi perempuan sepanjang karier bisnisnya (Amorim et al., 2022; Franzke et al., 2022). Pengukuran terhadap willpower secara dilakukan menggunakan Implicit Willpower Scale yang mencerminkan aktivitas mental entrepreneur dalam menghadapi tantangan bisnis.

Willpower yang disertai kegigihan dan sikap entrepreneur perempuan berhasil mengantarkan keberhasilan bisnis (Alam et al., 2021; Nwibere & Worlu, 2024). Beberapa temuan yang membahas tentang willpower (Ainslie, 2021; Duckworth et al., 2018; Goschke & Job, 2023; Kong et al., 2018; Sripada, 2012). Namun terdapat gap research yang membedakan dengan penelitian ini, dimana penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada willpower guna pengendalian diri (Goschke & Job, 2023; Sripada, 2012). Temuan (Ainslie, 2021); (Duckworth et al., 2018); (Kong et al., 2018; Napolitano & Job, 2018) memfungsikan willpower sebagai peran psikologis dalam pengendalian diri secara personal.

Perspektif ekonomi menjadi bentuk pengembangan gap research yaitu dengan mengaitkan willpower dengan kesadaran diri dan green culinary entrepreneurship. Temuan lain juga memberikan gambaran kualitatif tentang pentingnya willpower bagi kesuksesan bisnis (Amorim et al., 2022; Bermúdez, 2021). Gap research juga dikembangkan pada penelitian ini dengan menganalisis seberapa efektif kontribusi willpower terhadap keberhasilan perempuan berwirausaha, dan green culinary entrepreneurship. Beberapa temuan mengidentifikasi tentang kesuksesan perempuan dalam berwirausaha (Cakranegara et al., 2022; Meybodi et al., 2023). Celah ini dikembangkan pada penelitian ini dengan menganalisis secara kuantitatif faktor willpower, resiliensi bisnis dan green culinary entrepreneurship pada perempuan berwirausaha.

Business Resilience

Resiliensi dapat diartikan sebagai tolak ukur seseorang dalam mengatasi, pulih, dan menyesuaikan diri dari situasi sulit, sehingga dapat mengatasi masalah yang muncul dan menjadi lebih tangguh dalam menghadapi tekanan hidup (Afiffatunnisa & Sundari, 2021; Azizah et al., 2021). Resiliensi dapat pula diartikan sebagai kemampuan entrepreneur dalam bertahan dan berkembang meskipun menghadapi tekanan bisnis (Wulandari & Firdaus, 2024), mengatasi keterpurukan dengan respon yang sehat dan produktif (Afiffatunnisa & Sundari, 2021). Resiliensi mampu mengarahkan individu mencapai keseimbangan dan mampu menyesuaikan diri terhadap stress (Azizah et al., 2021). Temuan terdahulu menunjukkan bahwa resiliensi akan mempengaruhi dalam berwirausaha (Akmal & Arifa, 2023; Moch Lucky fahmi, 2021; Wulandari & Firdaus, 2024). Tujuh factor yang berperan dalam resiliensi entrepreneur antara lain: Emotional regulation; Impuls control; Optimisme; Causal Analysis; Empathy; Self-efficacy; Reaching out.

Temuan terdahulu menunjukkan adanya pengaruh resiliensi terhadap entrepreneurship (Akmal & Arifa, 2023; Ćwiklicki, 2022; Fiksel et al., 2020; Moch Lucky fahmi, 2021; Rejeki, 2018; Santoso & Indudewi, 2022; Sari et al., 2024; Wulandari & Firdaus, 2024). Temuan lain memberikan gambaran bahwa resiliensi menjadi strategi entrepreneur dalam mempertahankan bisnis (Ćwiklicki, 2022; Fiksel et al., 2020; Rejeki, 2018; Tjaraka & Qomariah, 2017).

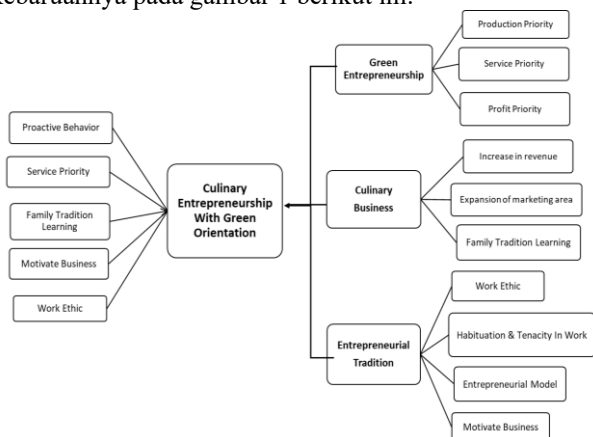
Cultural Awareness

Budaya memberikan identitas yang memperkuat solidaritas (Yusri & Afrida, 2022), karena berisi kumpulan nilai, keyakinan, perilaku dari suatu wilayah (Tao Shi et al., 2024). Dalam berwirausaha, kesadaran budaya akan menuntun pada cara berfikir dan pandangan entrepreneur terhadap nilai-nilai yang telah dibiasakan sedari kecil (Tao Shi et al., 2024). Self awareness akan menuntun individu untuk menyadari akan focus dan perhatiannya pada nilai dan identitasnya sebagai anggota kelompok atau masyarakat (Sihaloho, 2019). Self awarness merupakan proses individu untuk menyadari nilai-nilai yang melibatkan factor persepsi, emosi, sehingga memahami Batasan diri dan cara eksplorasi diri (Yusri & Afrida, 2022). Maka *cultural awareness* dapat diartikan sebagai

kemampuan menilai, menyadari, dan mengenali budaya dengan memperhatikan nilai-nilai, kebiasaan sendiri dan menghargai perbedaan budaya (Chan et al., 2024; Putri et al., 2024). Kontruk self awareness dibangun oleh tiga indikator yaitu (1) Pengetahuan; (2) Pemahaman nilai budaya; dan (3) Pendidikan multikulturalisme (Carden et al., 2022; Shabrilia et al., 2022).

Culinary Entrepreneurship With Green Orientation

Model *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* berasal dari *Grand Theory entrepreneurship*, yang novelty atau kebaruannya diperoleh dari penggabungan teori *Green Entrepreneurship*, *Culinary Business* dan *Entrepreneurial Tradition*, yang kerangka model kebaruannya pada gambar 1 berikut ini.



Sumber: Data diolah, 2025

Green Entrepreneurship (Maisaroh et al., 2022; C. Safitri, 2024), teori *Entrepreneurship Tradition* (Firdaus & Nastiti, 2025; Partarakis et al., 2021) dan *Culinary Business* (Hasdiansa & Hasbiah, 2023; Saptono et al., 2020). *Green Entrepreneurship* diartikan sebagai aktivitas bisnis yang secara finansial memberikan keuntungan dan memberikan dampak positif bagi lingkungan, ramah lingkungan, memperhatikan keberlangsungan lingkungan (Borel-Saladin & Turok, 2013; Maisaroh et al., 2022; Rahmawati et al., 2023; Suci Cahyati et al., 2024). *Culinary Business* didefinisikan sebagai usaha bisnis makanan (Sutanto et al., 2021); sedangkan *Entrepreneurial Tradition*: Tradisi kuliner sebagai warisan dengan tangible and intangible dimensions (Firdaus & Nastiti, 2025; Partarakis et al., 2021).

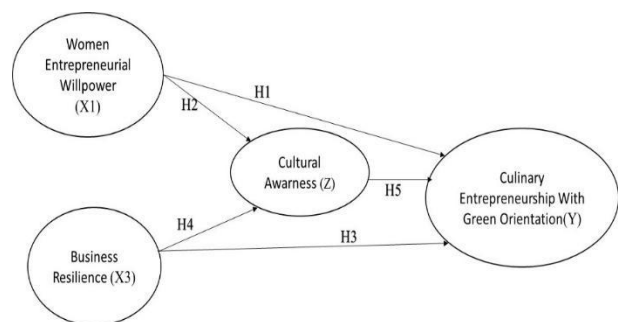
Aktivitas bisnis yang secara finansial memberikan keuntungan dan memberikan dampak positif bagi lingkungan, ramah lingkungan, memperhatikan keberlangsungan lingkungan (Borel-Saladin & Turok, 2013; Maisaroh et al., 2022; Rahmawati et al., 2023; Suci Cahyati et al., 2024). *Green entrepreneurship* merupakan konsep wirausaha yang memproduksi barang yang ramah lingkungan dan mempertimbangkan keberlanjutan usaha melalui kepedulian pada lingkungan (Ariyani & Mufarida, 2025; Domańska, 2023; Le Loarne Lemaire et al., 2022; Maisaroh et al., 2022). *Culinary Business* dan *Entrepreneurial Tradition* di Indonesia sesungguhnya terhubung dengan warisan tradisi yang merangkum keberagaman cara dan proses (Yulistiyono et al., 2023). Tradisi kuliner ini kemudian bertransformasi dalam bentuk

Culinary Entrepreneurial Tradition yang menjadi novelty pada penelitian ini.

Penggabungan yang disintesis menjadi *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* dapat diartikan sebagai kemampuan mencari peluang dengan menciptakan produk kuliner tradisional yang berorientasi pada ramah lingkungan. *Culinary Business* yang diartikan sebagai usaha bisnis makanan (Gunawan & Cahayani, 2023; Hasdiansa & Hasbiah, 2023; Natsir et al., 2021; Sukma et al., 2016), akan lebih bermakna jika yang mengedepankan kebiasaan, cara kerja, intuisi yang berasal dari warisan budaya local (Cakranegara et al., 2022; Firdaus & Nastiti, 2025; Safira et al., 2024).

Entrepreneurial tradition pada perempuan dipengaruhi oleh factor family tradition learning; work ethic; habituation in work; entrepreneurial model; and motivate perempuan untuk berbisnis (Firdaus & Nastiti, 2025; Safira et al., 2024; Situma & Akaranga, 2021). *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* dibangun indikator Culinary Entrepreneur, Green Entrepreneurship, dan Model Entrepreneurial Tradition, yang kemudian disintesis menghasilkan indikator variabel *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation*: Perilaku Proaktif; Ramah Lingkungan; Innovativeness; Produk Tradisi; Financial Motivation.

Model *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* berasal dari *Grand Theory entrepreneurship*, yang novelty atau kebaruannya diperoleh dari penggabungan teori *Green Entrepreneurship*, teori *Entrepreneurship Orientation*, serta teori *Entrepreneurial Tradition*. Secara teoritis *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* diartikan sebagai kemampuan mencari peluang dengan menciptakan produk kuliner tradisional yang berorientasi pada ramah lingkungan. Pengertian ini diperoleh dari penggabungan arti *Entrepreneurship*: proses mengelola bisnis dengan memanfaatkan peluang dan kemampuan berinovasi (Diandra & Azmy, 2020; Firdaus, 2018; Ratten, 2023). *Green Entrepreneurship*: aktivitas bisnis yang secara finansial memberikan keuntungan dan memberikan dampak positif bagi lingkungan, ramah lingkungan, memperhatikan keberlangsungan lingkungan (Borel-Saladin & Turok, 2013; Maisaroh et al., 2022; Rahmawati et al., 2023; Suci Cahyati et al., 2024).



Gambar 2. Kerangka konseptual
Sumber: Data diolah, 2025

Metode

Rancangan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, yang dimaksudkan agar pada penelitian ini dapat dijelaskan hubungan antar variabel yang telah dirumuskan sebelumnya dalam hipotesis. Sintesis yang dilakukan untuk membentuk model variabel dianalisis dengan sumber data ilmiah. Data primer dari kuesioner berdasarkan data empiris peneliti sebelumnya, gap research, dan kajian-kajian teoritis sebelumnya. Populasi penelitian ini adalah perempuan wirausaha di Sidoarjo. Mengingat tujuan penelitian yang berfokus pada Perempuan dengan perempuan wirausaha kuliner tradisional, maka teknik sampling yang digunakan purposive sampling dengan kriteria (1) Jenis kelamin dan peran. Responden adalah perempuan yang berstatus pemilik, pengelola usaha dan karyawan yang menjalankan bisnis kuliner. (2) Kriteria bidang usaha. wirausaha perempuan dengan usaha kuliner tradisional dan memiliki orientasi ramah lingkungan, berupa makanan, minuman berbasis resep tradisional. Hal ini karena berkaitan dengan tujuan penelitian yang mengaitkan dengan cultural awareness dan wirausaha kuliner berorientasi hijau. (3) Kriteria Orientasi Lingkungan. Usaha yang dijalankan entrepreneur perempuan adalah praktik ramah lingkungan, dengan kemasan ramah lingkungan dan memanfaatkan bahan baku lokal. Kriteria ini berkaitan dengan fokus penelitian green-oriented culinary entrepreneurship. (4) Kriteria Domisili Geografis. Responden memiliki lokasi usaha di Sidoarjo. Jumlah responden sejumlah 106 responden. Data dipertajam dengan melakukan uji hipotesis, dengan data primer kuesioner yang menggunakan skala likert 1-5. Dari data yang didapat selanjutnya akan diolah menggunakan SmartPLS versi 3.0. Tahapan analisis dimulai dengan Uji Instrumen (Outer Model) dengan melakukan Uji validitas dan uji reliabilitas, dan Evaluasi Inner model. Selanjutnya dilakukan Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Analisa outer model adalah model pengukuran hubungan antara variabel manifest dengan konstraknya. Dalam penelitian ini, beberapa indikator dihapus dari model karena memiliki nilai loading factor di bawah 0,70, (tidak memenuhi syarat convergent validity). Setiap indikator memiliki 2 item pernyataan. Culinary Entrepreneurship With Green Orientation memiliki 5 Indikator dengan 10 pernyataan. Cultural Awareness dengan 3 indikator mempunyai 6 item pernyataan; variabel Wilpower dengan 3 indikator mengandung 6 pernyataan ; Business resiliensi terdiri dari 7 indikator 14 item pernyataan. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa BR3, BR4 yaitu indikator Business resiliensi dan CEWGO3 pada indikator Service Priority dihapus karena tidak valid.

Tabel 1. Convergent Validity

	Business Resiliensi	Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	Cultural Awareness	Women Entrepreneurial Willpower
BR1	0,946			
BR2	0,960			
BR5	0,869			
BR7	0,958			
CA1			0,830	
CA2			0,731	
CA3			0,842	
CEWGO1		0,724		
CEWGO2		0,717		
CEWGO4		0,702		
CEWGO5		0,804		
WEW1				0,779
WEW2				0,817
WEW3				0,768

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Dari tabel 1 menunjukkan bahwa, semua indikator memberikan nilai *outer loading* diatas 0.70, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator memenuhi konvergen validity.

Tabel 2. Convergent Validity (AVE)

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Business Resiliensi	0,872	Valid
<i>Culinary Entrepreneurship With Green Orientation</i>	0,544	Valid
Cultural Awareness	0,644	Valid
<i>Women Entrepreneurial Willpower</i>	0,621	Valid

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Tabel 3. Hasil Uji Discriminant Validity (*Fornell-Larcker Criterion*)

	Business Resiliensi	Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	Cultural Awareness	Willpower
Business Resiliensi	0,934			
Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,350	0,738		
Cultural Awareness	0,281	0,511	0,802	
Women Entrepreneurial Willpower	0,488	0,609	0,554	0,788

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Dari tabel 3 memperlihatkan bahwa model valid atau memenuhi diskriminant validity. Business resiliensi yang terdiri dari tujuh indikator Pengendalian Emosi; Disiplin diri; Optimisme; Identifikasi Masalah; Empati; Efikasi Diri; Pencapaian, dinyatakan semuanya valid.

Tabel 4. Hasil Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Business Resiliensi	0,951	0,965	<i>Reliable</i>
Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,720	0,827	<i>Reliable</i>
Cultural Awareness	0,732	0,844	<i>Reliable</i>
Willpower	0,706	0,831	<i>Reliable</i>

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan semua konstruk sangat baik karena nilai diatas >0.70 sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator konstruk adalah reliabel (memenuhi uji reliabilitas). Nilai *Composit Reliability* yang dihasilkan semua konstruk sangat baik karena diatas >0.70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk adalah reliabel atau memenuhi uji reliabilitas.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Estimasi telah memenuhi kriteria *Outer Model*, langkah berikutnya melakukan uji model struktural (*Inner model*). Koefisien determinasi *R-square* (R^2) menunjukkan seberapa besar variabel eksogen menjelaskan variabel endogennya. Nilai *R-Square* (R^2) adalah nol sampai dengan satu (Suhendro & Silitonga, 2022).

Tabel 5. Hasil Uji R-Square (R^2)

	R Square	R Square Adjusted
<i>Culinary Entrepreneurship With Green Orientation</i>	0,418	0,407
Cultural Awareness	0,307	0,298

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Dari tabel 5 terlihat bahwa nilai R Square Adjusted untuk variabel *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation* adalah sebesar 0,407, sedangkan variabel *Cultural Awareness* sebesar 0,298, dengan demikian, kemampuan model dalam menjelaskan variasi *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* dan *Cultural Awareness* dalam kategori moderat, sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Women Entrepreneurial Willpower → Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,439	0,438	0,087	5,057	0,000
Business Resiliensi → Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,066	0,073	0,086	0,767	0,444
Cultural Awareness → Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,250	0,255	0,071	3,531	0,000
Women Entrepreneurial Willpower → Cultural Awareness	0,547	0,551	0,072	7,543	0,000
Business Resiliensi → Cultural Awareness	0,014	0,010	0,078	0,183	0,855

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Hasil analisis *path coefficient* menunjukkan bahwa variabel *Women Entrepreneurial Willpower* berpengaruh positif signifikan terhadap *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation*, dengan nilai original sample sebesar 0,439 dan nilai t-statistic sebesar 5,057, p-value = 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar *Women Entrepreneurial Willpower*, maka akan semakin tinggi *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation*. *Cultural Awareness* berpengaruh positif signifikan terhadap *Culinary Entrepreneurship With Green Orientation*, dengan nilai original sample sebesar 0,250 dan nilai t-

statistic sebesar 3,531, p-value = 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran budaya (*Cultural Awareness*) yang dimiliki pelaku usaha, semakin besar kecenderungan mereka mengembangkan usaha kuliner dengan orientasi ramah lingkungan (*Culinary Entrepreneurship With Green Orientation*).

Women Entrepreneurial Willpower berpengaruh positif signifikan terhadap *Cultural Awareness*, dengan nilai original sample sebesar 0,547 dan nilai t-statistic sebesar 7,543, p-value = 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat tekad kewirausahaan perempuan (*women entrepreneurial willpower*), semakin tinggi pula tingkat kesadaran mereka terhadap budaya (*cultural awareness*).

Selain itu, variabel *Business Resilience* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation*. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistic sebesar 0,767 dengan p-value 0,444 ($> 0,05$), yang berarti berada di bawah ambang batas signifikansi 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemampuan pelaku usaha untuk bertahan dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan bisnis tidak secara langsung mendorong orientasi kewirausahaan kuliner yang berwawasan lingkungan. Kemungkinan, orientasi ramah lingkungan dalam usaha kuliner lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti tekad kewirausahaan, kesadaran budaya, atau motivasi intrinsik, daripada ketahanan bisnis semata.

Business Resilience tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *Cultural Awareness*. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistic sebesar 0,183 dengan p-value 0,855 ($> 0,05$), yang berada jauh di bawah ambang batas signifikansi 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan bahwa ketahanan bisnis yang dimiliki pelaku usaha tidak secara langsung berkorelasi dengan tingkat kesadaran budaya mereka. Dengan kata lain, kemampuan untuk bertahan dalam menghadapi dinamika dan tantangan usaha tidak otomatis meningkatkan pemahaman atau kepekaan terhadap nilai-nilai budaya yang relevan dalam konteks kewirausahaan kuliner

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Women Entrepreneurial Willpower → Cultural Awareness → Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,137	0,141	0,047	2,915	0,004
Business Resiliensi → Cultural Awareness → Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	0,004	0,001	0,021	0,175	0,861

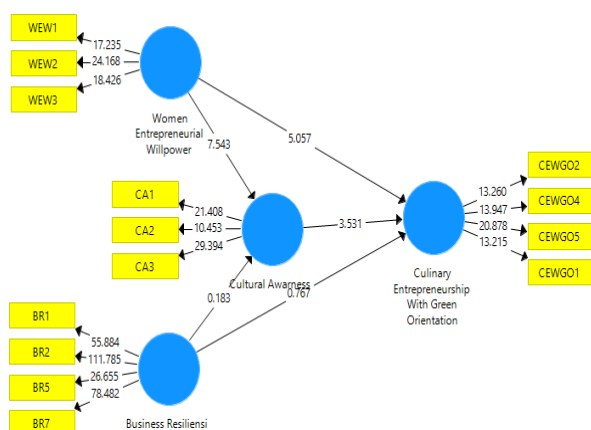
Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Berdasarkan Tabel 7, hasil pengujian pengaruh tidak langsung (*Indirect Effects*) menunjukkan bahwa:

1. *Women Entrepreneurial Willpower* → *Cultural Awareness* → *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation*. Jalur ini memiliki Original Sample sebesar 0,137 dengan t-statistic 2,915 dan p-value 0,004 ($< 0,05$), sehingga pengaruh tidak

langsungnya signifikan. Artinya, *Cultural Awareness* berperan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *Women Entrepreneurial Willpower* terhadap *Women Entrepreneurial Willpower terhadap Culinary Entrepreneurship with Green Orientation*. Mediasi ini bersifat parsial, karena sebelumnya pengaruh langsung *Women Entrepreneurial Willpower* terhadap *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation* juga signifikan.

2. *Business Resilience* → *Cultural Awareness* → *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation*. Jalur ini memiliki Original Sample sebesar 0,004 dengan t-statistic 0,175 dan p-value 0,861 ($> 0,05$), sehingga pengaruh tidak langsungnya tidak signifikan. Hal ini berarti *Cultural Awareness* tidak memediasi hubungan antara *Business Resilience* dan *Culinary Entrepreneurship with Green Orientation*.



Gambar 3. Uji Bootstrapping
Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Tabel 8. Uji Prediktif Relevance

	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
Business Resiliensi	656,000	656,000	
Culinary Entrepreneurship With Green Orientation	656,000	520,167	0,207
Cultural Awareness	492,000	404,555	0,178
Willpower	492,000	492,000	

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Berdasarkan perhitungan *Prediktive Relevance* (Q^2) pada tabel 8 menunjukkan nilai 0,207, dan 0,178, maka dapat disimpulkan bahwa model memiliki nilai prediktif relevan. Evaluasi model fit pada penelitian ini, menggunakan model pengujian *Normal Fit Index* (NFI). Berikut tabel 8 hasil uji evaluasi model fit.

Tabel 9. Uji Evaluasi Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
NFI	0,814	0,814

Sumber: Output *SmartPLS 3.0*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *saturated model* (*measurement*) *fit* dan nilai *estimate model* (*structural model*) memiliki nilai yang sama. Dari hasil tersebut bahwa dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian memiliki nilai *normal fit index* (NFI) yang menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini 81.4% lebih baik dari pada model *null model*

Pembahasan

Temuan ini menunjukkan bahwa tekad kewirausahaan perempuan tidak hanya berdampak langsung pada orientasi kewirausahaan kuliner berwawasan lingkungan, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan kesadaran budaya. Perempuan wirausaha yang memiliki kemauan kuat cenderung memahami nilai-nilai dan kearifan lokal, lalu menerapkannya dalam strategi bisnis kuliner yang ramah lingkungan. Kemampuan entrepreneur perempuan dalam menciptakan peluang bisnis kuliner tradisional yang ramah lingkungan akan dapat menumbuhkan tekad berbisnis jika perempuan telah memiliki kesadaran diri akan pentingnya nilai budaya untuk diterapkan tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari tetapi juga dalam berbisnis. Tradisi yang diajarkan telah menjadi keyakinan yang mampu mengarahkan tekadnya untuk konsisten mempertahankan bisnis kuliner.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Business Resilience* membantu pelaku usaha bertahan menghadapi tantangan, namun tidak secara otomatis meningkatkan kesadaran budaya yang dapat mendorong praktik bisnis kuliner berwawasan lingkungan. Kemampuan perempuan dalam kemauannya mempertahankan bisnis kuliner tradisional di tengah gempuran bisnis kuliner modern mampu mendorong bisnis kuliner semakin inovatif baik dalam inovasi produk maupun tantangan memasarkan. Resiliensi bisnis yang dimiliki perempuan inilah yang membuatnya tidak mudah menyerah oleh tantangan bisnis kuliner modern dengan tetap mengedepankan keramahan lingkungan.

Simpulan dan Implikasi Penelitian

Culinary Entrepreneurship With Green Orientation pada perempuan berbisnis kuliner di Sidoarjo dipengaruhi oleh *Women Entrepreneurial Willpower* dan *Business resilience*. Bagi perempuan kesadaran budaya menjadi bagian dalam kehidupannya, yang mampu diterapkan dalam berbisnis kuliner. Namun *cultural awareness* akan nilai-nilai budaya yang diajarkan akan dapat menjadi pendorong bagi perempuan dalam menciptakan bisnis kuliner tradisional. Kemampuan perempuan dalam menciptakan peluang, mempertahankan dan mengembangkan bisnis bukan disebabkan oleh *cultural awareness*, melainkan oleh tingginya keinginan untuk menjadikan bisnis kuliner peluang finansial yang sekaligus ekspresi kemampuan diri dalam menciptakan produk

bisnis. Keterbatasan penelitian ini adalah belum meratanya keterwakilan responden dari setiap kecamatan. Maka untuk peneliti berikutnya dapat menggunakan cluster sampling agar lebih spesifik dalam meneliti entrepreneur perempuan pada kecamatan yang menjadi unit cluster.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan atas dukungan pendanaan melalui Hibah Internal Riset Terapan Institusi dari Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat (DRPM) Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dengan nomor 031.30/II.3.AU/14.00/C/PER/II/2025

Referensi

- Abdelwahed, N. A. A., Bastian, B. L., & Wood, B. P. (2022). Women, Entrepreneurship, and Sustainability: The Case of Saudi Arabia. *Sustainability (Switzerland)*, 14(18), 1–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su141811314>
- Afiffatunnisa, N., & Sundari, R. (2021). The Relationship of Mindfulness Traits and Resilience with Psychological Well-Being on Single Mothers in the Save Janda Community. *Abstract Book of the National Seminar, April*, 52–64.
- Ainslie, G. (2021). Willpower with and without effort. *Behavioral and Brain Sciences*, 44, e30. <https://doi.org/10.1017/S0140525X20000357>
- Akmal, N. H., & Arifa, C. (2023). Resiliensi Bisnis Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus pada Pengusaha Batik di Daerah Istimewa Yogyakarta). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(1), 1–34. <https://doi.org/10.22146/abis.v11i1.82078>
- Alam, M. S., Biswas, K., & Sulphrey, M. M. (2021). A case study on the entrepreneurial process of push and pull women entrepreneurs. *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 10(2), 207–217. <https://doi.org/10.1177/22779779211028536>
- Aliffia, Dhiza; Mawaddah; Adawiyah. (2021). Jurnal Penelitian Dan Pengukuran. *Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 11(2), 110–114. <https://doi.org/http://doi.org/10.21009/JPPP.112.08>
- Amorim, B. P., Confessor, K. L. A., & Melo, F. J. C. de. (2022). Cognição e afetividade nas trajetórias empreendedoras das mulheres da cidade de Salgueiro – PE. *Research, Society and Development*, 11(15), e471111537719. <https://doi.org/10.33448/rsd-v11i15.37719>
- Aqmar, S. Z. (2022). The Effect Of Work Culture And Self-Efficacy On Employee Performance. *At-Tadbir: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(2), 132. <https://doi.org/10.31602/atd.v6i2.7157>
- Ariyani, S., & Mufarida, N. A. (2025). Model Kewirausahaan Green Entrepreneur Berbasis Konsep Zero Waste pada Siswa / Siswi Islamic School SMA Muhammadiyah 1 Panji Situbondo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Aplikasi Teknologi (Adipati)*, 04(01), 25–32. <https://doi.org/10.31284/j.adipati.2025.v4i1.6889>
- Aronovitch, H., & Gibaldi, J. (2023). The Importance of Grit and Its Influence on Female Entrepreneurs. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(3), 45–62. <https://eber.uek.krakow.pl/eber/article/view/1775>
- Awallia, A. F., & Famiola, M. (2021). The Model of Green Behavioural Intention Among Women Entrepreneur: A Quantitative Study. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 7(3), 217–226. <https://doi.org/10.17358/ijbe.7.3.217>
- Azizah, P. N., Widiyana, H. S., & Urbayatun, S. (2021). A confirmatory factor analysis of Connor-Davidson Resilience Scale. *Jurnal Psikologi*, 17(1), 1–7.
- Bermúdez, J. P. (2021). Willpower needs tactical skill. *Behavioral and Brain Sciences*, December 2020. <https://doi.org/10.1017/S0140525X20000898>
- Borel-Saladin, J. M., & Turok, I. N. (2013). The green economy: Incremental change or transformation? *Environmental Policy and Governance*. <https://doi.org/10.1002/eet.1614>
- Cakranegara, P. A., Hendrayani, E., Jokhu, J. R., & Yusuf, M. (2022). Positioning Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises in Indonesia - Food & Beverage Sector. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3873–3881. <https://doi.org/https://doi.org/10.28992/ijmsam.v8i1.868>
- Carden, J., Jones, R. J., & Passmore, J. (2022). Defining Self-Awareness in the Context of Adult Development: A Systematic Literature Review. *Journal of Management Education*, 46(1), 140–177. <https://doi.org/10.1177/1052562921990065>
- Chan, S. L., Fung, J. T. C., Takemura, N., Chau, P. H., Lee, J. J. J., Choi, H. R., Wan, W. H., Withrow, H., & Lin, C. C. (2024). Enhancing Nursing Students' Cultural Awareness Through Community of Inquiry-Guided Online 'Internationalization at Home' Strategies—An intervention Study. *Nursing Open*, 11(8), 1–11. <https://doi.org/10.1002/nop.2.2251>
- Cummings, S. J. R., & Lopez, D. E. (2023). Interrogating “Entrepreneurship for Development”: a Counter-Narrative Based On Local Stories of Women in Rural Ethiopia. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 15(1), 22–43. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2022-0021>
- Ćwiklicki, M. (2022). Resilience of the Circular Economy. In *Sustainable Products in the Circular Economy* (pp. 255–270). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003179788-16>
- Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding Definition of Entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(August), 235–241. www.ijmae.com
- Domańska, A. (2023). *Green Entrepreneurship BT - The Palgrave Handbook of Global Sustainability* (R. Brinkmann (ed.); pp. 1835–1850). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-01949-4_113
- Dua, M. H. C., & Hyronimus. (2020). Pengaruh Work From Home Terhadap Work-Life Balance Pekerja Perempuan Di Kota Ende. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 7(2), 2047–2258.
- Duckworth, A. L., Milkman, K. L., & Laibson, D. (2018). Beyond Willpower: Strategies for Reducing Failures

- of Self-Control. *Psychological Science in the Public Interest*, 19(3), 102–129. <https://doi.org/10.1177/1529100618821893>
- Fiksel, J., Sanjay, P., & Raman, K. (2020). Steps toward a resilient circular economy in India. *Clean Technologies and Environmental Policy*, 23(1), 1–16. <https://doi.org/10.1007/s10098-020-01982-0>
- Firdaus, V. (2018). *Kewirausahaan, Menumbuhkan Motivasi dan Minat Berwirausaha* (1st ed.). Pustaka Abadi.
- Firdaus, V., Aisyah, A., & Nastiti, D. (2025). Reconceptualizing Traditional Entrepreneurial Models for Women's Economic Empowerment in Madura. *Ekulilibrium : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(1), 42–61. <https://doi.org/10.24269/ekulilibrium.v20i1.2025.pp42-61>
- Firdaus, V., & Nastiti, D. (2025). Reconceptualizing Traditional Entrepreneurial Models for Women's Economic Empowerment in Madura. *Ekulilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 20(1), 42–61. <https://doi.org/10.24269/ekulilibrium.v20i1.2025.pp42-61>
- Franzke, S., Wu, J., Froese, F. J., & Chan, Z. X. (2022). Female entrepreneurship in Asia: a critical review and future directions. *Asian Business and Management*, 21(3), 343–372. <https://doi.org/10.1057/s41291-022-00186-2>
- Goschke, T., & Job, V. (2023). The Willpower Paradox: Possible and Impossible Conceptions of Self-Control. *Perspectives on Psychological Science: A Journal of the Association for Psychological Science*, 18(6), 1339–1367. <https://doi.org/10.1177/17456916221146158>
- Gunawan, A. S., & Cahayani, A. (2023). Culinary Entrepreneurs To Survive During Covid-19. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 8(11), 6285–6292. <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i11>
- Hasdiansa, I. W., & Hasbiah, S. (2023). Information Literacy and Entrepreneurial Behavior of Culinary Business Actors in Makassar City : Determinants of Small Business Performance. *Pinisi: Journal of Entrepreneurship Review*, 1(2), 60–70.
- Henrekson, M., Johansson, D., & Karlsson, J. (2024). To Be or Not to Be: The Entrepreneur in Neo-Schumpeterian Growth Theory. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 48(1), 104–140. <https://doi.org/10.1177/10422587221141679>
- Jain, D. M. (2023). Women Empowerment: A Multidimensional Approach. *Journal of Social Responsibility, Tourism and Hospitality*, 3(4), 36–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.55529/jwes.34.36.42Women>
- Kong, Y., Khan, R., & Imran, M. (2018). Willpower of Retentive Factors in Job Level and Recital Human Resource Management in Project. *International Journal of Learning and Development*, 8(1), 194. <https://doi.org/10.5296/ijld.v8i1.12173>
- Kumar, M., Sharma, K., & Kumari, A. (2022). The Women Empowerment in India and Nursing Profession as an Emerging Identity of Women's Era. *Journal of Women Empowerment and Studies*, 2(4), 35–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.55529/jwes.24.35.39>
- Le Loarne Lemaire, S., Razgallah, M., Maalaoui, A., & Kraus, S. (2022). Becoming a Green Entrepreneur: An Advanced Entrepreneurial Cognition Model Based on a Practiced-Based Approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(2), 801–828. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00791-1>
- Maisaroh, M., Sawitri, H. S. R., & Ramli, N. H. (2022). The Green Entrepreneurship Behavior: A Literature Review. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 20(1), 31–49. <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v20i1.6753>
- Menkeu, D. (2024). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat. *Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Perbendaharaan*.
- Meybodi, A. R., Brahmi, M., Mohammadi, M., Hosseini, E., & Loan, N. T. (2023). A Qualitative Approach to the Success of Iranian Women Entrepreneurs. *Journal Women's Entrepreneurship and Education*, 1(2), 212–237. <https://doi.org/10.28934/jwee23.12.pp212-237>
- Moch Lucky fahmi. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Resiliensi Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha. In *Pharmacognosy Magazine* (Vol. 75, Issue 17). Universitas Islam Malang.
- Napolitano, C. M., & Job, V. (2018). Assessing the implicit theory of willpower for strenuous mental activities scale: Multigroup, across-gender, and cross-cultural measurement invariance and convergent and divergent validity. *Psychological Assessment*, 30(8), 1049–1064. <https://doi.org/10.1037/pas0000557>
- Natsir, U. D., Dipotmodjo, T. S. P., Arjang, A., Hidayat, M., & Mustafa, M. Y. (2021). Eight days a week: Eustress and distress among the athletes. *International Journal of Human Movement and Sports Sciences*, 9(5), 912–920. <https://doi.org/10.13189/saj.2021.090512>
- Nurmalasari, D. (2020). *Analisis Karakteristik Dan Peran Pengusaha Perempuan*. 7(1), 111–125.
- Nwibere, B. M., & Worlu, G. . (2024). Psychological Hope and Entrepreneurial Intentions of Students. *IJO - International Journal Of Educational Research*, 07(01), 10–30.
- Octavia, A., Sriayudha, Y., & Zulfanetti. (2023). Peran Kewirausahaan Perempuan, Kewirausahaan Ramah Lingkungan Dan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Yang Mempengaruhi Kinerja Pemasaran UMKM. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 76–87. <https://doi.org/10.33059/jseb.v14i1.6302>
- Partarakis, N., Kaplanidi, D., Doulgeraki, P., Karuzaki, E., Petraki, A., Metilli, D., Bartalesi, V., Adami, I., Meghini, C., & Zabulis, X. (2021). Representation and presentation of culinary tradition as cultural heritage. *Heritage*, 4(2), 612–640. <https://doi.org/10.3390/heritage4020036>
- Pratama, L. M. A., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Kedai Kopi Modern Di

- Malang. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Humaniora*, 2(2), 1923–1937. <https://doi.org/10.33795/jabh.v9i1.3634>
- Putri, H., Nadhirah, N. A., & Budiman, N. (2024). Cultural Awareness: Memahami Sensitivitas Multikultural Dalam Praktik Konseling di Sekolah. *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling*, 10(1), 78–98. <https://doi.org/10.22373/je.v10i1.21882>
- Rahmawati, R., Handayani, S. R., Suprapti, A. R., Airawaty, D., & Latifah, L. (2023). Green Entrepreneurship Based On Local Characteristics and Culture To Support Sustainable Eco-Tourism: A Case Study. *Journal of Intercultural Communication*, 23(1), 66–75. <https://doi.org/10.36923/jicc.v23i1.71>
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Rejeki, A. (2018). Resiliensi Sebagai Modal Utama Start Up Bisnis pada Era Revolusi Industri 4.0. *Proceeding National Conference Psikologi UMG 2018*, 240–243. <https://www.finansialku.com/bisnis-startup->
- Safira, R. A. I., Destiarni, R. P., & Fauziyah, E. (2024). The Influence of entrepreneurship determinants on traditional culinary business performance in The Bangkalan District. *BIO Web of Conferences*, 146. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202414601003>
- Safitri, C. (2024). *Future Directions Kewirausahaan Ramah Lingkungan dan Kelestarian Lingkungan : Tren Saat Ini dan Arah Masa Depan*. 1(5), 234–241.
- Safitri, W. D., Sihombing, C. A. br, Ingtyas, F. T., & Ginting, L. (2024). Pengaruh peran perempuan dalam melestarikan makanan tradisional di industri kuliner. *Modeling, Jurnal Program Studi PGMI*, 11, 219–231.
- Samsami, M. (2023). The Entrepreneurial Tradition: Institutionalized in a Culture and in a Family. Navigating from Gold to Green. In *Doctoral dissertations at University of Agder*. University of Agder.
- Santoso, D. M., & Indudewi, Y. R. (2022). The Entrepreneurial Resilience Study On The Young Nascent Entrepreneurs. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 24(2), 129–137. <https://doi.org/10.9744/jmk.24.2.129-137>
- Saptono, A., Sutanto, A., & Hidayat, A. C. (2020). Pengaruh Prilaku Produktif Dan Total Quality Management Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada TV MU). *Jurnal Ecoment Global*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.35908/jeg.v5i1.862>
- Sari, D. I., Saputra, R., & Handinata, D. (2024). Supply Chain Management Resilience: How It Works To The Sustainability of Culinary SMEs Through Decade. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(2), 367–378. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.2.367>
- Seferiadis, A.-A., de Haan, L., & Cummings, S. (2021). Feminist Critical Discourse Analysis of Ecopreneurship as an Instrument for Sustainable Development Grand Narratives and Local Stories. In *Environmental Sustainability and Development in Organizations* (1st ed.). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003009115-1>
- Shabrilia, F. F., Maheswari, N. E., Adhiatma, T. B., Tanaya, M. A. W. E., & Pandin, M. G. R. (2022). Association Between Cultural Awareness and Nationalism of Millennial Generation in the Digital Era. *Academy of Education Journal*, 13(2), 224–236. <https://doi.org/10.47200/aoej.v13i2.1021>
- Sihaloho, R. P. (2019). Hubungan Antara Self Awareness Dengan Deindividuasi Pada Mahasiswa Pelaku Hate Speech. *Jurnal Ilmiah Mandala Education*, 5(2), 114. <https://doi.org/10.58258/jime.v5i2.795>
- Simbolon, R., Hakim, A., Ciptadi, G., & Wike, W. (2024). Food Waste Management Model Through The Leadership of Women Entrepreneurs in a Sustainable Development Perspective (Study of Entrepreneurs Women’s Culinary in Manado City). *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(4), 1907–1920. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i4.1168>
- Situma, J., & Akaranga, S. I. (2021). Ethical Dimensions of Entrepreneurial Practice in Three Traditions. *East African Journal of Traditions, Culture and Religion*, 3(1), 23–34. <https://doi.org/10.37284/eajtr.3.1.317>
- Siwi Agustina, T. (2020). Pengaruh Perilaku Inovatif pada Keberhasilan Womenpreneur Etnis Madura sebagai Pedagang Pakaian Jadi. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3, 153–161.
- Sripada, C. S. (2012). How is Willpower Possible? The Puzzle of Synchronic Self-Control and the Divided Mind. *Noûs*, 48(1), 41–74. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0068.2012.00870.x>
- Street, C. P., Ng, P. Y., & Al-Dajani, H. (2022). Refugee Women Business Mentors: New Evidence for Women’s Empowerment. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15), 1–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su14159154>
- Suci Cahyati, Chairia, Hidayatna Putri, & M.Rifqi Romadhona. (2024). Application Of Green Entrepreneurship Towards Economic Improvement (Literature Study). *Journal of Management Science (JMAS)*, 7(1), 614–620. <https://doi.org/https://doi.org/10.35335/jmas.v7i1.458>
- Sugiyanto, E. K., Widjajanti, K., Wijayanti, R., & Ali, S. (2024). Challenges and Opportunities for Women’s Success in Entering Green Economy-Based Businesses: A Systematic Literature Review. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.28992/ijssam.v8i1.868>
- Suhendro, R. R., & Silitonga, P. (2022). Meningkatkan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Studi Kasus Di Skye Restaurant & Bar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(12), 1805–1818.
- Sukma, R. N., Sumartias, S., & Sjaifirah, N. A. (2016). Pengalaman Komunikasi Pelaku Bisnis Keluarga Dalam Mengembangkan Bisnis Kuliner Di Kota Sukabumi. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 28–43. <https://doi.org/10.24198/jkk.vol4n1.3>
- Sutanto, J. E., Minantyo, H., & Soediro, M. (2021). Business of Increasing Culinary Business Sales Throughgo Food and Grab Food in Surabaya City.

- International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(11), 161–173. www.ijebmr.com
- Tao Shi, Zhang, Z., Huang, C., & Chi, B. (2024). The Influence of Cultural Difference Cognition on the Entrepreneurship Process of International Students in China. *International Journal of Education and Humanities*, 14(2), 1–8. <https://doi.org/10.54097/3f6g3c67>
- Tjaraka, H., & Qomariah, A. (2017). *Strategic Planning For Business Resilience; A Study On Makassar Culinary SMEs*. 04(04).
- Welly, Y., Sianipar, M. Y., & Ferary, D. (2024). Green Support System UMKM Kewirausahaan Perempuan: Analisis Peran Green Intellectual Capital dan Green Finance. *Jurnal Ekuitas*, 8(2), 115–127. <https://ejurnal.seminar-id.com/index.php/ekuitas/article/view/7172>
- Wulandari, T., & Firdaus, V. (2024). Influence of Entrepreneurial Knowledge, Income Expectations and Resilience on Single Mother's Entrepreneurial Interest in Sidoarjo District. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 5(2), 149–167. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/jee.v5i2.117011>
- Yudawisastra, H. G., Anwar, M., Nidar, S. R., & Azis, Y. (2022). The Role of Green Entrepreneurship and Green Variables in Sustainable Development in the Culinary Sector in Indonesia: Early Days of the COVID-19 Pandemic. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 6(2). <https://doi.org/10.28992/ijbam.v6i2.689>
- Yulistiyono, A., Andriani, E., & Rukmana, A. Y. (2023). Transformation of Modern Culinary Entrepreneurs: Strategies and Challenges in the Face of the Modern Era. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(03), 155–161. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i03.157>
- Yusri, F., & Afrida, Y. (2022). The Differences of Cultural Awareness Based on Gender, Age, Race, and Region of The Students of Guidance and Counseling. *Konselor*, 11(4), 152–161. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/konselor>
- Zeffane, R. (2013). Gender and Youth Entrepreneurial Potential: Evidence from the United Arab Emirates. *International Journal of Business and Management*, 8(1), 60–72. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v8n1p60>