

SKRIPSI

**PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO,
ENTREPRENEURIAL NETWORKS, DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM SEKTOR
KULINER DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : NATASHA ATHALIA

NPM : 115210313

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO,
ENTREPRENEURIAL NETWORKS, DAN INOVASI
PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM SEKTOR
KULINER DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : NATASHA ATHALIA

NPM : 115210313

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Natasha Athalia

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210313

Program Studi : S1 Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 16 November 2024



Natasha Athalia

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap dicertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

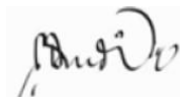
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NATASHA ATHALIA
NIM : 115210313
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO,
ENTREPRENEURIAL NETWORKS, DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA
UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA

Jakarta, 18 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

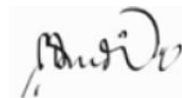
NAMA : **NATASHA ATHALIA**
NIM : **115210313**
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO,
ENTREPRENEURIAL NETWORKS, DAN
INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA
UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 19 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Oey Hannes Widjaja, S.E., M.M., MIKOM.
2. Anggota Penguji : - Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM., GRCE.
- Halim Putera Siswanto, S.E., M.M.

Jakarta, 19 Desember 2024

Pembimbing,



(Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM., GRCE.)

ABSTRACT

- (A) NATASHA ATHALIA (115210313)
- (B) PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO, *ENTREPRENEURIAL NETWORKS*, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA
- (C) xvii + 106 pages, 2024, 40 tables, 5 pictures, 12 attachments
- (D) ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT
- (E) *Abstract: This study aims to analyze the effect of risk-taking, entrepreneurial networks, and product innovation on MSMEs' performance. The sample in this study is micro, small, and medium enterprises in the culinary sector and located in Jakarta. The sample selection technique used in this study is non-probability sampling with the purposive sampling method. Data were collected through Google Form with a total of 120 respondents. Data analysis was done by using the PLS-SEM method with SmartPLS 4.0 software. The results of this study show that there is a positive and significant effect of risk-taking and product innovation on MSMEs' performance, meanwhile there is a positive and insignificant effect of entrepreneurial networks on MSMEs' performance.*

Keywords: Risk-taking, Entrepreneurial Networks, Product Innovation, MSMEs' Performance
- (F) 70 references (1991-2024)
- (G) Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM.

ABSTRAK

- (A) NATASHA ATHALIA (115210313)
- (B) PENGARUH PENGAMBILAN RISIKO, *ENTREPRENEURIAL NETWORKS*, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA UMKM SEKTOR KULINER DI JAKARTA
- (C) xvii + 106 halaman, 2024, 40 tabel, 5 gambar, 12 lampiran
- (D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN
- (E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari pengambilan risiko, *entrepreneurial networks*, dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. Sampel pada penelitian ini adalah UMKM yang bergerak pada sektor kuliner dan berdomisili di Jakarta. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui Google Form dengan total terdapat 120 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode PLS-SEM melalui *software* SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari pengambilan risiko dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM, sedangkan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan dari *entrepreneurial networks* terhadap kinerja UMKM.

Kata Kunci: Pengambilan Risiko, *Entrepreneurial Networks*, Inovasi Produk, Kinerja UMKM
- (F) 70 referensi (1991-2024)
- (G) Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM.

HALAMAN MOTTO

“The LORD Himself goes before you and will be with you; He will never leave you nor forsake you. Do not be afraid; do not be discouraged.”

Deuteronomy 31:8

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk :

Kedua orangtua dan adik saya

Sahabat-sahabat saya

Seluruh pengajar dan pembimbing

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Tarumanagara. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Pengambilan Risiko, *Entrepreneurial Networks*, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Jakarta.”

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan panduan, bimbingan, bantuan, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan secara tepat waktu, yakni kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Sarwo Edy Handoyo, S.E., M.M., CIFM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, pengajaran, saran, dan motivasi yang sangat berguna dalam membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh dosen dan staf yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang melimpah kepada penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Kedua orangtua dan adik saya yang turut memberikan doa, dukungan, semangat, dan motivasi hingga tahap penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh sahabat saya dari kelas JX yang menjadi teman-teman persejuangan saya dari awal masa kuliah hingga sekarang.
7. Seluruh teman-teman saya yang berasal dari universitas lainnya yang turut memberikan semangat.
8. Rekan-rekan senior yang pertama kali saya kenali saat melaksanakan magang, namun turut memberikan motivasi hingga sekarang.

9. Pihak-pihak lainnya yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu per satu, yang juga memberikan dukungan kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan, baik itu dari segi tata bahasa, struktur, maupun isi. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan dan menghargai kritik maupun saran yang membangun dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini agar menjadi lebih berkembang ke depannya. Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi berbagai pihak.

Jakarta, 16 November 2024



Natasha Athalia

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah.....	9
3. Batasan Masalah	10
4. Rumusan Masalah.....	11
B. Tujuan dan Manfaat	11
1. Tujuan	11
2. Manfaat	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Gambaran Umum Teori	13
B. Definisi Konseptual Variabel.....	15
1. Pengambilan Risiko	15
2. <i>Entrepreneurial Networks</i>	16
3. Inovasi Produk	17
4. Kinerja UMKM.....	18

C.	Penelitian yang Relevan.....	20
D.	Kaitan Antara Variabel-Variabel	36
1.	Kaitan antara Pengambilan Risiko dengan Kinerja UMKM	36
2.	Kaitan antara <i>Entrepreneurial Networks</i> dengan Kinerja UMKM.....	36
3.	Kaitan antara Inovasi Produk dengan Kinerja UMKM	37
E.	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	38
1.	Kerangka Pemikiran.....	38
2.	Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN		43
A.	Desain Penelitian.....	43
B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	44
1.	Populasi.....	44
2.	Teknik pemilihan sampel	44
3.	Ukuran sampel	45
C.	Metode Pengumpulan Data.....	45
D.	Operasionalisasi Variabel Dan Instrumen.....	46
E.	Analisis Validitas dan Reliabilitas	49
F.	Analisis Data	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		54
A.	Deskripsi Subjek Penelitian	54
1.	Jenis Kelamin.....	54
2.	Usia	54
3.	Domisili.....	55
4.	Usia Usaha	56
5.	Omzet Tahunan.....	56
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	57
1.	Pengambilan Risiko	57
2.	<i>Entrepreneurial Networks</i>	58
3.	Inovasi Produk	59
4.	Kinerja UMKM.....	60
C.	Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	61
1.	Validitas	61

2. Reliabilitas	64
D. Hasil Analisis Data.....	65
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	65
2. <i>Effect Size</i> (f^2)	65
3. <i>Model Fit</i>	66
4. Uji Hipotesis	67
E. Pembahasan.....	69
1. Pengaruh Pengambilan Risiko terhadap Kinerja UMKM	69
2. Pengaruh <i>Entrepreneurial Networks</i> terhadap Kinerja UMKM.....	70
3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM	71
BAB V PENUTUP	72
A. Kesimpulan	72
B. Keterbatasan dan Saran	73
1. Keterbatasan.....	73
2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 <i>Literature Review</i>	20
Tabel 2.2 <i>Literature Review</i> Lanjutan	21
Tabel 2.3 <i>Literature Review</i> Lanjutan	22
Tabel 2.4 <i>Literature Review</i> Lanjutan	23
Tabel 2.5 <i>Literature Review</i> Lanjutan	24
Tabel 2.6 <i>Literature Review</i> Lanjutan	25
Tabel 2.7 <i>Literature Review</i> Lanjutan	26
Tabel 2.8 <i>Literature Review</i> Lanjutan	27
Tabel 2.9 <i>Literature Review</i> Lanjutan	28
Tabel 2.10 <i>Literature Review</i> Lanjutan	29
Tabel 2.11 <i>Literature Review</i> Lanjutan	30
Tabel 2.12 <i>Literature Review</i> Lanjutan	31
Tabel 2.13 <i>Literature Review</i> Lanjutan	32
Tabel 2.14 <i>Literature Review</i> Lanjutan	33
Tabel 2.15 <i>Literature Review</i> Lanjutan	34
Tabel 2.16 <i>Literature Review</i> Lanjutan	35
Tabel 3.1 Skala Likert.....	46
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Pengambilan Risiko.....	46
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Entrepreneurial Networks</i>	47
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Inovasi Produk.....	48
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Kinerja UMKM	48
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Usia Usaha.....	56
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Omzet Tahunan	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pengambilan Risiko	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Entrepreneurial Networks</i>	58

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Inovasi Produk	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Kinerja UMKM.....	60
Tabel 4.10 Hasil Analisis <i>Outer Loading</i>	62
Tabel 4.11 Hasil Analisis Nilai AVE.....	63
Tabel 4.12 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	63
Tabel 4.13 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	64
Tabel 4.14 Hasil Analisis HTMT	64
Tabel 4.15 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	64
Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	65
Tabel 4.17 Hasil Analisis <i>Effect Size</i>	66
Tabel 4.18 Hasil Analisis <i>Model Fit</i>	66
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis.....	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Jumlah UMKM di Indonesia Periode 2018-2023.....	2
Gambar 1.2. Ilustrasi <i>Survival Rate</i> UMKM Secara Umum	3
Gambar 1.3. Jumlah Usaha IMK Menurut KBLI Tahun 2022	4
Gambar 1.4. Jumlah Usaha IMK Makanan Periode 2018-2022.....	4
Gambar 2.5. Kerangka Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	85
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden	90
Lampiran 3. Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i>	96
Lampiran 4. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>Average Variance Extracted</i>	99
Lampiran 5. Hasil Analisis <i>Cross Loadings</i>	100
Lampiran 6. Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	100
Lampiran 7. Hasil Analisis HTMT	101
Lampiran 8. Model Penelitian PLS-SEM	101
Lampiran 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	102
Lampiran 10. Hasil Analisis <i>Effect Size</i> (f^2)	102
Lampiran 11. Hasil Analisis <i>Model Fit</i>	102
Lampiran 12. Hasil Uji Hipotesis dengan Metode <i>Bootstrapping</i>	103

BAB I

PENDAHULUAN

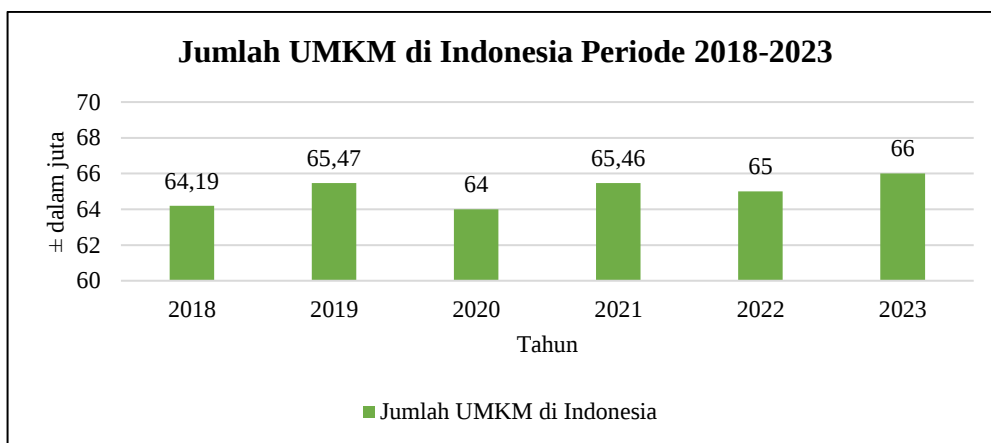
A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

UMKM atau Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki peran yang begitu krusial terhadap pertumbuhan perekonomian nasional Indonesia. Menurut Tambunan (2023), berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UKM dalam artikel Kementerian Keuangan Republik Indonesia, pada tahun 2023 sendiri, UMKM menyalurkan kontribusi sebesar 60,5% terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Nasional. Hal tersebut menandakan bahwa eksistensi dan peningkatan pada jumlah UMKM di Indonesia membawa dampak yang positif terhadap pendapatan negara. Di antara ketiga pembagian UMKM sendiri – yakni usaha mikro, kecil, dan menengah – usaha mikro adalah yang mendominasi pembagian usaha berdasarkan skala, dikarenakan 99,62% dari seluruh jenis badan usaha di Indonesia pada tahun 2021 ialah berskala mikro (Muhamad, 2023). Persentase tersebut pun diketahui tidak banyak mengalami perubahan signifikan dari beberapa tahun sebelumnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa UMKM memang merupakan penggerak utama dari laju perekonomian Indonesia.

Ini juga berkaitan dengan fakta bahwa UMKM berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia dengan adanya penciptaan lapangan kerja. Menurut Bank Indonesia (2015), hal ini mampu terlaksanakan oleh UMKM karena dengan semakin banyak unit usaha yang muncul, tenaga kerja baru yang diperlukan pun juga akan terus bertambah. Terkait itu, menurut Kamar Dagang dan Industri Indonesia (2023), UMKM telah menyerap kurang lebih 117 juta orang pekerja (setara 97%) dari total jumlah tenaga kerja di Indonesia. Ini membuktikan bahwa UMKM memberikan dampak yang positif pula bagi negara dalam perspektif sosial.

Sayangnya, yang menjadi persoalan adalah tidak sedikit dari banyaknya UMKM yang hanya bisa bertahan dalam jangka waktu yang pendek (Rahman, Pratikto & Siswanto, 2022). UMKM rentan terhadap berbagai macam tantangan, sehingga banyak yang mengalami kesulitan dalam menunjang kinerja usaha. Hal ini dapat dilihat dari jumlah keseluruhan UMKM di Indonesia yang dapat dikatakan sangatlah fluktuatif. Berdasarkan Gambar 1.1., terlihat bahwa selama periode tahun 2018-2023 sendiri, jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami kenaikan dan juga penurunan. Fenomena ini tentunya tidak akan terjadi jika kinerja UMKM di Indonesia sudah tergolong baik. Jumlah UMKM akan setidaknya menjadi lebih stabil dan mengalami peningkatan yang cukup signifikan per tahunnya.

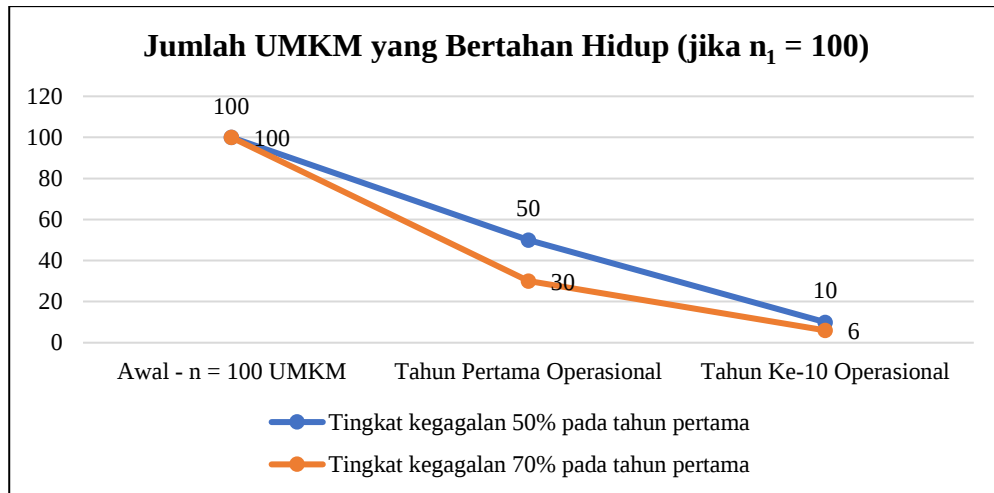


Sumber : Kamar Dagang dan Industri Indonesia (2023)

Gambar 1.1. Jumlah UMKM di Indonesia Periode 2018-2023

Menurut Rachman dan Sugiat (2021), rata-rata usia usaha untuk UMKM ialah 5 tahun dan tingkat kegagalan usaha untuk suatu UMKM di Indonesia sendiri dapat mencapai 78%. Selain itu, hasil penelitian Carmelli dan Markman mengenai manajemen strategik (2011; dalam Affa, Wibowo & Berakon, 2020) menyatakan bahwa tingkat kelangsungan hidup UMKM secara umum tergolong rendah sebab rata-rata, hanya 7 dari 10 UMKM yang mampu bertahan sampai satu tahun masa operasionalnya, kemudian 2 dari antaranya hanya mampu bertahan selama 5 tahun. Penelitian tersebut juga menyimpulkan bahwa 50-70% UMKM mengalami kebangkrutan pada tahun pertama operasionalnya, dan dari 80% UMKM yang tersisa kemudian mengalami

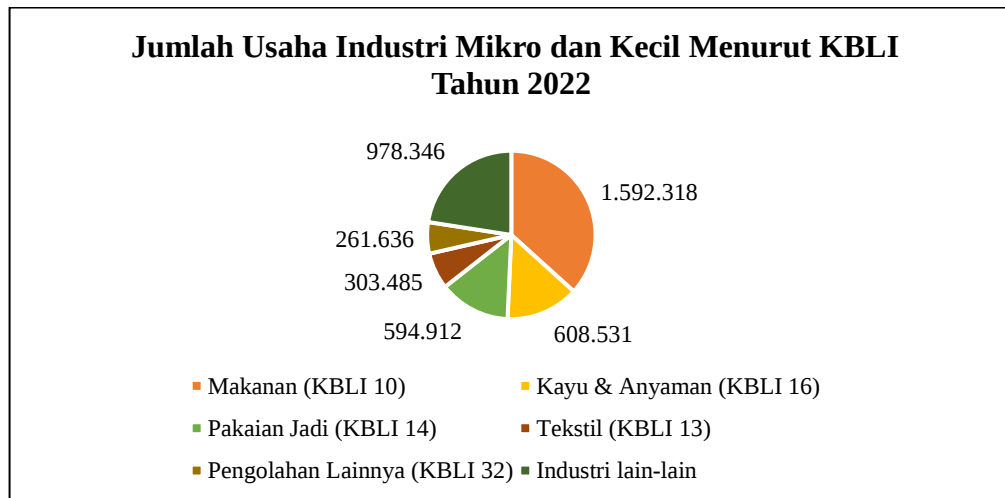
kebangkrutan pada tahun kesepuluh operasionalnya. Berikut adalah ilustrasi *survival rate* UMKM selama masa operasionalnya, dengan anggapan adanya 100 UMKM :



Sumber : Carmelli dan Markman (2011) dalam Affa, Wibowo & Berakon (2020)

Gambar 1.2. Ilustrasi *Survival Rate* UMKM Secara Umum

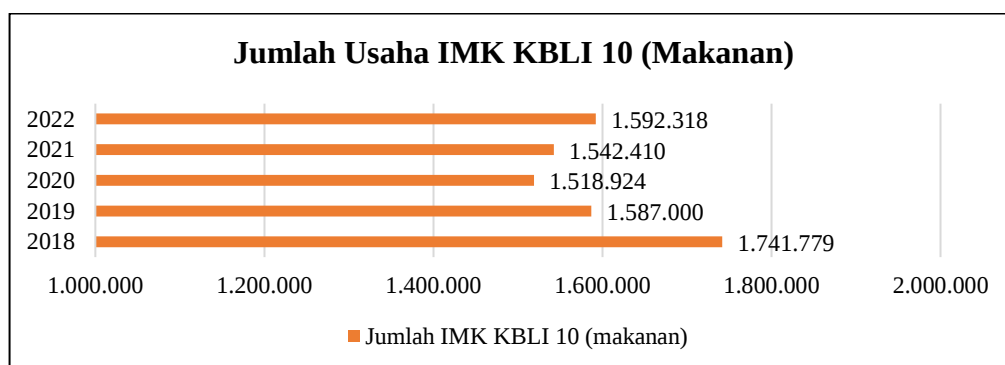
Salah satu industri yang menjadi sasaran utama para wirausaha Indonesia ialah sektor makanan dan minuman (*food and beverage*) atau biasa juga disebut sebagai sektor kuliner. Ini didukung oleh data terbaru mengenai industri mikro dan kecil (IMK) yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (2023), yaitu industri makanan menempati urutan pertama sebagai industri yang memiliki jumlah IMK usaha manufaktur terbanyak di Indonesia. Tercatat bahwa jumlah keseluruhan IMK usaha manufaktur Indonesia pada tahun 2022 adalah sebanyak 4.339.228 usaha, dimana 1.592.318 diantaranya ialah yang bergerak pada industri makanan.



Sumber : Profil IMK Tahun 2022 Badan Pusat Statistik (2023)

Gambar 1.3. Jumlah Usaha IMK Menurut KBLI Tahun 2022

Jika dikilas kembali dalam beberapa tahun sebelumnya pun, diketahui bahwa industri makanan (KBLI 10) merupakan industri mikro dan kecil yang terbesar di Indonesia. Pada periode 2018 hingga 2022, tercatat bahwa IMK manufaktur makanan selalu menjadi industri yang paling mendominasi. Walaupun, dari Gambar 1.2., dapat dilihat bahwa jumlahnya tidak selalu konstan meningkat. Bahkan, jumlahnya berkurang cukup drastis pada tahun 2018 hingga 2020 dan ini kemungkinan terjadi oleh karena dampak pandemi COVID-19, sebelum akhirnya jumlah tersebut kembali bangkit pada tahun 2021.



Sumber : Diringkas dari Profil IMK Badan Pusat Statistik (2019-2023)

Gambar 1.4. Jumlah Usaha IMK Makanan Periode 2018-2022

Secara perilaku pun, jumlah besar pada usaha kuliner didorong oleh adanya perubahan gaya hidup pada masyarakat Indonesia. Memasuki era

globalisasi, masyarakat menyadari bahwa pengolahan makanan dan minuman tidak hanya esensial bagi kepentingan diri mereka masing-masing, melainkan dapat dijadikan suatu peluang bisnis yang besar. Kepraktisan telah menjadi suatu faktor yang dipertimbangkan untuk keperluan konsumsi pribadi. Didukung dengan adanya perkembangan tren kuliner dalam industri makanan dan minuman, ini menjadi alasan utama yang mengakibatkan maraknya kemunculan UMKM sektor kuliner seperti restoran, kafe, kantin, dan kedai kecil yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman.

Permasalahan ketahanan UMKM dalam konteks UMKM kuliner ialah banyak pelaku usaha restoran dan kafe kecil yang tidak merasakan adanya perkembangan pada performa bisnisnya, hingga akhirnya memutuskan untuk tidak melanjutkan usahanya tersebut. Kecenderungan UMKM sektor kuliner yang menawarkan berbagai produk yang relatif memiliki kemiripan dari yang satu dengan yang lainnya dalam jangka waktu yang sama menjadi salah satu penyebabnya. Dengan kehadiran budaya ‘*viral*’ pada industri makanan dan minuman, baik itu yang sifatnya lokal maupun internasional, lebih mendorong para wirausaha di negara-negara berkembang untuk menarik antusiasme dan pelanggan potensial dengan meniru tren yang hadir tanpa adanya pertimbangan atas keterlibatan unsur kreativitas untuk menunjang inovasi (Bagis, Sukma & Nururly, 2023). Dalam kata lain, masalah yang dihadapi ialah para pelaku UMKM sektor kuliner seringkali tidak melakukan atau kesulitan dalam mengidentifikasi *unique value proposition* apa yang sebaiknya ditawarkan dalam menjalankan masing-masing bisnisnya sehingga mampu terus berkembang di kemudian hari, tanpa dipengaruhi oleh faktor tren makanan dan minuman yang sifatnya musiman.

Sebagai contoh ialah fenomena kehadiran *topping* minuman ‘*boba*’ atau butiran tapioka. *Topping* minuman yang berasal dari Taiwan ini berhasil mengguncang industri makanan dan minuman serta merubah gaya hidup masyarakat Indonesia. Dalam masa yang sama, banyak sekali bermunculan UMKM sektor kuliner yang menawarkan berbagai macam minuman yang dilengkapi dengan butiran tapioka tersebut. Sehingga, dari satu UMKM dengan

UMKM yang lainnya, sulit ditemukan adanya nilai keunikan pada produk-produk minuman yang ditawarkan serta pada identitas usaha mereka masing-masing. Miskonsepsi ini perlu perhatian lebih lanjut dikarenakan seorang wirausaha seharusnya mampu membangun keunggulan kompetitif agar bisnisnya tersebut dapat berkembang secara berkelanjutan, menghasilkan profitabilitas berjangka panjang, dan memperoleh posisi pasar yang sesuai (Tolossa, Singh, & Gautam, 2024).

Akan tetapi, secara realistis, untuk bisa menemukan dan menciptakan suatu inovasi atau perbedaan tidaklah mudah. Wirausaha manapun yang bertekad untuk menghadirkan inovasi harus menghadapi banyak rintangan dan salah satunya ialah ketidakpastian. Diperlukan pengetahuan yang memadai, akses terhadap berbagai macam sumber daya yang mendukung, proses pengelolaan yang sifatnya tidaklah instan, kesabaran penuh, dukungan, dan kreativitas (Raghuvanshi & Algawar, 2020). Investasi yang tergolong besar bagi UMKM diperlukan untuk upaya riset dan pengembangan agar implementasi inovasi dapat terlaksanakan dengan baik, tetapi secara bersamaan, tidak ada yang dapat menjamin kesuksesan inovasi tersebut (Malekpour, Caboni, Nikzadask & Basile, 2024). Sementara, untuk usaha berskala mikro, kecil, hingga menengah, sumber daya yang dapat diperoleh tergolong cukup terbatas. Kendala dalam pemerolehan sumber daya adalah alasan utama yang menjadikan proses berinovasi sangatlah menantang bagi UMKM (Almeida, 2024).

Selain aspek sumber daya, beberapa tantangan utama yang dialami oleh pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya terletak pada aspek pemodal, pemasaran, energi, infrastruktur, dan tenaga kerja (Badan Pusat Statistik, 2023). Akibatnya, UMKM tidak mampu bersaing dengan usaha-usaha yang berskala lebih besar, sehingga terdapat penurunan pada penjualan, yang kemudian mempengaruhi kinerja usaha. Menurut berbagai penelitian yang telah dilakukan terhadap kinerja UMKM, beberapa indikatornya sendiri dapat dibedakan atau diukur dalam dua jenis yakni indikator finansial dan non-finansial. Umumnya, jika kinerja suatu UMKM tergolong baik, indikator

finansial seperti tingkat penjualan dan profitabilitas (keuntungan) akan menunjukkan adanya pertumbuhan. Sedangkan, indikator non-finansial dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan, jumlah karyawan, dan pengakuan atau relevansi terhadap publik (Egele, Muhammad & Mutenyo, 2018). Terdapat banyak macam faktor yang mampu mempengaruhi UMKM dalam mengatasi berbagai kesulitan dan upayanya dalam meningkatkan kinerja. Dalam penelitian ini, ketiga faktor yang dibahas ialah pengambilan risiko, *entrepreneurial networks*, dan inovasi produk.

Pengambilan risiko adalah salah satu faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap kinerja UMKM. Dengan adanya berbagai kesulitan yang perlu dihadapi oleh para pelaku UMKM, maka diperlukan tindakan dalam mengambil risiko demi keberlangsungan usaha. Hal ini sesuai dengan penemuan dari penelitian yang dilaksanakan oleh Rahaman, Luna, Ping, Islam, dan Karim (2021) yakni dengan sumber daya yang terbatas, UMKM perlu memperkenalkan produk dan bisnisnya secara menyeluruh dalam sebuah lingkungan yang kompetitif, tanpa adanya kepastian bahwa usahanya akan menghasilkan profitabilitas yang baik dalam jangka waktu yang diharapkan. Pengaruh positif dan signifikan dari pengambilan risiko terhadap kinerja UMKM juga dapat dilihat dari hasil penelitian Shah dan Ahmad (2019) yang dilakukan terhadap 166 UMKM sektor manufaktur yang berlokasi di Pakistan. Akan tetapi, kesenjangan dapat ditemukan dari penelitian Isichei, Agbaeze dan Odiba (2020) yang menyatakan bahwa pengambilan risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Para peneliti menjelaskan bahwa hal tersebut dapat terjadi oleh karena kecenderungan para pelaku UMKM di Nigeria dalam menghindari pengambilan keputusan atau proyek yang berisiko.

Entrepreneurial networks adalah faktor lain yang mempengaruhi kinerja UMKM. *Entrepreneurial networks* sendiri adalah relasi-relasi yang dibangun oleh para pelaku UMKM dengan berbagai pihak eksternal untuk kepentingan usahanya. Berdasarkan penelitian Alnahedh dan Alrashdan (2021) ditemukan bahwa *entrepreneurial networks* memiliki peran penting dalam membuka akses bagi para pelaku UMKM terhadap sumber daya yang

dibutuhkan dan berbagai informasi yang relevan. Sehingga, penting bagi para pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan dalam memperluas dan memanfaatkan *entrepreneurial networks*. Sendawula, Kisubi, Najjinda, Nantale, dan Kabbera (2023) juga menemukan bahwa *entrepreneurial networks* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM di Kuwait. Hasil yang bertolak belakang ditemukan dari penelitian Pulka, Ramli, dan Mohamad (2021) yakni *entrepreneurial networks* diketahui berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja UMKM. Penjelasan terhadap hal tersebut ialah kemungkinan *entrepreneurial networks* yang dimiliki para pelaku UMKM di Nigeria bagian Timur Laut kurang berkompeten dalam menyediakan sumber daya yang mendukung.

Inovasi adalah salah satu faktor yang seringkali diteliti dalam hal pengaruhnya terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini akan berfokus pada inovasi produk dikarenakan UMKM yang dituju ialah yang bergerak pada sektor kuliner. Maka, inovasi produk mengarah pada adanya inovasi terhadap menu atau produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Terdapat sejumlah penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi maupun inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM (Abiodun, 2017; Hadi, 2023; Puspitowati, Firdausy & Handoyo, 2024). Dengan adanya komitmen untuk berinovasi dalam hal produk, strategi pemasaran, identitas perusahaan, dan proses bisnis, ini memberikan kemampuan bagi mereka untuk bisa bertahan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah atau bersifat dinamis (Hilmersson & Hilmersson, 2021). Dengan menawarkan inovasi produk, suatu UMKM yang bergerak di sektor kuliner mampu membangun suatu *brand recognition* yang membedakan usahanya dari yang lain meskipun industri makanan dan minuman itu sendiri sangatlah padat dan kompetitif (Almeida, 2024). Namun, kesenjangan penelitian ditemukan dalam hasil penelitian Raymond dan Selamat (2023), yang memiliki subjek penelitian yang kurang lebih sama dengan penelitian ini yakni UKM sektor kuliner di Jakarta. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM. Ini dikarenakan pemilik usaha kecil dan

menengah cenderung mengutamakan pemerolehan keuntungan yang cepat, sehingga mereka lebih memilih untuk meniru inovasi-inovasi yang telah hadir sebelumnya dibandingkan dengan mengeluarkan upaya dalam menciptakan inovasinya sendiri. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Chen dan Chen (2024) bahwa melihat dari tren pasar yang dinamis, memprioritaskan aspek inovasi menjadi salah satu tantangan besar bagi UMKM. Diketahui pula dari penelitian Pusung, Narsa, dan Wardhaningrum (2023) bahwa inovasi produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja UKM sektor kuliner di Surabaya. Ini disebabkan penawaran produk yang bersifat baru tidak menjamin adanya hasil yang memuaskan terhadap kinerja UKM.

Penelitian ini menggabungkan penelitian terdahulu dari Rahaman *et al.* (2021) dan Sendawula *et al.* (2023). Ini dilakukan karena berdasarkan tinjauan literatur yang dilakukan, tidak ditemukan penelitian yang mengangkat ketiga variabel independen yang telah disebutkan (pengambilan risiko, *entrepreneurial networks*, dan inovasi produk) dan variabel dependen kinerja UMKM dalam satu penelitian. Pengambilan risiko dan inovasi sendiri paling umumnya diteliti bersamaan dengan sikap proaktif dan ketiganya merupakan bagian dari *entrepreneurial orientation*. Penelitian terhadap kinerja UMKM sektor kuliner sudah seringkali dilakukan dengan melihat pengaruh *entrepreneurial orientation*. Sedangkan, penelitian terhadap *entrepreneurial networks* pada kinerja UMKM khususnya pada sektor kuliner di Jakarta, masih terbilang terbatas. Maka dalam penelitian ini, dari uraian latar belakang masalah yang didukung oleh beberapa kesenjangan penelitian, berbagai variabel tersebut diteliti dengan judul **“Pengaruh Pengambilan Risiko, Entrepreneurial Networks, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Sektor Kuliner di Jakarta.”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan sejumlah penelitian terdahulu yang relevan, maka dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut :

- a. Pengambilan risiko mempengaruhi kinerja UMKM.

- b. Sikap proaktif mempengaruhi kinerja UMKM.
- c. *Entrepreneurial networks* mempengaruhi kinerja UMKM.
- d. Inovasi mempengaruhi kinerja UMKM.
- e. *Entrepreneurial orientation* mempengaruhi kinerja UMKM.
- f. *Entrepreneurial competencies* mempengaruhi kinerja UMKM.
- g. *Government business support* mempengaruhi kinerja UMKM.
- h. *Market orientation* mempengaruhi kinerja UMKM.
- i. *Degree of innovation* (yang terdiri dari *radical innovation* dan *incremental innovation*) mempengaruhi kinerja UMKM.
- j. *Types of innovation* (yang terdiri dari *product innovation*, *process innovation*, *position innovation*, *paradigm innovation*, dan *packaging innovation*) mempengaruhi kinerja UMKM.
- k. *Innovation orientation* mempengaruhi kinerja UMKM.
- l. Akses finansial mempengaruhi kinerja UMKM.
- m. Kreativitas mempengaruhi kinerja UMKM.
- n. *Network capability* mempengaruhi kinerja UMKM.
- o. *Relational capability* mempengaruhi kinerja UMKM.
- p. *Competitive advantage* mempengaruhi kinerja UMKM.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi terkait topik penelitian ini, ditetapkan beberapa batasan masalah. Pembatasan ini dilakukan agar peneliti mampu memperoleh hasil yang lebih akurat dan efisien, serta memiliki fokus terhadap masalah-masalah yang signifikan :

- a. Penelitian ini memiliki fokus terhadap tiga variabel independen yakni pengambilan risiko, *entrepreneurial networks*, dan inovasi produk. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kinerja UMKM.
- b. Penelitian ini membataskan subjek penelitian UMKM khususnya yang bergerak pada sektor kuliner saja.
- c. Terdapat batasan geografis yang ditetapkan pada subjek penelitian ini yakni UMKM kuliner yang diteliti cukup yang berada di wilayah Jakarta.

Wilayah Jakarta dipilih sebagai lokasi yang diteliti mengingat adanya keterbatasan secara geografis untuk pemerolehan data. Selain itu, penelitian dengan subjek yang lebih persisi mampu membantu peneliti dalam mengambil sampel penelitian yang dapat memiliki efektivitas perwakilan yang lebih baik.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, berikut adalah beberapa rumusan masalah untuk penelitian ini :

- a. Apakah pengambilan risiko mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta?
- b. Apakah *entrepreneurial networks* mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta?
- c. Apakah inovasi produk mempengaruhi kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan-tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh pengambilan risiko terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta.
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh *entrepreneurial networks* terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta.
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Jakarta.

2. Manfaat

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai pengambilan risiko, *entrepreneurial networks*, dan inovasi produk serta mendorong para wirausaha UMKM khususnya pada sektor kuliner untuk mengimplementasikannya dalam strategi bisnis agar tercapai kinerja yang baik. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk berwirausaha.

b. Bagi akademisi

Penelitian ini berkontribusi terhadap keperluan akademis dan diharapkan mampu menjadi sumber bacaan atau referensi untuk berbagai penelitian yang akan dilaksanakan di kemudian hari, khususnya penelitian-penelitian mengenai UMKM sektor kuliner. Diharapkan hasil dari penelitian ini mampu memberikan pengetahuan lebih lanjut mengenai peran dari variabel pengambilan risiko, *entrepreneurial networks*, dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM sektor kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiodun, T. S. (2017). An Examination of the Relationships Between Different Types of Innovation and Firm Performance and the Mediating Effect of Radical and Incremental Innovations on These Relationships. *International Journal of Innovation and Economic Development*, 3(5), 38-58. <http://dx.doi.org/10.18775/ijied.1849-7551-7020.2015.35.2003>
- Abu-Rumman, A., Shraah, A. A., Al-Madi, F., & Alfalah, T. (2021). Entrepreneurial networks, entrepreneurial orientation, and performance of small and medium enterprises: are dynamic capabilities the missing link?. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(29), 1-16. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00170-8>
- Affa, A. S., Wibowo, M. G., & Berakon, I. (2020). Resilience ability and SME survival rate in the middle of business environmental fluctuation. *Journal of Islamic Economics, Management, and Business*, 2(1), 1-29. <https://doi.org/10.21580/jiemb.2020.2.1.7109>
- Almeida, F. (2024). Causes of Failure of Open Innovation Practices in Small-and Medium-Sized Enterprises. *Administrative Sciences*, 14, 50. <https://doi.org/10.3390/admsci14030050>
- Alnahedh, M., & Alrashdan, A. (2021). Entrepreneurs' personal network usage and the performance of young firms: evidence from an emerging market. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(4), 711-728. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-09-2020-0115>
- Arshad, Z., Jamil, M., Rehman, M. F. U., & Siddique, M. U. (2023). Impact of Entrepreneurial Networking on Firm Performance: A Dual Moderated Mediation Analysis. *CARC Research in Social Sciences*, 2(4), 187-201. <https://doi.org/10.58329/criss.v2i4.65>

- Badan Pusat Statistik. (2019). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2018*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2019/11/14/355910d12477675c587b918b/profil-industri-mikro-dan-kecil-2018.html>. Diakses pada 13 September 2024 pukul 20.59.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2019*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2020/11/16/db2fdf158825afb80a113b6a/profil-industri-mikro-dan-kecil-2019.html>. Diakses pada 13 September 2024 pukul 20.58.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2020*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2022/03/04/a6375ea4a72374e3bedd0b00/profil-industri-mikro-dan-kecil-2020.html>. Diakses pada 13 September 2024 pukul 20.53.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2021*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/04/18/228f9c6242ef5a06b2dc740e/profil-industri-mikro-dan-kecil-2021.html>. Diakses pada 13 September 2024 pukul 20.48.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Profil Industri Mikro dan Kecil 2022*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/10/27/c1f1e0126c61890fdf03d74c/profil-industri-mikro-dan-kecil-2022.html>. Diakses pada 2 September 2024 pukul 20.20.
- Bagis, A. A., Sukma, A., & Nururly, S. (2023). The business longevity of SMEs based on entrepreneurial orientation and government policies in facing disruption challenges. *Jurnal Siasat Bisnis*, 27(2), 188-207. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol27.iss2.art5>
- Bakashaba, R., Musiita, B., & Nabachwa, S. (2024). Entrepreneurial Networking and Performance of Ugandan Manufacturing SMEs: The Mediating Role of Innovation Capabilities. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 16(2), 87-98. [https://doi.org/10.22610/jebs.v16i2\(J\).3838](https://doi.org/10.22610/jebs.v16i2(J).3838)

- Bank Indonesia (2015). *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*.
<https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/Pages/Profil-Bisnis-UMKM.aspx>.
 Diakses pada 15 Oktober 2024 pukul 21.11.
- Baregheh, A., Rowley, J., Sambrook, S., & Davies, D. (2012). Innovation in food sector SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(2), 300-321. <https://doi.org/10.1108/14626001211223919>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Chen, S. L., & Chen, K. L. (2024). The mediating impact of innovation types in the relationship between innovation use theory and market performance. *Stats*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.3390/stats7010001>
- Creswell, J.W., & Creswell, J.D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Dahlan., Priyana, Y., & Syam, R. (2023). The Influence of Innovation, Creativity, and Risk-Taking on Entrepreneurial Growth and SMEs Performance in Sukabumi City. *West Science Business and Management*, 1(2), 50-60. <https://doi.org/10.58812/wsbm.v1i02.36>
- Das, M., & Goswami, N. (2019). Effect of entrepreneurial networks on small firm performance in Kamrup, a district of Assam. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(7), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0122-6>
- Ekadjaja, M., & Adiwijaya, E. (2023). *Modul Pelatihan SMART PLS (Penggunaan SMART PLS 4.0 Dalam Penelitian)*. Jakarta: Laboratorium Manajemen Metode Kuantitatif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
- Egele, A. C., Muhammad, K., & Mutenyo, J. (2018). Entrepreneurial risk taking and performance of small and medium scale enterprises (SMEs) in Kano

- State, Nigeria. *KIU Journal of Social Sciences*, 4(3), 213-224.
<https://doi.org/10.58709>
- Farida, N., & Nuryakin. (2021). Network capability, relational capability and Indonesian manufacturing SME performance: an empirical analysis of the mediating role of product innovation. *Engineering Management in Production and Services*, 13(1), 41-52. <https://doi.org/10.2478/emj-2021-0003>
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression & Structural Equation Models*. Asheboro: Statistical Associates Publishing.
- Hadi, P. (2023). Effect of product innovation on SME's performance: The moderating role of organizational learning and market orientation. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy*, 5(2), 47-54.
<http://dx.doi.org/10.36096/ijbes.v5i2.405>
- Hair Jr. J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.
<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, Jr. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Second Edition*. Los Angeles: Sage Publications.
- Hair, Jr. J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM) Using R A Workbook*. Switzerland: Springer.
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evid Based Nurs*, 18(3), 66-67. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Hilmersson, F. P., & Hilmersson, M. (2021). Networking to accelerate the pace of SME innovations. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6, 43-49.
<https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.10.001>

- Huo, B., Guo, M., & Tian, M. (2023). The impact of supply chain specific investments on firms' market performance: the mediating role of innovation. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 38(1), 208-222. <https://doi.org/10.1108/JBIM-03-2021-0162>
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Baharuddin., Madi., Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metode Penelitian*. Makassar: Gunadarma Ilmu.
- Isichei, E. E., Agbaeze, K. E., & Odiba, M. O. (2020). Entrepreneurial orientation and performance in SMEs : The mediating role of structural infrastructure capability. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1219-1241. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-08-2019-0671>
- Issau, K., Acquah, I. S. K., Gnankob, R. I., & Hamidu, Z. (2022). Innovation orientation and performance of small and medium-sized enterprises (SMES) in Ghana: evidence from manufacturing sector. *Innovation & Management Review*, 19(4), 290-305. <http://dx.doi.org/10.1108/INMR-07-2020-0092>
- Kamar Dagang dan Industri Indonesia (2023). *UMKM Indonesia - KADIN Indonesia*. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>. Diakses pada 6 September 2024 pukul 14.24.
- Kavana, H., & Puspitowati, I. (2022). The Effect of Proactive Action, Innovation and Risk Taking on Business Performance. *Advances in Economics, Business and Management Research Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 216, 284-289. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.043>
- Kitigin, B. (2017). Relationship Between Risk-Taking and Business Performance Among Small and Medium Enterprises in Eldoret Town, Kenya. *International Journal of Business and Management Review*, 5(7), 52-59. <https://doi.org/10.37745/ijbmr.2013>

- Klyver, K., & Grant, S. (2010). Gender differences in entrepreneurial networking and participation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 213-227. <https://doi.org/10.1108/17566261011079215>
- Lawal, F. A., Adegbuyi, O. A., Iyiola, O. O., Ayoade, O. E., & Taiwo, A. A. (2018). Nexus Between Informal Networks and Risk-Taking: Implications for Improving the Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) In Nigeria. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2), 1-13.
- Malekpour, M., Caboni, F., Nikzadask, M., & Basile, V. (2024). Taste of success: a strategic framework for product innovation in the food and beverage industry. *British Food Journal*, 126(13), 94-118. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2023-0138>
- Mason, M. C., Floreani, J., Miani, S., Beltrame, F., & Cappalletto, R. (2015). Understanding The Impact of Entrepreneurial Orientation on SMEs' Performance. The Role of The Financing Structure. *Procedia Economics and Finance 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism*, 23, 1649-1661. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00470-0](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00470-0)
- Mpando, I., & Sandada, M. (2015). An Assessment of The Effect of Innovation as Mediator to Business Networking and Performance Relationship: Evidence from Zimbabwean SMEs. *International Journal of Social Sciences and Humanity Studies*, 7(2), 1-15.
- Muhamad, N. (2023). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/UMKM di Indonesia Berdasarkan Kelasnya* (2021). <https://databoks.katadata.co.id/pasar/statistik/cdcfe12b8f8af2b/usaha-mikro-tetap-merajai-umkm-berapa-jumlahnya>. Diakses pada 2 September 2024 pukul 18.25.
- Piirala, P. (2012). The impact of entrepreneurial orientation on firm performance: a comparative study of Finnish and German SMEs. *Master's Thesis*. Department of Management and International Business Aalto University School of Business Espoo.

- Presutti, M., & Odorici, V. (2019). Linking entrepreneurial and market orientation to the SME's performance growth: the moderating role of entrepreneurial experience and networks. *Int Entrep Manag J*, 15, 697–720. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0533-4>
- Pulka, B. M., Ramli, A., & Mohamad, A. (2021). Entrepreneurial competencies, entrepreneurial orientation, entrepreneurial network, government business support and SMEs performance: The moderating role of the external environment. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(4), 586-618. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2018-0390>
- Puspitowati, I., Firdausy, C. M., & Handoyo, S. E. (2024). Kinerja Usaha UMK Melalui Dukungan Keluarga, Akses Finansial dan Inovasi Produk. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 129-140. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i1.29509>
- Pusung, C. S., Narsa, N. P. D. R. H., & Wardhaningrum, O. A. (2023). Innovation, Competitive Strategy and MSME Performance: A Survey Study on Culinary SMEs In Indonesia During the Covid-19 Pandemic. *Business: Theory and Practice*, 24(1), 160-172. <https://doi.org/10.3846/btp.2023.16676>
- Rachman, M. R., & Sugiat, M. (2021). The Effect of Entrepreneurship Education on Marketing Development in Culinary Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) at Bandung District. *Acitya: Journal of Teaching & Education*, 3(1), 109-116. <https://doi.org/10.30650/ajte.v3i1.2154>
- Raghuvanshi, J., & Algawar, R. (2020). Revitalization of Indian SMEs for sustainable development through innovation. *Business Strategy and Development*, 3, 461–473. <https://doi.org/10.1002/bsd2.109>
- Rahaman, Md. A., Luna, K. F., Ping, Z. L., Islam, M. S., & Karim, Md. M. (2021). Do Risk-Taking, Innovativeness, and Proactivity Affect Business Performance of SMEs? A Case Study in Bangladesh. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 689-695. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0689>

- Rahman, A. A., Pratikto, H., & Siswanto, E. (2022). The Effect of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance: The Role of Networking Capability. *Brilliant International Journal of Management and Tourism*, 2(3), 263-280. <https://doi.org/10.55606>
- Ranganathan, P., Caduff, C., & Frampton C. M. A. (2024). Designing and validating a research questionnaire - Part 2. *Perspect Clin Res*, 15, 42-50. https://doi.org/10.4103/picr.picr_318_23
- Raymond, Y., & Selamat, F. (2023). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Business Performance Through Entrepreneurial Competency as Mediation Variable: A Study on SMEs in Culinary Sector in Jakarta. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 103-111. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1.i2.103-111>
- Rishi, M, Dwivedi, P., & Ghosal, A. (2022). Application of RBV Theory in Business Management – A Bibliometric Analysis. *Acta Universitatis Bohemiae Meridionalis*, 25(2), 138-161. <https://doi.org/10.32725/acta.2022.015>
- Sasha, F., Thongpoon, S., & Ahmad, N. H. (2020). Mediating Role of Innovation on the Relationships between Market Orientation and Firm Performance in Food and Beverage Industry in southern Thailand. *The 11th Hatyai National and International Conference*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business A Skill-Building Approach Seventh Edition*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Sendawula, K., Kisubi, M.K., Najjinda, S., Nantale, H., & Kabbera, S. (2023). The efficacy of entrepreneurial networking and innovation in fostering the performance of small businesses in Uganda. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(88), 1-18. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00358-0>

- Shah, S. Z., & Ahmad, M. (2019). Entrepreneurial orientation and performance of small and medium-sized enterprises Mediating effects of differentiation strategy. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 29(5), 551-572. <http://dx.doi.org/10.1108/CR-06-2018-0038>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujianto, Yuliani, F., Syofian, Saputra, T., & Pratama, I. (2020). The Impact of The Organizational Innovativeness on The Performance of Indonesian SMEs. *Polish Journal of Management Studies*, 22(1), 513-530. <https://doi.org/10.17512/pjms.2020.22.1.33>
- Sukmamedian, H. (2021). Entrepreneurial Orientation on Food and Beverage SMEs' Performance: The Role of Competitive Advantage and Innovation. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(3), 5288-5297. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2319>
- Tambunan, C.R. (2023). *Kontribusi UMKM dalam Perekonomian Indonesia*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>. Diakses pada 6 September 2024 pukul 16.55.
- Tenenhaus, M., Amato, S., & Esposito, V. (2004). A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modelling. *Proceedings of the XLII SIS Scientific Meeting*, 739-742.
- Theresa, I., & Hidayah, N. (2022). The Effect of Innovation, Risk-Taking, and Proactiveness on Business Performance Among MSMEs in Jakarta. *Advances in Economics, Business and Management Research Tenth International Conference on Entrepreneurship and Business Management 2021 (ICEBM 2021)*, 653, 42-48. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.008>
- Tolossa, A. T., Singh, M., & Gautam, R. K. (2024). Unveiling the nexus: The crucial role of competitive advantage in bridging entrepreneurial marketing

- practices and sustainable firm performance in small and medium enterprises. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 43. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00398-0>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>. Diakses pada 28 September 2024 pukul 19.16.
- Wijaya, W. (2024). Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce dan Inovasi Dengan Pengambilan Risiko Sebagai Mediasi Pada Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 8(4), 829-841. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i4.31634>
- Xu, S., Wu, X., He, J., Zhu, R., Morrison, A. M., & Xie, C. (2024). Turning entrepreneurial networks into business model innovation for start-ups. *Management Decision*, 62(4), 1395-1423. <https://doi.org/10.1108/MD-04-2023-0558>
- Yulianto, E., & Supriono. (2023). Effect of open innovation on firm performance through type of innovation: Evidence from SMES in Malang City, East Java, Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(3). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2262671>