

SKRIPSI

**PENGARUH KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PENJUALAN, DAN
JEJARING TERHADAP KINERJA UKM YOGYAKARTA
MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: ANLYN

NIM: 115210346

**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 KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN,
ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PENJUALAN, DAN
JEJARING TERHADAP KINERJA UKM YOGYAKARTA
MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: ANLYN

NIM: 115210346

**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 TIDAK PLAGIAT



FR.FE-4,7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Anlyn
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210346
Program Studi : SI Manajemen
Alamat : Central Park Residence, Jakarta Barat.
No HP : 08127570984

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, 02 December 2024



Catatan:

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

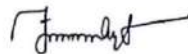
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : ANLYN
NIM : 115210346
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KETERAMPILAN
KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR,
ORIENTASI PENJUALAN, DAN JEJARING
TERHADAP KINERJA UKM YOGYAKARTA
MELALUI KOMPETENSI
KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI.

Jakarta, 29 November 2024

Pembimbing,



(Dr. Frangky Selamat S.E., M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Anlyn
NIM : 115210346
PROGRAM/JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Kewirausahaan
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KETERAMPILAN
KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR,
ORIENTASI PENJUALAN DAN JEJARING
TERHADAP KINERJA UKM YOGYAKARTA
MELALUI KOMPETENSI
KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI.

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

1. Ketua Penguji : -
2. Anggota Penguji 1 : - Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M.
3. Anggota Penguji 2 : -

Jakarta, Desember 2024

Pembimbing,

(Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

- (A) ANLYN (115210346)
- (B) THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL SKILLS, MARKET ORIENTATION, SALES ORIENTATION, AND NETWORKING ON THE PERFORMANCE OF SMEs IN YOGYAKARTA THROUGH ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES AS A MEDIATING VARIABLE.
- (C) xviii + 135 pages, 31 tables, 1 pictures, 7 attachments
- (D) ENTREPRENEUR
- (E) **ABSTRACT:** This study aims to examine the impact of entrepreneurial skills, market orientation, sales orientation, and networking on the performance of SMEs, as well as to test the mediating role of entrepreneurial competencies in SMEs in Yogyakarta. Data collection for this research was conducted using a research questionnaire. The questionnaire was created on Google Forms and distributed online via the WhatsApp social media platform using a random sampling technique. The valid responses obtained were from 150 SMEs in Yogyakarta. The collected data was then processed using the PLS-SEM method with the SmartPLS version 4 analysis tool. The data analysis results show that market orientation and networking have a positive but insignificant effect on SME performance. Meanwhile, entrepreneurial skills, sales orientation, and entrepreneurial competencies have a positive and significant effect on SME performance. Furthermore, it is also stated that entrepreneurial competencies positively mediating, though insignificantly, the effect of sales orientation on SME performance. However, entrepreneurial competencies positively and significantly mediating the relationship between entrepreneurial skills, market orientation, networking, and SME performance.
- Keywords: Entrepreneurial Skills, Market Orientation, Sales Orientation, Networking, Entrepreneurial Competencies, SMEs Performance.
- (F) **REFERENCE LIST:** 80 (1986 – 2024)
- (G) Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M.

ABSTRAK

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

- (A) ANLYN (115210346)
- (B) PENGARUH KETERAMPILAN KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR, ORIENTASI PENJUALAN DAN JEJARING TERHADAP KINERJA UKM YOGYAKARTA MELALUI KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.
- (C) xviii + 135 halaman, Tabel 31, Gambar 1, Lampiran 7
- (D) KEWIRAUSAHAAN
- (E) ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh antara keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan dan jejaring terhadap kinerja UKM, dan menguji peran mediasi dari kompetensi kewirausahaan pada UKM Yogyakarta. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner penelitian. Kuesioner dibuat pada *google form* yang disebarkan secara *online* melalui media sosial *whatsapp* dengan menggunakan teknik *random sampling*. Hasil tanggapan responden yang valid didapati sebanyak 150 UKM Yogyakarta. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian diolah menggunakan metode PLS-SEM dengan alat analisis SmartPLS versi 4. Hasil analisis data menunjukkan bahwa orientasi pasar dan jejaring dinyatakan berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap kinerja UKM. Sedangkan, keterampilan kewirausahaan, orientasi penjualan dan kompetensi kewirausahaan dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM. Kemudian, dinyatakan juga bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi secara positif, namun tidak signifikan pada pengaruh orientasi penjualan terhadap kinerja UKM, tetapi kompetensi kewirausahaan memediasi secara positif dan signifikan pada pengaruh antara keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, dan jejaring terhadap kinerja UKM.
- Kata kunci: Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Orientasi Penjualan, Jejaring, Kompetensi Kewirausahaan, Kinerja UKM.
- (F) DAFTAR PUSTAKA: 80 (1986 – 2024)
- (G) Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

It always seems impossible until it's done

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya,
kembaran, kakak dan adik saya yang saya cintai dan sayangi,
sahabat seperjuangan saya yang saya banggakan,
dan para pengajar yang terhormat.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, serta penulis dalam rangka menyelesaikan skripsi ini yang selesai tepat pada waktunya yang berjudul “Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Orientasi penjualan dan Jejaring terhadap Kinerja UKM Yogyakarta melalui Kompetensi Kewirausahaan sebagai Variabel Mediasi.” Tugas akhir skripsi ini dibuat dengan tujuan dalam hal untuk memenuhi syarat - syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan S1 Manajemen di Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Penyelesaian skripsi ini tentu saja tidak lepas dari kontribusi seluruh pihak yang telah memberikan bantuan seperti bimbingan, dukungan doa dan emosional, motivasi, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, Ucapan terima kasih ini akan penulis berikan kepada:

1. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan saran, waktu tenaga serta kesabaran dalam membimbing sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara
4. Segenap Dosen, Asisten Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tarumanagara yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tarumanagara
5. Kedua orang tua penulis yang tercinta, Rini dan Asman, yang tanpa henti memberikan doa, dukungan, kasih sayang sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Kembaran dan saudara kandung penulis Angie, Jasmine dan Erich yang saya sayangi, dan yang telah memberikan dukungan dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.

7. Muhammad Fauzi, teman baik penulis, terimakasih atas motivasi, dukungan dan bantuan tulus tanpa henti yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Sahabat penulis sejak masa sekolah, Sharon Jess, Felix Furguson, Jessica Aulia, Octavia Goh, Elvia Tan, yang telah banyak memberikan motivasi, semangat, dukungan emosional dan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Sahabat penulis semasa kuliah, Karyn Antonius, Shasya Delvina, Imelda Salsabilla, Jonathan Setiawan, Denis Syahputra, Ivan, Billy, Rama dan Melvin yang senantiasa membantu, mendukung dan memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang turut ikut membantu dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, setiap kritik dan saran dari seluruh pihak akan sangat berharga bagi penulis untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca khususnya dalam bidang kewirausahaan.

Jakarta, 02 Desember 2024

Penulis,

(Anlyn)

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER SKRIPSI	
COVER SKRIPSI DALAM	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah.....	7
4. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan.....	8
2. Manfaat	8
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 10
A. Gambaran Umum Teori	10
B. Definisi Konseptual Variabel.....	11
1. Keterampilan Kewirausahaan	11

2. Orientasi Pasar	12
3. Orientasi Penjualan	12
4. Jejaring Usaha	13
5. Kinerja UKM	14
6. Kompetensi Kewirausahaan	14
C. Kaitan Antar Variabel	15
1. Kaitan Keterampilan Kewirausahaan dan Kinerja UKM	15
2. Kaitan Orientasi Pasar dan Kinerja UKM	16
3. Kaitan Orientasi Penjualan dan Kinerja UKM	16
4. Kaitan Jejaring Usaha dan Kinerja UKM	17
5. Kaitan Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja UKM	17
6. Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan dalam Hubungan antara Keterampilan Kewirausahaan terhadap Kinerja UKM ..	18
7. Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan dalam Hubungan antara Orientasi Pasar terhadap Kinerja UKM	19
8. Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan dalam Hubungan antara Orientasi Penjualan terhadap Kinerja UKM	20
9. Peran Mediasi Kompetensi Kewirausahaan dalam Hubungan antara Jejaring Usaha terhadap Kinerja UKM	20
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	29
1. Kerangka Pemikiran	29
2. Hipotesis	31
 BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Desain Penelitian	33
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	34
1. Populasi	34
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	34
3. Ukuran Sampel.....	35
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	35

1. Keterampilan Kewirausahaan	36
2. Orientasi Pasar	36
3. Orientasi Penjualan	37
4. Jejaring Usaha	37
5. Kompetensi Kewirausahaan	38
6. Kinerja UKM	39
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	40
1. Analisis Validitas	40
2. Analisis Reliabilitas.....	45
E. Analisis Data	46
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	46
2. <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	47
3. <i>Effect Size</i> (f^2)	48
4. <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	48
5. Pengujian Hipotesis Penelitian	48
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	50
1. Lama Usaha Beroperasi.....	50
2. Jumlah Tenaga Kerja.....	51
3. Apakah Usaha Anda Memiliki Cabang?	51
4. Jumlah Cabang yang Dimiliki	52
5. Cakupan Pasar Usaha	52
6. Model Bisnis	53
B. Deskripsi Objek Penelitian	54
1. Keterampilan Kewirausahaan	54
2. Orientasi Pasar	55
3. Orientasi Penjualan	57
4. Jejaring Usaha	58
5. Kompetensi Kewirausahaan	59
6. Kinerja UKM	61

C. Hasil Analisis Data.....	63
1. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	63
2. Hasil Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2).....	64
3. Hasil Nilai <i>Effect Size</i> (f^2).....	65
4. Hasil Nilai <i>Goodness of Fit</i> (GoF).....	66
5. Hasil Pengujian Hipotesis.....	66
D. Pembahasan	71
 BAB V PENUTUP.....	 79
A. Kesimpulan.....	79
B. Keterbatasan dan Saran	79
1. Keterbatasan.....	79
2. Saran.....	80
 DAFTAR PUSTAKA.....	 82
LAMPIRAN.....	90
HASIL TURNITIN	134
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	135

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pertumbuhan UKM Kota Yogyakarta	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Keterampilan Kewirausahaan	36
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Orientasi Pasar	37
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Orientasi Penjualan	37
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Jejaring Usaha	38
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Kewirausahaan	39
Tabel 3.6 Operasionalisasi Variabel Kinerja UKM	39
Tabel 3.7 <i>Outer Loadings</i>	41
Tabel 3.8 <i>Outer Loadings</i> Setelah Eliminasi J1 dan J2	42
Tabel 3.9 AVE	43
Tabel 3.10 <i>Cross Loadings</i>	44
Tabel 3.11 <i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability rho_a dan rho_c</i>	46
Tabel 4.1 Lama Usaha Beroperasi	50
Tabel 4.2 Jumlah Tenaga Kerja	51
Tabel 4.3 Apakah Usaha Anda Memiliki Cabang?	52
Tabel 4.4 Jumlah Cabang yang Dimiliki	52
Tabel 4.5 Cakupan Pasar Usaha	53
Tabel 4.6 Model Bisnis	53
Tabel 4.7 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Keterampilan Kewirausahaan	54
Tabel 4.8 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Orientasi Pasar	56
Tabel 4.9 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Orientasi Penjualan	57
Tabel 4.10 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Jejaring Usaha	58
Tabel 4.11 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Kompetensi Kewirausahaan	60
Tabel 4.12 Deskripsi Objek Penelitian Variabel Kinerja UKM	61
Tabel 4.13 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	63
Tabel 4.14 Hasil Nilai <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	64
Tabel 4.15 Hasil Nilai <i>Effect Size</i> (f^2)	65

Tabel 4.16 Rata-Rata dari (AVE dan R^2)	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis Penelitian (<i>Direct Effect</i>)	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis Penelitian (<i>Indirect Effect</i>).....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	31

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	90
Lampiran 2 150 Responden yang Berpartisipasi	100
Lampiran 3 Profil Usaha	106
Lampiran 4 Tanggapan Responden	108
Lampiran 5 Ringkasan Tanggapan Responden	120
Lampiran 6 Model Penelitian pada SmartPLS 4.1.0.9.....	129
Lampiran 7 Hasil Analisis Data.....	130

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Aktivitas kewirausahaan di sektor formal sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional (Al Mamun *et al.*, 2016). Dalam suatu perekonomian di sebuah negara, terbagi menjadi dua sektor yaitu: formal dan informal. Sektor formal itu sendiri meujuk pada bidang usaha yang terdapat izin dari pemerintah dan kena pajak. Sedangkan, sektor informal hanya mencakup usaha kecil yang dijalankan perorangan yang tidak diatur pemerintah (Tirto.id, 2023). Diketahui juga bahwa penduduk Indonesia saat ini masih didominasi oleh sektor informal (BPS, 2024). Pembinaan yang tepat itu diperlukan bagi calon wirausaha, karena jika tidak dibarengi pembinaan yang tepat maka hanya akan menambah sektor usaha informal (Selamat, 2024).

Berdasarkan laporan Kementerian Koperasi dan UKM (2023) menjelaskan sektor UKM memberikan kontribusi mencapai 61% dari PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia, yang mampu menyerap tenaga kerja 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. UKM diketahui berperan sebagai pendorong utama pengembangan sektor ekonomi di Indonesia, dengan kemampuannya dalam membantu pemerintah untuk menurunkan tingkat pengangguran, mengurangi angka kemiskinan, serta menciptakan lapangan kerja yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat (Tajuddien & Santoso, 2019). Diketahui juga, aktivitas UKM sebagai penggerak kewirausahaan dalam negeri, yang memainkan peran krusial dalam ekonomi global, dengan cara meningkatkan kapabilitas teknologi, percepatan inovasi, dan penguatan modal (Nabiswa & Mukwa, 2017).

Lee & Ie (2024) dalam penelitiannya menjelaskan, meskipun UKM berskala kecil, namun pemilik UKM yang berhasil akan memberikan dampak positif terhadap kemajuan perekonomian nasional maupun global. Keberhasilan sebuah UKM dapat diukur dari berbagai aspek, salah satunya adalah kinerja UKM itu sendiri. UKM yang berkinerja baik menunjukkan pertumbuhan yang konsisten

dalam pendapatan dan laba, serta mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi (Selviana, 2024). Kinerja sendiri merupakan hasil dari upaya individu maupun kelompok yang bekerja untuk mencapai tujuan tertentu (Firdhaus & Akbar, 2022). Selain itu, kinerja berkaitan dengan tujuan usaha yang telah ditetapkan, dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Hery, 2016).

Kinerja merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki secara optimal untuk mencapai tujuan usaha (Ismail *et al.*, 2019). Selain itu, kinerja UKM juga dapat ditinjau dari aspek keuangan, pelanggan, proses internal dan pembelajaran (Safrianti *et al.*, 2022). Oleh karena itu, pelaku UKM perlu menyadari berbagai faktor yang dapat meningkatkan kinerja UKM untuk mencapai keberhasilan. Kemudian, perlu memahami berbagai faktor yang mendukung daya saing UKM yang bertujuan untuk menjaga pertumbuhan ekonomi serta memastikan terciptanya lingkungan kreatif yang kuat dan berkelanjutan (Juminawati *et al.*, 2024).

Selanjutnya, Al Mamun *et al.* (2019) menjelaskan bahwa terdapat lima faktor yang memengaruhi kinerja UKM, antara lain adalah keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan, jejaring, dan kompetensi kewirausahaan. Perlunya upaya individu untuk mencapai kinerja UKM yang optimal, yaitu memiliki keterampilan kewirausahaan seperti: kepercayaan diri, kebutuhan untuk pencapaian, kecenderungan untuk mengambil risiko, toleransi terhadap ambiguitas, kontrol diri yang baik, dan memiliki daya inovasi yang baik (Tunjungsari *et al.*, 2018). Keterampilan berwirausaha dapat diartikan sebagai norma subjektif yang dapat mendorong individu lebih kompeten dalam menjalankan usahanya (Yusuf & Soelaiman, 2022). Keterampilan kewirausahaan juga diketahui memiliki pengaruh yang kuat terhadap kinerja UKM (Eton *et al.*, 2017). Hal ini juga didukung oleh penelitian yang menjelaskan bahwa keterampilan berwirausaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan UKM di Nigeria dan Inggris Raya (Abdul, 2018). Oleh karena itu, dapat dijelaskan bahwa keterampilan kewirausahaan berkontribusi dalam meningkatkan kinerja UKM (Lauw & Widjaja, 2024).

Selain keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar dan orientasi penjualan memainkan peranan penting dalam meningkatkan kinerja UKM. Penelitian Elvina (2020) mengungkapkan bahwa semakin orientasi pasar meningkat, dapat meningkatkan kinerja UKM. Orientasi pasar telah dilihat sebagai tingkat kecenderungan bisnis untuk menjalankan konsep pemasaran (Bamfo & Kraa 2019). Orientasi pasar dapat dipahami sebagai kemampuan perusahaan dalam mempelajari kondisi pasar, yaitu pelanggan, dengan memahami keinginan dan kebutuhan mereka, serta pesaing, dengan memahami kelebihan dan kekurangan pesaing, untuk mempertahankan pelanggan atau mendapatkan nilai unggul dari pelanggan guna meningkatkan kinerja UKM (Aulia *et al.*, 2019). Kemudian, orientasi pasar berfokus pada pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk sebuah usaha mencapai keunggulan kompetitif (Alhakimi & Mahmoud, 2020).

Selain itu, orientasi pasar juga menjadi sumber inspirasi bagi perusahaan dalam menjalankan cara-cara inovatif dan menjadi sumber keunggulan kompetitif dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Tjahjadi *et al.*, 2020). Dengan demikian, seorang wirausaha yang mengamati pasar dan bertujuan untuk memuaskan konsumen maka kinerja usaha individu tersebut akan terjamin, karena memiliki operasi dan strategi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Rizan & Utama, 2020). Di samping itu, orientasi pasar juga dipengaruhi oleh perubahan kebutuhan dan preferensi pasar, di mana tingkat kewirausahaan dan orientasi pasar yang tinggi dapat meningkatkan kinerja sebuah usaha (Boso *et al.*, 2013). Ketika pengusaha telah memperhatikan informasi pasar dan berusaha memuaskan pelanggan, mereka juga perlu untuk memperhatikan penjualan produk atau jasa untuk mengantisipasi penjualan dan memenuhi harapan pelanggan (Jaramillo *et al.*, 2007).

Lebih lanjut, penelitian Goad & Jaramillo (2014) menunjukkan bahwa orientasi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Dalam konteks penjualan, keberadaan tenaga penjual sangat penting untuk menerapkan orientasi penjualan yang bertujuan memengaruhi konsumen agar membeli produk dan bersaing dengan pelaku usaha sejenis lainnya (Aqmala, 2019).

Faktor lainnya adalah jejaring, jejaring diketahui dapat meningkatkan kinerja UKM, yang mana hal tersebut dibuktikan dari penelitian Al Mamun *et al.* (2019)

yang menunjukkan bahwa jejaring memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja UKM. Kinerja UKM dapat meningkat dengan memperluas jejaring usaha (Hendrawan & Wijaya, 2020). Ketika seseorang dihadapkan pada kondisi pembentukan struktur dengan informasi yang tidak lengkap, orang tersebut dianggap berada dalam situasi yang ambigu (Tunjungsari *et al.*, 2018). Melalui jejaring, individu dan organisasi dapat menciptakan kerja sama yang menguntungkan serta meningkatkan peluang pertumbuhan dan inovasi (John, 2024). Jejaring juga memungkinkan untuk menjalin hubungan dengan mitra strategis, pemasok, dan pelanggan, yang dapat memperkuat posisi pelaku UKM di pasar, sehingga membantu pelaku UKM untuk beradaptasi dan berinovasi dalam lingkungan yang kompetitif (Vătămănescu *et al.*, 2020). Dengan memahami hal ini, penting bagi pelaku usaha untuk aktif mencari dan membangun jejaring yang lebih luas guna meningkatkan aksesibilitas dan peluang dalam pasar yang semakin kompetitif.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya, diketahui bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan kinerja UKM, seperti: keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan, dan jejaring. Adapun variabel lainnya yang penting dalam meningkatkan kinerja UKM, yaitu: kompetensi kewirausahaan yang mana variabel tersebut juga diketahui memiliki peran strategis sebagai mediasi pada pengaruh kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan, dan jejaring masing-masing terhadap kinerja UKM (Al Mamun *et al.*, 2019). Kompetensi kewirausahaan itu sendiri adalah nilai yang dibutuhkan bagi seorang wirausaha karena sebagai kebutuhan mereka untuk mengoperasikan UKM tersebut yang bergantung pada kompetensi pemilik usaha (Freixanet *et al.*, 2021).

Mitchelmore & Rowley (2013) menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan dapat meningkatkan kinerja dari usaha yang telah dibentuk, termasuk pertumbuhan, dan pengembangan usaha tersebut secara keseluruhan. Sebuah fakta menjelaskan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan kumpulan keterampilan pribadi yang diupayakan untuk terus ditingkatkan oleh individu tersebut untuk mengoptimalkan kinerja UKM (Gunartin *et al.*, 2023). Pelaku UKM dengan sumber daya dan

kompetensi yang terbatas akan menghadapi kesulitan dalam memperluas pasar sasaran mereka (Al Mamun *et al.*, 2019). Oleh karena itu, penting bagi pelaku UKM untuk selalu meningkatkan kompetensi yang mereka miliki agar lebih dapat menghadapi kesulitan yang tidak dapat diprediksi di masa depan pada usaha yang telah dibentuk (Mitchelmore & Rowley, 2010).

Yogyakarta diketahui sebagai pusat kebudayaan dan pendidikan, memiliki potensi besar dalam pengembangan UKM dan berperan sebagai salah satu daerah dengan pertumbuhan ekonomi kreatif yang signifikan di Indonesia. Perkembangan UKM di wilayah ini terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun, yang mencerminkan meningkatnya kontribusi sektor ini terhadap lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi daerah (Dinas Koperasi & UKM Yogyakarta, 2023). Berikut ini tabel 1.1 yang menunjukkan data terkait pertumbuhan UKM kota Yogyakarta pada periode 2020-2023, sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data Pertumbuhan UKM Kota Yogyakarta

Tahun	Jumlah UKM Berdasarkan Skala Usaha
2020	287.682 Unit
2021	337.060 Unit
2022	342.924 Unit
2023	342.586 Unit

Sumber: Jogja dataku (2024)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah UKM di kota Yogyakarta terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun diketahui juga bahwa pada periode 2022 ke periode 2023 jumlah UKM kota Yogyakarta mengalami sedikit penurunan yang menunjukkan bahwa perlunya perhatian lebih lanjut terkait faktor-faktor yang menentukan peningkatan kinerja UKM tersebut agar di tahun 2024 dapat mengalami peningkatan dari tahun 2023.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh langsung antara keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi

penjualan dan jejaring masing-masing terhadap kinerja UKM dan juga peran mediasi dari kompetensi kewirausahaan dalam menghubungkan keempat variabel independen tersebut terhadap kinerja UKM di Yogyakarta. Dengan memahami bagaimana variabel tersebut saling berinteraksi dan memengaruhi kinerja UKM, diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan yang mendalam terkait strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja UKM, serta membantu pelaku UKM dalam meningkatkan daya saing mereka dan pertumbuhan usaha yang telah dibentuk di tengah dinamika pasar yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Orientasi Penjualan dan Jejaring Terhadap Kinerja UKM Yogyakarta melalui Kompetensi Kewirausahaan sebagai Variabel Mediasi.”**

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana keterampilan kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- b. Bagaimana orientasi pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- c. Bagaimana orientasi penjualan memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- d. Bagaimana jejaring memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- e. Bagaimana kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- f. Bagaimana kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- g. Bagaimana kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara orientasi pasar terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- h. Bagaimana kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara orientasi penjualan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?

- i. Bagaimana kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara jejaring terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?

3. Batasan Masalah

Pembatasan masalah perlu dilakukan dengan tujuan untuk membatasi objek penelitian yang sangat luas karena adanya keterbatasan waktu. Maka batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

- a. Subjek penelitian ini adalah pelaku UKM yang beroperasi di Wilayah Yogyakarta.
- b. Objek penelitian ini adalah keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan, jejaring sebagai variabel independen, kinerja UKM sebagai variabel dependen dan kompetensi kewirausahaan sebagai variabel mediasi.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- b. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- c. Apakah terdapat pengaruh orientasi penjualan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- d. Apakah terdapat pengaruh jejaring terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- e. Apakah terdapat pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- f. Apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- g. Apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?
- h. Apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh orientasi penjualan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?

- i. Apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh jejaring terhadap kinerja UKM di Yogyakarta?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berikut ini adalah tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- c. Untuk menganalisis pengaruh orientasi penjualan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh jejaring terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- e. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- f. Untuk menganalisis apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- g. Untuk menganalisis apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- h. Untuk menganalisis apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh orientasi penjualan terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.
- i. Untuk menganalisis apakah kompetensi kewirausahaan dapat memediasi pengaruh jejaring terhadap kinerja UKM di Yogyakarta.

2. Manfaat

Adapun terdapat manfaat teoritis dan manfaat praktis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi terkait pengaruh keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan, dan jejaring terhadap kinerja UKM Yogyakarta melalui kompetensi kewirausahaan sebagai mediasi. Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan referensi dalam kebutuhan penelitian selanjutnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM, khususnya dalam konteks kewirausahaan di sektor UKM di Indonesia.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu ekonomi, khususnya terkait pengaruh keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, orientasi penjualan, dan jejaring terhadap kinerja UKM di Yogyakarta melalui kompetensi kewirausahaan sebagai mediasi. Hasilnya juga diharapkan menjadi masukan bagi instansi dalam mempertimbangkan faktor-faktor penting yang memengaruhi kinerja UKM, serta memperkaya wawasan teoritis dalam analisis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul. O. E. (2018). Entrepreneurial skills and growth of small and medium enterprise (SMEs): A comparative analysis of Nigerian entrepreneurs and minority entrepreneurs in the UK. *Munich Personal RePEc Archive (MPRA)*, 1-25. https://mpra.ub.uni-muenchen.de/86751/1/MPRA_paper_86751.pdf
- Al Mamun, A., & Fazal, S. A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379-398. <http://dx.doi.org/10.1108/APJIE-05-2018-0033>
- Al Mamun, A., Fazal, S. A., & Muniady, R. (2019). Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance: A study of micro-enterprises in Kelantan, Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 29-48. <http://dx.doi.org/10.1108/APJIE-11-2018-0067>
- Al Mamun, A., Nawi, N. B. C., & Zainol, N. R. B. (2016). Entrepreneurial competencies and performance of informal micro-enterprises in Malaysia. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(3), 273-281. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n3p273>
- Aldrich, H., Zimmer, C., & Jones, T. (1986). Small business still speaks with the same voice: a replication of 'the voice of small business and the politics of survival'. *The Sociological Review*, 34(2), 335-356. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1986.tb02705.x>
- Alhakimi, W., & Mahmoud, M. (2020). The impact of market orientation on innovativeness: evidence from Yemeni SMEs. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 47-59. <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2019-0060>
- Ali, G. A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance: Evidence from Saudi SMEs. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1503-1531. <https://doi.org/10.1108/BIJ-08-2019-0391>
- Amoah-Mensah, A. (2013). Strategic resources and performance of rural SMEs. *International journal of business and social research*, 3(4), 106-119. <http://thejournalofbusiness.org/index.php/site/article/view/34/33>
- Andrews, D., Sánchez, A. C., & Johansson, Å. (2011). Towards a better understanding of the informal economy. *OECD*, (873), 2-45. <http://www.oecd.org/eco/workingpapers>
- Aqmala, D. (2019). Peran orientasi penjualan dan orientasi pelanggan serta penginderaan pelanggan terhadap kinerja tenaga penjualan. *Benefit: Jurnal*

- Manajemen dan Bisnis (Jurnal ini Sudah Migrasi)*, 4(2), 151-164.
<https://doi.org/10.23917/benefit.v4i2.9230>
- Arianty, N. (2023). *Implikasi pemasaran dalam kinerja usaha*. Medan: UMSU Press.
- Atuahene-Gima, K., & Ko, A. (2001). An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation alignment on product innovation. *Organization science*, 12(1), 54-74.
<https://doi.org/10.1287/orsc.12.1.54.10121>
- Aulia, R., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Meningkatkan kinerja pemasaran melalui orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 20(1), 27-38.
<https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2397>
- Bamfo, B. A., & Kraa, J. J. (2019). Market orientation and performance of small and medium enterprises in Ghana: The mediating role of innovation. *Cogent Business & Management*, 6(1), 1-16.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2019.1605703>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Beard, J. W., & Sumner, M. (2004). Seeking strategic advantage in the post-net era: viewing ERP systems from the resource-based perspective. *The Journal of Strategic Information Systems*, 13(2), 129-150.
<https://doi.org/10.1016/j.jsis.2004.02.003>
- Berita Resmi Statistik (2024, Mei 6). Keadaan ketenagakerjaan Indonesia Februari 2024. BPS. Diakses dari: <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/05/06/2372/tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-4-82-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-04-juta-rupiah-per-bulan.html>
- Boles, J. S., Howard, W. G., & Donofrio, H. H. (2001). An investigation into the inter-relationships of work-family conflict, family-work conflict and work satisfaction. *Journal of Managerial issues*, 13(3), 376-390.
<https://www.jstor.org/stable/40604357>
- Boso, N., Story, V. M., & Cadogan, J. W. (2013). Entrepreneurial orientation, market orientation, network ties, and performance: Study of entrepreneurial firms in a developing economy. *Journal of business Venturing*, 28(6), 708-727. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.04.001>
- Bougie, R. & Sekaran, U. (2020). *Research methods for business. A skill building approach*. 8th edition. USA: Wiley.
- Dinas Koperasi & UKM Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). Resentra 2022-2027 rencana strategis. Diakses dari: <https://diskopukm.jogjaprov.go.id/wp-content/uploads/2024/03/Renstra-Diskop-UKM-2022-2027.pdf>

- Elgarhy, S. D., & Abou-Shouk, M. (2023). Effects of entrepreneurial orientation, marketing, and innovation capabilities, on market performance: The mediating effect of sustainable competitive advantage. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(6), 1986-2004. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0508>
- Elvina, E. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja umkm. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(1), 46-55. <https://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/jsh/article/viewFile/794/522>
- Eton, M., Mwosi, F., Mutesigensi, D., & Ebong, C. D. (2017). Credit financing and performance of SMEs in Lira Municipality, Uganda. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(8), 121-127. <https://core.ac.uk/download/pdf/234632004.pdf>
- Fan, M., Qalati, S. A., Khan, M. A. S., Shah, S. M. M., Ramzan, M., & Khan, R. S. (2021). Effects of entrepreneurial orientation on social media adoption and SME performance: the moderating role of innovation capabilities. *PloS One*, 16(4), 1-24. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247320>
- Fiati, R., & Zuliyati, Z. (2016). Strategi Pengembangan Jaringan Usaha UMKM Pigura Kaligrafi Memasuki Pasar Ekspor. *Jurnal Dianmas*, 5(1), 53-62. <https://jurnaldianmas.org/index.php/Dianmas/article/view/7>
- Firdhaus, A., & Akbar, F. S. (2022). Pengaruh penerapan sistem informasi akuntansi dan pemanfaatan teknologi informasi terhadap kinerja UMKM di Kecamatan Gubeng Surabaya. *Jurnal Proaksi*, 9(2), 173-187. <https://doi.org/10.32534/jpk.v9i2.2632>
- Frederick, H., O'connor, A., & Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. Singapore: Cengage Learning.
- Freixanet, J., Braojos, J., Rialp-Criado, A., & Rialp-Criado, J. (2021). Does international entrepreneurial orientation foster innovation performance? The mediating role of social media and open innovation. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(1), 33-44. <https://doi.org/10.1177/1465750320922320>
- Garson, D. (2016). *Partial Least Squares: regression and structural equation Models*. Asheboro, North Country: Statistical Associates Publishers.tam.
- Gerli, F., Gubitta, P., & Tognazzo, A. (2011). Entrepreneurial competencies and firm performance: an empirical study. In *VIII International Workshop on Human Resource Management*, 1-40. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1850878
- Goad, E. A., & Jaramillo, F. (2014). The good, the bad and the effective: a meta-analytic examination of selling orientation and customer orientation on sales performance. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 34(4), 285-301. <https://doi.org/10.1080/08853134.2014.899471>

- Gunartin, P. H., Winarno, A., Restuningdiah, N. (2023). The role of entrepreneurial competencies: successful key SMEs a literature review. *International Journal of Professional Business*, 8(7), 1-12. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.1955>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) Using R A Workbook*. Switzerland: Springer.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran (konsep, teori dan implementasi)*. Tangerang: Pascal Books.
- Hendrawan, A., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh dimensi orientasi kewirausahaan dan jaringan usaha terhadap kinerja usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 577-586. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9569>
- Henseler, J., Ringle, C., & Sinkovics, R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in Intenational Marketing*, 20, 277-319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Hery, S. E. (2016). *Analisis laporan keuangan-integrated and comprehensive edition*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship*. New York: McGraw-Hill Education.
- Ismail, T., Meutia, M., & Umami, N. (2019). Enabling management control in improving the performance of SMEs. *Management Science Letters*, 9(11), 1823-1832. <http://dx.doi.org/10.5267/j.msl.2019.6.009>
- Jaramillo, F., Ladik, D. M., Marshall, G. W., & Mulki, J. P. (2007). A meta-analysis of the relationship between sales orientation-customer orientation (SOCO) and salesperson job performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(5), 302-310. <https://doi.org/10.1108/08858620710773431>
- Jogja Dataku. (2024). Jumlah UKM berdasarkan skala usaha periode 2020-2023. Diakses dari: https://bappeda.jogjapro.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm
- John, E. (2024). Show me your networks and i'll tell you your future: entrepreneurial networks and SME performance. *Cogent Business & Management*, 11(1), 1-13. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2363433>
- Juminawati, S., Syamsulbahri, S., & Harsono, I. (2024). Analisis pengaruh orientasi pasar, inovasi produk, dan strategi pemasaran terhadap daya saing UKM di pasar lokal: studi pada industri kreatif di Bandung, Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science*, 3(01), 1-10. <https://doi.org/10.58812/jbmws.v3i01.970>

- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2023, Agustus 24). Dorong UMKM naik kelas dan go export, pemerintah siapkan ekosistem pembiayaan yang terintegrasi. Diakses dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>
- Kisubi, M. K., Aruo, F., Wakibi, A., Mukyala, V., & Ssenyange, K. (2022). Entrepreneurial competencies and performance of Ugandan SMEs: The mediating role of firm capabilities. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2115622>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kraaijenbrink, J., Spender, J. C., & Groen, A. J. (2010). The resource-based view: A review and assessment of its critiques. *Journal of management*, 36(1), 349-372. <https://doi.org/10.1177/0149206309350775>
- Lacobucci, D., & Churchill, G. A. (2010). *Marketing research: Methodological foundations*. South Western: Cengage.
- Lauw, W. A., & Widjaja, O. H. (2024). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di daerah Cibubur. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(1), 132-139. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i1.28584>
- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of management studies*, 38(4), 583-602. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00250>
- Lee, V., & Ie, M. (2024). Peran Efikasi Diri dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Berwirausaha Dimoderasi Dukungan Keluarga. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 6(4), 1102-1116. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i4.32756>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar dan media sosial terhadap kinerja umkm fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(3), 739-748. <https://pdfs.semanticscholar.org/d07f/f3237b922c4e4f68320c2ffd1dc74ca8eaf8.pdf>
- Malhotra, N. K. (2010). *Marketing research: An applied orientation*. New Jersey: Prentice Hall.

- Man, T. W., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of business venturing*, 17(2), 123-142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00058-6)
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92-111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(1), 125-142. <https://doi.org/10.1108/14626001311298448>
- Morgan, N. A., Vorhies, D. W., & Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30(8), 909-920. <https://doi.org/10.1002/smj.764>
- Nabiswa, F., & Mukwa, J. S. (2017). Impact of credit financing on human resource development among micro and small enterprises: A case study of Kimilili Sub County, Kenya. *Asian Journal of Management Sciences and Economics*, 4(1), 43-53. <http://www.multidisciplinaryjournals.com/>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20-35. <https://doi.org/10.1177/002224299005400403>
- Nugroho, W. A., & Iryanti, E. (2021). Pengaruh pelatihan, pembinaan dan keterampilan wirausaha terhadap kinerja pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kabupaten Sidoarjo. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 88-94. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3485>
- Rizan, J., & Utama, L. (2020). Pengaruh keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar dan orientasi penjualan terhadap kinerja usaha UMKM. *Jurnal Manajerial dan kewirausahaan*, 2(4), 961-968. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9878>
- Runyan, R. C., Huddleston, P., & Swinney, J. (2006). Entrepreneurial orientation and social capital as small firm strategies: A study of gender differences from a resource-based view. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 2, 455-477. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0010-3>
- Safrianti, S., Puspita, V., Shinta, S. D., & Afriyeni, A. (2022). Tingkat finansial technology terhadap peningkatan kinerja UMKM dengan variabel intervening inklusi keuangan pada pelaku UMKM Kota Bengkulu. *MBR (Management and Business Review)*, 6(2), 212-227. <https://doi.org/10.21067/mbr.v6i2.7538>
- Sekaran, U & Bougie, R. (2016). *Research methods for business (Seventh Edition)*. USA: Wiley.

- Selamat, F. (2024, September 27). Kewirausahaan bukan obat mujarab mengatasi pengangguran. Diakses dari: <https://money.kompas.com/read/2024/09/27/163147126/kewirausahaan-bukan-obat-mujarab-mengatasi-pengangguran?page=all>
- Selviana, V. (2024). *Peran Business Agility Sebagai Variabel Mediasi Dalam Hubungan Antara Orientasi Pasar Dan Business Model Innovation Dengan Kinerja Pemasaran* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Soomro, R. B., Memon, S. G., & Soomro, M. (2024). Impact of entrepreneurial knowledge, skills, and competencies on MSME performance: an evidence from a developing country. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1-31. <http://dx.doi.org/10.1108/APJIE-04-2023-0071>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Tajuddien, R., & Santoso, A. B. (2019). Pengembangan strategi berorientasi pasar dan peningkatan daya saing UKM dalam menghadapi AEC di kota Tangerang Selatan. *Jurnal Kesejahteraan Sosial*, 6(01), 42-58. <https://trilogi.ac.id/journal/ks/index.php/jks/article/view/336>
- Tehseen, S., & Ramayah, T. (2015). Entrepreneurial competencies and SMEs business success: The contingent role of external integration. *Mediterranean journal of social sciences*, 6(1), 50-61. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n1p50>
- Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., & Lauro, C. (2005). PLS path modeling. *Computational statistics & data analysis*, 48(1), 159-205. <https://doi.org/10.1016/j.csda.2004.03.005>
- Tirto.id. (2023, Agustus 30). Perbedaan sektor formal dan informal di Indonesia. Diakses dari: <https://tirto.id/perbedaan-sektor-formal-dan-informal-di-indonesia-gPvg>
- Tjahjadi, B., Soewarno, N., Hariyati, H., Nafidah, L. N., Kustiningsih, N., & Nadyaningrum, V. (2020). The role of green innovation between green market orientation and business performance: Its implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1-18. <http://dx.doi.org/10.3390/joitmc6040173>
- Tunjungsari, H. K., Selamat, F., Chairy, C., & Utama, D. W. (2018). Entrepreneurial characteristics amongst different professional backgrounds: Evidence from Indonesia. *International Journal of Business Studies*, 2(1), 25-32. <https://doi.org/10.32924/ijbs.v2i1.30>
- Vătămănescu, E. M., Cegarra-Navarro, J. G., Andrei, A. G., Dincă, V. M., & Alexandru, V. A. (2020). SMEs strategic networks and innovative performance: a relational design and methodology for knowledge sharing. *Journal of Knowledge Management*, 24(6), 1369-1392. <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2020-0010>

- Vincent, V. Z., & Zakkariya, K. A. (2021). Entrepreneurial orientation and startup performance in technology business incubation: mediating role of absorptive capacity. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 100-116. <https://doi.org/10.53703/001c.29837>
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*, 33(1), 177-195. <https://doi.org/10.2307/20650284>
- Yusuf, A., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh keterampilan, orientasi pasar, dan jaringan usaha terhadap kinerja umkm melalui kompetensi wirausaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(1), 22-30. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i1.17120>