

**SKRIPSI**

**KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN PADA USAHA UMKM  
FOOD AND BEVERAGE DI JAKARTA**



**DISUSUN OLEH**

**NAMA : BILLY SAPUTRA BENDRY**

**NIM : 115210356**

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

## SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Billy Saputra Bendry  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210356  
Program Studi : Manajemen  
Alamat : Jembatan Besi Raya No.10  
Telp. : -  
HP. : 081380011887

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, \_\_\_\_\_

Billy Saputra Bendry

#### 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 PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : BILLY SAPUTRA BENDRY  
NIM : 115210356  
PROGRAM/JURUSAN : SI/MANAJEMEN  
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI  
KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN  
KINERJA PENJUALAN PAD USAHA UMKM  
FOOD AND BEVERAGE DI JAKARTA

Jakarta, 21 November 2024

Pembimbing,



R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si

**FAKULTAS EKONOMI & BISNIS**  
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**JAKARTA**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

N A M A : Billy Saputra Bendry

N I M : 115210356

PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN

**JUDUL SKRIPSI**

KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN PADA USAHA UMKM FOOD  
AND BEVERAGE DI JAKARTA

Telah diuji pada sidang Skripsi pada tanggal .... dan dinyatakan lulus dengan  
majelis penguji terdiri dari

1. Ketua : Ignatius Roni Setyawan, Prof.Dr.,S.E., M.Si.
2. Anggota : RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si  
Halim Putera Suswanto, S.E., M.M.

Jakarta,.. Desember 2024.

Pembimbing



( R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si. )

## **ABSTRACTS**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**  
**JAKARTA**

(A) BILLY SAPUTRA BENDRY 115210356

(B) *CHARACTERISTICS AND ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES TO IMPROVE SALES PERFORMANCE ON UMKM FOOD AND BEVERAGE IN JAKARTA*

(C) CV + 105 Pages, 19 Tables, 10 Pictures, 5 Attachments

(D) ENTREPRENEUR

(E) *Abstracts: The purpose of this study is to analyze the impact of characteristics and entrepreneurial competencies to improve sales performance on UMKM food and beverage in Jakarta. This research uses a quantitative approach with purposive sampling technique. The data collected will be analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS 4 software. The results of this study indicate that the variable of entrepreneurial characteristics has a significant positive effect on sales performance, while the variable of entrepreneurial competencies does not have a significant effect to sales performance on UMKM food and beverage in Jakarta. This study aims to identify the factors that influence sales performance on UMKM food and beverage in Jakarta.*

(F) *Keywords : Characteristics, Competencies, Sales Performance*

(G) *References*

(H) RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

(A) BILLY SAPUTRA BENDRY 115210356

(B) *KARAKTERISTIK DAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN UNTUK  
MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN PADA USAHA UMKM FOOD  
AND BEVERAGE DI JAKARTA*

(C) CV + 105 Halaman, 19 Tabel, 10 Gambar, 5 Lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) *Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari karakteristik dan kompetensi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja penjualan pada usaha umkm food and beverage di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penggunaan teknik pemilihan sampel purposive sampling. Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel karakteristik kewirausahaan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja penjualan, tetapi variabel kompetensi kewirausahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja penjualan pada usaha UMKM food and beverage di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan pada usaha UMKM food and Beverage di Jakarta.*

(F) *Kata kunci : Karakteristik, Kompetensi, Kinerja Penjualan*

(G) *Daftar Acuan*

(H) RR. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si.

## **HALAMAN MOTTO**

"Setiap langkah kecil menuju penyelesaian, adalah lompatan besar menuju kesuksesan, semoga ini memberikan semangat untuk terus maju dan menyelesaikan dengan penuh keyakinan!"

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur atas selesainya skripsi ini, peneliti persembahkan kepada:

Orang tua, dan seluruh keluarga yang terkasih

Dosen pembimbing yang terhormat



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi yang berjudul “Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan Pada Usaha UMKM Food And Beverage Di Jakarta” ini peneliti ajukan kepada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu R.R. Kartika Nuringsih, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa mendukung dan membimbing peneliti selama proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmojo, S.E., M.M., MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Para dosen dan staf pengajar Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada peneliti selama menempuh pendidikan tinggi di Universitas Tarumanagara.
6. Orang tua dan keluarga peneliti, yang telah memberikan motivasi, doa, dan moral, serta mendukung peneliti untuk bersikap optimis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat terdekat peneliti, Ivan Pratama Yusuf, Melvin, Bramata, Sherelene, dan Dwi yang selalu memberikan dukungan dan arahan

kepada peneliti selama masa perkuliahan dan dalam menyelesaikan skripsi.

8. Sahabat terdekat lainnya dan teman-teman bimbingan peneliti yang turut memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada seluruh pihak yang memberikan dukungan kepada peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan, maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, peneliti meminta maaf kepada seluruh pihak apabila terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Harapan peneliti, skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca khususnya bagi para mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Jakarta, 13 Desember 2024  
Peneliti



(Billy Saputra Bendry)

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACTS.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. PERMASALAHAN.....</b>	<b>1</b>
1. LATAR BELAKANG .....	1
2. IDENTIFIKASI MASALAH .....	9
3. BATASAN MASALAH .....	9
4. RUMUSAN MASALAH.....	9
<b>B. TUJUAN DAN MANFAAT .....</b>	<b>10</b>
1. TUJUAN .....	10
2. MANFAAT .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
<b>A. GAMBARAN UMUM TEORI.....</b>	<b>11</b>
1. LANDASAN UMUM .....	11
2. RESOURCE BASED THEORY (RBT) .....	12
<b>B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL .....</b>	<b>14</b>
1. KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN.....	14
2. KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN.....	15
3. KINERJA PENJUALAN.....	16
<b>C. KAITAN ANTARA VARIABEL-VARIABEL .....</b>	<b>17</b>
1. KAITAN ANTARA KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PENJUALAN .....	17

2. KAITAN ANTARA KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA PENJUALAN.....	18
D. PENELITIAN TERDAHULU .....	19
E. KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	23
1. KERANGKA PEMIKIRAN .....	23
2. HIPOTESIS .....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	25
A. DESAIN PENELITIAN .....	25
B. POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL .....	25
1. POPULASI PENELITIAN.....	25
2. TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL.....	26
3. UKURAN SAMPEL.....	26
C. OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN .....	26
1. KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN.....	27
2. KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN.....	29
3. KINERJA PENJUALAN.....	30
D. ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	32
1. ANALISIS VALIDITAS.....	32
2. ANALISIS RELIABILITAS .....	40
E. ANALISIS DATA .....	41
1. ANALISIS PENGOLAHAN DATA .....	41
2. MODEL STRUKTURAL (INNER MODEL) .....	41
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	45
A. DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN .....	45
B. DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN .....	49
1. KARAKTERISTIK KEWIRAUSAHAAN.....	49
2. KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN.....	51
3. KINERJA PENJUALAN.....	52
C. HASIL ANALISIS DATA .....	54
D. PEMBAHASAN .....	58
BAB V PENUTUP.....	61
A. KESIMPULAN.....	61
B. KETERBATASAN DAN SARAN .....	61

1. KETERBATASAN.....	61
2. SARAN.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	64
LAMPIRAN.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	87
HASIL TURNITIN .....	88

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3. 1 Skor dalam Skala Likert .....	27
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Karakteristik Kewirausahaan.....	27
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Kewirausahaan .....	29
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Kinerja Penjualan .....	31
Tabel 3. 5 Hasil Nilai Average Variance Extracted (AVE).....	34
Tabel 3. 6 Outer Loading .....	34
Tabel 3. 7 Outer Loading Modifikasi .....	35
Tabel 3. 8 Hasil Analisis Fornell-Larcker .....	38
Tabel 3. 9 Hasil Analisis Cross Loadings.....	39
Tabel 3. 10 Hasil Analisis Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability....	41
Tabel 4. 1 Kuesioner Karakteristik Kewirausahaan .....	50
Tabel 4. 2 Kuesioner Kompetensi Kewirausahaan .....	51
Tabel 4. 3 Kuesioner Peningkatan Penjualan .....	52
Tabel 4. 4 R-Square .....	54
Tabel 4. 5 Q-Square .....	54
Tabel 4. 6 Effect Size ( $f^2$ ).....	55
Tabel 4. 7 Uji Hipotesis .....	57
Tabel 4. 8 Hasil Uji Hipotesis Penelitian.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB.....	3
Gambar 2.1 Resource based theory .....	12
Gambar 3.1 Outer Model .....	37
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	46
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Angkatan .....	47
Gambar 4. 4 Domisili Usaha.....	47
Gambar 4. 5 Kategori Makanan.....	48
Gambar 4. 6 Jumlah Karyawan.....	48
Gambar 4. 7 Jumlah Karyawan.....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Google Form .....	69
Lampiran 2. Data Profil Responden .....	70
Lampiran 3. Gambaran Umum .....	72
Lampiran 4. Data Jawaban Responden Kuesioner .....	74
Lampiran 5. Hasil Olahan Data SmartPLS .....	85



## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. PERMASALAHAN**

#### **1. LATAR BELAKANG**

Kurangnya penelitian dalam bidang ini menjadi masalah karena kurangnya pengetahuan tentang faktor-faktor yang memengaruhi hubungan antara niat kewirausahaan dan kompetensi kewirausahaan menghambat kemampuan akademisi dan pendidik untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meyakinkan individu yang tertarik dalam kewirausahaan untuk memperoleh pendidikan kewirausahaan yang sangat mereka butuhkan. (Kuratko dan Morris, 2018). (Bacigalupo et al., 2016) mendefinisikan kewirausahaan sebagai kompetensi yang berlaku pada semua bidang kehidupan mulai dari pengembangan pribadi, berpartisipasi aktif dalam masyarakat, memasuki kembali ke pasar kerja sebagai karyawan atau wiraswasta, dan juga memulai usaha (budaya, sosial, atau komersial). Dengan berwirausaha dapat meringankan tekanan ekonomi akibat inflasi, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana karakteristik dan kompetensi kewirausahaan dapat mempengaruhi keterbukaan terhadap kinerja usaha.

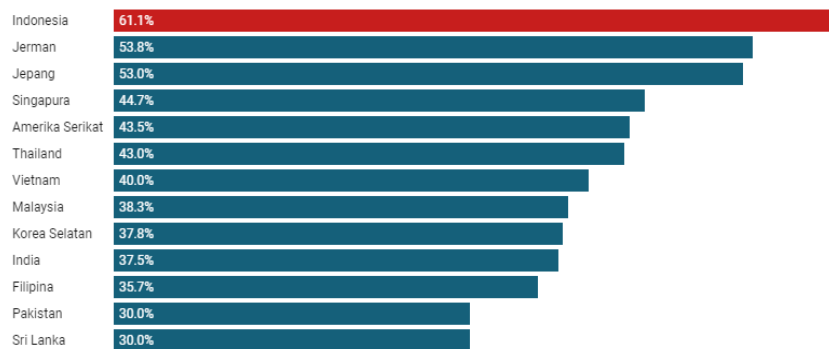
Sebutan UMKM merujuk pada kegiatan usaha yang dibentuk oleh warga negara, baik berupa usaha pribadi ataupun badan usaha (Wilantara, 2016). Dalam konteks dinamika ekonomi yang semakin kompleks dan kompetitif, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya di sektor food and beverage (F&B) di Jakarta menghadapi berbagai tantangan signifikan dalam upaya meningkatkan kinerja penjualannya. Dengan statusnya sebagai ibu kota dan pusat ekonomi Indonesia, Jakarta menawarkan banyak sekali potensi pasar sehingga meningkatkan persaingan pasar yang tinggi. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Jakarta sering mengalami kesulitan untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan perubahan pasar yang cepat dan tuntutan konsumen yang berubah-ubah.

Barazandeh et al. (2015) menyelidiki pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis. UMKM juga memberikan kesempatan bagi individu untuk berinovasi, menciptakan dan mengembangkan keterampilan, serta memperluas jaringan bisnis. UMKM sering kali menjadi wadah bagi kreativitas dan pemikiran inovatif. Mereka mendorong pengusaha untuk mencari solusi baru, merespons perubahan pasar, dan meningkatkan daya saing. Dalam hal ini, UMKM berperan sebagai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berdampak positif terhadap kualitas hidup masyarakat.

Pentingnya peran masyarakat dalam pembangunan nasional, utamanya dalam pembangunan ekonomi adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Kondisi tersebut sangat memungkinkan karena keberadaan UMKM sangat banyak dalam perekonomian Indonesia. Dengan alasan adalah usaha mikro dan kecil memiliki keunggulan dalam bidang yang memanfaatkan sumber daya alam dan padat karya, utamanya pada sektor pertanian tanaman pangan perkebunan, peternakan, perikanan, perdagangan, dan rumah makan/restoran. Selain itu, UMKM juga lebih dominan dalam sisi penyerapan tenaga kerja hingga kontribusinya terhadap pendapatan nasional.

Dengan berdirinya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bisa mempermudah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. (Badrudin 2017) kesejahteraan masyarakat ialah keadaan yang memperlihatkan mengenai kondisi kehidupan masyarakat yang bisa dilihat dari standar hidup masyarakat. Menurut Badan Pusat Statistik (2024) ada delapan indikator yang dapat digunakan guna melihat tingkat kesejahteraan masyarakat, yaitu pemasukan, makanan, kondisi rumah, fasilitas rumah, kesehatan, fasilitas memperoleh layanan kesehatan, fasilitas anak di jenjang pendidikan, dan keringanan memperoleh fasilitas transportasi.

#### Kontribusi UMKM Terhadap PDB Suatu Negara



*Gambar 1.1 Kontribusi UMKM Terhadap PDB*  
Sumber gambar : CNBC INDONESIA(2024)

Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan bahwa UMKM memiliki peran besar dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 61%. Angka ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara ASEAN dan beberapa negara G20. Pernyataan ini disampaikan dalam acara BRI Microfinance Outlook 2024 di Menara BRILiaN, Jakarta Selatan, pada Kamis (7/3/2024). Sementara di bawah Indonesia adalah Jerman dengan kontribusi UMKM mencapai 53,8% terhadap PDB.

Dalam kesimpulannya, UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif, dan memfasilitasi inovasi serta keterampilan, UMKM dapat memberikan manfaat langsung bagi masyarakat. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat sektor UMKM harus terus didorong, baik oleh pemerintah, lembaga keuangan, dan masyarakat umum, guna mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan.

Dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya di Jakarta. Sektor ini berkontribusi tidak hanya dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal. Namun, meskipun memiliki potensi besar, banyak UMKM, terutama di bidang food and beverage, menghadapi berbagai tantangan seperti persaingan yang

semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, dan keterbatasan akses terhadap modal. Di sinilah karakteristik dan kompetensi kewirausahaan menjadi elemen krusial yang dapat membantu para pelaku usaha untuk mengatasi tantangan tersebut. Kewirausahaan yang efektif membutuhkan pemahaman mendalam tentang dinamika pasar, kemampuan untuk berinovasi, serta keterampilan dalam bernegosiasi dan membangun jaringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana karakteristik dan kompetensi kewirausahaan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja penjualan pada UMKM food and beverage di Jakarta. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor penting dari kewirausahaan yang berdampak pada penjualan, diharapkan pelaku usaha dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan yang mendukung pertumbuhan UMKM, sehingga sektor ini dapat memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian nasional. Dalam hal ini, penelitian ini sangat relevan untuk menemukan langkah-langkah yang perlu diambil oleh pelaku UMKM untuk memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menghadapi sejumlah tantangan dalam mempertahankan penjualannya yang dapat menghambat kelangsungan dan pertumbuhannya. Salah satu kendala utama adalah persaingan yang sangat sengit, baik dengan perusahaan besar yang memiliki lebih banyak sumber daya, maupun dengan UMKM lain yang menawarkan produk serupa. Selain itu, keterbatasan akses terhadap modal sering kali menyulitkan UMKM untuk memperluas usaha atau meningkatkan kualitas produk, yang berdampak pada kemampuan mereka untuk bersaing. Masalah lain yang dihadapi adalah manajemen yang tidak efisien, terutama dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran, yang memengaruhi operasional dan penjualan. Selain itu, perubahan selera konsumen yang cepat dan ketidakmampuan untuk mengikuti tren baru membuat UMKM kesulitan mempertahankan loyalitas pelanggan. Terbatasnya pemasaran dan akses

terhadap teknologi juga menjadi hambatan dalam memperluas pasar, sementara fluktuasi permintaan yang dipengaruhi oleh faktor musiman atau kondisi ekonomi global sering kali memengaruhi stabilitas penjualan. Masalah lainnya adalah keterbatasan infrastruktur dan logistik yang memperlambat distribusi produk, serta kurangnya sumber daya manusia yang terampil, yang dapat mempengaruhi kualitas produk dan layanan. Untuk tetap kompetitif, UMKM perlu terus berinovasi dan mengelola usahanya dengan lebih baik.

Pada Umumnya, kelemahan UMKM adalah ketidakmampuannya memiliki bahan baku yang memadai untuk menghasilkan produk sesuai dengan standar kualitas global. Misalnya, konsumen di pasar Eropa mempunyai preferensi produk atas dampak unsurunsur kimia berbahaya, baik bagi tubuh manusia maupun lingkungannya (Tobing et al., 2018). UMKM dapat menciptakan keunggulan kompetitif menggunakan *Strategic Competitive Advantage (SCA)*, yaitu strategi kompetisi yang sulit untuk ditiru oleh pesaing, yaitu membuat produk yang benar-benar memiliki nilai khas daerahnya dan dilaksanakan secara berkelanjutan, sehingga produk pesaing tidak memiliki kesempatan untuk menarik perhatian konsumen (Sudarmiati & Suharto, 2016). UMKM perlu meningkatkan keunggulan kompetitifnya dan mengatasi hambatan melalui analisis manfaat agar mereka mampu memenangkan persaingan. Pada umumnya, daya saing produk UMKM sangat lemah di pasar internasional (Tobing et al., 2018).

Untuk menjaga kelangsungan penjualan UMKM di sektor makanan dan minuman, pelaku usaha perlu terus berinovasi, menjaga mutu produk, serta meningkatkan layanan kepada pelanggan. Kunci utamanya adalah memastikan kualitas rasa dan bahan baku tetap konsisten, sehingga pelanggan merasa puas dan kembali membeli. Selain itu, mengikuti tren terkini dalam dunia kuliner, seperti produk sehat atau yang menggunakan bahan lokal, dapat menarik konsumen baru. Strategi pemasaran digital lewat media sosial dan aplikasi pemesanan online juga penting untuk memperluas

jangkauan dan memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian. Pengalaman pelanggan yang menyenangkan, baik melalui layanan yang cepat dan ramah, maupun suasana yang nyaman di outlet fisik, juga menjadi faktor penting. Dengan fokus pada kualitas produk, pelayanan, dan pemasaran yang efektif, UMKM dapat terus berkembang meski berada di tengah persaingan ketat di industri makanan dan minuman.

UMKM di sektor food and beverage menarik untuk diteliti karena memainkan peran penting dan dampaknya yang besar terhadap ekonomi lokal, budaya, dan inovasi produk. UMKM di sektor ini tidak hanya menjadi motor penggerak perekonomian daerah dengan menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga berperan dalam melestarikan budaya lokal melalui produk yang mencerminkan tradisi dan kekhasan daerah. Di samping itu, UMKM F&B sering kali menjadi pionir dalam berinovasi, baik dengan menciptakan produk-produk baru yang mengikuti tren, seperti makanan sehat atau berbahan lokal, maupun dengan memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar melalui platform online. Penelitian mengenai bagaimana UMKM mengatasi tantangan dalam menjaga kualitas produk, memenuhi standar internasional, dan menerapkan prinsip keberlanjutan sangat relevan, mengingat semakin tingginya kesadaran konsumen terhadap dampak lingkungan. Dengan berbagai aspek tersebut, sektor UMKM F&B menawarkan banyak topik penelitian menarik, terutama dalam mengeksplorasi strategi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka baik di pasar lokal maupun internasional.

Karakteristik kewirausahaan mencakup berbagai sifat dan sikap yang dimiliki oleh individu yang terlibat dalam dunia usaha. Beberapa sifat penting dalam kewirausahaan meliputi kreativitas, kemampuan dalam melihat dan memanfaatkan peluang, serta keberanian untuk menghadapi risiko. Wirausahawan juga perlu memiliki tekad yang kuat, fleksibilitas dalam menghadapi perubahan, dan ketangguhan dalam mengatasi berbagai hambatan. Selain itu, keterampilan komunikasi yang baik, kemampuan

kepemimpinan, dan kemampuan dalam pengambilan keputusan yang cepat dan tepat juga menjadi hal yang penting. Karakteristik-karakteristik ini membantu wirausahawan untuk mengembangkan ide-ide baru, membangun bisnis, dan mengelola usaha dengan efektif demi meraih kesuksesan jangka panjang. Menurut beberapa penelitian menyatakan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki orientasi terhadap peluang, kemampuan untuk berpikir kreatif, serta kemampuan untuk bekerja keras dan tekun dalam menghadapi tantangan. Karakteristik lainnya termasuk kemampuan beradaptasi dengan perubahan dan keteguhan dalam mencapai tujuan (Kuratko, 2016). Karakteristik kewirausahaan juga melibatkan kemampuan untuk melihat peluang dalam ketidakpastian, serta kemampuan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial yang kuat untuk mendukung kesuksesan bisnis. Keberanian untuk menghadapi risiko dan kegagalan juga merupakan bagian integral dari karakter kewirausahaan (Ratten, 2017).

Kompetensi kewirausahaan mencakup berbagai keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang dibutuhkan untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan sebuah usaha secara efisien. Ini termasuk kemampuan dalam merancang dan mengelola bisnis, mengambil keputusan yang tepat, serta kemampuan untuk menghadapi tantangan dan risiko. Selain itu, kompetensi kewirausahaan juga melibatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan produk atau layanan baru, kemampuan dalam memimpin serta berkomunikasi dengan tim, serta pemahaman terhadap pasar dan kebutuhan konsumen. Seorang wirausahawan yang memiliki kompetensi mampu memanfaatkan peluang, menyesuaikan diri dengan perubahan, dan memiliki ketekunan untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam bisnis. Kompetensi kewirausahaan berhubungan dengan kinerja penjualan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa, indikasi adanya pengaruh positif kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan dapat ditemukan pada beberapa hasil studi (Aulia, 2018; Laoh et al., 2019; Rugian et al., 2019; Sahabuddin et al., 2019), walaupun kompetensi kewirausahaan dijelaskan dengan berbagai variabel yang berbeda oleh peneliti. Di antara

berbagai penelitian yang mengkaji kompetensi kewirausahaan dalam berbagai konteks dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi peningkatan signifikan dalam analisis berbasis model structural (Lawal et al., 2018). Namun, semua penelitian tersebut memiliki kesamaan semuanya berfokus pada lingkungan profesional. Kompetensi kewirausahaan ini tidak sepenuhnya terpisah dari karakteristik pribadi pengusaha, sifat, dan motivasi (Lee et al., 2016).

Kinerja penjualan mengacu pada sejauh mana perusahaan berhasil mencapai tujuan penjualannya dalam jangka waktu tertentu. Pengukuran kinerja ini umumnya didasarkan pada jumlah penjualan, pendapatan yang diperoleh, atau tingkat pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan periode sebelumnya. Kinerja penjualan yang optimal mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran, kualitas produk atau layanan, serta kemampuan tim penjualan dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Kinerja penjualan mengacu pada pencapaian target penjualan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Mereka menyatakan bahwa kinerja ini dapat diukur dengan berbagai indikator, seperti volume penjualan, pendapatan, atau laba yang dihasilkan dari penjualan produk atau layanan (Kotler dan Keller, 2016). Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi pasar, persaingan, dan tren konsumen juga memengaruhi keputusan pembelian yang berdampak pada kinerja penjualan.

Berdasarkan penjelasan di atas menjelaskan bahwa pentingnya untuk memahami hubungan antara 2 variabel independent yaitu “Karakteristik” dan “Kompetensi” terhadap 1 variabel dependen yaitu “Kinerja Penjualan”, dengan judul **“Karakteristik Dan Kompetensi Kewirausahaan Untuk meningkatkan Kinerja Penjualan Pada Usaha UMKM Food And Beverage”**



## **2. IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Persaingan yang semakin ketat, baik dari karakteristik dan kompetensi pelaku usaha lokal maupun internasional, mendorong UMKM untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pasar, namun banyak yang belum memiliki strategi yang memadai.
- b. Perubahan selera konsumen yang terus berubah mengharuskan UMKM untuk beradaptasi dan berkompetensi dalam produk dan layanan mereka, karena keterlambatan dalam merespons dapat menyebabkan penurunan penjualan.
- c. Beberapa pelaku UMKM masih terjebak dalam pola pikir tradisional dan enggan mencoba pendekatan baru yang lebih inovatif dan responsif terhadap kebutuhan konsumen.
- d. Kurangnya dukungan dari pemerintah dan lembaga membuat banyak pelaku UMKM kesulitan mengakses informasi atau memanfaatkan program yang ada.

## **3. BATASAN MASALAH**

- a. Objek penelitian adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berfokus pada penjualan food & beverage.
- b. Kriteria responden adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang telah menjalankan usahanya yang berfokus pada penjualan food & beverage

## **4. RUMUSAN MASALAH**

Mengenai dengan latar belakang dan batasan masalah, maka penelitian ini berfokus pada para pelaku UMKM di Jakarta dengan rumusan masalah berikut ini :

- a. Apakah Karakteristik kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja penjualan?

- b. Apakah Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja penjualan?

## **B. TUJUAN DAN MANFAAT**

### **1. TUJUAN**

- a. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik kewirausahaan terhadap kinerja penjualan food and beverage di Jakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja penjualan food and beverage di Jakarta.

### **2. MANFAAT**

#### **a. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan untuk memperkaya literatur tentang kewirausahaan dengan menambahkan pengetahuan baru tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja penjualan suatu usaha, khususnya di peningkatan kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dan bagaimana faktor-faktor tersebut saling mempengaruhi satu sama lain serta dampaknya terhadap kinerja penjualan. Banyak penelitian sebelumnya mungkin telah menemukan faktor-faktor individu yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha, tetapi penelitian ini tidak mengidentifikasi faktor-faktor individu yang mempengaruhi kinerja penjualan. Akibatnya, penelitian ini akan memberikan gambaran yang lebih luas tentang karakteristik dan kompetensi kewirausahaan di bagian UMKM food and beverage di Jakarta.

#### **b. Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini akan membantu dan menjadi dasar bagi mereka yang memiliki dan menjalankan bisnis untuk mengembangkan strategi yang lebih baik berdasarkan pemahaman tentang bagaimana sifat karakteristik dan kompetensi kewirausahaan. Dengan memahami lebih jauh tentang pengaruh kedua komponen ini, para pelaku usaha dapat merancang dan menerapkan strategi yang lebih inovatif dan maju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alam, I. K. (2021). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Keberhasilan Usaha pada UMKM. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 17(2), 25-38.
- Almaidah, S., & Endarwati, T. (2019). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal, Motivasi, Pengalaman, dan Kemampuan Bisnis terhadap Keberhasilan Usaha pada UKM Penghasil Jambu Mete di Kabupaten Wonogiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 21(3), 45-58.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2021). Characteristics of Entrepreneurs and the Development of Successful Ventures. *Journal of Small Business Management*, 59(2), 155-174.
- Aulia, S. (2018). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 35-45.
- Bacigalupo, M., Sánchez, J., & Pérez, M. P. (2016). The Entrepreneurial Competence Framework: A New Tool for the Design of Education and Training Programmes. *Journal of Business Research*, 69(5), 1947-1953.
- Badan Pusat Statistik. (2024). Indikator Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. Diakses dari <https://www.bps.go.id>
- Badrudin, A. (2012). Peran UMKM dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 10(1), 22-29.
- Barazandeh, M., Zeynali, S., & Rezaei, N. (2015). The Impact of Entrepreneurial Competencies on Business Performance: A Case Study of Small and Medium Enterprises (SMEs). *International Journal of Business and Social Science*, 6(3), 54-60.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bennett, R. (2015). Entrepreneurial Competencies and Business Success. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 28(4), 21-39.
- Chin, W. W., & Todd, P. A. (1995). On the Use, Usefulness, and Ease of Use of Structural Equation Modeling in MIS Research: A Note of Caution. *MIS Quarterly*, 19(2), 237-246.
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2), 142-158.

- Fahmi, M., & Ramadhan, N. (2020). Kompetensi Kewirausahaan dalam Mengelola Usaha: Teori dan Praktik. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(3), 113-126.
- Ferreira, J. J., Azevedo, S. G., & Ortiz, M. (2010). Resource-based View and Dynamic Capabilities: A Literature Review. *Management Research Review*, 33(5), 421-431.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). *Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error*. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grant, R. M. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2017). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Pearson Education.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). *A New Criterion for Assessing Discriminant Validity in Variance-based Structural Equation Modeling*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Hidayat, S., & Riani, D. (2022). Kompetensi Kewirausahaan: Pengetahuan, Keterampilan, dan Sikap untuk Mengelola dan Mengembangkan Usaha. *Jurnal Kewirausahaan Indonesia*, 18(1), 45-58.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (16th ed.). *Pearson Education*.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). *Pearson Education*.
- Kuratko, D. F. (2016). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. *Cengage Learning*.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2022). *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice* (10th ed.). *Cengage Learning*.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). *Corporate Entrepreneurship: The Essential Guide for Building Innovative Organizations*. *Routledge*.
- Laoh, P., Daryanto, A., & Suryani, R. (2019). The Impact of Entrepreneurial Competency on Sales Performance: A Study of Indonesian SMEs. *Journal of Entrepreneurship and Business Innovation*, 8(1), 66-75.
- Lawal, F., Aliyu, A., & Olanrewaju, M. (2018). Structural Model of Entrepreneurial Competence and Business Performance in Small and Medium Enterprises. *International Journal of Business Research*, 9(3), 40-50.
- Lee, S., Wong, P., & Ho, K. (2016). Entrepreneurial Competence, Personality Traits, and Motivation: An Analysis of their Impact on Business Success. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22(2), 89-98.
- Liang, X., & Dunn, P. (2020). Entrepreneurial Characteristics: A Study of Traits and Behaviors in Business Success. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(3), 45-58.
- Nabilah, I., & Fernandez, R. (2022). *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kompetensi dan Kinerja Usaha*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 14(2), 105–115.
- Rathmell, J. M. (2020). Measuring Sales Performance: A Qualitative Approach. *Journal of Sales & Marketing*, 36(4), 112-124.
- Ratten, V. (2017). *Entrepreneurship and Innovation: An International Perspective*. *Springer*.
- Roles, W., Siregar, M., & Nurhidayah, R. (2023). *Analisis Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(3), 215–230.
- Rugian, N., Nugroho, Y., & Widiastuti, T. (2019). Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Penjualan pada Sektor UMKM. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(3), 122-130.

- Sahabuddin, M., Setiawan, A., & Dewi, R. (2019). Analisis Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan pada UMKM di Jakarta. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 18(4), 100-110.
- Sari, et al. (2021). Structural equation modeling inner model
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 7th Edition. Chichester: Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. 7th Edition. Chichester: Wiley.
- Sudarmiatin, D., & Suharto, B. (2016). Strategic Competitive Advantage (SCA) untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Pasar Global. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 44-56.
- Sugiharto, A., & Situnjak, T. (2006). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Gramedia.
- Suryana, A. T., & Burhanuddin. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan pada UMKM di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 14(3), 88-99.
- Suwarsinah. (2016). *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan terhadap Kompetensi dan Kinerja Usaha pada UMKM*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 12(1), 45–60.
- Tobing, P. D., Sembiring, T. A., & Wulandari, N. (2018). Kelemahan UMKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Internasional: Studi Kasus Produk dengan Standar Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 13(2), 72-85.
- Walizer, M. H. (1987). *Research Methods and Analysis: Searching for Relationships*. New York: Harper & Row.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Wilantara, M. (2016). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(3), 45-55.
- Yasin, H. (2023). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Penjualan pada UMKM di Kabupaten Kubu Raya. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 101-112.

Yorshela, R. F. (2018). Pengaruh Orientasi Wirausaha terhadap Kinerja Usaha dan Strategi Kompetitif pada UMKM Makanan dan Minuman di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(4), 102-115.