

DETERMINAN KINERJA BISNIS UMKM

Christini Nur Safitri¹, Sarwo Edy Handoyo^{2*}

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: christini.115199201@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta*

Email: sarwoh@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 07-07-2023, revisi: 09-11-2023, diterima untuk diterbitkan: 10-01-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, strategi bisnis, dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta. Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner secara online menggunakan *google form*. Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta dengan total 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan program *smartPLS* versi 3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, strategi bisnis, dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis.

Kata Kunci: kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, strategi bisnis, inovasi produk, kinerja bisnis

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of entrepreneurial competence, market orientation, business strategy, and product innovation on the business performance of MSMEs in DKI Jakarta. The data collection process in this study was by distributing questionnaires online using google form. The sample in this study were culinary MSME players in DKI Jakarta with a total of 100 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) with the smartPLS version 3 program. The results of this study indicate that there is a positive and significant effect of entrepreneurial competence, market orientation, business strategy, and product innovation on business performance.

Keywords: *entrepreneurial competence, market orientation, business strategy, product innovation, business performance*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak di berbagai bidang usaha dan memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian di tingkat lokal maupun nasional. Kementerian Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyebut pada tahun 2019 ada sebanyak 119,6 juta tenaga kerja. Jumlah tersebut terus meningkat 2,21% dari tahun sebelumnya. Jumlah tersebut sama dengan 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia dan sisanya sebesar 3,08% dari usaha besar. Lebih spesifiknya lagi, tenaga kerja usaha mikro sebesar 89% atau 109,8 juta. Sebesar 4,81% atau 5,93 juta berasal dari usaha kecil. Lalu, sebanyak 3,79 juta tenaga kerja usaha menengah. Proporsinya yaitu 3,07% dari total tenaga kerja di Indonesia. Total UMKM di Indonesia yaitu sebanyak 65,47 juta unit. Jumlah tersebut merupakan 99,99% dari seluruh unit usaha di Indonesia (databoks.katadata.co.id).

UMKM mendapat perhatian pemerintah karena kontribusinya yang sangat besar dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat. Secara umum keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di negara berkembang dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian negara dan mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Namun, adanya persaingan menjadi tantangan berat bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia sehingga para pelaku UMKM harus terus menerus untuk meningkatkan kinerja bisnisnya.

Kinerja bisnis merupakan indikator mengukur kesuksesan dalam mencapai tujuan bisnis. Kinerja UMKM di Indonesia membutuhkan kerja keras karena masih tertinggal dalam menuangkan ide kreatif pada produknya untuk bersaing di dunia bisnis karena jika melihat kondisi di lapangan banyak diantaranya yang tidak mampu untuk bersaing bahkan sampai gulung tikar. Hal ini dapat terjadi karena rendahnya kompetensi kewirausahaan. Susilo (2010) menyatakan bahwa rendahnya kinerja UMKM di Indonesia disebabkan oleh rendahnya kompetensi kewirausahaan.

Sutrisno (2010) memberi pernyataan bahwa kompetensi diperlukan untuk memenuhi tuntutan organisasi, dimana terjadi perubahan yang sangat cepat, perkembangan masalah yang kompleks dan dinamis serta masa depan yang tidak pasti dalam kehidupan masyarakat. Keterampilan pemilik dan pengelola usaha menyesuaikan kompetensi dengan situasi yang berubah memiliki dampak positif bagi pertumbuhan bisnis. Menurut Zaini dan Handoyo (2021) kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun, Aisyah *et al.* (2017) menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Suatu bisnis akan mampu bersaing di pasaran jika bisnis tersebut memiliki orientasi pasar karena akan membuat bisnis menjadi lebih baik. Peningkatan kinerja yang unggul dapat dicapai dengan menerapkan budaya yang berorientasi pada pasar, yaitu bagaimana perusahaan memahami kebutuhan, keinginan, dan permintaan pasar (Adriyanto dan Sufian, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ie dan Pratama (2019) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun, hal ini bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmatang dan Sari (2022) yang menemukan bahwa orientasi pasar tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM.

Strategi bisnis menjadi hal yang penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Para pelaku UMKM harus lebih memperhatikan strategi bisnisnya dikarenakan adanya persaingan yang ketat. Perusahaan harus mencapai keunggulan kompetitif secara berkelanjutan sehingga harus terus beradaptasi untuk berubah dalam eksternal trend dan kapasitas internal, kemampuan, dan sumber daya yang dimiliki perusahaan dan bahkan harus membuat perencanaan efektif, implementasi dan mengevaluasi strategi yang memainkan peran penting dalam perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartato dan Handoyo (2021) menyatakan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Namun, Siswaji (2013) menyatakan bahwa strategi bisnis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis.

Inovasi memiliki peran penting dalam keberhasilan dan pertumbuhan bisnis UMKM untuk menghadapi persaingan yang kompetitif. Penelitian yang dilakukan oleh Lorensa dan Hidayah (2022) menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Permana (2017) menyatakan bahwa inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Determinan Kinerja Bisnis UMKM di DKI Jakarta”.

Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini berfokus pada pengaruh kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, strategi bisnis, dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta dengan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta ?
- b. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta ?
- c. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta ?
- d. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM di DKI Jakarta ?

Kajian teori

Resource Based View (RBV)

Teori *resource based view* pertama kali dikemukakan oleh Wernerfelt (1984). Teori RBV menjelaskan bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan merupakan inti dari kemampuan daya bersaing dan kinerja perusahaan. Teori RBV juga berpendapat bahwa sumber daya dan kemampuan perusahaan sangat penting. Menurut teori RBV, sumber daya sangat penting karena kinerja dapat diukur berdasarkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, pemanfaatan sumber daya harus disesuaikan dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan terlebih dahulu agar mereka dapat menggunakan sumber daya secara efektif dan efisien.

Wernerfelt (1995) mendeskripsikan bahwa sumber daya merupakan semua aset berwujud dan tidak berwujud yang ada pada perusahaan dan dapat menjadi sumber kelemahan dan kekuatan perusahaan. Sumber daya berwujud terdiri dari aset perusahaan seperti: tanah, bangunan, mesin, peralatan dan modal, sedangkan sumber daya tidak berwujud seperti modal manusia (pengetahuan dan kemampuan).

Mahoney dan Pandian (1992) berpendapat bahwa teori RBV memfokuskan sumber daya yang unggul dan kompetitif agar sumber daya tersebut sulit untuk ditiru dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Barney (2001 dalam Tajvidi dan Karami, 2017) berpendapat bahwa teori RBV menjelaskan bahwa sumber daya yang langka, unik, dan berharga dapat menjadi sumber penting bagi kinerja bisnis.

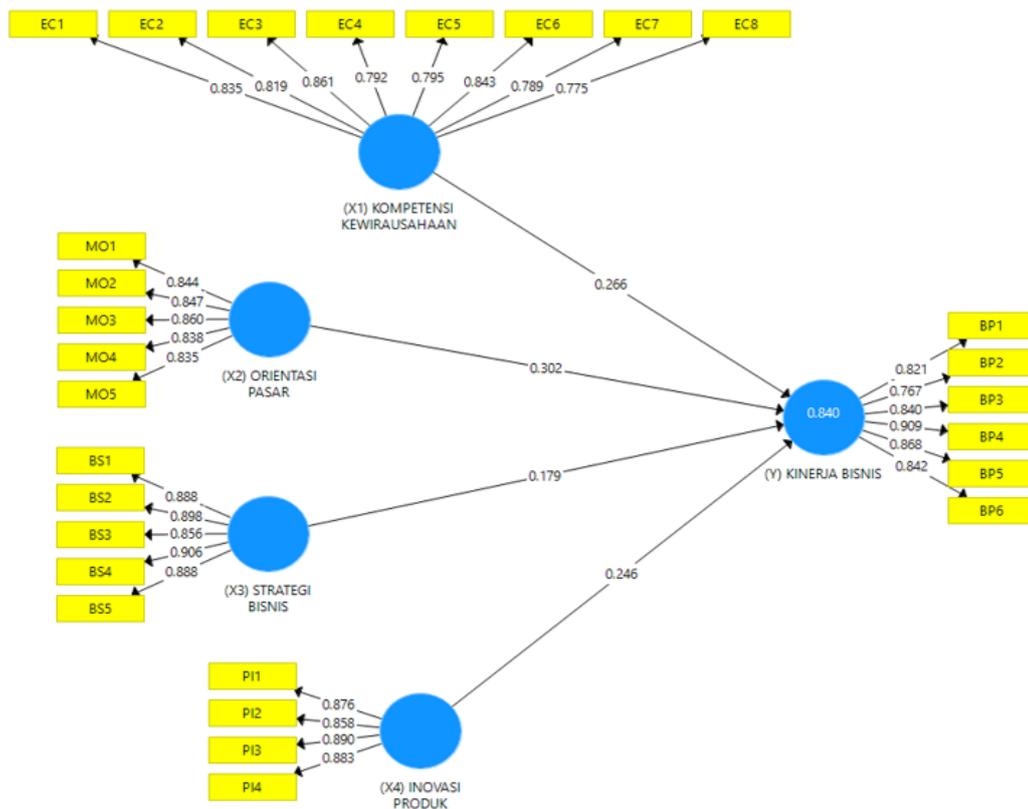
2. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden pelaku UMKM bidang kuliner dengan kriteria telah menjalankan bisnisnya minimal 1 tahun di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan sesuai dengan kriteria yang diperlukan untuk menetapkan jumlah sampel yang akan diteliti (Sugiyono, 2018:138). Proses pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan menggunakan *software smartPLS* versi 3.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data dilakukan melalui uji *outer model* dan *inner model*. Gambar 1 menunjukkan hasil pengujian *outer model* yang telah diolah menggunakan analisis *PLS Algorithm*.



Gambar 1. Hasil *loading factor*
 Sumber: Hasil olah data dari *smartPLS* versi 3

Berdasarkan Gambar 1, maka dapat diketahui bahwa setiap variabel kompetensi kewirausahaan (EC), orientasi pasar (MO), strategi bisnis (BS), inovasi produk (PI), dan kinerja bisnis (BP) memiliki nilai lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Tabel 1. Hasil analisis *Average Variance Extracted (AVE)*
 Sumber: Hasil olah data dari *smartPLS* versi 3

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
Kompetensi Kewirausahaan	0,663
Orientasi Pasar	0,714
Strategi Bisnis	0,787
Inovasi Produk	0,769
Kinerja Bisnis	0,709

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,5 (> 0,5). Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut valid.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas
 Sumber: Hasil olah data dari *smartPLS* versi 3

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas Komposit
Kompetensi Kewirausahaan	0,927	0,940
Orientasi Pasar	0,900	0,926
Strategi Bisnis	0,932	0,949
Inovasi Produk	0,900	0,930
Kinerja Bisnis	0,917	0,936

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel lulus uji reliabilitas karena memperoleh nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas 0,70.

Tabel 3. Hasil uji koefisien determinasi
 Sumber: Hasil olah data dari *smartPLS* versi 3

Variabel	R Square	Adjusted R Square
Kinerja Bisnis	0,840	0,833

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa hasil analisis R^2 untuk variabel kinerja bisnis berada di angka 0,840 atau memiliki nilai 84% yang berarti variabel dependen kinerja bisnis dipengaruhi oleh variabel independen yang dipilih yaitu kompetensi kewirausahaan, orientasi pasar, strategi bisnis, dan inovasi produk sebesar 84%. Sisanya sebesar 16% dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar dari penelitian ini.

Tabel 4. Hasil uji hipotesis dengan metode *bootstrapping*
 Sumber: Hasil olah data dari *smartPLS* versi 3

Variabel	Sampel Asli (O)	T-Statistics ($ O/STDEV $)	P-Value
Kompetensi Kewirausahaan → Kinerja Bisnis	0,266	1,997	0,046
Orientasi Pasar → Kinerja Bisnis	0,302	2,604	0,010
Strategi Bisnis → Kinerja Bisnis	0,179	2,235	0,026
Inovasi Produk → Kinerja Bisnis	0,246	1,989	0,047

Berikut adalah hasil uji hipotesis:

Uji hipotesis pertama

H_{a1} : Kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa terbukti kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis dengan nilai *t-statistics* sebesar 1,997 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,046 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a1} diterima.

Uji hipotesis kedua

H_{a2} : Orientasi pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa terbukti orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,604 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,010 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a2} diterima.

Uji hipotesis ketiga

H_{a3} : Strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa terbukti strategi bisnis memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis dengan nilai *t-statistics* sebesar 2,235 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,026 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_{a3} diterima.

Uji hipotesis keempat

Ha₄ : Inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta.

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa terbukti inovasi produk memiliki pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis dengan nilai *t-statistics* sebesar 1,989 yang berarti lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-value* sebesar 0,047 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ha₄ diterima.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian kompetensi kewirausahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis atau Ha₁ diterima secara statistik. Hal ini dibuktikan dengan sampel asli 0,266, nilai *t-statistics* 1,997, dan nilai *p-value* 0,046 lebih rendah dari 0,05. Hal ini sejalan dengan teori RBV yang dikembangkan oleh Wernerfelt. Menurut teori RBV, sumber daya sangat penting karena kinerja dapat diukur berdasarkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yani *et al.* (2020), Widyastuti *et al.* (2022), Pratopo *et al.* (2021), Nuryanti dan Hanifah (2022), Suryana dan Burhanuddin (2021), dan Zaini dan Handoyo (2021) yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Mereka menyimpulkan bahwa semakin meningkatnya kompetensi kewirausahaan maka semakin meningkatnya kinerja bisnis.

Hasil penelitian menyebutkan bahwa orientasi pasar berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis atau Ha₂ diterima secara statistik. Hal ini dibuktikan dengan sampel asli 0,302, nilai *t-statistics* 2,604, dan nilai *p-value* 0,010 lebih rendah dari 0,05. Penerapan orientasi pasar dalam melakukan suatu bisnis akan meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zaini dan Handoyo (2021), Sari dan Thamrin (2022), Ie dan Pratama (2019), Hartato dan Handoyo (2021), Udriyah *et al.* (2019), dan Lorensa dan Hidayah (2022) yang menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar dapat mempengaruhi kinerja bisnis.

Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa strategi bisnis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis atau Ha₃ diterima secara statistik. Hal ini dibuktikan dengan sampel asli 0,179, nilai *t-statistics* 2,235, dan nilai *p-value* 0,026 lebih rendah dari 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori RBV yang dikembangkan oleh Wernerfelt. Teori RBV menjelaskan bahwa strategi bisnis merupakan sumber daya yang penting dalam keberlangsungan bisnis. Strategi bisnis dapat membantu untuk meningkatkan kinerja bisnis. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartato dan Handoyo (2021), Sukarya dan Nurleli (2021), Desfitriana *et al.* (2021), dan Nursetiana *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa strategi bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis atau Ha₄ diterima secara statistik. Hal ini dibuktikan dengan sampel asli 0,246, nilai *t-statistics* 1,989, dan nilai *p-value* 0,047 lebih rendah dari 0,05. Hasil penelitian ini sejalan dengan Nursetiana *et al.* (2022), Udriyah *et al.* (2019), Lorensa dan Hidayah (2022), dan Dari dan Isfianadewi (2020) yang menyatakan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi produk mempengaruhi kinerja bisnis.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dijabarkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Semakin meningkatnya kompetensi kewirausahaan maka semakin meningkatnya kinerja bisnis. Orientasi pasar memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Penerapan orientasi pasar dalam melakukan suatu bisnis akan meningkatkan kinerja bisnis. Strategi bisnis memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja. Strategi bisnis merupakan sumber daya yang penting dalam keberlangsungan bisnis. Dalam menjalankan bisnis, strategi bisnis dapat membantu untuk meningkatkan kinerja bisnis. Inovasi produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM bidang kuliner di DKI Jakarta. Inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas sehingga dapat meningkatkan kinerja bisnis.

Untuk peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel lain di luar yang telah digunakan dalam penelitian ini seperti orientasi kewirausahaan, orientasi teknologi, etos kerja, dan budaya organisasi sehingga literatur penelitian terkait kinerja bisnis dapat semakin berkembang. Selain itu, disarankan untuk menambah jumlah sampel dan meneliti subjek di luar DKI Jakarta agar penelitian semakin berkembang.

REFERENSI

- Ahmatang., & Nurmila, S. (2022). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Usaha Dimediasi Keunggulan Bersaing pada UMKM di Pulau Sebatik. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen*, 18(3), 492-500.
- Aisyah, St., Musa, C., & I, Ramli, A. (2017). Effect of Characteristics and Entrepreneurial Orientation Towards Entrepreneurship Competence and Crafts and Arts Small and Medium Enterprises Business Performance in Makassar. *International Review of Management and Marketing*, 7(2): 166-173.
- Andriyanto, F., & Sufian, M. S. (2017). Analisis Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Bisnis. Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro. 1–20.
- Dari, W., & Dessy, I. (2020). Product Innovation Strategy and Dynamic Environment Against the Improvement of Company Performance at MSME in Kulon Progo. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(2): 143-162.
- Desfitriana, Zulfadhli, & Triana, A. (2021). Strategi Bisnis pada Kinerja Perusahaan Era Covid 19. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 11(2): 158-183.
- Hartato, F. & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(4), 980-989. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Ie, M. & Pratama, V. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja pada Usaha Kecil dan Menengah Sektor Ritel. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 156-164. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.4279>
- Jayani, D. H. (2021). 96,92% Tenaga Kerja Berasal dari UMKM. Diakses pada 10 April 2023 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/12/9692-tenaga-kerja-berasal-dari-umkm>
- 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://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>
- Mahoney, J. T., & J. Rajendran Pandian, (1992). The Resource Based View within the Conversation of Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363-380.

- Nursetiana, Imam, A. H., & Iis, I. (2022). The Effect of Business Strategy, Innovation, Organizational Culture on The Performance of Micro Small Medium Enterprises (MSMEs) Moderated by Financial Literature. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10): 4416-4426.
- Nuryanti, B. L., & Ajeng, P. H. (2022). How Entrepreneurial Competencies can Effect Business Performance. *The International Journal of Business Review*, 5(1): 43-52.
- Permana, I. (2017). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D'Besto. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 19(2), 97.
- Pratopo, P., Lena, E., Atik, A., & Yanthi, M. G. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Etos Kerja terhadap Kinerja Pelaku UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(2): 163-176.
- Sari, I. P., & Thamrin, T. (2022). Effect of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, and Technology Orientation on Business Performance. *Marketing Management Studies*, 2(2): 117-126.
- Siswaji, B. (2013). Pengaruh Institusi dan Strategi terhadap Kinerja Badan Usaha Milik Negara (BUMN). *Disertasi*. Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarya, I. R. H., & Nurleli. (2021). Pengaruh Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan. *Prosiding Akuntansi*, 7(2): 518-521.
- Suryana, A. T., & Burhanuddin. (2021). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi: sebuah Tinjauan Teoritis dan Empiris. *Jurnal AGRISEP*, 20(1): 117-128.
- Susilo, Y. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM dalam Menghadapi Implementasi CAFTA dan MEA. *Buletin Ekonomi*, 8(2), 70-170.
- Sutrisno, H. E. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tajvidi, R., & Karami, A. (2017). The Effect of Social Media on Firm Performance. *Computers in Human Behavior*, 115, 105174.
- Udriyah, Jacqueline, T., & Azam, S. M. F. (2019). The Effects of Market Orientation and Innovation on Competitive Advantage and Business Performance of Textile SMEs. *Management Science Letters*, 9: 1419-1428.
- Wernerfelt, B. (1984). A Resource Based View of The Firm. *Strategic Management Journal*, 5: 171-180.
- Wernerfelt, B. (1995). The Resource Based View of The Firm: Ten Years After. *Strategic Management Journal*, 16: 171-174.
- Widyastuti, N. M. W., Burhanuddin, & Siti, J. (2022). The Effect of Entrepreneurial Competency on The Performance of Culinary SMEs in Banjarbaru, South Kalimantan. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*, 16(2): 281-292
- Yani, A., Anis, E., Hamidah, I Ketut, R. S., & Agung, D. B. (2020). The Impact of Social Capital Entrepreneurial Competence on Business Performance: An Empirical Study of SMEs. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(9): 779-787.
- Zaini, A. C. & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi, dan Kompetensi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(1), 72-81. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11289>