

PENGARUH MEDIASI KOMPETENSI JARINGAN DALAM KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN PADA PERTUMBUHAN UMKM DI TANAH ABANG

Ronaldo¹, Louis Utama^{2*}

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

Email: ronaldo.115190197@stu.untar.ac.id

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

Email: louisu@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 12-07-2023, revisi: 08-01-2024, diterima untuk diterbitkan: 19-01-2024

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji secara empiris “Pengaruh mediasi kompetensi jaringan dalam kompetensi kewirausahaan pada pertumbuhan UMKM busana muslim di Tanah Abang Jakarta Pusat”. Responden dalam penelitian berjumlah 120 orang yang merupakan UMKM busana muslim di Tanah Abang Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* dalam memperoleh data primer untuk diolah dengan *software Smart Partial Least Square (SmartPLS)*. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kompetensi strategis, etis dan jaringan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, Dan kompetensi jaringan memediasi kompetensi strategis dan etis terhadap pertumbuhan UMKM.

Kata Kunci: kompetensi strategis, kompetensi etis, kompetensi jaringan, pertumbuhan UMKM

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of empirically testing "The effect of network competence mediation on entrepreneurial competence in the growth of Muslim fashion MSMEs in Tanah Abang, Central Jakarta." The respondents in this study were 120 individuals who owned Muslim fashion MSMEs in Tanah Abang, Central Jakarta. This study used a non-probability sampling technique with purposive sampling to obtain primary data, which were processed using SmartPLS software. This study indicate that strategic competence, ethical competence, and network competence have a significant influence on MSMEs' growth. Additionally, network competence mediates the effects of strategic competence and ethical competence on MSMEs' growth.

Keywords: strategic competence, ethical competence, network competence, msme growth

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Pilar terpenting perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut data Kementerian Koperasi, jumlah UMKM sebanyak 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi tersebut meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja dan menyerap 60,4% dari total investasi yang dapat dikumpulkan oleh UMKM. Tingginya jumlah UMKM tidak terlepas dari tantangan yang ada (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Kompetensi kewirausahaan menjelaskan tentang bagaimana mereka harus menjalankan bisnis dan menyadari potensi dampak positif atau negatif dari perilaku mereka, supaya dampak negatif lingkungan bisnis dapat diminimalisir (Wilson & Ahmad, 2009).

Salah satu cara untuk mengurangi dampak negatif tersebut adalah dengan memperhatikan kualitas, model yang mengikuti zaman hingga menjadi status simbol bagi pemiliknya. Kini, produk dalam negeri dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bahkan sudah berhasil diekspor ke mancanegara, Hal ini dapat mengindikasikan bahwa kualitas ekspor memiliki spesifikasi yang tidak sembarangan. Walau demikian, berbagai dukungan tetap harus dilakukan. Terlebih di tengah pandemi Covid-19, UMKM menjadi salah satu sektor yang paling terpukul. Menurut Survei Bank Indonesia, 87,5% UMKM harus mengalami penurunan pendapatan akibat penurunan penjualan karena pandemi Covid-19 (Bank Indonesia, 2022).

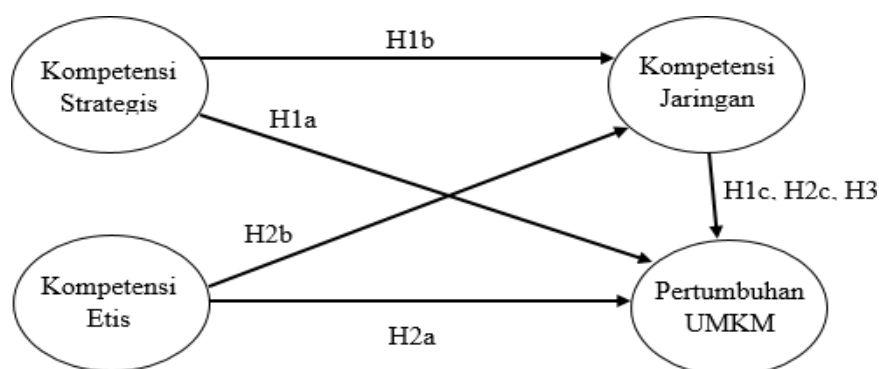
Etika bisnis sangat penting untuk sukses dalam bisnis modern. Yang terpenting, program etika yang ditetapkan menetapkan kode etik yang mendorong perilaku karyawan dari eksekutif hingga manajemen menengah hingga karyawan terbaru dan termuda. Ketika semua karyawan membuat keputusan etis, perusahaan membangun reputasi untuk perilaku etis. Reputasinya tumbuh, dan merasakan manfaat yang dipetik oleh pembentukan moral (Twin, 2022).

Kolaborasi pemasok adalah hubungan khusus antara pembeli dan pemasok di mana keduanya terlihat bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu atau memperdalam pola kerja jangka panjang mereka. Hubungan dekat ini dapat memberikan berbagai manfaat dari inovasi produk, efisiensi, hingga aliran data yang lebih kaya. Hubungan seperti ini membutuhkan kepercayaan. Kepercayaan adalah akar dan sumber utama dari pengaruh, kepercayaan yang rendah akan menyebabkan gesekan, entah itu disebabkan oleh perilaku tidak etis atau oleh perilaku etis tetapi tidak kompeten, karena niat baik tidak bisa menggantikan penilaian buruk (Mascarenhas, 2019). Namun, tentu saja membangun kepercayaan membutuhkan waktu, dimana niat baik, keterbukaan, dan transparansi ditunjukkan melalui banyak transaksi. Kepercayaan tidak hanya perlu dimenangkan dengan mitra langsung, tetapi juga di kedua organisasi (webb, 2017).

Rumusan masalah

- Apakah terdapat pengaruh kompetensi strategis terhadap pertumbuhan UMKM?
- Apakah terdapat pengaruh kompetensi strategis terhadap kompetensi jaringan?
- Apakah terdapat pengaruh kompetensi etis terhadap pertumbuhan UMKM?
- Apakah terdapat pengaruh kompetensi etis terhadap kompetensi jaringan?
- Sejauh mana kompetensi jaringan memediasi hubungan antara kompetensi strategis terhadap pertumbuhan UMKM?
- Sejauh mana kompetensi jaringan memediasi hubungan antara kompetensi etis terhadap pertumbuhan UMKM?
- Apakah terdapat pengaruh kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan UMKM?

Model penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan model penelitian pada Gambar 1, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1a: Kompetensi Strategis berpengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM.

H1b: Kompetensi Strategis berpengaruh terhadap Kompetensi Jaringan.

H1c: Kompetensi Jaringan memediasi hubungan antara Kompetensi Strategis dan pertumbuhan UMKM.

H2a: Kompetensi Etis berpengaruh terhadap Pertumbuhan UMKM.

H2b: Kompetensi Etis berpengaruh terhadap Kompetensi Jaringan.

H2c: Kompetensi Jaringan memediasi hubungan antara Kompetensi Etis dan pertumbuhan UMKM.

H3: Kompetensi Jaringan berpengaruh pada Pertumbuhan UMKM.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara mencari informasi berkaitan dengan gejala yang ada, dijelaskan dengan jelas tujuan yang akan diraih, merencanakan bagaimana melakukan pendekatannya, dan mengumpulkan berbagai macam data sebagai bahan untuk membuat laporan. Dan untuk pendekatannya menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah dari sampel atau populasi yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan survei untuk menentukan frekuensi dan presentasi tanggapan mereka (Ahmad, 2018). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah UMKM busana muslim yang berada di wilayah Tanah Abang Di DKI Jakarta. pendekatannya penelitian ini menggunakan non probability sampling dan untuk Jenis teknik non probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Purposive sampling. Purposive sampling merupakan sebuah metode sampling non random dimana penulis memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset (Lenaini, 2021) Identitas sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah Pemilik UMKM busana muslim yang berada di Tanah Abang DKI Jakarta. Supaya data yang diperoleh sesuai dengan yang dibutuhkan penulis, dibutuhkan sebuah kriteria sampel yang akan digunakan, data tersebut nantinya didapatkan dengan cara membagikan kuisioner online secara langsung bertemu dengan responden untuk diisi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuisioner yang dipakai dalam penelitian ini disebar selama hampir 1 bulan, dimulai dari tanggal 03 April 2023 sampai dengan 12 Juni 2023, sebanyak 120 responden yang berjualan busana muslim di tanah abang jakarta sudah menjalankan usahanya minimal 1 tahun, Pendapatan tahunan UMKM di bagi menjadi 3 kategori sesuai dengan yaitu : Pendapatan tahunan usaha mikro sampai dengan paling banyak 2 miliar pertahun dengan responden sebanyak 74 orang atau presentase sebesar 74,61%. Sedangkan untuk Pendapatan tahunan usaha kecil memiliki penghasilan lebih dari 2 miliar pertahun sampai dengan paling banyak 15 miliar pertahun memiliki responden sebanyak 44 orang atau dengan persentase sebanyak 44,37%. Dan usaha menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 15 miliar sampai dengan 50 miliar pertahun. memiliki responden sebanyak 2 orang atau dengan persentase sebanyak 2,2%.

Sebanyak 94 responden pemilik UMKM Busana Muslim memiliki jumlah karyawan usaha sebanyak 1 - 4 orang atau dengan presentase sebesar 78,33%. Sedangkan sebanyak 26 responden memiliki jumlah karyawan sebanyak 5 - 19 orang atau dengan presentase sebesar 21,67%.

Dari hasil pertanyaan tentang kompetensi strategis dari 120 responden mayoritas menjawab dengan jawaban setuju, untuk kompetensi etis mayoritas menjawab dengan jawaban sangat setuju, untuk kompetensi jaringan mayoritas menjawab setuju dan terakhir untuk pertanyaan pertumbuhan UMKM mayoritas menjawab setuju.

Untuk mengukur apa yang ingin diukur, suatu instrumen harus dapat dipercaya agar dianggap baik. Dengan kata lain, penggunaan alat secara berulang menghasilkan hasil yang konsisten. Untuk mengetahuinya dilakukan uji reliabilitas instrumen dengan menghitung koefisien reliabilitas instrumen (*cronbach alpha*) dan *Composite Reliability* (Darmawangsa & Astalini, 2018) Nilai reliabilitas dapat dinilai dari nilai cronbach alpha dan composite reliability. Nilai reliabilitas yang direkomendasikan adalah lebih dari 0,7 (Djakasaputra & Wijaya, 2021). Dapat dilihat dari Tabel 1 dan Tabel 2 yang menunjukkan hasil dari uji reliabilitas.

Tabel 1. Hasil analisis *Cronbach alpha*
Sumber: Olahan data SmartPLS 3.0 dan diolah oleh penulis

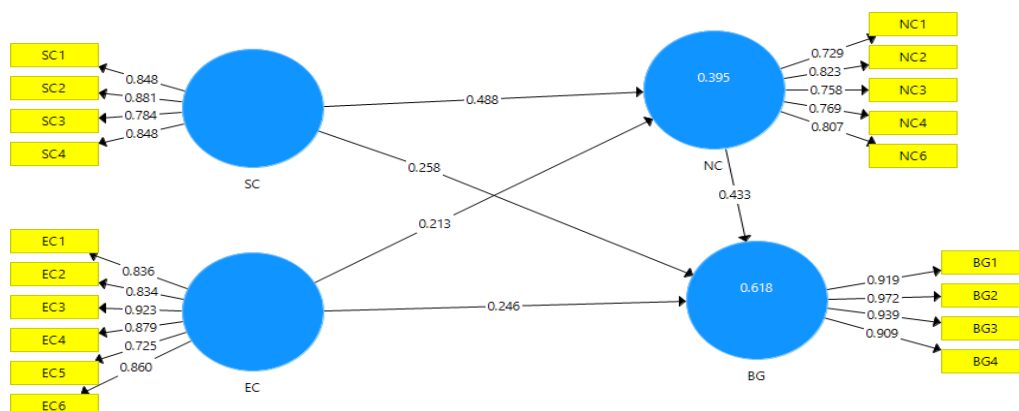
Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>
Kompetensi Strategis	0,863
Kompetensi Etis	0,919
Kompetensi Jaringan	0,836
Pertumbuhan UMKM	0,952

Berdasarkan Tabel 1, kompetensi strategis memiliki nilai sebesar 0,863, kompetensi etis memiliki nilai 0,919, kompetensi jaringan memiliki nilai 0,836 dan pertumbuhan umkm memiliki nilai sebesar 0,952. Dari semua data tersebut semuanya lebih dari 0,7 yang berarti nilai *Cronbach alpha* pada Tabel 1 dapat dikatakan reliabel karena telah memenuhi kriteria.

Tabel 2. Hasil analisis *composite reliability*
Sumber: Olahan data SmartPLS 3.0 dan diolah oleh penulis

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Kompetensi Strategis	0,906
Kompetensi Etis	0,937
Kompetensi Jaringan	0,884
Pertumbuhan UMKM	0,965

Nilai yang direkomendasikan untuk *composite reliability* adalah lebih dari 0,7. Berdasarkan Tabel 2, semua nilai berada diatas 0,7 yang berarti data tersebut dapat dikatakan reliabel.



Gambar 2. Hasil analisis *outer loading*
Sumber: Hasil olah data SmartPLS

Pengujian selanjutnya adalah pengujian *Average Variance Extracted* (AVE). AVE menggambarkan rata-rata varians yang diekstraksi pada setiap indikator, sehingga kemampuan masing-masing item dalam membagi pengukuran dengan yang lain dapat diketahui. Nilai AVE Sama dengan atau di atas 0,50 menunjukkan adanya convergent yang baik (Ghozali, 2016).

Tabel 3. Hasil analisis *Average Variance Extracted* (AVE)
Sumber: Olahan data *SmartPLS* 3.0 dan diolah oleh penulis

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kompetensi Strategis	0,707
Kompetensi Etis	0,714
Kompetensi Jaringan	0,605
Pertumbuhan UMKM	0,875

Hasil dari uji menunjukkan nilai AVE lebih besar dari 0,5 artinya nilai masing-masing variabel dengan indikatornya adalah baik karena telah memenuhi persyaratan nilai minimal, yaitu harus lebih tinggi dari 0,5.

R-square (R^2) merupakan suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen. *R-square* (R^2) merupakan angka yang berkisar antara 0 sampai 1 yang mengindikasikan besarnya kombinasi variabel eksogen secara bersama-sama mempengaruhi nilai variabel endogen. Nilai *R-square* (R^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen (Meiryani, 2021a).

Tabel 4. Hasil analisis *R-square* (R^2)
Sumber: Olahan data *SmartPLS* 3.0 dan diolah oleh penulis

Variabel	<i>R-Square</i> (R^2)
Kompetensi Jaringan	0,395
Pertumbuhan UMKM	0,618

Terdapat tiga kategori pengelompokan pada nilai *R-square* (R^2) yaitu kategori kuat, kategori moderat, dan kategori lemah menyatakan bahwa nilai 0,75 termasuk ke dalam kategori kuat, nilai 0,50 termasuk kategori moderat dan nilai 0,25 termasuk kategori lemah (Hair & Anderson, 2011).

Dan untuk melihat seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan menggunakan prosedur blindfolding dengan melihat pada nilai *Q-square* Apabila *Q-square* memiliki nilai > 0 , dapat disimpulkan bahwa observasinya baik, namun jika nilainya < 0 , observasinya dianggap tidak baik. Dalam konteks ini, dengan melihat nilai *Q-square* sebesar 0,232, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki observasi yang baik karena nilai *Q-square* tersebut > 0 , menunjukkan bahwa nilai prediksinya relevan (Meiryani., 2021b).

$$\begin{aligned}
 Q^2 &= 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2) \\
 &= 1 - (1 - 0,395)(1 - 0,618) \\
 &= 1 - 0,768 \\
 &= 0,232
 \end{aligned}$$

Untuk mengevaluasi GoF, maka perlu dilihat nilai yang ada, nilai GoF dikatakan kecil apabila nilai sebesar 0,1. Dikatakan moderat apabila nilai sebesar 0,25. Dan dapat dikatakan besar jika nilai 0,36 atau lebih. Hasil *Goodness of Fit* (GoF) menunjukkan nilai sebesar 0,725, yang menandakan bahwa model penelitian ini memiliki tingkat kesesuaian dan kelayakan yang tinggi. Nilai tersebut diklasifikasikan sebagai GoF yang besar, karena melebihi nilai sebesar 0,36.

$$AVE = (0,707+0,714+0,605+0,875)/4= 0,851$$

$$\begin{aligned} GoF &= \sqrt{AVE \times R^2} \\ &= \sqrt{0,851 \times 0,618} \\ &= 0,725 \end{aligned}$$

Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengamati nilai *T-statistic* dan nilai signifikansi dan untuk memenuhi standar uji yaitu sebesar $T\text{-statistic} \geq 1,96$ dan $P\text{ value} \leq 0,05$ untuk bisa dikatakan diterima dan signifikan jika angka dari hipotesis memenuhi standar uji.

Tabel 5. Hasil uji hipotesis dengan metode *bootstrapping*
Sumber: Data diolah dengan *SmartPLS* 3.0 dan diolah oleh penulis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T-Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P-Values</i>
Kompetensi Strategis → Pertumbuhan UMKM	0,258	2,115	0,035
Kompetensi Strategis → Kompetensi Jaringan	0,488	5,644	0,000
Kompetensi Etis → Pertumbuhan UMKM	0,246	2,694	0,007
Kompetensi Etis → Kompetensi Jaringan	0,213	2,594	0,010
Kompetensi Strategis → Kompetensi Jaringan → Pertumbuhan UMKM	0,211	3,414	0,001
Kompetensi Etis → Kompetensi Jaringan → Pertumbuhan UMKM	0,092	2,267	0,024
Kompetensi Jaringan → Pertumbuhan UMKM	0,433	4,651	0,000

H1a: kompetensi strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi strategis dengan pertumbuhan UMKM. Nilai *T-statistics* sebesar 2,115 dan nilai *P-Values* sebesar 0,035 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut karena sudah memenuhi uji standar.

Hasil ini relevan dengan hasil Studi terdahulu dalam sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM kain ulos. Populasi penelitian ini terdiri dari UMKM kain ulos. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 102 responden yang merupakan pemilik UMKM kain ulos di Pematangsiantar. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling.

Dengan menggunakan metode purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Dari hasil penelitian, terungkap bahwa orientasi kewirausahaan memiliki dampak pada kinerja UMKM kain ulos (Chow & Utama, 2023).

H1b: Kompetensi strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi jaringan.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi strategis dan kompetensi jaringan. Nilai *T-statistics* sebesar 5,644 dan nilai *P-Values* sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut karena sudah memenuhi uji standar. Kompetensi strategis memiliki pengaruh terhadap pengembangan kompetensi jaringan pengusaha UMKM busana muslim di Tanah Abang. Dengan pemahaman yang mendalam tentang pasar, tren fashion, dan kebutuhan konsumen, pengusaha mampu membangun hubungan kuat dengan pemasok, produsen, distributor, dan pelanggan.

H2a: Kompetensi etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan UMKM.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi etis dengan pertumbuhan UMKM. Nilai *T-statistics* sebesar 2,694 dan nilai *P-Values* sebesar 0,007 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut karena sudah memenuhi uji standar.

H2b: Kompetensi etis berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi jaringan.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi etis dan kompetensi jaringan. Nilai *T-statistics* sebesar 2,594 dan nilai *P-Values* sebesar 0,010 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut karena sudah memenuhi uji standar.

H1c: Kompetensi jaringan memediasi hubungan antara kompetensi strategis dan pertumbuhan UMKM.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi jaringan yang memediasi hubungan antara kompetensi strategis dan pertumbuhan UMKM, *T-statistics* yang merupakan ukuran kekuatan hubungan antara dua variabel adalah 3,414 dan nilai *P-Values* sebesar 0,001. Nilai tersebut berada di atas nilai yang direkomendasikan sebesar $T-statistics \geq 1,96$ dan $P-values \leq 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik. Oleh karena itu, kompetensi jaringan memiliki efek mediasi yang signifikan secara statistik terhadap hubungan antara kompetensi strategis dan pertumbuhan UMKM. Hasil ini juga didukung oleh hasil dari penelitian yang relevan yaitu penelitian yang dilakukan di tanah abang dengan jumlah responden 50 orang dengan variabel kompetensi strategis dan etika terhadap pertumbuhan bisnis dengan kompetensi jaringan sebagai variabel mediasi, hasil yang didapat adalah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kompetensi strategis terhadap pertumbuhan bisnis dengan kompetensi jaringan sebagai variabel mediasi (Venia & Slamet, 2020).

H2c: Kompetensi jaringan memediasi hubungan antara kompetensi etis dan pertumbuhan UMKM.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi jaringan yang memediasi hubungan antara kompetensi etis dan pertumbuhan UMKM, *T-statistics* yang merupakan ukuran kekuatan hubungan antara dua variabel adalah 2,267 dan nilai *P-Values* sebesar 0,024. Nilai tersebut berada di atas nilai yang direkomendasikan sebesar $T-statistics \geq 1,96$ dan $P-Values \leq 0,05$ yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik. Oleh karena itu kompetensi jaringan berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara kompetensi etis dengan pertumbuhan UMKM.

H3: Kompetensi jaringan berpengaruh positif dan signifikan pada pertumbuhan UMKM.

Uji hipotesis menguji hubungan antara kompetensi jaringan dengan pertumbuhan UMKM. Nilai *T-statistics* sebesar 4,651 dan nilai *P-Values* sebesar 0,000 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kedua variabel tersebut karena sudah memenuhi uji standar.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian lain yang relevan mengenai kompetensi jaringan dalam hal pertumbuhan bisnis yang mengalami kendala akibat pandemi Covid-19 yang menyebar di Indonesia. Pandemi telah memberikan dampak negatif yang signifikan pada perekonomian Indonesia penelitian dilakukan pada populasi pengusaha UKM di sektor pakaian. Sampel terdiri dari 59 responden yang merupakan pemilik UKM pakaian di daerah Tanah Abang, Jakarta Pusat.

Kuisisioner dibagikan secara langsung kepada pemilik UKM pakaian dan hasil dari penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa Kompetensi Jaringan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan bisnis UKM pakaian di Tanah Abang, Jakarta Pusat pada masa Covid-19 (Utama & Masman, 2023).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah kompetensi strategis, etis dan jaringan berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan UMKM, Dan kompetensi jaringan memediasi kompetensi strategis dan etis terhadap pertumbuhan UMKM.

Saran

Ada beberapa saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan hasil penelitian ini:

- a. Untuk menghasilkan hasil yang lebih komprehensif dan terpercaya, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, sehingga dapat dilakukan perbandingan antara hasil penelitian.
- b. Peneliti masa depan juga dapat mempertimbangkan untuk menambahkan variabel tambahan seperti penggunaan media sosial untuk membandingkan dan membedakan hasil penelitian.
- c. Salah satu cara potensial untuk mengumpulkan data yang lebih rinci dan akurat adalah dengan memasukkan wawancara singkat ke dalam proses pengumpulan data. Wawancara ini dapat memberikan hasil langsung berdasarkan tanggapan responden dan memungkinkan penjelasan yang lebih menyeluruh tentang masalah yang dibahas dalam penelitian.

Ucapan terima kasih

Dengan segala rasa syukur, saya ingin persembahkan ini kepada individu-individu yang telah memberikan kontribusi berarti dalam penyelesaian skripsi ini.

Pertama-tama, kepada keluarga saya yang selalu memberikan dukungan tanpa henti, terima kasih atas dorongan, dan pengertian yang tak tergantikan. Kehadiran dan doa kalian memberikan kekuatan bagi saya untuk menyelesaikan perjalanan akademik ini.

Terima kasih yang tak terhingga kepada Bapak Louis Utama S.E., M.M. sebagai dosen pembimbing saya. Terima kasih atas bimbingan, arahan, dan wawasan yang berharga dalam memandu penulisan skripsi ini.

Saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada teman-teman dan rekan-rekan saya yang telah memberikan dukungan moral dan semangat selama perjalanan ini. Pengalaman dan diskusi bersama kalian telah membuka wawasan baru dan memperkaya pengetahuan saya.

Tidak lupa, terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun memberikan sumbangan dan dukungan dalam bentuk apapun selama proses penulisan skripsi ini.

REFERENSI

- Ahmad, J. (2018). Desain Penelitian Analisis Isi. *Jurnal analisis isi*, 3. Bank Indonesia. (2022, May 18). Retrieved from www.bi.go.id/id/:
- Bank Indonesia. (2022). Tak Hanya Keren, Pakai Produk UMKM juga Dapat Membantu Perekonomian. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/cerita-bi/Pages/Tak-Hanya-Keren,-Pakai-Produk-UMKM-juga-Dapat-Membantu-Perekonomian.aspx>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*,

- 99-120.
- Chow, V. & Utama, L. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Kain Ulos. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 5(2), 519-528. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23423>
- Darmawangsa, R., & Astalini. (2018). Pengembangan Instrumen Sikap Siswa Sekolah Menengah Atas terhadap Mata Pelajaran Fisika. *Jurnal Pendidikan Fisika Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Djakasaputra, A., & Wijaya, O. Y. (2021). Empirical Study of Indonesian SMEs Sales Performance in Digital Era: The Role of Quality Service and Digital Marketing. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 303-310. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.003>
- Hair, J., & Anderson, R. (2011). *Multivariate Data Analysis. Fifth Edition*. New Jersey: PrenticeHall, Inc.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Retrieved from ekon.go.id/: <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah Vol. 6, No. 1*, 33-39.
- Meiryani. (2021a). Memahami r square (koefisien determinasi) dalam penelitian ilmiah. Retrieved from binus.ac.id: <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Meiryani. (2021b). Memahami predictive relevance (q2) dalam smart pls dalam penelitian ilmiah. Retrieved from <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-predictive-relevance-q2-dalam-smart-pls-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Tehseen, S., & Ahmed, F. U. (2019). Entrepreneurial competencies and SMEs' growth: the mediating role of network competence. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 6-7.
- Twin, A. (2022, September). *Business Ethics: Definition, Principles, Why They're Important*. Retrieved from investopedia: <https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp>
- Utama, L., & Masman, R. R., Siswanto, H. P., & Allessandra, A. (2023). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Bisnis Pakaian di Tanah Abang Era Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(1), 58-70. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i1.1740>
- Venia, V. & Slamet, F. (2020). Pengaruh Kompetensi Strategi dan Kompetensi Etika terhadap Pertumbuhan Usaha yang Dimediasi oleh Kompetensi Jaringan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(2), 406-416. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i2.7934>
- Wilson, C., & Ahmad, N. H. (2009). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? *A study of Malaysian SMEs*.