

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA USAHA UMKM MAKANAN DI JAKARTA BARAT

Kevin Chris Gunarsa¹, Louis Utama^{2*}

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

Email: kevin.115220114@stu.untar.ac.id

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

Email: louisu@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 09-10-2025, revisi: 13-10-2025, diterima untuk diterbitkan: 31-01-2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Keterampilan Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Orientasi Penjualan, dan Jejaring terhadap Kinerja Usaha UMKM makanan di Jakarta Barat, serta menguji peran mediasi dari Kompetensi Kewirausahaan dengan melibatkan 240 pemilik usaha yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala *likert*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, Orientasi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan, Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan, Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan, Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan. Temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor internal non-berwujud memiliki kontribusi penting dalam pencapaian kinerja UMKM makanan di Jakarta Barat.

Kata Kunci: keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar, jejaring, kompetensi kewirausahaan, kinerja usaha

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of Entrepreneurial Skills, Market Orientation, Sales Orientation, and Networking on Business Performance of food-sector MSMEs in West Jakarta, while also testing the mediating role of Entrepreneurial Competence. A total of 240 business owners were selected using purposive sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire. The findings reveal that: Entrepreneurial competence has a positive and significant effect on business performance, Entrepreneurial skills positively and significantly influence business performance, Market orientation has a positive and significant effect on business performance, Sales orientation positively and significantly affects business performance, Networking has a positive and significant impact on business performance, Entrepreneurial skills positively and significantly influence entrepreneurial competence, Networking positively and significantly affects entrepreneurial competence, Entrepreneurial competence mediates the positive and significant effect of entrepreneurial skills on business performance; and ,Entrepreneurial competence also mediates the positive and significant effect of networking on business performance. These findings affirm that intangible internal factors have a significant contribution to the achievement of food MSME business performance in West Jakarta.

Keywords: entrepreneurial skills, market orientation, networking, entrepreneurial competence, business performance

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Semua negara di dunia memiliki usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam perekonomiannya, yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi, pengurangan kemiskinan, peningkatan mata pencaharian, serta menciptakan lapangan kerja (Mago

& Modiba, 2022). Secara spesifik di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu pilar terpenting dalam aktivitas perekonomian. Masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam menaikkan pertumbuhan UMKM melalui aktivitas penjualan dari berbagai barang dan jasa (Antonius & Utama, 2023). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, terdapat sekitar 30,18 juta UMKM yang terdaftar di Indonesia per 31 Desember 2024 (Kadin Indonesia, 2024), dengan UMKM yang bergerak pada akomodasi makanan dan minuman berada pada urutan nomor 2 dengan jumlah 6.400.667 Unit. Dengan demikian, UMKM makanan dipandang sebagai salah satu sektor yang memiliki prospek paling menjanjikan di Indonesia (Perdana & Prasasti, 2023). Meskipun menjanjikan dan memiliki jumlah yang sangat banyak, sektor UMKM makanan tetap menghadapi berbagai tantangan. Sebagai contoh, UMKM makanan tidak mampu bertahan lama karena tingginya tingkat persaingan yang memaksa usaha keluar dari pasar (Perdana & Prasasti, 2023). Wirausaha perlu menerapkan keterampilan kewirausahaan, orientasi pasar maupun orientasi penjualan agar usaha memiliki keunggulan dalam bersaing dan mendorong kinerja usaha (Rizan & Utama, 2020).

Namun, implementasi faktor-faktor ini tidak tanpa hambatan. Kurangnya kompetensi kewirausahaan, seperti penguasaan pengetahuan, sikap, dan keterampilan yang berkaitan dengan pengelolaan usaha, menjadi hambatan bagi peningkatan daya saing bisnis, menaikkan kinerja usaha, dan menyulitkan usaha untuk bertahan maupun bersaing dengan usaha lainnya (Sembiring *et al.*, 2023). Selanjutnya adalah orientasi pasar, di mana UMKM makanan bisa mengalami penurunan kinerja akibat tidak memperhatikan orientasi pasar, jika UMKM tidak memperhatikan orientasi tersebut maka pendekatan yang dilakukan akan menjadi tidak efektif karena keterbatasan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan. Orientasi penjualan adalah strategi usaha yang menekankan implementasi rencana serta inisiatif dengan tujuan utama memperluas penjualan produk dan jasa. Meskipun demikian, masih banyak pelaku usaha yang menerapkan orientasi ini untuk penjualan jangka pendek, terutama pencapaian target bulanan atau kuartalan tanpa melihat dampak jangka panjang seperti hubungan dengan pelanggan (Marselinus & Ardyan, 2024). Terakhir adalah jejaring usaha, di mana pelaku usaha UMKM makanan harus memiliki jejaring yang kuat untuk bertahan dan melakukan ekspansi di pasar (Abdullah *et al.*, 2024). Kenyataannya masih banyak UMKM yang kesulitan dalam membentuk dan mempertahankan jejaring bisnis yang efektif, dengan kendala yang dihadapi meliputi kekurangan tenaga terlatih dan keterbatasan modal (Hou *et al.*, 2024).

Menariknya, meskipun keterampilan kewirausahaan merupakan kemampuan yang memungkinkan UMKM melakukan aktivitas operasional, keterampilan tersebut tidak mampu langsung meningkatkan kinerja usaha UMKM. Ini tetap bergantung kepada kompetensi kewirausahaan yang terdiri dari pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang memungkinkan wirausaha untuk mengelola sumber daya dan mengenali peluang pada pasar (Sakib *et al.*, 2022). Selanjutnya, dengan menghadapi ketidakpastian dan persaingan bisnis, membangun jejaring bertujuan untuk memperoleh sumber daya dan mencapai tujuan organisasi. Namun, kompetensi kewirausahaan masih menjadi jembatan bagi jejaring dan kinerja usaha, karena tanpa adanya kompetensi, UMKM kurang bisa membangun rasa percaya dan keyakinan di antara mitra bisnis (Ali, 2024).

Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang sebelumnya adalah sebagai berikut:

- a. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat?
- b. Apakah keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat?

- c. Apakah orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat?
- d. Apakah orientasi penjualan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat?
- e. Apakah jejaring berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat?
- f. Apakah keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kompetensi kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat?
- g. Apakah jejaring berpengaruh positif dan signifikan kepada kompetensi kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat?
- h. Apakah keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan?
- i. Apakah jejaring berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan?

Kajian teori

Penelitian ini menggunakan teori *Resource-Based View* (RBV) sebagai teori utama. Menurut teori RBV, usaha terdiri dari kumpulan kapabilitas, sumber daya, dan kompetensi yang bersifat unik, bernilai, dan langka yang berintegrasi satu sama lain. Perusahaan dapat mengelola aset-aset tersebut dengan cara tertentu sehingga mampu memberikan keunggulan bersaing pada pasar tempat usaha tersebut beroperasi (Barney, 1991).

Kompetensi kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan adalah keterampilan, pengetahuan, dan sikap yang dimiliki oleh individu untuk mengelola usaha secara efektif, berinovasi, serta merespons persaingan dalam lingkungan bisnis (Holisa *et al.*, 2025). Kompetensi ini berbentuk pengetahuan, keahlian, pola pikir, dan kemampuan manajerial (Rianti & Utama, 2023).

Keterampilan kewirausahaan

Keterampilan kewirausahaan merupakan teknik yang dipakai oleh wirausaha pada pasar yang tidak stabil untuk menghasilkan hasil yang stabil seperti menghasilkan produk yang variatif, komunikasi, dan kepemimpinan (Shahzad *et al.*, 2021).

Orientasi pasar

Orientasi pasar adalah kemampuan perusahaan untuk mengidentifikasi, memahami, dan merespon kebutuhan serta perubahan pasar melalui pengumpulan dan penyebaran informasi pasar, serta tindakan strategis yang berorientasi pada pelanggan dan pesaing (Najib & Fahma, 2020).

Orientasi penjualan

Orientasi penjualan adalah pendekatan perusahaan yang berfokus pada pencapaian target penjualan melalui strategi persuasif, promosi, dan aktivitas pemasaran langsung yang intensif (Marselinus & Ardyan, 2024). Orientasi penjualan terjadi ketika suatu usaha mengabaikan kebutuhan yang diperlukan konsumen dan lebih berupaya untuk menjual produk yang ditawarkan oleh usaha (Soomro *et al.*, 2025).

Jejaring

Jejaring dalam konteks kewirausahaan merujuk pada proses proaktif dan strategis untuk membangun, memelihara, dan memanfaatkan hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan yang relevan (Ali & Li, 2021).

Kinerja usaha

Kinerja usaha adalah hasil atau pencapaian yang didapatkan oleh usaha dalam periode waktu tertentu, yang mencerminkan efektivitas dan efisiensi dalam mencapai tujuan usaha (Seraj *et al.*, 2022). Kinerja ini menggambarkan kemampuan wirausaha dalam mengkonversi sumber daya menjadi hasil yang bernilai (Kadiyono & Susanto, 2025).

Kaitan antara kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha

Kompetensi kewirausahaan merupakan komponen penting dari model kemampuan kewirausahaan yang modern, mencakup kemampuan adaptasi, ketangguhan, dan kepemimpinan yang menjadi faktor penentu keberhasilan usaha dalam lingkungan bisnis yang dinamis (Pennetta *et al.*, 2024).

Kaitan antara keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja usaha

Keterampilan kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha. Semakin tinggi keterampilan kewirausahaan yang dimiliki seorang pelaku UMKM, semakin besar peluang usaha tersebut untuk mencapai kinerja yang optimal (Soomro *et al.*, 2025).

Kaitan antara orientasi pasar terhadap kinerja usaha

Orientasi pasar secara signifikan meningkatkan kinerja usaha melalui penciptaan nilai tambah, peningkatan kepuasan pelanggan, serta adaptasi terhadap perubahan pasar (Soomro *et al.*, 2025). Dengan berfokus pada kebutuhan dan perilaku konsumen, pelaku UMKM mampu menyesuaikan produk dan strategi pemasaran usaha sehingga kinerja usaha tetap terjaga (Eunike & Utama, 2021).

Kaitan antara orientasi penjualan terhadap kinerja usaha

Orientasi penjualan yang efektif memungkinkan usaha untuk merespon permintaan pasar dengan cepat dan menyesuaikan strategi penjualan, sehingga mampu meningkatkan hasil usaha secara signifikan, terutama dalam konteks lingkungan yang tidak pasti (Cheng *et al.*, 2025).

Kaitan antara jejaring terhadap kinerja usaha

Jejaring memiliki peran penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Melalui jaringan, pelaku usaha dapat memperoleh akses pada informasi, sumber daya, modal, hingga peluang pasar yang lebih luas (Gaol & Sigalingging, 2022), yang berarti semakin luas jaringan usaha yang dimiliki, semakin besar pula peluang UMKM untuk meningkatkan penjualan dan membangun daya saing.

Kaitan antara keterampilan kewirausahaan terhadap kompetensi kewirausahaan

Keterampilan merupakan bagian dari kompetensi, mencakup kemampuan seperti pengenalan peluang, komunikasi, dan pemecahan masalah yang berkontribusi langsung pada pembentukan kompetensi kewirausahaan (Soomro *et al.*, 2025).

Kaitan antara jejaring terhadap kompetensi kewirausahaan

Jejaring memberikan akses sumber daya dan pengetahuan bagi usaha untuk berkembang lebih lanjut, serta meningkatkan kemampuan wirausaha dalam melihat peluang dan pengambilan keputusan (Soomro *et al.*, 2025).

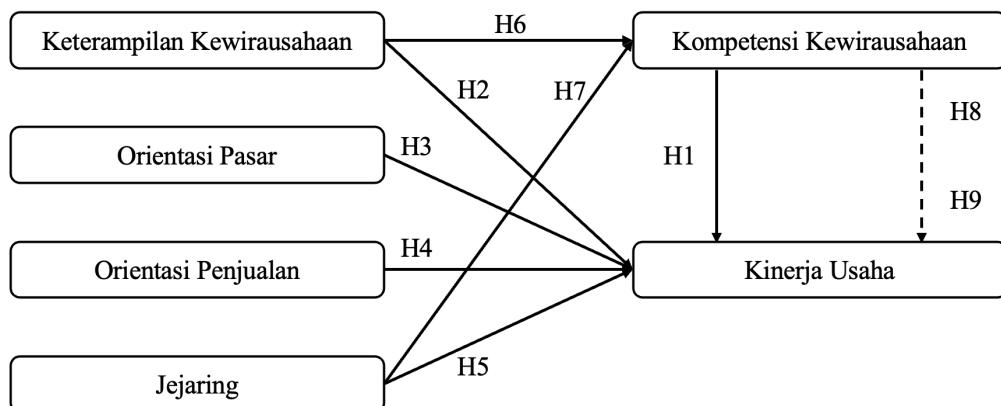
Kaitan antara keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan

Keterampilan kewirausahaan merupakan bagian dari aset dari kompetensi usaha, sehingga keterampilan kewirausahaan tidak hanya berdampak langsung tetapi juga meningkatkan kinerja melalui penguatan kompetensi (Soomro *et al.*, 2025).

Kaitan antara jejaring terhadap kinerja usaha melalui kompetensi kewirausahaan

Kompetensi kewirausahaan berperan sebagai mediator dalam memperkuat hubungan jejaring dengan kinerja, di mana jejaring yang baik meningkatkan akses terhadap informasi dan dukungan eksternal, lalu disalurkan melalui kompetensi kewirausahaan menjadi strategi dan praktik yang lebih efektif dalam menjalankan bisnis (Soomro *et al.*, 2025).

Model penelitian dalam penelitian ini seperti yang digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model penelitian
Sumber: Penulis

Perumusan hipotesis dari model diatas adalah sebagai berikut:

H1: Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat.

H2: Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat.

H3: Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta barat.

H4: Orientasi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat.

H5: Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat.

H6: Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat.

H7: Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat.

H8: Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan.

H9: Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif. Desain deskriptif dipilih karena bertujuan memberikan pemahaman mendalam mengenai masalah yang diteliti dan menjelaskan karakteristik fenomena tertentu tanpa memanipulasi variabel. Metode kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan, serta untuk memperoleh data numerik yang objektif (Sugiyono, 2020). Selanjutnya, penelitian ini menggunakan pendekatan cross-sectional, di mana data dikumpulkan

pada satu waktu tertentu untuk memberikan gambaran nyata kondisi UMKM makanan di Jakarta Barat (Wang & Cheng, 2020).

Populasi penelitian ini adalah Industri makanan di Jakarta, Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik usaha UMKM makanan di Jakarta Barat Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, metode ini memberikan ketentuan untuk pemilihan sampel yang akan dilakukan (Sugiyono, 2020). Penelitian ini menggunakan skala ordinal dengan metode skala likert. Skala ini mencakup lima kategori tanggapan, mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”, yang meminta responden untuk menunjukkan sejauh mana responen setuju terhadap setiap pernyataan yang dibuat dalam penelitian (Hair *et al.*, 2014).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tingkat Validitas konvergen dipakai untuk mengukur sejauh mana ukuran berkorelasi positif dengan ukuran lain yang memiliki konstruk serupa. Analisis Validitas dapat diukur melalui nilai *outer loadings* $> 0,5$ dan nilai *average variance extracted* $> 0,5$. hasil pengujian AVE pada setiap variabel yang didapat memiliki nilai lebih dari 0,5, Variabel jejaring memiliki AVE 0,674, keterampilan kewirausahaan memiliki nilai AVE 0,681, kompetensi kewirausahaan memiliki nilai AVE 0,599, kinerja usaha 0,597, orientasi penjualan 0,692 dan orientasi pasar 0,663 sehingga setiap variabel semuanya valid dan sesuai kriteria. Untuk uji hasil *Outer loadings* dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat.

Uji Reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen pengukuran dapat dipakai dan diandalkan. Nilai uji ini dapat terlihat dari *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Nilai yang dinyatakan valid harus lebih besar dari 0,7 agar dianggap reliabel dan valid. Berikut ini merupakan hasil dari nilai *Cronbach's Alpha* keterampilan kewirausahaan 0,844, orientasi pasar mempunyai nilai 0,831, orientasi penjualan mempunyai nilai 0,851, jejaring mempunyai nilai 0,839, kompetensi kewirausahaan mempunyai nilai 0,776, terakhir kinerja usaha mempunyai nilai 0,774, sehingga semua dapat dikatakan valid.

Nilai *f-square* menunjukkan bahwa keterampilan kewirausahaan (eksogen 1) terhadap kompetensi kewirausahaan (mediasi) mempunyai nilai 0,172 termasuk dalam efek sedang, selanjutnya keterampilan kewirausahaan (eksogen 1) terhadap kinerja usaha (endogen) mempunyai nilai 0,182 termasuk dalam efek sedang. Kedua, Orientasi pasar (eksogen 2) terhadap kinerja usaha (endogen) mempunyai nilai 0,119 termasuk dalam efek sedang. Ketiga, Orientasi penjualan (eksogen 3) terhadap kinerja usaha (endogen) mempunyai nilai 0,178 termasuk dalam efek sedang. Keempat jejaring (eksogen 4) terhadap kompetensi kewirausahaan (mediasi) mempunyai nilai 0,136 termasuk dalam efek sedang, selanjutnya jejaring (eksogen 4) terhadap kinerja usaha (endogen) mempunyai nilai 0,13 termasuk dalam efek sedang. Terakhir adalah kompetensi kewirausahaan (mediasi) terhadap kinerja usaha (endogen) mempunyai nilai 0,06 memiliki efek kecil.

Hasil pengujian *path coefficients* memiliki hasil bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dilihat dari nilai *path coefficient* senilai 0,225 dengan nilai *t-statistics* 4,132 dan *p-values* 0,000 ($< 0,05$). Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dilihat dari *path coefficient* sebesar 0,301 dengan nilai *t-statistics* 6,916 dan *p-values* 0,000 ($< 0,05$). Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,255 dengan nilai *t-statistics* 5,646 dan *p-values* 0,000 ($< 0,05$). Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,36

dengan nilai *t-statistics* 6,05 dan *p-values* 0,000 (< 0,05). Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,32 dengan nilai *t-statistics* 5,717 dan *p-values* 0,000 (< 0,05). Selanjutnya adalah uji *specific indirect effect* menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi secara signifikan hubungan antara jejaring dan kinerja usaha dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,072 dengan nilai *t-statistics* 3,256 dan *p-values* 0,001 (< 0,05). Kompetensi kewirausahaan juga memediasi secara positif dan signifikan hubungan antara keterampilan kewirausahaan dan kinerja usaha dilihat dari nilai *path coefficient* sebesar 0,081 dengan nilai *t-statistics* 3,436 dan *p-values* 0,001 (< 0,05).

Berdasarkan hasil uji hipotesis bisa dijelaskan bahwa Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM makanan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kompetensi kewirausahaan berhubungan dengan sikap dan perilaku pemilik usaha UMKM, sehingga membantu usaha mencapai kinerja yang baik dan keunggulan kompetitif (Eunike & Utama, 2021). Oleh karena itu, pemilik UMKM makanan perlu terus mengembangkan kemampuan teknis dan manajerial, selain harus memiliki karakteristik kepemimpinan dan kemampuan untuk mengambil keputusan, karena penguasaan yang baik atas faktor-faktor ini akan meningkatkan kinerja usaha.

Kemudian pengujian hipotesis Keterampilan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM makanan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa keterampilan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterampilan kewirausahaan membantu menumbuhkan kepribadian dan karakter pemilik UMKM menjadi lebih berkompeten dan bertanggung jawab, seperti menjadi lebih kreatif dan terampil dalam memecahkan masalah (Eunike & Utama, 2021). Untuk itu, pemilik UMKM makanan perlu memiliki keterampilan kewirausahaan yang baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan melalui pemahaman akan pengambilan keputusan yang tepat, kemampuan dalam inovasi produk, dan kemampuan dalam menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi.

Selanjutnya pengujian hipotesis Orientasi Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Makanan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hal ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa orientasi pasar yang baik berguna untuk memahami kebutuhan pasar dan fokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan (Rizan & Utama, 2020). Orientasi ini memungkinkan pelaku usaha merancang produk dan strategi pemasaran yang memiliki nilai tambah, sehingga meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan (Eunike & Utama, 2021). Sehubungan dengan hasil tersebut, pemilik usaha UMKM perlu memiliki orientasi pasar yang kuat untuk mampu memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku konsumennya secara lebih mendalam.

Lalu pengujian hipotesis Orientasi Penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Makanan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa orientasi penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa orientasi penjualan memberikan keunggulan kompetitif disebabkan oleh pemahaman akan pelanggan dan dapat mengetahui produk yang dibutuhkan, sehingga kinerja usaha yang tinggi dapat tercapai (Eunike & Utama, 2021). Orientasi penjualan ini juga mendorong pemilik UMKM makanan untuk selalu adaptif terhadap perubahan

pasar (Cheng *et al.*, 2025). Dengan demikian, pemilik UMKM makanan perlu memiliki orientasi penjualan yang baik untuk memahami kebutuhan pelanggan secara langsung.

Selanjutnya pengujian hipotesis Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Usaha UMKM Makakan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa jejaring memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa jejaring menyediakan kesempatan bagi UMKM untuk mendapatkan sumber daya, informasi, dan pengetahuan yang krusial untuk meningkatkan kinerja usaha (Nugroho, 2023). Oleh karena itu, pemilik UMKM makanan sangat perlu membangun jejaring, karena melalui hubungan ini mereka bisa mengakses berbagai sumber daya, memperoleh informasi penting, dan menambah wawasan yang bermanfaat untuk pengembangan usaha.

Kemudian pengujian hipotesis Keterampilan Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kompetensi Kewirausahaan UMKM Makakan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa keterampilan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menjelaskan bahwa keterampilan merupakan bagian dari kompetensi, mencakup kemampuan seperti pengenalan peluang, komunikasi, dan pemecahan masalah yang berkontribusi langsung pada pembentukan kompetensi (Soomro *et al.*, 2025). Keterampilan adalah kemampuan yang diperlukan dalam menciptakan kompetensi yang baik bagi wirausahawan. Dengan demikian, pemilik usaha UMKM makanan harus mempunyai keterampilan yang baik dalam menjalankan usaha untuk memiliki kemampuan mengenali peluang, berkomunikasi secara efektif.

Selanjutnya pengujian hipotesis Jejaring berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kompetensi Kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat. Hasil uji menunjukkan bahwa jejaring memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi kewirausahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa jejaring memberikan akses sumber daya dan pengetahuan bagi usaha untuk berkembang, meningkatkan kemampuan wirausaha dalam melihat peluang dan pengambilan Keputusan (Soomro *et al.*, 2025). Oleh karena itu, jejaring merupakan komponen di dalam kompetensi kewirausahaan yang harus dimiliki oleh pemilik usaha UMKM makanan agar dapat mengakses sumber daya dan pengetahuan, yang membuat pemilik usaha berkembang baik itu dari individu ataupun usaha.

Lalu pengujian hipotesis kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara keterampilan kewirausahaan terhadap kinerja usaha secara positif dan signifikan. Hasil uji mediasi membuktikan bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara keterampilan kewirausahaan dan kinerja usaha secara signifikan. Hasil ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterampilan merupakan bagian dari aset kompetensi usaha, sehingga dampaknya disalurkan melalui penguatan kompetensi (Soomro *et al.*, 2025). Maka dari itu, pemilik UMKM makanan perlu memiliki keterampilan kewirausahaan untuk memaksimalkan implementasi nyata pada kompetensi kewirausahaan, di mana dengan kompetensi yang kuat, kinerja usaha baru akan maksimal.

Terakhir pengujian hipotesis Kompetensi Kewirausahaan memediasi hubungan antara Jejaring terhadap Kinerja Usaha secara positif dan signifikan. Hasil uji mediasi membuktikan bahwa kompetensi kewirausahaan memediasi hubungan antara jejaring dan kinerja usaha secara signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterampilan jejaring yang baik meningkatkan akses terhadap informasi dan dukungan eksternal, yang kemudian disalurkan melalui kompetensi kewirausahaan menjadi strategi dan praktik yang lebih

efektif dalam menjalankan bisnis (Soomro *et al.*, 2025). Untuk itu, pemilik UMKM makanan perlu membangun jejaring yang kuat karena jejaring berperan sebagai sumber informasi dan peluang yang dapat meningkatkan kompetensi kewirausahaan, sehingga kinerja usaha meningkat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis, hasil pengolahan data, serta pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini mendapatkan penyelesaian sebagai berikut:

- a. Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat
- b. Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat
- c. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat
- d. Orientasi penjualan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat
- e. Jejaring berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat
- f. Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kompetensi kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat
- g. Jejaring berpengaruh positif dan signifikan kepada kompetensi kewirausahaan UMKM makanan di Jakarta Barat
- h. Keterampilan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan
- i. Jejaring usaha berpengaruh positif dan signifikan kepada kinerja usaha UMKM makanan di Jakarta Barat dengan dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan

Saran

Berdasarkan temuan yang menunjukkan bahwa faktor-faktor internal non-berwujud dan lingkungan eksternal berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh UMKM makanan di Jakarta Barat. Pemilik usaha UMKM makanan harus memperkuat keterampilan dan kompetensi kewirausahaan melalui pembelajaran berkala serta memperluas wawasan, baik itu wawasan terhadap usaha ataupun pasar, karena kedua hal ini memberikan dampak kontribusi pada kenaikan kinerja usaha.

Selanjutnya, pemilik usaha UMKM makanan perlu mempunyai orientasi pasar dan penjualan yang baik, yaitu dengan membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pelanggan. Selain itu, penting untuk selalu melihat timbal balik dari pelanggan guna perbaikan berkelanjutan demi meningkatkan kinerja usaha. Terakhir, pemilik usaha UMKM makanan di Jakarta Barat perlu membangun jejaring yang strategis, seperti hubungan dengan pemasok, komunitas kuliner, distributor, dan pelaku industri sejenis, untuk mendapatkan akses bahan baku yang lebih stabil, harga yang kompetitif, serta peluang kolaborasi dalam pemasaran.

REFERENSI

- Abdullah, A., Taliang, A., Efendi, B., Kasmi, M., & Aman, A. (2024). Examining the effects of entrepreneurial mindset, digital marketing innovation and networking on SME Performance. *Journal of System and Management Sciences*, 14(6), 113–127. <https://doi.org/10.33168/jSMS.2024.0608>
- Ali, B. A. (2024). Moderating effect of entrepreneurial self-efficacy on the strength of the mediated relationship between networking capabilities and SME performance via entrepreneurial

- competencies. *International Journal of Economics, Business and Management Studies*, 11(2), 43-62. <https://doi.org/10.55284/ijebms.v11i2.1240>
- Ali, H., & Li, Y. (2021). Financial literacy, network competency, and SMEs financial performance : the moderating role of market orientation. *Journal of Asian Finance Economis and Business*, 8(10), 341-352. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no10.0341>
- Antonius, A., & Utama, L. (2023). The effect of creativity and self-efficacy on the performance of culinary MSMEs with entrepreneurship orientation as mediation. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 162-171. <https://doi.org/10.24912/v1i1.162-171>
- Barney, J. (1991). Required Reading_RBV seminal paper by Jay Barney. *Journal of Management* (Vol. 17, Issue 1, pp. 99–120).
- Cheng, P., Wu, S., & Xiao, J. (2025). Exploring the impact of entrepreneurial orientation and market orientation on entrepreneurial performance in the context of environmental uncertainty. *Scientific Reports*, 15(1), 1–22. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-86344-w>
- Eunike, K., & Utama, L. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM bidang kuliner pada masa pandemi COVID – 19. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 771-781. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13209>
- Gao, M. L., & Sigalingging, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Entrepreneurial Networking Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Usaha Dengan Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Pemoderasi Pada Umkm Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(01), 281–290.
- Holisa, S., Ramadhani, M. R., Pratiwi, R. E., & Putri, K. D. (2025). Entrepreneurial Competence and MSME Performance : Islamic Business Ethics as Intervening Variable. 3(1), 42–55.
- Hou, A., Deva Djohan, & Widya Hastuty. (2024). The Influence of Business Networks and Perception of Product Quality on the Competitive Advantage of SME Products in Langkat. *Journal of Finance Integration and Business Independence*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.64276/jofibi.v1i1.7>
- Kadin Indonesia. (2024). Indonesia MSMEs. <https://kadin.id/en/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kadiyono, A. L., & Susanto, H. (2025). Human capital and entrepreneurial performance: the mediating effect of entrepreneurial innovation in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2474191>
- Marselinus, S. C., & Ardyan, E. (2024). Pentingnya Orientasi Penjualan dan Pelatihan Penjualan dalam Meningkatkan Penjualan Adaptif pada Kinerja Tenaga Penjualan. *JEBDEKER: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur*, 4(2), 488–498. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v4i2.280>
- Najib, M., & Fahma, F. (2020). Investigating the adoption of digital payment system through an extended technology acceptance model: An insight from the Indonesian small and medium enterprises. *International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology*, 10(4), 1702–1708. <https://doi.org/10.18517/ijaseit.10.4.11616>
- Nugroho, A. T. (2023). The Influence of Entrepreneurial Orientation, Network, Market Orientation on Small Business Performance in West Java Province. *The Eastasouth Management and Business*, 1(03), 81–89. <https://doi.org/10.58812/esmb.v1i03.77>
- Pennetta, S., Anglani, F., & Mathews, S. (2024). Navigating through entrepreneurial skills, competencies and capabilities: a systematic literature review and the development of the entrepreneurial ability model. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(4), 1144–1182. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2022-0257>
- Perdana, R., & Prasasti, A. (2023). Entrepreneurial orientation, company performance, and competitive advantage in Indonesian culinary SMEs. *Small Business International Review*,

- 7(1), e547. <https://doi.org/10.26784/sbir.v7i1.547>
- Rianti, C., & Utama, L. (2023). The influence of entrepreneurial orientation on SME's performance through entrepreneurial competency in Pasar Jambi. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(2), 79-89. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1.i2.79-89>
- 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>
- Sakib, M. N., Rabbani, M. R., Hawaldar, I. T., Jabber, M. A., Hossain, J., & Sahabuddin, M. (2022). Entrepreneurial Competencies and SMEs' Performance in a Developing Economy. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20), 1–18. <https://doi.org/10.3390/su142013643>
- Sembiring, L. D., Setyawati, A., Indajang, K., Doloksaribu, W. S. A., & Sudirman, A. (2023). Analysis of Increasing The Competitiveness of MSME Business through Entrepreneurial Competence, Entrepreneurial Orientation, and Customers Relationship Management. *FIRM Journal of Management Studies*, 8(2), 250. <https://doi.org/10.33021/firm.v8i2.4575>
- Seraj, A. H. A., Fazal, S. A., & Alshebami, A. S. (2022). Entrepreneurial Competency, Financial Literacy, and Sustainable Performance—Examining the Mediating Role of Entrepreneurial Resilience among Saudi Entrepreneurs. *Sustainability (Switzerland)*, 14(17). <https://doi.org/10.3390/su141710689>
- Shahzad, M. F., Khan, K. I., Saleem, S., & Rashid, T. (2021). What factors affect the entrepreneurial intention to start-ups? The role of entrepreneurial skills, propensity to take risks, and innovativeness in open business models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC7030173>
- Soomro, R. B., Memon, S. G., & Soomro, M. (2025). Impact of entrepreneurial knowledge, skills, and competencies on MSME performance: an evidence from a developing country. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 19(1), 42–72. <https://doi.org/10.1108/apjie-04-2023-0071>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-Sectional Studies: Strengths, Weaknesses, and Recommendations. *Chest*, 158(1), S65–S71. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>