

# PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KINERJA USAHA DIMEDIASI KAPASITAS ABSORPTIF UMKM

Marvin Wijaya<sup>1</sup>, Mei Ie<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: [marvin.115210460@stu.untar.ac.id](mailto:marvin.115210460@stu.untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: [meii@fe.untar.ac.id](mailto:meii@fe.untar.ac.id)

\*Penulis Korespondensi

Masuk : 06-12-2024, revisi: 06-01-2025, diterima untuk diterbitkan : 06-02-2025

## ABSTRAK

UMKM kuliner memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal karena mampu menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, sektor ini juga menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan kinerja usaha, termasuk persaingan yang ketat, keterbatasan inovasi, dan akses pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM kuliner, serta menguji peran mediasi kapasitas absorptif dalam pengaruh tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring kepada 40 pemilik atau pengelola UMKM dengan teknik purposive sampling sebagai bagian dari non-probability sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM kuliner, menegaskan pentingnya pemahaman pasar untuk meningkatkan daya saing. Sebaliknya, orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha, baik secara langsung maupun melalui mediasi kapasitas absorptif. Lebih lanjut, pengaruh orientasi kewirausahaan yang dimediasi oleh kapasitas absorptif justru menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa, meskipun orientasi pasar penting, pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha mungkin dipengaruhi oleh faktor eksternal atau kapasitas internal UMKM. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan untuk fokus pada peningkatan strategi berbasis pasar serta pengelolaan kapasitas absorptif yang lebih efektif.

**Kata Kunci:** umkm, orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, kapasitas absorptif, kinerja usaha

## ABSTRACT

*Culinary MSMEs have great potential in supporting the local economy because they are able to create jobs and improve people's welfare. However, the sector also faces various challenges in improving business performance, including fierce competition, limited innovation, and market access. This study aims to analyze the contribution of entrepreneurial orientation and market orientation to the performance of culinary MSMEs, as well as to examine the role of mediating absorptive capacity in these relationships. Data was collected through an online questionnaire to 40 MSME owners or managers using purposive sampling techniques as part of non-probability sampling. Data analysis was carried out using the PLS-SEM method through SmartPLS 4 software. The results of the study show that market orientation has a positive and significant influence on the business performance of culinary MSMEs, emphasizing the importance of understanding the market to increase competitiveness. On the other hand, entrepreneurial orientation has a positive but not significant influence on business performance, either directly or through the mediation of absorptive capacity. Furthermore, the influence of entrepreneurial orientation mediated by absorptive capacity actually shows an insignificant negative relationship. These findings show that, although market orientation is important, the influence of entrepreneurial orientation on business performance may be influenced by external factors or the internal capacity of MSMEs. This research provides important insights for business actors and policymakers to focus on improving market-based strategies and more effective management of absorptive capacity.*

**Keywords:** msmes, entrepreneurial orientation, market orientation, absorptive capacity, business performance

## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

UMKM kuliner memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian lokal meski menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan ketat di pasar. Sektor ini tetap diminati karena makanan adalah kebutuhan dasar manusia, dan permintaan terhadap makanan siap konsumsi terus meningkat seiring gaya hidup modern yang menuntut kepraktisan. Menurut Solagracia, (2020) pelaku usaha yang menerapkan strategi tepat, fokus pada pelayanan pelanggan, dan menciptakan nilai tambah dapat meningkatkan daya tarik konsumen. Produk kuliner UMKM memiliki peluang besar untuk bertahan dan berkembang di tengah perubahan gaya hidup masyarakat.

Orientasi kewirausahaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja usaha. Menurut Sani *et al.* (2019) dan Ali *et al.* (2020) orientasi ini mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko untuk mengeksplorasi peluang pasar. Sebagaimana diperkuat oleh Fan *et al.* (2021). Selain itu, Orientasi kewirausahaan mencakup inovasi, proaktivitas, dan keberanian dalam mengambil risiko serta dianggap sebagai faktor penting yang dapat meningkatkan kinerja UMKM Mei Ie dan Sefanya (2023).

Orientasi pasar juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Menurut Thomas dan Dawn, (2019) orientasi pasar membantu pelaku usaha memahami kebutuhan pelanggan dan bersaing secara strategis. Penelitian Wach *et al.* (2020) pada pelaku UMKM di Polandia mengungkapkan bahwa orientasi pasar yang konsisten dapat meningkatkan kinerja usaha secara signifikan. Pelaku usaha yang mengintegrasikan informasi pasar ke dalam strategi bisnis mampu menghadapi persaingan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

Kapasitas absorptif menjadi strategi penting untuk mendukung keberlanjutan usaha. Vincent dan Zakkariya (2021) menyatakan bahwa kapasitas absorptif melibatkan kemampuan pelaku usaha untuk menjelajahi, memahami, dan memanfaatkan pengetahuan eksternal guna meningkatkan kinerja usaha. Dimensi seperti pembelajaran eksplorasi, transformatif, dan eksploitasi menjadi elemen kunci dalam pengembangan kapasitas ini. Namun, di Pasar Santa, banyak pedagang menghadapi penurunan daya jual yang menyebabkan beberapa kios tutup karena kesulitan membayar biaya operasional, sehingga diperlukan strategi yang efektif untuk mengatasi masalah tersebut.

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketika pelaku UMKM mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam berinovasi, bertindak secara proaktif, dan mengambil risiko dengan lebih efektif, usaha yang mereka jalankan akan lebih berpeluang untuk mencapai keunggulan kompetitif dan berkontribusi secara signifikan terhadap pencapaian kinerja usaha yang baik secara berkesinambungan Ali *et al.* (2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM di Pasar Santa, dengan kapasitas absorptif sebagai variabel mediasi. Pemilihan fokus pada Pasar Santa didasarkan pada kebutuhan untuk meningkatkan kinerja UMKM di kawasan tersebut, yang umumnya masih memiliki keterbatasan dalam hal pengetahuan kewirausahaan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang bermanfaat dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di tengah persaingan ekonomi yang semakin ketat.

Penelitian yang dilakukan Soares et al. (2019) membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja usaha pada UMKM. Studi ini menyoroti bahwa perusahaan yang memiliki sifat proaktif, kemampuan mengambil risiko, dan sikap inovatif cenderung mencapai hasil kinerja yang lebih baik, termasuk peningkatan profitabilitas dan ekspansi pasar. Selain itu, penelitian ini juga mengungkapkan pentingnya kemampuan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang berubah, yang semakin memperkuat pengaruh antara orientasi kewirausahaan dan kinerja usaha.

Wach et al. (2020) menunjukkan bahwa peningkatan orientasi pasar secara berkelanjutan dapat memberikan dampak positif terhadap pencapaian kinerja usaha yang lebih unggul, berdasarkan penelitian mereka terhadap 220 pelaku UKM di Polandia. Temuan ini didukung oleh penelitian Khan dan Bashir, (2020), dalam penelitiannya yang melibatkan 319 manajer di Pakistan yang tergabung dalam Center of Philanthropy (PCP), ditemukan bukti empiris yang kuat mengenai pengaruh positif dan signifikan antara orientasi pasar dengan kinerja usaha. Selanjutnya, dengan menerapkan orientasi pasar, UKM dapat lebih adaptif terhadap perubahan preferensi konsumen dan kondisi pasar, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja usaha mereka. Hal ini menekankan pentingnya bagi UKM untuk selalu memantau kebutuhan pelanggan dan tren pasar guna mencapai kinerja yang optimal Hamel dan Wijaya (2020).

Raisal et al. (2021) menjelaskan dalam penelitiannya terhadap 226 pelaku UMKM di Sri Lanka menunjukan adanya korelasi positif yang kuat antara kapasitas absorptif dengan kinerja usaha. Selanjutnya, Purwiantri, (2019) melakukan penelitian terhadap pemilik hotel non-bintang di Kepulauan Riau, yang menunjukkan bahwa kapasitas absorptif merupakan faktor determinan yang signifikan dalam meningkatkan kinerja usaha.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, serta batasan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan beberapa masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kuliner Pasar Santa?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Pasar Santa?
3. Apakah kapasitas absorptif berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM kuliner di Pasar Santa?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kapasitas absorptif UMKM kuliner di Pasar Santa?
5. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kapasitas absorptif UMKM kuliner di Pasar Santa?
6. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan dimediasi oleh kapasitas absorptif UMKM kuliner di Pasar Santa?
7. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha dengan dimediasi oleh kapasitas absorptif UMKM kuliner di Pasar Santa?

## **2. METODE PENELITIAN**

### **Desain Penelitian**

Sekaran dan Bougie, (2016) menjelaskan bahwa design penelitian adalah suatu struktur atau rencana yang terorganisir dengan baik untuk mengumpulkan serta menganalisis data guna menjawab pertanyaan penelitian. Malhotra, (2020) mengungkapkan bahwa desain penelitian terbagi menjadi dua jenis, yaitu desain penelitian konklusif dan eksploratif. Dalam penelitian ini, digunakan desain penelitian konklusif yang bersifat kuantitatif.

Malhotra, (2020) menjelaskan bahwa desain penelitian konklusif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi atau mengungkapkan karakteristik tertentu. Desain penelitian konklusif ini kemudian dibagi kedalam dua kategori, yaitu desain penelitian deskriptif dan desain penelitian kausal. Penelitian ini termasuk desain penelitian kausal karna berujuan menguji pengaruh antar variabel (pengaruh sebab-akibat) yang dihipotesiskan dan kemudian disimpulkan hasilnya Malhotra, (2020).

*Time horizon* penelitian terbagi menjadi dua, yaitu : *cross sectional study* dan *longitudinal study*. Pada penelitian ini menggunakan *time horizon cross sectional* karena data yang diperoleh dengan satu kali penelitian saja selama kurang lebih 1 bulan dengan teknik survei yang menggunakan cara penyebaran kuisioner kepada responden yang dituju Sekaran dan Bougie, (2016).

### **Populasi, Teknik Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel**

Populasi merupakan seluruh kelompok individu, objek/kejadian yang memiliki karakteristik umum dan menjadi fokus studi Jilcha Sileyew, (2020). Sedangkan, menurut Sugiyono, (2016) menyatakan bahwa populasi mencakup semua elemen yang menjadi sasaran penelitian untuk dilakukan analisis dan diambil kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yakni seluruh UMKM di Pasar Santa.

Malhotra, (2020) menjelaskan bahwa teknik mengambil sampel terbagi menjadi dua, yaitu : probability sampling dan non-probability sampling. Penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling di mana peneliti akan memilih sampel berdasarkan kriteria peneliti yang artinya tidak memberikan kesempatan yang sama untuk setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel.

Sekaran dan Bougie, (2016) menjelaskan bahwa non-probabilitas sample terdiri dari lima jenis, yakni : purposive sampling, snowbal sampling, accidenntal samplng, quota saampling, dan total sampling. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah purposive sampling, di mana peneliti memilih sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dijadikan responden dalam penelitian. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. UMKM di Pasar Santa yang sudah menjalankan usahanya minimal 1 tahun.
- b. UMKM di Pasar Santa yang tergolong sebagai UMKM kuliner.

Sekaran dan Bougie, (2016) mengatakan bahwa ukuran sampel yang efektif untuk penelitan sebaiknya tidak kurang dari 30 responden dan tidak lebih dari 500 responden. Selain itu, pengambilan sampel harus mencakup sepuluh kali jumlah variabel yang ada dalm penelitian. Berdasarkan pedoman tersebut, syarat minimal jumlah sampel untuk penelitian ini adalah 30 orang, berdasarkan acuan Sekaran dan Bougie, (2016) penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu 3 variabel independen yang terdiri dari : Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan kapasitas absorptif, dan 1 variabel dependen, yaitu : Kinerja usaha. Ukuran sampel yang dipakai pada penelitian ini yakni 40 responden.

### **Metode Pengumpulan Data**

Sugiyono, (2016) bahwa pengumpulan data dapat dilakukan melalui dua cara, yaitu secara primer dan sekunder. Secara primer, perolehan data dilakukan dengan menyebar kuisioner (survei lapangan) dan secara sekunder, perolehan data dilakukan dengan menggunakan data yang sudah ada yang dapat di akses, seperti data keuangan, data sensus penduduk dan sebagainya.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan sumber primer dengan teknik survei yang dilakukan dengan menyebar kuisioner secara langsung kepada responden yang sesuai kriteria peneliti. Kuisioner yang disusun terdiri dari beberapa bagian, yaitu pertanyaan penyaring (screening question), profil responden, dan pernyataan yang mewakili setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Setiap variabel dijelaskan melalui pernyataan-pernyataan yang harus dijawab oleh responden, dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap responden terhadap masing-masing pernyataan tersebut dengan rentang 1 – 5 (sangat tidak setuju–sangat setuju)

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian validitas data dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan nilai *convergent validity* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Nilai *convergent validity* atau loading factor harus dapat lebih besar dari 0,7 dan jika nilai *loading factor* dibawah dari 0,7, maka indikator tersebut dapat dihapuskan. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) harus dapat lebih besar dari 0,5 dan nilai *loading factor* diatas 0,7. Berikut ini merupakan hasil dari *convergent validity* dan *Average Variance Extracted* (AVE) yang disajikan pada Tabel 3.1.

Analisis validitas konvergen terhadap masing-masing variabel dalam Tabel 3.2 menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan memiliki *Average Variance Extrcted* (AVE) sebesar 0,678, variabel orientasi pasar memiliki nilai AVE sebesar 0,877, variabel kapasitas absorptif memiliki nilai AVE sebesar 0,831, dan variabel kinerja usaha memiliki nilai AVE sebesar 0,688. Setiap variabel yang diuji memiliki nilai  $AVE \geq 0,5$ , yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut valid berdasarkan uji *Average Variance Extrated* (AVE). Hal ini berarti nilai-nilai tersebut memenuhi kriteria atau persyaratan untuk *convergent validity*.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen pada Tiap Variabel  
Sumber: Hasil Olah Data dari Smart PLS 4 oleh Peneliti

| Variabel                | Average Variance Extracted (AVE) |
|-------------------------|----------------------------------|
| Kapasitas Absorptif     | 0.831                            |
| Kinerja Usaha           | 0.688                            |
| Orientasi Kewirausahaan | 0.678                            |
| Orientasi Pasar         | 0.877                            |

Discriminant validity merupakan metode evaluasi untuk menentukan sejauh mana suatu konstruk berbeda dari konstruk lainnya berdasarkan bukti empiris dan salah satu kriteria untuk mengukur validitas diskriminan adalah menggunakan nilai *cross loadings*, dengan persyaratan bahwa nilai tersebut harus  $\geq 0,7$ . Indikator dianggap memenuhi validitas diskriminan jika nilai *cross loading* terhadap konstruk yang diukur lebih tinggi dibandingkan nilai *cross loadings* dengan konstruk lainnya. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap indikator secara spesifik mengukur konstruk tertentu tanpa adanya tumpang tindih yang signifikan dengan konstruk lainnya Hair *et al.* (2022). Hasil menunjukan semua variabel memiliki nilai sesuai kriteria. Berikut ini adalah hasil uji validitas diskriminan untuk setiap indikator, yang dihitung berdasarkan nilai *cross loadings*.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan pada Tiap Variabel  
Sumber: Hasil Olah Data dari Smart PLS 4 oleh Peneliti

| KODE | KA    | KU    | OK    | OP    | Keterangan |
|------|-------|-------|-------|-------|------------|
| OK1  | 0.672 | 0.727 | 0.766 | 0.685 | Valid      |
| OK2  | 0.625 | 0.588 | 0.819 | 0.593 | Valid      |
| OK3  | 0.659 | 0.658 | 0.790 | 0.724 | Valid      |
| OK4  | 0.731 | 0.593 | 0.895 | 0.681 | Valid      |

|     |       |       |       |       |       |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|
| OK5 | 0.697 | 0.562 | 0.874 | 0.672 | Valid |
| OK6 | 0.583 | 0.651 | 0.788 | 0.687 | Valid |
| OP1 | 0.744 | 0.810 | 0.749 | 0.939 | Valid |
| OP2 | 0.738 | 0.803 | 0.806 | 0.973 | Valid |
| OP3 | 0.658 | 0.691 | 0.710 | 0.927 | Valid |
| OP4 | 0.751 | 0.770 | 0.766 | 0.952 | Valid |
| OP5 | 0.938 | 0.858 | 0.797 | 0.890 | Valid |
| KA1 | 0.962 | 0.787 | 0.764 | 0.807 | Valid |
| KA2 | 0.919 | 0.641 | 0.664 | 0.707 | Valid |
| KA3 | 0.920 | 0.724 | 0.755 | 0.768 | Valid |
| KA4 | 0.879 | 0.793 | 0.658 | 0.741 | Valid |
| KA5 | 0.874 | 0.865 | 0.814 | 0.739 | Valid |
| KU1 | 0.717 | 0.862 | 0.701 | 0.664 | Valid |
| KU2 | 0.684 | 0.862 | 0.669 | 0.656 | Valid |
| KU3 | 0.671 | 0.810 | 0.582 | 0.733 | Valid |
| KU4 | 0.699 | 0.775 | 0.599 | 0.728 | Valid |
| KU5 | 0.718 | 0.835 | 0.636 | 0.723 | Valid |

Pengujian reliabilitas instrument menggunakan nilai koefisien *Composite Reliability* dan Cronbach's Alpha. Suatu instrument dinyatakan reliabel bila nilai Cronbach's Alpha >0,7 maka dapat disimpulkan reliabel. Uji reliabilitas didalam penelitian ini menggunakan *Composite Reliability* dan Cronbach's Alpha, memperlihatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Nilai Cronbach's Alpha  
Sumber: Hasil Olah Data dari Smart PLS 4 oleh Peneliti

|    | Cronbach's<br>alpha | Composite<br>reliability (rho_a) | Composite<br>reliability (rho_c) | Average variance<br>extracted (AVE) | Keterangan |
|----|---------------------|----------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|------------|
| KA | 0.949               | 0.951                            | 0.961                            | 0.831                               | Reliabel   |
| KU | 0.886               | 0.886                            | 0.917                            | 0.688                               | Reliabel   |
| OK | 0.904               | 0.905                            | 0.926                            | 0.678                               | Reliabel   |
| OP | 0.965               | 0.970                            | 0.973                            | 0.877                               | Reliabel   |

Koefisien determinasi antara variabel kinerja usaha UMKM dengan nilai *R-Square Adjusted output* sebesar 0,761. Dari nilai tersebut, ada kesimpulan bahwa kinerja usaha dapat dijelaskan 76,1 % oleh dua variabel independen orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan satu variabel mediasi kapasitas absorptif. Selanjutnya masih terdapat 23,9% bahwa kinerja usaha dapat dipengaruhi variabel lainnya

Tabel 4. Hasil Koefisien (R<sup>2</sup>)  
Sumber: Hasil Olah Data dari Smart Pls Oleh Peneliti

| Variabel Dependen  | R-Square Adjusted | Kesimpulan |
|--------------------|-------------------|------------|
| Kinerja Usaha UMKM | 0,761             | Moderat    |

Berdasarkan Tabel 4. hasil dari pengujian koefisien determinasi yang telah ditampilkan pada Tabel 4, maka nilai *R-Square* adalah sebesar 0,761, artinya sebesar 76,1% kinerja usaha UMKM dapat dijelaskan oleh variabel independen orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan satu variabel mediasi kapasitas absorptif. Selanjutnya masih terdapat 23,9% bahwa kinerja usaha dapat dipengaruhi variabel lain.

Kriteria pemodelan variabel terikat sedemikian rupa, terutama dalam model pengukuran reflektif konstruk, dilakukan melalui analisis prediktif *relevance*, dengan patokan bahwa  $(Q^2) > 0$  dapat dikatakan bahwa variabel tersebut dapat dengan baik menghitung tatanan tersebut. Sebaliknya, jika nilai  $(Q^2)$  kurang dari 0, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut tidak dapat memprediksi tatanan dengan benar Rahadi, (2023).

Untuk dapat melakukan pengujian kecocokan model penelitian ini, nilai GoF (*Goodness of Fit*) dapat dihitung dengan cara manual dengan memasukkan nilai AVE dan nilai koefisien determinasi. Berikut ini merupakan perhitungan nilai *Goodness of Fit* (GoF):

$$\begin{aligned}\text{Rata-rata AVE} &= 0,7665 \\ \text{Rata-rata } R^2 &= 0,761 \\ \text{GoF} &= \sqrt{0,761 \times 0,7665} = 0,763\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan *Goodness of Fit* (GoF) diatas maka dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan kecocokan model tergolong besar. Nilai GoF 0,763 tergolong kecil, nilai GoF 0,25 tergolong sedang dan nilai GoF lebih dari 0,38 tergolong besar.

*Effect Size* atau *f-square* dapat digunakan untuk mengukur pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lain. Adapun untuk nilai yang tergolong kecil berada pada angka 0,02, yang mencakup nilai sedang pada 0,15, dan angka 0,35 untuk nilai yang tergolong besar Hair *et al.* (2021).

Tabel 5. Output Nilai F Square  
Sumber: Hasil Olah Data dari Smart Pls Oleh Peneliti

| Variabel   | f-Square |       | Kesimpulan  |
|------------|----------|-------|-------------|
|            | Y        | Z     |             |
| X1         | 0,185    |       | Efek sedang |
| X2         | 0,317    |       | Efek sedang |
| Z          | 0,098    |       | Efek kecil  |
| X1 → Z → Y |          | 0,033 | Efek kecil  |
| X2 → Z → Y |          | 0,041 | Efek kecil  |

Berdasarkan Tabel 5 terdapat informasi tentang variabel orientasi kewirausahaan yang memiliki pengaruh sedang terhadap nilai *f-Square* variabel Y yaitu 0.185. Pada variabel orientasi pasar memiliki pengaruh sedang terhadap nilai *f-Square* variabel Y sebesar 0.317. Pada variabel kapasitas absorptif memiliki pengaruh kecil terhadap nilai *f Square* variabel Y sebesar 0.098. Variabel orientasi kewirausahaan yang dimediasi oleh kapasitas absorptif memiliki pengaruh kecil terhadap jumlah nilai *f-Square* dari kinerja usaha pada 0.033. Variabel orientasi pasar yang dimediasi oleh kapasitas absorptif memiliki pengaruh kecil terhadap *f-Square* Variabel Y pada 0.042. Oleh karena itu, ini mengarah pada kesimpulan bahwa variabel orientasi pasar memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap variabel Y dibandingkan dengan dua orientasi kewirausahaan. Sedangkan, variabel orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang dimediasi oleh kapasitas absorptif terhadap variabel Y pengaruh yang lemah untuk penelitian ini.

*Path coefficients* bertujuan untuk mengukur koefisien jalur dari terjadinya pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan untuk mengetahui signifikansi pengaruh satu variabel dengan variabel lainnya. Internalisasi struktur penelitian ini merupakan upaya untuk mengembangkan teori. Kekuatan dan arah pengaruh antara dua konstruk dapat dinilai dari nilai *path coefficient*. Nilai *path coefficient* yang mendekati 1 mengindikasikan pengaruh positif yang kuat, sedangkan

nilai yang mendekati -1 menunjukkan pengaruh negatif yang kuat Hair et al. (2021). Menurut Ghazali et al. (2020) apabila menggunakan metode *bootstrapping* dan diperoleh nilai t-statistik dalam penelitian pengaruh antar variabel, jelas bahwa ada nilai batas maksimum untuk nol hipotesis yang menjadi dasar penarikan kesimpulan. Terdapat kriteria untuk pengujian hipotesis ini, yaitu nilai t-statistik yang lebih besar dari 1.645 dan *p-value* yang lebih kecil dari 0.05 maka hasil pengujian satu sisi akan menyatakan bahwa hipotesis tersebut tidak ditolak dan berpengaruh positif serta signifikan. Dan sebaliknya, jika nilai *p-value* sedikit di atas 0.05 dan t-statistik lebih kecil dari 1.645, maka dua sisi uji analisis hipotesis mana saja berarti dapat dan seharusnya mempunyai pengaruh yang merugikan pada sisi satu *tailed*.

Tabel 6. Hasil Nilai Path Coefficient Melalui Uji Bootstrapping  
Sumber: Hasil Olah Data dari Smart Pls Oleh Peneliti

| Kode | Hipotesis                        | Original Sample<br>(O) | T Statistics | P-Value |
|------|----------------------------------|------------------------|--------------|---------|
| H1   | $X1 \rightarrow Y$               | 0.106                  | 0.563        | 0.287   |
| H2   | $X2 \rightarrow Y$               | 0.516                  | 2.522        | 0.006   |
| H3   | $Z \rightarrow Y$                | 0.329                  | 1.431        | 0.076   |
| H4   | $X1 \rightarrow Z$               | 0.389                  | 2.172        | 0.015   |
| H5   | $X2 \rightarrow Z$               | 0.509                  | 3.056        | 0.001   |
| H6   | $X1 \rightarrow Z \rightarrow Y$ | -0,221                 | 1.144        | 0.126   |
| H7   | $X2 \rightarrow Z \rightarrow Y$ | 0,178                  | 0.896        | 0.185   |

Hasil pengujian hipotesis pertama, yang diwakili oleh “H<sup>1</sup>”, menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja usaha, dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,106. Namun, pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai *p-value* yang diperoleh adalah  $0.287 > 0,05$  dengan t-statistik  $0,563 < 1,645$ . Hasil analisis menyatakan bahwa “H<sup>1</sup>” ditolak. Hasil hipotesis “H<sup>1</sup>” sesuai dengan penelitian Fitri Rezki Indah, (2023) mengenai UMKM kuliner di Universitas Jambi menyatakan jika orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan secara langsung terhadap kinerja usaha.

Hasil pengujian hipotesis kedua “H<sup>2</sup>” dinyatakan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha yaitu positif karena hasil *path coefficients* sebesar “0,516” dan memberikan pengaruh signifikan karena nilai *p-value*  $0.006 > 0,05$  dengan t-statistik  $2.522 > 1,645$ . Hasil analisis menyatakan bahwa “H<sup>2</sup>” tidak ditolak.

Hasil pengujian hipotesis ketiga “H<sup>3</sup>” dinyatakan bahwa pengaruh kapasitas absorptif terhadap kinerja usaha yaitu positif karena hasil *path coefficients* sebesar “0,329” dan namun tidak memberikan pengaruh signifikan karena nilai *p-value*  $0.076 > 0,05$  dengan t-statistik  $1.431 < 1,645$ . Hasil analisis menyatakan bahwa “H<sup>3</sup>” ditolak. Hasil hipotesis “H<sup>3</sup>” sesuai dengan penelitian Wales et al. (2013) Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kapasitas absorptif berpotensi meningkatkan kinerja, pengaruhnya bisa tidak signifikan atau bahkan kontraproduktif jika tidak dikelola dengan baik atau jika organisasi menghadapi kendala internal.

Hasil pengujian hipotesis ke empat “H<sup>4</sup>” dinyatakan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kapasitas absorptif yaitu positif karena hasil *path coefficients* sebesar “0,389” dan memberikan pengaruh signifikan karena nilai *p-value*  $0.015 > 0,05$  dengan t-statistik  $2.172 > 1,645$ . Hasil analisis menyatakan bahwa “H<sup>4</sup>” tidak ditolak.

Hasil pengujian hipotesis kelima “H<sup>5</sup>” dinyatakan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kapasitas absorptif yaitu positif karena hasil *path coefficients* sebesar “0,509” dan memberikan pengaruh signifikan karena nilai *p-value*  $0.001 > 0,05$  dengan t-statistik  $3.056 > 1,645$ . Hasil analisis menyatakan bahwa “H<sup>5</sup>” tidak ditolak.



Hasil pengujian hipotesis keenam “H<sup>6</sup>” dinyatakan bahwa pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha dimediasi oleh kapasitas absorptif yaitu negatif karena *hasil path coefficients* sebesar “-0,221” dan tidak memberikan pengaruh signifikan karena nilai *p-value*  $0.126 < 0,05$  dengan *t-statistik*  $0.0144 < 1,645$ . Hasil analisis menyatakan bahwa “H<sup>6</sup>” ditolak. Hasil hipotesis “H<sup>6</sup>” sesuai dengan penelitian Flatten, (2011) menyatakan jika mengembangkan pengukuran kapasitas absorptif dan menguji pengaruhnya sebagai mediator. Ditemukan bahwa pada beberapa konteks, kapasitas absorptif memiliki efek negatif atau tidak signifikan terhadap hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja karena ketidaksesuaian dengan kebutuhan perusahaan.

Hasil Pengujian Hipotesis ketujuh “H<sup>7</sup>” dinyatakan bahwa pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha dimediasi oleh kapasitas absorptif yaitu positif dan signifikan karena *hasil path coefficients* senilai “0,178”, namun tidak memiliki pengaruh signifikan dengan *hasil p-value* bernilai  $0,185 > 0,05$  dengan *t-statistik*  $0,896 > 1,645$ . Hasil hipotesis “H<sup>7</sup>” sesuai dengan penelitian Zhou *et al.* (2010) Penelitian ini menyatakan bahwa orientasi pasar berkontribusi pada pembangunan kapasitas absorptif yang mendukung kinerja. Namun, efek mediasi seringkali tidak signifikan, tergantung pada tingkat keselarasan strategi internal perusahaan dengan lingkungan eksternal.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan akhir penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah, hipotesis, hasil pengolahan data, dan pembahasan antara lain seperti:

1. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha UMKM Kuliner di Pasar Santa.
2. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha UMKM Kuliner di Pasar Santa.
3. Kapasitas absorptif berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kinerja usaha UMKM Kuliner di Pasar Santa.
4. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapasitas absorptif UMKM Kuliner di Pasar Santa.
5. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kapasitas absorptif UMKM Kuliner di Pasar Santa.
6. Orientasi kewirausahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha dengan dimediasi oleh kapasitas absorptif UMKM Kuliner di Pasar Santa.
7. Orientasi pasar berpengaruh positif namun tidak signifikan memediasi kaitan antara kapasitas absorptif dan kinerja usaha UMKM Kuliner di Pasar Santa.

#### REFERENSI

- Ali, A., Hilman, H., & Gorondutse, A. H. (2020). Entrepreneurial orientation and innovation capability: The mediating role of absorptive capacity and organizational learning capabilities. *Sustainability*, 13(10), 5399. <https://doi.org/10.3390/su13105399>
- Fan, H., Lau, R. S. M., & Zhao, X. (2021). Enhancing SME performance through customer orientation and service innovation: The mediating role of customer relationship management capabilities. *Journal of Business Research*, 124, 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.041>

- Flatten, T. C., Engelen, A., Zahra, S. A., & Brettel, M. (2011). "A Measure of Absorptive Capacity: Scale Development and Validation." *European Management Journal*, 29(2), 98-116. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2010.11.002>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Third Edition*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Thiele, K. O. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Sage Publications. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajemen dan Direksi*, 8(1), 53–61.
- Indah, P. R. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha dengan Strategi Pertumbuhan Usaha dengan Variabel Intervening. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 11. (2). Universitas Jambi. <https://doi.org/10.22437/jdm.v11i2.24101>
- Khan, I., & Bashir, T. (2020). Market Orientation, Social Entrepreneurial Orientation, and Organizational Performance: The Mediating Role of Learning Orientation. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 13, 673-703. <https://10.22059/ijms.2020.289467.673800>
- Mei Ie, & Sefanya, S. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 06(02), 494-507. <https://doi.org/10.24912/jmk.v6i2.29853>
- Purwianti, D. (2019). Pengaruh Market Orientation, Entrepreneurial Orientation terhadap Kinerja Perusahaan dengan Mediasi Absorptive Capacity. *Jurnal dan Studi Bisnis*, 14(2), 34 - 47. <https://doi.org/10.1234/jpsb.2019.14.2.34>
- Raisal, M., Ahmad, S. (2020). Absorptive capacity and its impact on business sustainability. *Journal of Business Innovation and Development*, 18(2), 110-125. <https://doi.org/10.1016/j.jbidi.2020.04.002>
- Sileyew, J. (2020). *Research Methodology and Data Analysis*. Springer.
- Soares, M. C., & Perin, M. G. (2019). Entrepreneurial orientation and firm performance: An updated meta-analysis. *RAUSP Management Journal*, 55(2), 143–159. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-01-2019-0014>
- Solagracia, M. F. E. (2020). Kenapa bisnis kuliner “tidak ada matinya”? Okezone.com. Diakses pada (2024, September 26) dari: <https://economy.okezone.com/read/2020/02/15/320/2168837/kenapa-bisnis-kuliner-tidak-ada-matinya>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta. [https://library.nusaputra.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=981](https://library.nusaputra.ac.id/index.php?p=show_detail&id=981)
- Thomas, J., & Dawn, M (2019). Market orientation as a strategic approach in formulating business strategy. *Journal of Business and Marketing*, 34(2), 100-115. <https://doi.org/10.1016/j.jbusmar.2019.01.003>

- Vincent, V. Z., & Zakkariya, K. A. (2021). Entrepreneurial orientation and startup performance in technology business incubation: Mediating role of absorptive capacity. *Journal of Small Business Strategy*, 31(5), 100-116. <https://doi.org/10.53703/001c.29837>
- Wales, W. J., Parida, V., & Patel, P. C. (2013). "Too Much of a Good Thing? Absorptive Capacity, Firm Performance, and the Moderating Role of Entrepreneurial Orientation." *Strategic Management Journal*, 34(5), 622-633. <https://doi.org/10.1002/smj.2026>
- Zhou, K. Z., & Li, C. B. (2010). "How Strategic Orientations Influence the Building of Dynamic Capability in Emerging Economies." *Journal of Business Research*, 63(3), 2242-2251. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.03.003>