

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA
UMKM DENGAN INOVASI
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Studi Empiris Pada UMKM Minuman Es Teh di Kota Magelang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1



Disusun oleh:

Alfina Khusni Rodiyatul Hidayati

18.0101.0067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG**

2025

**PENGARUH KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP
KINERJA UMKM DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Empiris Pada UMKM Minuman Es Teh di Kota Magelang)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang**

Disusun Oleh:

Alfina Khusni Rodiyatul Hidayati

NPM 18.0101.0067

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG**

2025

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Indonesia. Selain itu, UMKM dapat menjadi salah satu alternatif penyedia lapangan kerja bagi masyarakat sehingga memiliki peran untuk menjaga roda perekonomian di masyarakat tetap berjalan. Meskipun demikian, globalisasi menuntut UMKM terus mengikuti perkembangan pasar agar mampu bersaing dengan produk luar negeri. Semakin ketatnya persaingan usaha membuat UMKM harus fleksibel, kreatif, dan inovatif sehingga bisa menghadapi persaingan dengan efektif dan efisien. Semua perusahaan di berbagai negara bersaing untuk bisa masuk dan bertahan di pasar global, tidak terkecuali UMKM dari Indonesia.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Kota Magelang

Kategori UMKM	Jumlah Unit
Usaha Mikro	5.663
Usaha Kecil	25
Usaha Menengah	3
Total	5.691

Sumber: BPS Kota Magelang, 2024

Tabel 1.2 Distribusi UMKM berdasarkan wilayah di Kota Magelang

Wilayah	Jumlah UMKM
Magelang Selatan	2.263 Unit
Magelang Tengah	824 Unit
Magelang Utara	631 Unit
Total	3.718 Unit

Sumber: BPS Kota Magelang, 2024

Dengan posisi UMKM yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, maka penelitian terkait *pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dengan inovasi sebagai variabel intervening* menjadi sangat relevan untuk dilakukan. Data dari BPS Kota Magelang (2024) menunjukkan bahwa terdapat 5.691 unit usaha, yang didominasi oleh usaha mikro sebanyak 5.663 unit. Secara geografis, wilayah dengan UMKM tertinggi adalah Magelang Selatan dengan 2.263 unit, diikuti oleh Magelang Tengah 824 unit, dan Magelang Utara 631 unit. Salah satu subsektor UMKM yang berkembang pesat adalah minuman es teh, yang mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Kinerja UMKM tidak hanya bergantung pada modal dan sumber daya, tetapi juga pada kompetensi pelaku usaha dalam membaca peluang pasar, mengelola operasional bisnis, serta berinovasi untuk tetap bersaing. Oleh karena itu, fokus pada kompetensi dan inovasi dalam penelitian ini sangat penting untuk menghasilkan rekomendasi strategis guna meningkatkan kinerja UMKM secara berkelanjutan.

Kemampuan sebuah UMKM untuk bertahan dan tetap bersaing dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang salah satunya adalah kinerja. Menurut Suyono (2022), kinerja dapat diartikan sebagai sebuah ukuran kesuksesan suatu perusahaan yang terhubung erat dengan strategi organisasi dalam mencapai tujuan pekerjaannya. Selain itu, kinerja UMKM juga memiliki peran yang signifikan dalam memberikan kontribusi di sektor ekonomi. Kinerja UMKM yang rendah dapat menyebabkan usaha tidak berlanjut, kalah saing dengan produk impor, dan berdampak pada hilangnya peluang kerja. Dengan latar belakang tersebut, menarik untuk dibahas lebih lanjut terkait faktor yang memiliki pengaruh terhadap kinerja UMKM.

Kinerja dari UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor salah satunya adalah kompetensi dari pengusaha UMKM. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Milenia 2024) faktor yang dapat mendasari keberhasilan usaha seperti karakteristik kewirausahaan meliputi pekerja keras, inisiatif, memiliki penentuan tujuan atau sasaran, memiliki kemampuan untuk ide-ide baru. Hasil penelitian Nurjanah et al. (2023) bahwa kompetensi dinyatakan berpengaruh

terhadap keberhasilan UMKM. Kemudian berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Syam et al. (2022) Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha UMKM yakni karakteristik wirausaha dan kompetensi wirausaha. Dengan kompetensi tersebut, pengusaha UMKM cenderung lebih mudah untuk menjalankan usahanya sehingga mendapatkan kinerja yang baik. Sebagai contoh, manajemen waktu yang buruk dapat menyebabkan keterlambatan pesanan, mengecewakan pelanggan, dan membuat mereka beralih ke pesaing.

Kompetensi kewirausahaan dari pelaku UMKM dapat mempengaruhi kinerja dari UMKM yang dijalankan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Suryana dan Burhanuddin (2021) yang menyebutkan bahwa kompetensi kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM yang dikelolanya. Penelitian yang dilakukan oleh Claudia dan Sengen (2020) menghasilkan kesimpulan yang sejalan bahwa kompetensi pengusaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM; semakin tinggi kompetensi, semakin baik kinerja usaha. Meskipun demikian, Ferine dan Ermiati (2020) menemukan bahwa kompetensi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Selain kompetensi kewirausahaan, kinerja UMKM juga dipengaruhi oleh inovasi. Kurangnya ide kreatif dalam produk atau layanan dapat menurunkan penjualan dan mendorong pergeseran sumber daya. Inovasi menjadi faktor penting dalam keberhasilan kewirausahaan. Kemampuan inovatif mencerminkan kemampuan usaha dalam menerapkan metode, proses, dan layanan baru secara tepat dalam merespon perubahan lingkungan bisnis, sehingga mampu meningkatkan keunggulan kinerja (Agyapong dan Attram 2019).

Inovasi yang dilakukan UMKM dapat mempengaruhi kinerja usaha. Hal ini didukung oleh penelitian Harini, et.al. (2022) yang menunjukkan bahwa inovasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Temuan serupa juga diperoleh dari penelitian Nurlatifah et al. (2023) yang

menyimpulkan bahwa inovasi secara signifikan meningkatkan kinerja UMKM secara positif signifikan. Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Lestari dan Widagdo (2021) yang menyimpulkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah dijelaskan, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah pengaruh kompetensi kewirausahaan UMKM terhadap inovasi UMKM?
3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
4. Bagaimana pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM Minuman Es Teh di Kota Magelang melalui inovasi sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diantaranya yaitu untuk:

1. Menguji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh dari kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.
2. Menguji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh dari kompetensi kewirausahaan terhadap inovasi UMKM.
3. Menguji dan menganalisis ada atau tidaknya pengaruh dari inovasi terhadap kinerja UMKM.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh dari kompetensi kewirausahaan UMKM terhadap kinerja UMKM melalui inovasi sebagai variabel intervening.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai upaya untuk memberikan kontribusi yang nyata dalam menjawab permasalahan yang diangkat dalam topik penelitian. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan, pengetahuan, serta informasi terkait kompetensi kewirausahaan, inovasi UMKM, serta kinerja UMKM, serta implikasinya bagi UMKM Makanan dan Minuman. Selain itu untuk menganalisa dan membuat tulisan ilmiah terkait pengaruh dari kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM melalui inovasi sebagai variabel intervening.

2. Manfaat bagi praktis

Praktisi penelitian dapat menambah pengetahuan, wawasan, serta pemahaman terkait kompetensi kewirausahaan dan pengaruhnya terhadap kinerja UMKM serta pengaruh inovasi sebagai variabel intervening di UMKM makanan dan minuman. Selain itu, praktisi juga dapat menambah kemampuan menganalisis dan penulisan ilmiah serta keterampilan membaca dan menganalisis jurnal penelitian terdahulu.

3. Manfaat bagi pengusaha

Penelitian ini dilakukan untuk memberikan hasil penelitian terkait pengaruh dari kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM minuman es teh di Kota Magelang dengan inovasi sebagai variabel intervening kepada masyarakat pada umumnya dan pelaku UMKM pada khususnya, yang nantinya dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam berbagai hal khususnya untuk menjaga atau meningkatkan kinerja usahanya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Pustaka Dan Perumusan Hipotesis

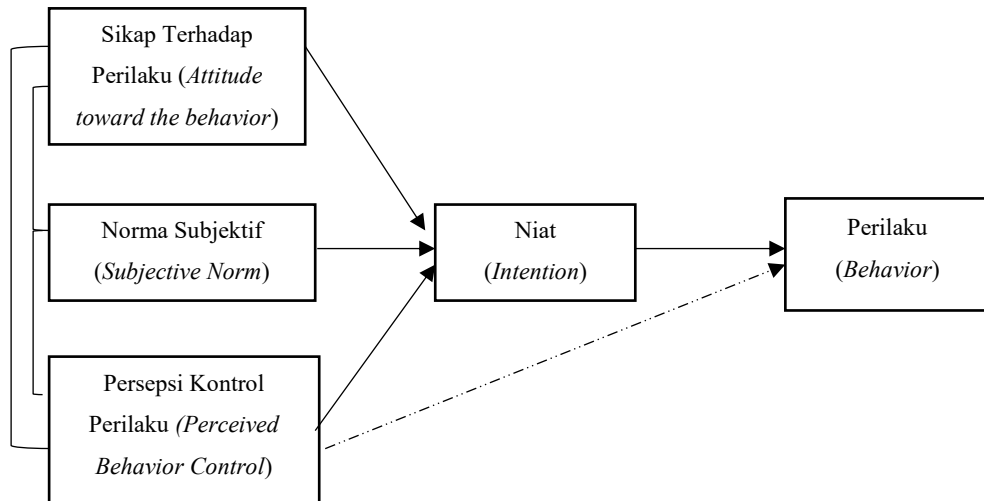
1. *Grand Theory (Theory of Planned Behavior)*

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) kemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Menurut Kotler dan Kevin (2019) TPB dikembangkan untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada dalam kendali individu. TRA menjelaskan bahwa perilaku seseorang dikendalikan sepenuhnya oleh niat dan sikap individu tersebut. Namun, TPB menambahkan bahwa perilaku juga dipengaruhi oleh *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu sejauh mana seseorang merasa mampu untuk melakukan suatu tindakan. TPB juga menyatakan bahwa individu dapat mengadopsi perilaku dari orang lain, terutama jika mereka memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut. Dengan demikian, TPB tidak hanya mempertimbangkan sikap dan norma subjektif, tetapi juga memperhitungkan persepsi kontrol terhadap perilaku.

Dalam bidang kewirausahaan, *Teori Planned Behavior* (TPB) digunakan untuk memahami bagaimana niat seseorang terbentuk dalam menjalankan aktivitas usaha, mulai dari mendirikan hingga mengembangkan UMKM. TPB menjelaskan bahwa sikap individu, norma sosial, dan persepsi terhadap kontrol diri berperan penting dalam pengambilan keputusan untuk berwirausaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut secara signifikan memengaruhi niat wirausaha, yang kemudian mendorong tindakan nyata seperti pengambilan keputusan strategis dan penerapan inovasi dalam pengelolaan usaha. (Ajzen, 2020; Krueger et al., 2000).

Dengan demikian, TPB tidak hanya relevan untuk menjelaskan proses pembentukan niat kewirausahaan, tetapi juga dapat dikembangkan lebih lanjut untuk mengukur, memprediksi, dan mendorong perilaku

kewirausahaan yang konkret. (Wijaya 2019) TPB digambarkan dengan model diagram sebagai berikut:



Gambar 1.1 Theory of Planned Behavior

Berdasarkan gambar 1.1, terdapat tiga faktor utama secara konseptual memnuhi niat yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Faktor yang pertama adalah sikap terhadap perilaku yang mengacu pada sejauh mana seseorang menilai suatu perilaku sebagai sesuatu yang positif atau negatif. Artinya, individu cenderung melakukan suatu tindakan jika mereka percaya bahwa perilaku tersebut akan membawa dampak positif, baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Faktor yang kedua yaitu faktor sosial yang disebut norma subjektif. Faktor tersebut merujuk pada adanya tekanan sosial yang didapatkan oleh individu sehingga menjadi penentu untuk melakukan atau tidak. Norma subjektif bersifat positif ketika individu mendapatkan dukungan dari lingkungannya untuk berperilaku, begitu pula sebaliknya. Oleh karena itu, respon dari pihak lain dapat menjadi faktor pendukung atau penghambat setiap individu dalam melakukan suatu perilaku.

Faktor ketiga adalah persepsi terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), yaitu sejauh mana seseorang merasa mudah atau sulit untuk melakukan suatu tindakan. Faktor ini ditambahkan untuk memahami bahwa tidak semua perilaku bisa dilakukan semata-mata karena sikap positif

atau dukungan sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri (control beliefs). Semakin positif sikap dan norma subjektif terhadap suatu perilaku, maka semakin besar pula niat seseorang untuk melakukannya. Namun demikian, persepsi kontrol juga dapat secara langsung memengaruhi niat dan perilaku seseorang, terutama jika ia merasa memiliki kendali yang cukup untuk melaksanakannya. (Ajzen, 1991).

Berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB), perilaku yang melibatkan komitmen tinggi memerlukan keyakinan dan evaluasi yang membentuk sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, dengan niat sebagai perantara (mediator) antara faktor motivasional dan perilaku nyata. Dalam konteks UMKM, hal ini dapat mendorong peningkatan kinerja, baik dari sisi keuangan maupun non-keuangan. Dengan demikian, TPB tidak hanya relevan untuk menjelaskan motivasi berwirausaha, tetapi juga penting dalam membentuk tindakan nyata yang berkontribusi pada pertumbuhan dan keberhasilan UMKM. Oleh karena itu, pemahaman terhadap unsur-unsur TPB sangat penting bagi pelaku usaha untuk menyusun kebijakan dan merancang program yang mendorong perilaku positif dan berdampak langsung pada kinerja usaha.

2. Kewirausahaan

2.1 Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan atau wirausaha merupakan gabungan dari dua kata yaitu wira “entrepreneurship” dan usaha “enterprise”. Wira berarti prajurit, pahlawan, moral, orang yang mulia, akhlak mulia dan keberanian. Sedangkan usaha adalah perbuatan atau praktek, melakukan sesuatu dan bekerja. Wirausaha adalah orang yang menghasilkan produk, menentukan cara produksi, menyelenggarakan kegiatan membeli produk baru guna mengatur permodalan dan pemasaran. Kewirausahaan adalah proses mendefinisikan, mengembangkan, dan mencapai visi yang berpuncak pada berdirinya sebuah bisnis menurut (Wulandari dan Samiyono 2024).

Oleh karena itu dalam kewirausahaan, manajemen dan sumber daya manusia sangat berperan penting dalam pengembangan usaha. Dalam kegiatan berwirausaha, manusia diisyaratkan memiliki keterampilan dan kemampuan berinovasi yang baik di bidang usaha, selain itu hal yang menunjang berwirausaha adalah memiliki minat untuk berwirausaha, karena minat atau bakat merupakan faktor penentu dalam menjalankan usaha. Minat berwirausaha akan mendorong seseorang untuk belajar dan membekali diri dengan berbagai keterampilan berwirausaha, sehingga mempunyai keberanian untuk membuka atau memulai usahanya dalam berbagai kesempatan. Minat berwirausaha dapat diartikan sebagai suatu keinginan yang timbul dari diri seseorang untuk membuka usaha dengan berani mengambil resiko dalam berbagai kesempatan. Minat berwirausaha perlu ditumbuhkan kembangkan oleh setiap manusia untuk mempersiapkan menghadapi dunia kerja yang semakin sempit peluangnya di masa akan datang (Khadijatul 2021).

2.2 Dasar Kewirausahaan

Entrepreneur yang sukses pasti memiliki beberapa ciri-ciri entrepreneurial mindset paling umum yang perlu dimiliki (Isma et al., 2022) & (Akob et al. 2023), yaitu :

1. Kreatif dan Inovatif

Orang dengan *entrepreneurial mindset* mampu berpikir kreatif dan menemukan ide baru untuk menyelesaikan masalah atau menciptakan peluang bisnis. Mereka berani mencoba hal-hal yang tidak biasa.

2. Berani Mengambil Risiko

Keberanian mengambil risiko adalah kunci kesuksesan. Mereka siap menghadapi ketidakpastian dan mengambil keputusan penting, termasuk memulai usaha baru.

3. Tangguh

Kegagalan dianggap sebagai bagian dari proses belajar. Mereka tidak mudah menyerah, melainkan bangkit dan belajar dari kegagalan.

4. Adaptif terhadap perubahan

Entrepreneur sukses cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Mereka peka terhadap kebutuhan pelanggan dan siap bertindak sesuai situasi.

5. Berfikir Positif

Sikap positif membantu mereka tetap termotivasi, fokus mencari solusi, dan menjaga keseimbangan hidup. Mereka juga mampu mendorong orang di sekitarnya untuk maju bersama.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan memanfaatkan waktu, tenaga, modal, dan menanggung risiko untuk mendapatkan keuntungan, kepuasan, dan kebebasan pribadi. Seiring perkembangan ekonomi, pengertian kewirausahaan semakin luas dan sering dikaitkan dengan pembentukan bisnis baru yang inovatif dan bernilai tambah. Kewirausahaan juga mencerminkan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif dalam mencari peluang menuju kesuksesan.

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha kecil merupakan bisnis yang dikelola dan dimiliki secara lokal, seringkali dengan jumlah karyawan yang sedikit bekerja di sebuah lokasi, dan karenanya bentuk usaha yang sesuai bagi wirausaha adalah usaha kecil karena usaha kecil biasanya memiliki beberapa pekerja sehingga memudahkan wirausaha dalam mengorganisasikan usahanya. Usaha Kecil menurut UU No. 5 Tahun 1999 adalah usaha yang memiliki kekayaan (aset) bersih paling banyak 200 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; Hasil penjualan tahunan (*omzet*) paling banyak 1 milyar rupiah; Milik Warga Negara Indonesia; Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau terafiliasi baik langsung maupun tidak langsung oleh usaha besar atau usaha menengah, berbentuk badan usaha perseorangan, badan usaha tidak berbadan hukum, atau usaha berbadan hukum termasuk koperasi. Menurut

Rudjito (dalam Hamidah et al., 2019), pengertian UMKM ialah usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia, baik dari terciptanya lapangan kerja untuk masyarakat maupun jumlah usaha UMKM tersebut (Rini et al. 2021).

4. Kompetensi Kewirausahaan

4.1 Definisi Kompetensi

Kompetensi kewirausahaan mencakup beragam keterampilan, pengetahuan, dan atribut pribadi yang penting bagi wirausahawan untuk menavigasi lingkungan bisnis yang kompleks dan dinamis secara efektif. Kompetensi ini melampaui keahlian teknis dan mencakup pemikiran strategis, inovasi, kecenderungan mengambil risiko, ketajaman keuangan, dan kemampuan berjejaring. Para peneliti telah menekankan peran penting kompetensi kewirausahaan dalam mempengaruhi berbagai aspek kinerja bisnis, mulai dari mengidentifikasi peluang hingga berhasil mengimplementasikan keputusan strategis (Gunartin et al., 2023; Mubarik et al., 2023) dalam (Ng Song, Kee, dan Ramayah 2020).

Kompetensi kewirausahaan adalah konsep yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan seseorang dalam menjalankan suatu usaha. Kompetensi ini diperlukan oleh pengusaha untuk mencapai kinerja terbaik dalam mengelola usaha mereka (Hidayat 2025). Kompetensi kewirausahaan mencakup kemampuan dalam mengambil keputusan strategis, kreativitas, serta keberanian dalam mengambil resiko. Pada penelitian yang lain menyebutkan kompetensi kewirausahaan merupakan faktor penting bagi keberhasilan usaha mikro dan kecil (UMKM) (Widyaningsih et al.2024).

Dalam UU Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan 1(10) menyatakan bahwa kompetensi wirausaha merupakan kemampuan kerja dari setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan kerja yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Ditinjau dari sudut pandang kewirausahaan,

kompetensi inti dari seorang wirausaha adalah keterampilan, pengetahuan, dan kemampuan dalam menciptakan daya saing khusus agar terjadi posisi tawar menawar yang kuat dalam persaingan.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan konsep yang memiliki hubungan dengan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan seseorang untuk mencapai kinerja yang baik di dalam suatu usaha.

4.2 Aspek Penting Kompetensi

Akhmad et.al. (2016) menyebutkan bahwa kompetensi wirausaha yang diambil dari literatur manajemen dan kewirausahaan, serta dapat diterapkan di berbagai sistem mulai dari yang sangat luas hingga yang lebih spesifik. Terdapat empat aspek penting dari kompetensi yang juga merupakan definisi dari kompetensi tersebut, yaitu:

1. Kompetensi mencakup karakteristik keseluruhan individu yang terkait dengan kinerja efektifnya dari pekerjaan yang diberikan.
2. Kompetensi dimanifestasikan dalam perilaku individu, dan oleh karena itu bisa diamati dan terukur.
3. Kompetensi memfasilitasi pencapaian tujuan dan sasaran.
4. Kompetensi merupakan sumber daya organisasi yang dapat dikembangkan.

Selain itu dalam penelitian (Gunartin et al. 2023) dan (Widyaningsih et al. 2024) memperkuat bahwa kompetensi kewirausahaan harus mencakup:

1. Pemikiran strategis mencakup kemampuan untuk membuat perencanaan jangka panjang dan mengambil keputusan berbasis analisis peluang pasar.
2. Inovasi adalah kecakapan dalam menciptakan produk atau proses baru yang membedakan usaha dari kompetitor.
3. Keberanian mengambil resiko merupakan kesiapan dalam menghadapi ketidakpastian dengan penuh perhitungan.
4. Ketajaman keuangan mencakup kemampuan mengelola keuangan usaha, termasuk arus kas, investasi, dan efisiensi modal.

5. Kemampuan membangun jejaring (*networking*) yaitu membina relasi bisnis dengan pelanggan, pemasok, mitra, dan komunitas usaha lainnya.

Dengan demikian, kompetensi kewirausahaan akan mempengaruhi kinerja usaha. kompetensi kewirausahaan sangat krusial bagi pelaku UMKM agar mampu meningkatkan daya saing, mempertahankan keberlangsungan usaha, dan mencapai kinerja optimal. Oleh sebab itu penting untuk mengidentifikasi dan memahami dimensi-dimensi kompetensi kewirausahaan.

4.3 Jenis Kompetensi Wirausaha

Kompetensi kewirausahaan mencakup sejumlah kemampuan yang sangat krusial dalam mendukung kinerja UMKM. Menurut Iskandar et al., (2022) dan Widyaningsih et al., (2024), ada delapan jenis kompetensi utama yang menjadi penentu kesuksesan wirausaha, yaitu:

1. Kompetensi dalam melihat peluang

Menjadi seorang wirausaha harus memiliki kemampuan untuk mengenali dan menciptakan peluang usaha, seorang wirausaha harus mampu berfikir positif dan kreatif agar usahanya semakin berkembang.

2. Kompetensi relasional

Kemampuan wirausaha dalam menjalin hubungan dan membangun jaringan bisnis dengan pelanggan, mitra, serta stakeholder lainnya.

3. Kompetensi perorganisasian

Merupakan keterampilan dalam mengelola sumber daya, waktu, dan proses operasional usaha secara efisien.

4. Kompetensi strategi

Suatu aktivitas mental dalam membentuk kesadaran untuk mengetahui suatu strategi sebagai solusi kemudian menerapkan strategi tersebut pada masalah yang sedang dihadapi.

5. Kompetensi komitmen

Sikap atau perilaku komitmen tinggi dalam mempertahankan usaha, termasuk ketekunan, konsistensi, dan semangat juang wirausaha.

6. Kompetensi konseptual

Kemampuan berpikir sistematis dan menyusun ide-ide baru untuk perencanaan dan pengembangan usaha seorang wirausaha.

7. Kompetensi manajemen resiko dan keuangan

Seorang wirausaha harus memiliki kemampuan dalam menghadapi resiko dan mengelola keuangan secara cermat demi keberlangsungan usaha yang dijalankan.

8. Kompetensi inovatif

Wirausahawan harus mampu menciptakan produk, layanan, atau proses untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

4.4 Indikator Kompetensi Kewirausahaan

Menurut (Ahmad, Ahmad, dan Afriyani 2022) terdapat 6 indikator utama kompetensi wirausaha, yaitu:

1. *Personal relationship competency*

Seorang pengusaha UMKM harus memiliki kemampuan dalam membangun, memelihara, dan mengembangkan hubungan interpersonal yang kuat dengan berbagai pihak seperti pelanggan, mitra bisnis, karyawan, maupun komunitas. Selain itu wirausaha dituntut untuk menciptakan jaringan sosial yang luas dan mendalam yang dapat mendukung kelangsungan dan pertumbuhan bisnis. Hubungan yang baik dan profesional juga mencerminkan kredibilitas serta kepercayaan yang dapat menjadi keunggulan dalam menjalankan usaha.

2. *Business and management skill competency*

Kompetensi yang mencakup kemampuan teknis dalam mengelola kegiatan operasional harian usaha serta keahlian dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya usaha. Keterampilan ini penting agar wirausahawan dapat membuat keputusan yang efisien dan efektif, menyusun strategi bisnis, mengelola waktu, serta memantau kinerja secara menyeluruh. Wirausaha yang menguasai aspek ini akan lebih siap menghadapi tantangan internal dan eksternal bisnis.

3. *Entrepreneurial and human relations*

Yaitu wirausaha harus memiliki kemampuan untuk berpikir dan bertindak sebagai seorang entrepreneur sejati, termasuk sikap proaktif, berani mengambil risiko, serta memiliki motivasi tinggi untuk berinovasi. Selain itu, kompetensi ini juga mencakup keterampilan dalam menjalin hubungan sosial yang sehat dan efektif, seperti kemampuan dalam komunikasi interpersonal, empati, kerja sama tim, serta kepemimpinan yang adaptif dan inspiratif.

4. *Market competitive competency*

Kompetensi yang mengacu pada kemampuan dalam memahami, mengakses, dan beradaptasi terhadap dinamika pasar. Selain itu pengusaha juga harus bisa mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, memahami tren industri, serta menyusun strategi untuk bersaing dengan pelaku usaha lain secara sehat.

5. *Financial skill competency*

Yaitu kompetensi yang mencakup pemahaman dan kemampuan dalam mengola aspek keuangan bisnis, termasuk perencanaan anggaran, pencatatan transaksi, pengendalian biaya, serta analisis laporan keuangan. Hal ini sangat krusial dalam menjaga kesinambungan dan pertumbuhan usaha jangka panjang.

6. *Innovative and entrepreneur competency*

Kapasitas individu untuk menciptakan ide-ide baru, mengembangkan produk atau layanan inovatif, serta mengubah tantangan menjadi peluang bisnis. Indikator ini juga mencerminkan semangat kewirausahaan yang tinggi, termasuk ketangguhan, keberanian mencoba hal baru, dan keuletan dalam menghadapi kegagalan. Wirausahawan yang inovatif cenderung lebih adaptif terhadap perubahan dan mampu menciptakan nilai tambah yang membedakan usahanya dari pesaing.

5. Inovasi

5.1 Pengertian Inovasi

Secara etimologis inovasi merupakan usaha seseorang dengan mendayagunakan pemilikan, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya dalam menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri ataupun lingkungannya. Perilaku kerja inovatif didefinisikan sebagai pembuatan, pengenalan, dan penerapan ide atau gagasan baru dalam pekerjaan, kelompok, atau organisasi untuk meningkatkan kinerja peran individu, kelompok, atau organisasi tersebut (Janssen 2000).

5.2 Aspek Perilaku Inovasi

Janssen (2000) menjelaskan bahwa perilaku inovatif di tempat kerja terdiri dari tiga tahap, yaitu menciptakan ide, membagikan ide, dan mewujudkan ide. Ketiganya menggambarkan proses dari munculnya gagasan baru hingga ide tersebut benar-benar diterapkan dalam pekerjaan sehari-hari.

1. Menciptakan ide (*Idea Generation*)

Pelaku UMKM mampu mengenali masalah yang terjadi dalam organisasi kemudian menciptakan ide atau solusi baru berguna pada bidang apapun. Ide atau solusi tersebut dapat bersifat asli maupun dimodifikasi dari produk dan proses kerja yang sudah ada sebelumnya. Contohnya ketika muncul masalah di dalam organisasi, karyawan mampu untuk menemukan ide-ide sebagai pemecahan masalah.

2. Berbagi ide (*Idea Promotion*)

Pelaku UMKM berbagi ide atau solusi baru yang telah diciptakan kepada rekan-rekan kerja, sehingga ide tersebut dapat diterima. Selain itu, terjadi pula pengumpulan dukungan agar ide tersebut memiliki kekuatan untuk diimplementasi dan direalisasikan dalam organisasi. Contoh ketika karyawan sudah menemukan ide sebagai sebuah pemecahan masalah, maka selanjutnya karyawan berbagi ide tersebut

untuk mendapatkan dukungan yang nantinya dapat diterapkan di organisasi.

3. Realisasi ide (*Idea Realization*)

Pelaku UMKM memproduksi sebuah prototipe atau model dari ide yang dimiliki menjadi produk dan proses kerja yang nyata dapat diaplikasikan dalam lingkup pekerjaan, kelompok, atau organisasi secara keseluruhan sehingga dapat meningkatkan efisiensi kerja organisasi. Contohnya, ketika karyawan sudah mendapatkan dukungan dari rekan kerja untuk ide yang diciptakan, maka selanjutnya penerapan atau aplikasi ide tersebut ke dalam sebuah organisasi sebagai sebuah pemecah masalah.

5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Inovasi

De Jong et.al. (2001) memaparkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi inovasi dari UMKM, yaitu:

1. Tantangan Kerja (*Job Challenge*)

Ketika karyawan menghadapi tantangan, mereka akan lebih termotivasi secara intrinsik. Rekan kerja dapat dimotivasi oleh faktor intrinsik dan ekstrinsik. Motif ekstrinsik meliputi insentif berdasarkan kenaikan gaji, bonus, dll. Motivator intrinsik termasuk insentif yang diterima oleh partisipasi. Motif intrinsik diharapkan memiliki pengaruh yang lebih signifikan dalam membuat saran dan usaha implementasi.

2. Otonomi (*Autonomy*)

Seseorang akan lebih berinovatif apabila mereka memiliki pemimpin yang cukup mengawasi dan mengontrol ketika mereka bekerja.

3. Perhatian Strategis (*Strategic Attention*)

Perhatian dapat mempengaruhi perilaku inovatif, terutama ditujukan untuk meningkatkan tujuan UMKM yang lebih umum seperti kepuasan kerja dan kinerja.

4. Situasi yang Mendukung (*Supportive Climate*)

Pelaku UMKM diharapkan mampu mengetahui situasi yang diperlukan dan diharapkan, karena dengan mengetahui apa yang diharapkan bisa

melakukan bagaimana bertindak dalam situasi tertentu. Sehingga, dapat lebih berinisiatif dengan melakukan inovasi.

5. Kontak Luar (*External Contacts*)

Semakin seringnya berinteraksi dengan pelaku UMKM dengan klien dan kompetitor maka hal ini memungkinkan untuk mengidentifikasi peluang dan perkembangan UMKM.

6. Perbedaan (*Differentiation*)

Perbedaan situasi, terutama perbedaan situasi pasar akan mempengaruhi perilaku inovatif, karena tujuan dari UMKM tidak ingin perusahaannya tertinggal dari perusahaan lain.

Berdasarkan faktor-faktor di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor tantangan kerja (*job challenge*), otonomi (*autonomy*), perhatian strategis (*strategic attention*), situasi yang mendukung (*supportive climate*), kontak luar (*external contacts*), dan perbedaan (*differentiation*).

5.4 Indikator Inovasi

Indikator dari inovasi pada UMKM merupakan produk atau jasa baru yang dikenalkan ke pasar. Robbins dan Coulter (2010) menyebutkan bahwa inovasi memiliki beberapa indikator, yaitu:

1. Daya kreativitas

Daya kreativitas merupakan kemampuan pengusaha atau perusahaan untuk menciptakan atau mengembangkan ide-ide baru. Ide baru tersebut dapat berupa produk baru, atau pengembangan produk dari produk yang sudah diproduksi sebelumnya.

2. Inovasi teknis

Inovasi teknis merupakan inovasi pada proses produksi seperti misalnya penggantian alat yang lebih modern, pengaturan tempat yang lebih ergonomis, hingga perubahan SOP produksi.

3. Perubahan desain

Perubahan desain merupakan kemampuan UMKM untuk menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan atau pasar. Perubahan

design dapat berupa perubahan pada design kemasan atau design produk agar lebih menarik pelanggan.

4. Perubahan sistem distribusi

Perubahan sistem distribusi merupakan upaya UMKM untuk mengembangkan sarana distribusi yang tepat. Misalnya ketika pasar dari produk yang diproduksi UMKM merupakan masyarakat yang tinggal di gunung, pengusaha dapat melakukan inovasi distribusi dengan menyesuaikan kendaraan distribusi dengan medan yang dilalui.

5. Sistem administrasi pembayaran

Sistem administrasi pembayaran merupakan upaya perusahaan untuk membuat sistem pembayaran administrasi yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Contoh sederhana adalah penggunaan QRIS sebagai media pembayaran untuk memudahkan pelanggan yang menggunakan dompet digital.

6. Kinerja UMKM (Kinerja)

6.1 Pengertian Kinerja UMKM (Kinerja)

Untuk terus menjaga usahanya tetap bertahan, UMKM diharuskan memperhatikan kinerjanya. (Suryana dan Burhanuddin 2021) kinerja atau kinerja merupakan sebuah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi dari sebuah perusahaan atau organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis.

(Claudia dan Sangen 2020) menyebutkan bahwa kinerja atau kinerja dari pekerjaan tertentu secara berencana pada waktu dan tempat dari karyawan serta perusahaan yang bersangkutan. Kinerja UMKM merupakan hasil kerja yang berhasil dicapai oleh seseorang dengan tugasnya dalam organisasi tersebut dan pada periode tertentu, untuk selanjutnya dihubungkan dengan ukuran nilai dan standar tempat usaha tersebut.

Kinerja merupakan suatu hal yang penting yang harus dicapai oleh setiap organisasi, karena kinerja atau kinerja mencerminkan besarnya

kemampuan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki. Kinerja dapat diukur melalui pengukuran subjektif berdasarkan persepsi atas berbagai dimensi pengukuran kinerja. Dimensi pengukuran kinerja yang umumnya digunakan dalam penelitian adalah pertumbuhan (*growth*), kemampuan laba (*profitability*) dan efisiensi (Murphy et.al., 1996). Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kinerja atau kinerja merupakan suatu capaian yang dapat diukur dengan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan untuk mengukur suatu capaian dapat berupa nilai keuangan dan non keuangan.

6.2 Indikator Kinerja

Untuk mengukur seberapa baik kinerja dari sebuah UMKM diperlukan indikator penilaian yang sesuai dengan objek penelitiannya. Menurut Rapih (2015) dalam (Nuraini, Supriyono, dan Indaryani 2024) menyebutkan bahwa terdapat beberapa indikator dari kinerja UMKM, yaitu:

1. Pertumbuhan penjualan

Pertumbuhan penjualan mencerminkan kemampuan UMKM dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan suatu UMKM maka usaha perusahaan berhasil menjalankan strateginya.

2. Pertumbuhan modal

UMKM disebut memiliki laju pertumbuhan tinggi jika mempunyai modal yang cukup untuk membiayai pertumbuhannya. Semakin cepat tingkat atau laju pertumbuhan UMKM, maka semakin besar kebutuhan untuk membiayai pertumbuhan UMKM tersebut. Begitu juga jika semakin besar kebutuhan dana untuk membiayai kebutuhannya, maka UMKM tersebut semakin cenderung untuk menahan sebagian besar dari keuntungan yang diperoleh, untuk selanjutnya menambah pada modal sebelumnya.

3. Pertumbuhan pelanggan dan pemasaran

Pemasaran berperan penting untuk mengetahui apa yang terjadi keinginan konsumen. Dengan begitu, para pelaku UMKM bisa

mengetahui apa yang diinginkan dan berhasil mendapatkan konsumen yang lebih banyak.

4. Pertumbuhan keuntungan/laba usaha

Laba yang diperoleh UMKM akan digunakan untuk berbagai kepentingan, seperti pengembangan usaha. Laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan UMKM tersebut atas jasa yang diperolehnya.

7. Telaah Penelitian Sebelumnya

(Suryana dan Burhanuddin 2021) meneliti pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM kopi di Indonesia melalui pendekatan teoritis dan empiris. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan mengkaji data sekunder dari jurnal ilmiah, dokumen pemerintah, dan artikel lainnya. Penelitian ini tidak menggunakan sampel primer, tetapi merujuk pada penelitian sebelumnya seperti Aulia (2018) dengan 60 kedai kopi, Sahabuddin et al. (2019) dengan 200 warung kopi di Sulawesi Selatan, dan Rugian et al. (2019) dengan 100 pegawai di kedai kopi modern. Hasil studi menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM, khususnya dalam peningkatan penjualan, profitabilitas, dan keberlangsungan usaha. Analisis dilakukan berdasarkan teori *Entrepreneurial Competency* dari Boyatzis (2008) dan pendekatan *Resource-Based View (RBV)* dari Teece dan Ramayah (2015).²²

Penelitian yang dilakukan oleh Nurlatifah et.al. (2023) meneliti pengaruh pengetahuan usaha dan inovasi terhadap kinerja UMKM konveksi di Kabupaten Subang dalam perspektif syariah. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik sampling jenuh sebanyak 107 responden. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan usaha dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlangsungan usaha, baik

secara simultan maupun parsial, dengan adjusted R^2 sebesar 0,772, yang berarti kedua variabel mampu menjelaskan 77,2% variasi kinerja usaha.

Claudia dan Sengen (2020) meneliti pengaruh kompetensi SDM, kompetensi wirausaha, motivasi berwirausaha, dan niat berwirausaha terhadap kinerja UMKM kain sasirangan di Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori dan teknik purposive sampling sebanyak 60 responden dari 101 UMKM terdaftar. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya kompetensi wirausaha yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha, dengan nilai signifikansi 0,000 dan koefisien regresi 0,239. Variabel lainnya tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Ferine (2020) meneliti pengaruh motivasi dan kompetensi terhadap kinerja karyawan UKM binaan Bank Sumut Cabang Kampung Baru, Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode sensus sebanyak 53 responden, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja, sementara kompetensi tidak berpengaruh secara parsial, namun secara simultan keduanya berpengaruh signifikan terhadap kinerja, dengan Adjusted R^2 sebesar 0,968. 23

Lestari dan Widagdo (2021) meneliti pengaruh entrepreneurial marketing terhadap kinerja UMKM di Palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, dan teknik accidental sampling sebanyak 100 responden pelaku UMKM. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat dimensi entrepreneurial marketing, hanya orientasi kewirausahaan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan orientasi pasar, konsumen, dan inovasi tidak berpengaruh signifikan.

Harini et.al. (2022) meneliti pengaruh orientasi pasar, kreativitas, dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM makanan. Penelitian ini

menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif, melibatkan 100 responden UMKM makanan yang dipilih melalui purposive sampling dari populasi 4.302 unit. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran, dengan kreativitas produk sebagai faktor yang paling dominan.

Ng Song, Kee, dan Ramayah (2020) meneliti pengaruh kompetensi dan inovasi terhadap kinerja UMKM, serta peran inovasi sebagai variabel mediasi. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM, baik secara parsial maupun simultan. Selain itu, inovasi terbukti mampu memediasi hubungan antara kompetensi dan kinerja UMKM, yang menunjukkan bahwa kompetensi yang dimiliki pelaku usaha akan lebih berdampak pada kinerja apabila didukung oleh inovasi.

B. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM

Kompetensi kewirausahaan diperlukan pengusaha untuk dapat menghadapi persaingan yang terjadi, baik di pasar lokal maupun di pasar yang lebih luas. Utami dan Mulyaningsih (2016) menyebutkan bahwa kemampuan atau kompetensi merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan baik atau tidaknya kinerja dari sebuah usaha. UMKM yang memiliki kinerja yang baik biasanya memiliki pemilik yang memahami konsep berwirausaha seperti kemampuan melihat peluang, mengorganisasi, membuat strategi, menjalin hubungan, atau kemampuan membuat komitmen.

Secara spesifik, dalam kerangka hubungan antar variabel, kompetensi kewirausahaan mencerminkan kesiapan pelaku usaha dalam bertindak rasional dan terencana, sesuai dengan prinsip TPB. Ketika individu memiliki kemampuan untuk merancang strategi, mengelola risiko,

dan mengambil keputusan dengan tepat, hal ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku mereka tinggi, yang kemudian memperkuat niat dan perilaku aktual dalam menjalankan usaha. Kinerja UMKM yang dimaksud di sini mencakup aspek finansial (seperti peningkatan omzet dan laba), operasional (efisiensi proses produksi), dan pemasaran (peningkatan jangkauan pasar). Maka, kompetensi kewirausahaan bukan hanya menjadi faktor personal, tetapi juga menjadi fondasi dalam mewujudkan kinerja usaha yang lebih baik.

Kompetensi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja dari UMKM didukung oleh beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Suryana dan Burhanuddin (2021) yang menghasilkan kesimpulan bahwa kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, serta penelitian dari Claudia dan Sangen (2020) yang menghasilkan penelitian dengan hasil yang sejalan. Dengan demikian, hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1: Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM Minuman es teh di Kota Magelang.

2. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Inovasi UMKM

Salah satu kompetensi kewirausahaan yang dimiliki oleh individu salah satunya adalah kemampuan untuk melihat peluang, mengorganisasi, serta kemampuan untuk membuat strategi baik untuk produksi atau pemasaran. Kemampuan tersebut akan mendorong individu untuk melakukan inovasi untuk dapat menyesuaikan produk yang dibuat dengan keadaan pasar dan keinginan pelanggan. Keperluan menarik minat beli pelanggan juga dapat menjadi alasan sebuah UMKM melakukan inovasi sehingga kompetensi kewirausahaan seorang individu dapat memberikan pengaruh terhadap baik atau tidaknya inovasi yang diterapkan.

Secara variabel, kompetensi kewirausahaan mencakup kemampuan seperti berpikir kreatif, mengambil keputusan strategis, manajemen usaha, dan pemahaman pasar. Kompetensi ini menjadi dasar penting untuk mendorong inovasi, baik dalam bentuk pengembangan produk, perbaikan

proses, inovasi pemasaran, maupun model bisnis. Ketika pelaku UMKM memiliki kemampuan yang memadai, mereka akan lebih percaya diri untuk mengeksplorasi peluang baru dan menghadirkan solusi yang lebih baik, sehingga meningkatkan kapasitas inovatif mereka. TPB menjelaskan bahwa persepsi atas kemampuan diri (*perceived behavioral control*) menjadi pendorong utama dari tindakan nyata dalam hal ini, tindakan inovatif yang berbasis pada kompetensi. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H2: Kompetensi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi UMKM makanan dan minuman di Kota Magelang.

3. Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja UMKM

Ketika menjalankan usaha, seseorang akan selalu membutuhkan inovasi untuk terus bertahan dengan perkembangan pasar hingga perkembangan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Inovasi merupakan usaha seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagi stimulan, dan individu yang mengelilinginya dalam menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri ataupun lingkungannya (Janssen, 2000).

Dari sudut pandang variabel, inovasi mencakup berbagai aspek seperti pengembangan produk baru, peningkatan kualitas produk, penggunaan teknologi dalam proses produksi, dan strategi pemasaran yang unik. Sementara itu, kinerja UMKM dapat dilihat dari peningkatan omzet, laba, efisiensi produksi, dan kepuasan pelanggan. Ketika pelaku UMKM secara aktif melakukan inovasi, mereka dapat lebih cepat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Dengan kata lain, inovasi menjadi alat strategis yang mampu mendorong pencapaian kinerja usaha yang lebih baik. Hubungan ini sejalan dengan TPB, karena perilaku inovatif muncul dari niat kuat yang didorong oleh sikap positif, norma sosial, dan kontrol diri terhadap sumber daya inovatif yang tersedia.

Inovasi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja dari sebuah usaha. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan

oleh Nurlatifah (2023) yang menghasilkan kesimpulan bahwa inovasi yang dilakukan UMKM dapat mempengaruhi kinerja dari UMKM tersebut. Hasil yang sejalan didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Harini et.al. (2022) dimana pada penelitian tersebut dihasilkan kesimpulan bahwa inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H3: Inovasi berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM minuman es teh di Kota Magelang.

4. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Melalui Inovasi Sebagai Variabel Intervening

Kompetensi kewirausahaan menjadi salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh individu yang memiliki sebuah usaha. Kemampuan yang dimiliki untuk mengelola dan terus mengembangkan usaha yang dijalankan akan menjadi salah satu faktor yang dapat berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Seorang individu yang memiliki kompetensi kewirausahaan yang baik akan sadar kapan kinerja UMKM yang dijalankan sedang meningkat, atau bahkan menurun. Ketika kinerja menurun, seseorang dengan kompetensi kewirausahaan yang baik cenderung akan segera melakukan perubahan untuk menjawab tantangan pasar dan keinginan pelanggan. Perubahan yang dilakukan tersebut merupakan inovasi yang dapat dilakukan oleh pelaku UMKM.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB), hubungan antara kompetensi kewirausahaan dan kinerja UMKM bisa dijelaskan melalui inovasi sebagai variabel intervening. Ketika pelaku UMKM memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengelola usaha, membaca pasar, maupun mengambil keputusan mereka akan lebih percaya diri untuk mencoba hal-hal baru. Rasa percaya diri inilah yang mendorong mereka untuk berinovasi, misalnya menciptakan produk baru atau meningkatkan pelayanan. Inovasi tersebut kemudian dapat berdampak langsung pada peningkatan kinerja usaha, seperti naiknya jumlah pelanggan, penghasilan, atau efisiensi operasional.

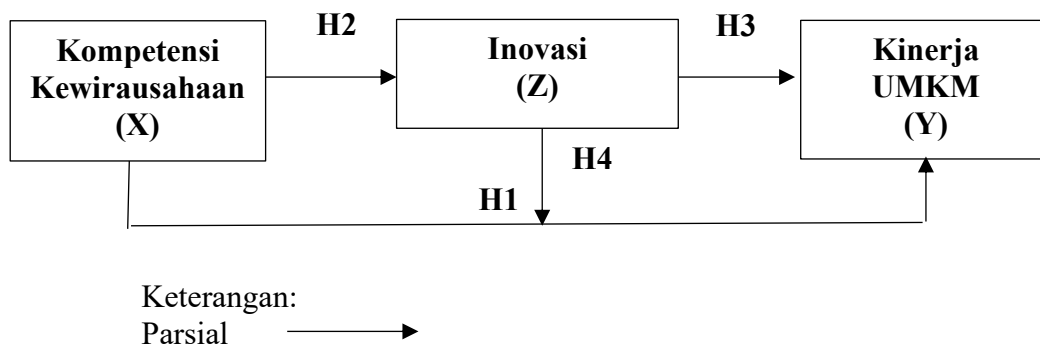
Inovasi memediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ng Song et al. (2020) yang menghasilkan kesimpulan bahwa inovasi memediasi pengaruh dari kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM yang dikelolanya. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H4: inovasi memediasi pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM minuman es teh di Kota Magelang.

5. Model Penelitian

Model penelitian merupakan gambaran yang berasal dari kerangka pemikiran yang telah ditetapkan guna memberikan penjelasan singkat terkait arah penelitian dan hubungan antar variabel melalui skema yang sistematis. Model penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Hipotesa Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif untuk mengetahui hubungan antar variabel. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik survey melalui kuesioner yang disampaikan kepada responden. Sedangkan data yang digunakan yaitu data primer dengan teknik NonProbability sampling dan pengolahan data menggunakan WarpPLS.

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populas menurut Sugiyono (2020) merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik sebuah kumpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Kota Magelang yang kurang lebih berjumlah 2.263 orang.

b. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2020) teknik *purposive sampling* sesuai untuk digunakan dalam penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi. Pengertian *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan kriteria:

a. Pelaku UMKM Es Teh minimal 6 bulan

b. Penjual Es Teh yang memiliki tempat usaha tetap

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.263}{1 + 2.263 \cdot 0,1^2}$$

$$n = 101,20$$

Dari rumus tersebut didapatkan jumlah sampel yang akan diambil dibulatkan menjadi 101 responden.

2. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Ghazali, (2020) data primer merupakan data yang didapatkan langsung oleh peneliti selama penelitian. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapatkan dari sumber lain yang dapat mendukung penelitian. Penelitian ini menggunakan data kuesioner yang akan disebarkan kepada UMKM minuman pada khususnya penjual es teh yang ada di Kota Magelang. Penggunaan data primer pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi akurat terkait kompetensi kewirausahaan, kinerja UMKM dan inovasi. Kuesioner disusun secara sistematis dengan menggunakan skala Likert, agar dapat mengukur tingkat persepsi responden terhadap setiap variabel penelitian.

Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, di mana hanya UMKM yang memenuhi kriteria tertentu yang dijadikan sampel. Dengan pendekatan ini, data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan hubungan antara variabel variabel yang diteliti secara lebih objektif dan mendalam.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup menggunakan skala

Likert, yang bertujuan untuk mengukur variabel kompetensi kewirausahaan (X), Inovasi (Z), dan kinerja UMKM (Y). Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada UMKM sesuai dengan kriteria sampel yang telah ditetapkan. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dengan interval 5 dapat diberikan skor seperti berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dari studi literasi dari jurnal, penelitian sebelumnya, buku, atau catatan perusahaan.

B. Definisi Operasional

1. Kompetensi Kewirausahaan (X)

Menurut Utami dan Mulyaningsih (2021) konsep kemampuan atau kompetensi merupakan faktor utama penentu seorang pengusaha dalam menghasilkan kinerja yang lebih baik. Sedangkan menurut McClelland dalam Robbins dan Judge (2016) kompetensi merupakan semua fitur yang dikenali (bakat), tren perilaku (sikap), fitur kepribadian dan pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman. Indikator dari kompetensi kewirausahaan adalah sebagai berikut:

a. *Knowledge*

b. *Skill*

c. *Attitude*

2. Inovasi (Z)

Inovasi merupakan usaha seseorang dengan mendayagunakan pemikiran, kemampuan imajinasi, berbagai stimulan, dan individu yang mengelilinginya dalam menghasilkan produk baru, baik bagi dirinya sendiri ataupun bagi lingkungannya. Perilaku kerja inovatif digambarkan sebagai pembuatan, pengenalan, dan penerapan ide atau gagasan baru dalam pekerjaan, kelompok, atau organisasi untuk meningkatkan kinerja peran

individu, kelompok, atau organisasi tersebut (Janssen, 2000). Indikator dari inovasi diantaranya adalah:

- a. Tantangan Kerja (*Job Challenge*)
- b. Otonomi (*Autonomy*)
- c. Perhatian Strategis (*Strategic Attention*)
- d. Situasi yang Mendukung (*Supportive Climate*)
- e. Kontak Luar (*External Contacts*)
- f. Perbedaan (*Differentiation*)

3. Kinerja UMKM (Y)

Untuk terus menjaga usahanya tetap dapan berjalan, UMKM diharuskan untuk memperhatikan kinerjanya. Menurut Moeheriono (2012) kinerja atau kinerja merupakan sebuah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi dari sebuah perusahaan atau organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis. Indikator kinerja UMKM diantaranya adalah:

- a. Pertumbuhan Penjualan
- b. Pertumbuhan Modal
- c. Pertumbuhan Pelanggan dan Pemasaran
- d. Pertumbuhan Keuntungan/Laba Usaha

C. Metode Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini pengukuran variabel dengan pernyataan yang menggunakan skala likert yaitu berdasarkan lima kategori dengan poin satu sampai poin lima dan keterangan dari yang sangat tidak setuju hingga yang sangat setuju. Berikut ini nilai untuk skala likert:

1. STS = Sangat Tidak Setuju (poin 1)
2. TS = Tidak Setuju (poin 2)
3. KS = Kurang Setuju (poin 3)
4. S = Setuju (poin 4)
5. SS = Sangat Setuju (poin 5).

D. Uji Instrumen Penelitian (Outer Model)

1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range dan sebagainya (Ghozali 2018). Dalam penelitian ini analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran variabel kompetensi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja UMKM. statistik deskriptif juga digunakan untuk mendeskripsikan demografi responden melalui data jenis kelamin, usia, lama usaha, dan pendapatan perhari.

2. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Menurut Ghozali (2020), uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). CFA (*Confirmatory Factor Analysis*), yang merupakan bagian dari teknik analisis SEM-PLS (Structural Equation Modeling - Partial Least Squares).

Instrumen dikatakan valid apabila:

- a. Nilai loading factor untuk setiap indikator $> 0,70$.
- b. Nilai AVE (Average Variance Extracted) $> 0,50$ untuk setiap konstruk (Hair et al., 2013).

Dengan demikian, semua indikator yang memiliki nilai loading $> 0,70$ dianggap memiliki korelasi yang kuat terhadap konstruk yang diukur, sehingga instrumen dianggap valid.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2016). Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Dalam hal ini pengukurannya hanya

dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,7. Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR) sebagai ukuran reliabilitas.

Kriteria reliabilitas:

- a. Cronbach Alpha > 0,70 → reliabel
- b. Composite Reliability (CR) > 0,70

E. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

a. R Square

Koefisien determinasi (R-Square) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen dalam suatu model penelitian. Nilai R-Square merefleksikan kekuatan prediksi dari model terhadap konstruk yang diteliti. Menurut Sholihin dan Ratmono (2021), apabila nilai R-Square mencapai 0,75, maka model memiliki daya prediksi yang tinggi, yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel cukup kuat. Sebaliknya, jika nilai R-Square hanya sebesar 0,50, maka hubungan antar variabel dikategorikan sebagai lemah, karena kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tergolong rendah.

b. Uji Model Fit (SRMR)

Evaluasi goodness-of-fit model dilakukan menggunakan Standardized Root Mean Square Residual (SRMR). Menurut Kock (2020), model PLS-SEM dikatakan fit apabila nilai $SRMR \leq 0,08$, atau secara konservatif $< 0,10$. Dalam penelitian ini, nilai SRMR akan dihitung menggunakan WarpPLS dan dibandingkan dengan ambang batas tersebut untuk menilai kecocokan (fit) model. Pengujian model fit dalam analisis PLS-SEM dilakukan untuk menilai sejauh mana model struktural yang dibangun sesuai dengan data empiris. Salah satu indikator yang digunakan adalah Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), yang mengukur rata-rata selisih antara

korelasi yang diobservasi dan yang diprediksi oleh model. Nilai SRMR yang lebih kecil menunjukkan model yang lebih baik. Menurut Henseler et al. (2014), model dinyatakan memiliki fit yang baik apabila nilai $SRMR \leq 0,08$, dan masih dapat diterima hingga $< 0,10$ (Kock, 2020). Dalam penelitian ini, uji model fit dilakukan menggunakan perangkat lunak WarpPLS 7.0, dan nilai SRMR yang dihasilkan akan digunakan sebagai dasar untuk menilai apakah model sudah sesuai secara keseluruhan.

F. Metode Analisis Data

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan SEM-PLS. SEM bisa terdapat di beberapa dependen dan bisa juga sebagai variabel independen bagi variabel eksogen lain. Software yang digunakan untuk menganalisis SEM dalam penelitian ini adalah SEM-PLS khususnya WarpPLS 7.0. Menurut (Hair et al., 2013) SEM merupakan salah satu jenis analisis multivariat dalam suatu ilmu sosial. Analisis multivariate adalah suatu aplikasi yang menggunakan metode statistika yang bertujuan untuk menganalisis beberapa variable penelitian secara simultan.

1. Uji Model

Pengujian model dilakukan dengan menggunakan pendekatan model fit pada SEM-PLS, khususnya dengan bantuan perangkat lunak WarpPLS 7.0

Tabel 3. 1 Indikator Kelayakan Model

Indikator	Kepanjangan	Kriteria
APC	Average Path Coefficient	$p < 0,05$
ARS	Average R-squared	$p < 0,05$
AVIF	Average Variance Inflation Factor	< 5 (ideal: < 3.3)

Sumber: data diolah tahun 2025

Jika nilai p-value dari APC dan ARS $< 0,05$ maka model dianggap fit atau layak. Jika nilai AVIF < 5 , maka tidak terdapat masalah multikolinearitas antara variabel. Hasil model fit yang ideal menunjukkan bahwa model penelitian ini secara statistik layak digunakan untuk menguji hubungan antar variabel.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Langsung

Pengujian hipotesis di titik beratkan pada nilai koefisien beta dan p-value yang dimana untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang terikat dan atau variabel terikat melalui variabel mediasi/intervening. Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 5% atau tingkat signifikannya kurang dari 0,05 (Mranani, 2018). Menurut Sholihin dan Ratmono (2013), uji hipotesis secara langsung dari p value yang dimana dikatakan hipotesis didukung jika $p \text{ value} \leq 0,05$.

Jenis uji yang digunakan:

Uji Signifikansi Koefisien Jalur (Path Coefficient) dengan metode Partial Least Squares (PLS), Pengujian signifikansi dilakukan melalui nilai p-value, dimana:

- a) $p < 0,05 \rightarrow$ hubungan signifikan (hipotesis diterima),
- b) $p > 0,05 \rightarrow$ hubungan tidak signifikan (hipotesis ditolak).

Keluaran uji biasanya mencakup:

- i. Nilai koefisien beta (β),
- ii. P-value.

b. Uji Tidak Langsung

Uji tidak langsung dilakukan untuk melihat peran mediasi dari variabel inovasi (Z) terhadap hubungan antara kompetensi kewirausahaan (X) dan kinerja UMKM (Y). Uji tidak langsung terdapat dua langkah, yaitu:

- 1) Melakukan estimasi *indirect effect* SPM terhadap variabel mediasi.
- 2) Menggunakan pendekatan resampling (bootstrapping) untuk menguji signifikansi efek mediasi.

Pengambilan kesimpulan dari variabel intervening atau mediasi menurut Sholihin (2013) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika koefisien jalur mediasi dari hasil estimasi langkah (2) tetap signifikan dan tidak berubah, maka hipotesis tidak dapat didukung.

- 2) Jika koefisien jalur mediasi nilainya turun tetapi tetap signifikan, maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*)
- 3) Jika koefisien jalur mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan, maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediataion*).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Dengan Inovasi Sebagai Variabel Inetervening pada pelaku UMKM di Kota Magelang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah pelaku usaha es teh dengan jumlah 101 responden.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Kompetensi Kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Artinya, pelaku UMKM yang memiliki kompetensi kewirausahaan tinggi cenderung memiliki kinerja usaha yang lebih baik. Kinerja ini tercermin dari peningkatan penjualan, jumlah pelanggan, dan laba usaha.
2. Kompetensi Kewirausahaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi. Artinya, semakin tinggi tingkat kompetensi yang dimiliki pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat inovasi yang mereka lakukan dalam menjalankan usahanya.
3. Inovasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja UMKM. Artinya, inovasi menjadi faktor penentu keberhasilan usaha kecil dalam mempertahankan eksistensinya.
4. Inovasi memoderasi hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan maupun Kinerja UMKM. Artinya, untuk mencapai kinerja usaha yang optimal, pelaku UMKM tidak hanya perlu memiliki kompetensi kewirausahaan, tetapi juga harus mampu menerapkan kompetensi tersebut dalam bentuk inovasi nyata.

B. Saran

1. Untuk Pelaku UMKM

Diharapkan pelaku UMKM dapat terus meningkatkan kompetensi kewirausahaan, terutama dalam aspek pengetahuan (knowledge), keterampilan (skills), dan sikap (attitude). Hal ini penting agar mereka dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu menghasilkan inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen, sehingga kinerja usaha dapat terus meningkat.

2. Untuk Pemerintah/Stakeholder

Pemerintah dan lembaga pendamping UMKM disarankan untuk mengadakan pelatihan kewirausahaan secara rutin dan menyeluruh, yang tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga praktik inovasi produk dan strategi pemasaran. Dukungan ini dapat mendorong UMKM menjadi lebih kreatif, produktif, dan berdaya saing.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini hanya menggunakan satu jenis sektor usaha, yaitu UMKM minuman es teh. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas ruang lingkup penelitian pada sektor UMKM lain, atau menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam dinamika inovasi dan pengambilan keputusan kewirausahaan. Selain itu, menambahkan variabel lain seperti orientasi pasar, digitalisasi usaha, atau karakteristik konsumen dapat memperkaya temuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Agyapong, Daniel, dan Albert Bampo Attram. 2019. "Effect of owner-manager's financial literacy on the performance of SMEs in the Cape Coast Metropolis in Ghana." *Journal of Global Entrepreneurship Research* 9(1):1–13. doi: 10.1186/s40497-019-0191-1.

Ahmad, Tri Sulkarnain, Srifatmawati Ahmad, dan Afriyani Afriyani. 2022. "Entrepreneurial commitment, entrepreneurial competence, towards business performance through business competitiveness development." *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 8(3):568. doi: 10.29210/020221444.

Akhmad, F., S. Widjaya, dan A. Nugraha. 2016. "Pengukuran Kinerja Perusahaan Pertanian di Lembang Jawa Barat dengan Pendekatan balanced Score Cad." *JIIA* 4:134–44.

Akob, Muh, Jannati Tangngisalu, Yana Fajriah, Kurniah Mariatul Qiftih, Muhammad Nur Alamsyah Mangerangi, dan Syahrul Halik. 2023. "Mengenal Dasar-Dasar Kewirausahaan dan Membangun Mindset Entrepneur." *Journal of Training and Community Service Adpertisi (Jtcsa)* 3(3):27–32. doi: 10.62728/jtcsa.v3i3.501.

Claudia, Meiske, dan Marijati Sangen. 2020. "Pengaruh Kompetensi SDM, Kompetensi Wirausaha, Motivasi Berwirausaha Dan Niat Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Kain Sasirangan Di Kotamadya Banjarmasin." *Jurnal Wawasan manajemen* 8(3):196–207.

Ferine, Kiki Farida, dan Cut Ermianti. 2020. "Pengaruh Motivasi Dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Ukm Binaan Bank Sumut Cabang Kampung Baru Cabang Medan." *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)* 3(2):115–20. doi: 10.30596/liabilities.v3i2.5587.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Usniversitas Diponegoro.

Gunartin, Heri Pratikto, Agung Winarno, dan Nurika Restuningdiah. 2023. "The Role of Entrepreneurial Competencies: Successful Key Smes a Literature Review." *International Journal of Professional Business Review* 8(7):e01955. doi: 10.26668/businessreview/2023.v8i7.1955.

Harini, Sri, Endang Silaningsih, dan Marwah Eka Putri. 2022. "Pengaruh Orientasi Pasar, Kreativitas dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kerupuk Turi di Kota Bengkulu." *JIBM: Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen* 6(1):67–82. doi: 10.47467/visa.v4i3.3813.

Janssen, O. 2000. "Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness And Innovative Work Behaviour." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 73(3):287–302.

De Jong, J. P. J., R. Kemp, dan C. Snel. 2001. "Determinants of the Innovative Ability of SMEs: an Empirical Test of a Casual Model." *EIM:Zoetermeer*.

Khadijatul, Ade. 2021. "Meningkatkan minat berwirausaha pemuda/pemudi desa hutabaringin kecamatan panyabungan barat kabupaten mandailing natal." *Prosiding Konferensi Nasional I* 78–79.

Kotler, Philip, dan Keller Lane Kevin. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Mile. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Lestari, Retno Budi, dan Herry Widagdo. 2021. "Entrepreneurial Marketing Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM Di Palembang." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang* 11(1):58–68.

Mardhiyah Mardhiyah, Nur Afni Dinilhaq, Yona Amelia, Adelia Arini, Rully Hidayatullah, dan Harmonedi Harmonedi. 2025. “Populasi dan Sampel dalam Penelitian Pendidikan: Memahami Perbedaan, Implikasi, dan Strategi Pemilihan yang Tepat.” *Katalis Pendidikan: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Matematika* 2(2):208–18. doi: 10.62383/katalis.v2i2.1670.

Milenia, Tasya Aurel. 2024. “Pengaruh Knowledge Management Terhadap Keberhasilan Umkm Dengan Kompetensi Sebagai Variabel Intervening (Kasus Pada UMKM di Kabupaten Sidoarjo) Nur Laily Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.” *jurnal ilmu dan riset manajemen* 13(5):1–15.

Ng Song, Hee, Daisy Mui Hung Kee, dan T. Ramayah. 2020. “Examining the mediating role of innovativeness in the link between core competencies and SME performance.” *Journal of Small Business and Enterprise Development* 27(1):103–29. doi: 10.1108/JSBED-12-2018-0379.

Nuraini, Dwi Endah, Supriyono Supriyono, dan Mamik Indaryani. 2024. “Pengaruh Kompetensi Dan Motivasi Terhadap Kinerja UMKM Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Mediasi.” *Journal of Economics, Management, and Business* 3(1):25–38. doi: 10.32699/magna.v3i1.6662.

Nurlatifah, Juhadi, Fenny Damayanti Rusmana, Ridla Mutiah, dan Sukma Aditya. 2023. “Dampak Pengetahuan Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dalam Perspektif Syariah.” *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 14(2):395–404. doi: 10.32670/coopetition.v14i2.3654.

Rini, Puspa, Oktaviyanti Oktaviyanti, Afvita Massanti Wijaya, Asifa Fikriyah, Ismi Sari Oktafiani, Mutiara Ayuningtyas, dan Kampono Imam Yulianto. 2021. “Analisis Penerapan Pembukuan Sederhana Terhadap Umkm Di Lingkungan Ibi-K57.” *Jurnal Pengabdian Teratai* 2(1):57–65. doi: 10.55122/teratai.v2i1.246.

Robbins, Stephen R., dan Mary Coulter. 2010. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga.

Subroto Rapih, T. M. 2015. “Analisis Pengaruh Kompetensi Sumberdaya Manusia, Modal Sosial, dan Modal Finansial terhadap Kinerja UMKM Bidang Garmen di Kabupaten Klaten.” *Jurnal Pendidikan*.

Suryana, Anggita Tresliyana, dan Burhanuddin. 2021. “Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Umkm Kopi: Sebuah Tinjauan Teoritis Dan Empiris.” *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 20(01):117–28. doi: 10.31186/jagrisep.20.01.117-128.

Suyono, N. A. 2022. “Pengaruh Inklusi Keuangan, Literasi Keuangan, Kemampuan Manajerial, Pengetahuan Akuntansi, dan Kompetensi SDM Terhadap Kinerja UMKM.” *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah* 2(6):57–72.

Widyaningsih, Heni, Acep Fatchuroji, Sabalius Uhai, dan Hayu Lusianawati. 2024. “Hubungan antara Kompetensi Kewirausahaan dan Kinerja Usaha Mikro dan Kecil di Sektor Pariwisata di Indonesia.” *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan* 2(02):82–91. doi: 10.58812/sek.v2i02.358.

Wijaya, Tyas Tri. 2019. “Kata Kunci : Pengetahuan Kewirausahaan, Komponen TPB, Niat Berwirausaha.” *Analisis Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Niat berwirausaha Mahasiswa Melalui komponen (Theory Planned Behavior)* 1–12.

Wulandari, Evita Vibriana, dan Sugeng Samiyono. 2024. “Pentingnya Menumbuhkan Jiwa Wirausaha (Umkm) Dalam Pengembangan Perekonomian di Indonesia.” 4:173–78.