

**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TEKNOLOGI,  
ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, DAN KEUNGGULAN  
KOMPETITIF TERHADAP KINERJA BISNIS PADA USAHA  
MIKRO & KECIL DI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan  
Mencapai Derajat Sarjana (S1)  
Program Studi Manajemen**



**Disusun Oleh :  
Calvine Prasetya  
30402100066**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEMARANG  
2025**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Skripsi**

**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TEKNOLOGI, ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF TERHADAP  
KINERJA BISNIS PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI KOTA  
SEMARANG**

**Disusun Oleh :**

**CALVINE PRASETYA**

**30402100066**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 7 Januari 2025

Dosen Pembimbing,

**UNISSILA**

جامعة سلطان ابي جعفر الإسلامية

**Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si**

**NIK : 210499041**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TEKNOLOGI, ORIENTASI  
KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF TERHADAP  
KINERJA BISNIS PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI KOTA SEMARANG**

**Disusun Oleh :**

**Calvine Prasetya**

**30402100066**

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada Tanggal 24 Januari 2025

**Susunan Dewan Penguji**

Pembimbing

Penguji I



Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si  
2025 02.06 07:37:21  
+07'00'



**Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si**

**Prof. Dr. Ken Sudarti, SE, M.Si.**

**NIK. 210499041**

**NIK. 210491023**

Penguji II



**Dr. Sri Hartono, SE, M.Si.**

**NIK. 210495037**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Tanggal 24 Januari 2025

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. H. Luthi Nurcholis, S.T., S.E., M.M**

**NIDN : 0630085601**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Calvin Prasetya

NIM : 30402100066

Program studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TEKNOLOGI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF TERHADAP KINERJA BISNIS PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI KOTA SEMARANG**” merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam penelitian ini.

Semarang, 7 Januari 2025

Yang menyatakan,



Calvin Prasetya

**NIM. 30402100066**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Calvine Prasetya

NIM : 30402100066

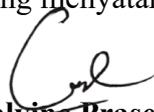
Program studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa skripsi dengan judul :  
**“PENGARUH KAPABILITAS INOVASI TEKNOLOGI, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF TERHADAP KINERJA BISNIS PADA USAHA MIKRO DAN KECIL DI KOTA SEMARANG”** Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksekutif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya tulis ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan Pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 7 Januari 2025

Yang menyatakan,

  
**Calvine Prasetya**

**NIM. 30402100066**

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur peneliti panjatkan kepada tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kemudahan sehingga dalam penulisan Skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kapabilitas Inovasi Teknologi, Orientasi Kewirausahaan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Bisnis Pada Usaha Mikro Dan Kecil Di Kota Semarang” dapat diselesaikan peneliti dengan lancar dan sesuai waktu yang telah ditentukan.. Penyusunan Skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat – syarat kelulusan dalam menyelesaikan studi program Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Ucapan terima kasih peneliti ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan Skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Drs. Hendar, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam membimbing, memberikan saran, masukan serta arahan dalam penyusunan Skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Bapak Dr. Luthfi Nurcholis, ST, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
4. Seluruh staff dan karyawan bagian tata usaha dan perpustakaan yang telah banyak membantu dalam proses penyusunan Skripsi penulis.
5. Bapak Ibu dan keluarga saya yang telah banyak memberikan bantuan baik moril maupun materil sehingga menjadikan Skripsi ini.

6. Calon isteri peneliti yang telah menjadi sumber kekuatan dan inspirasi selama proses penelitian ini.
7. Seluruh sahabat dan teman – teman peneliti yang telah memberikan motivasi dan selalu mendukung peneliti sehingga peneliti memiliki semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh responden dalam penelitian skripsi ini yang telah membantu dalam pengisian kuesioner penelitian.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan peneliti satu per satu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu peneliti membutuhkan masukan dan saran yang membangun kepada peneliti. Peneliti dalam menyusun skripsi ini berharap dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Semarang, 7 Januari 2025

Penulis,



Calvine Prasetya

NIM. 30402100072

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kota Semarang. Data diperoleh dari 269 responden dengan metode purposive sampling, di mana kriteria sampel meliputi UMK yang telah beroperasi minimal 2 tahun, memiliki latar belakang pendidikan minimal SMA, dan tenaga kerja kurang dari 20 orang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang kemudian dianalisis dengan Partial Least Squares (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi teknologi dan orientasi kewirausahaan secara signifikan berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif, yang selanjutnya berdampak positif pada kinerja bisnis. Studi ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan strategi inovasi dan kewirausahaan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja UMK di Semarang.

Kata kunci: kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, keunggulan kompetitif, kinerja bisnis, UMK.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of technological innovation capability, entrepreneurial orientation, and competitive advantage on business performance in Micro and Small Enterprises (MSEs) in Semarang City. Data were obtained from 269 respondents using a purposive sampling method, where the sample criteria include MSEs that have been operating for at least 2 years, have a minimum educational background of high school, and a workforce of less than 20 people. The data collection method used a questionnaire which was then analyzed using Partial Least Squares (PLS). The results of the study indicate that technological innovation capability and entrepreneurial orientation significantly influence competitive advantage, which in turn has a positive impact on business performance. This study provides important implications for the development of innovation and entrepreneurship strategies to improve the competitiveness and performance of MSEs in Semarang.

Keywords: technological innovation capability, entrepreneurial orientation, competitive advantage, business performance, MSEs.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
BAB II .....	8
TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori .....	8
2.2 Kapabilitas Inovasi Teknologi .....	9
2.3 Orientasi Kewirausahaan .....	11
2.4 Keunggulan Kompetitif .....	12
2.5 Kinerja Bisnis .....	14
2.6 Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Orientasi Kewirausahaan .....	15
2.7 Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Kompetitif .....	16
2.8 Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif .....	17
2.9 Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis .....	18
2.10 Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis .....	19
2.11 Model Kerangka Penelitian Empirik .....	20
BAB III .....	21

METODE PENELITIAN .....	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Populasi dan Sampel .....	21
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	22
3.4 Definisi Variabel dan Indikator .....	23
3.5. Teknis Analisis Data.....	25
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	25
3.5.2 Model pengukuran (Outer Model).....	26
3.5.2.1 Uji Validitas .....	26
3.5.2.2 Uji Reabilitas .....	27
3.5.3 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	28
3.5.3.1 R-Square .....	28
3.5.3.2 Q- Square.....	28
3.5.3.3 Pengujian Hipotesis.....	29
3.5.3.4 Uji Mediasi .....	29
3.5.4 Model Fit.....	30
4.1 Deskripsi karakteristik responden .....	31
4.2 Deskripsi variabel penelitian.....	33
4.2.1 Deskripsi Variabel Kapabilitas Inovasi Teknologi (TIC).....	33
4.2.2 Deskripsi Variabel Orientasi Kewirausahaan.....	36
4.2.3 Deskripsi Variabel Keunggulan Kompetitif.....	38
4.2.4 Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis.....	40
4.3 Hasil Analisis Data.....	42
4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model) .....	42
4.3.2 Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	50
4.3.2.4 Uji Mediasi .....	54
4.3.3 Uji Model Fit.....	57
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	58
BAB V .....	61
PENUTUP .....	61
5.1 Kesimpulan .....	61
5.2 Implikasi Manajerial .....	62

5.2.1 Implikasi Bagi Usaha Mikro dan Kecil (UMK).....	62
5.3 Rencana Penelitian ke Depan.....	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN .....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Mikro dan Kecil di Semarang .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Empirik.....	20
Gambar 4. 1 Hasil bootstrapping.....	52



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil.....	5
Tabel 3. 2 Definisi Variabel dan Indikator .....	23
Tabel 3. 3 Angka indeks jawaban responden .....	25
Tabel 3. 4 Kategori R <sup>2</sup> .....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik responden.....	31
Tabel 4. 2 gambaran persepsi responden .....	33
Tabel 4. 3 Nilai indeks indikator dan variabel kapabilitas inovasi teknologi.....	34
Tabel 4. 4 Nilai indeks indikator dan variabel orientasi kewirausahaan .....	36
Tabel 4. 5 Nilai indeks indikator dan variabel keunggulan kompetitif.....	39
Tabel 4. 6 Nilai indeks indikator dan variabel kinerja bisnis.....	41
Tabel 4. 7 Loading factor .....	43
Tabel 4. 8 Average variance extracted (AVE) .....	44
Tabel 4. 9 Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) .....	46
Tabel 4. 10 Fornell-Lacker Criterion .....	47
Tabel 4. 11 Nilai conbach's alpha dan composite reability .....	48
Tabel 4. 12 Nilai R-Square .....	50
Tabel 4. 13 Nilai Q square .....	51
Tabel 4. 14 Path Coefficient.....	53
Tabel 4. 15 Specific Indirect effect.....	54
Tabel 4. 16 Model Fit.....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	73
Lampiran 2 Hasil olah data .....	78



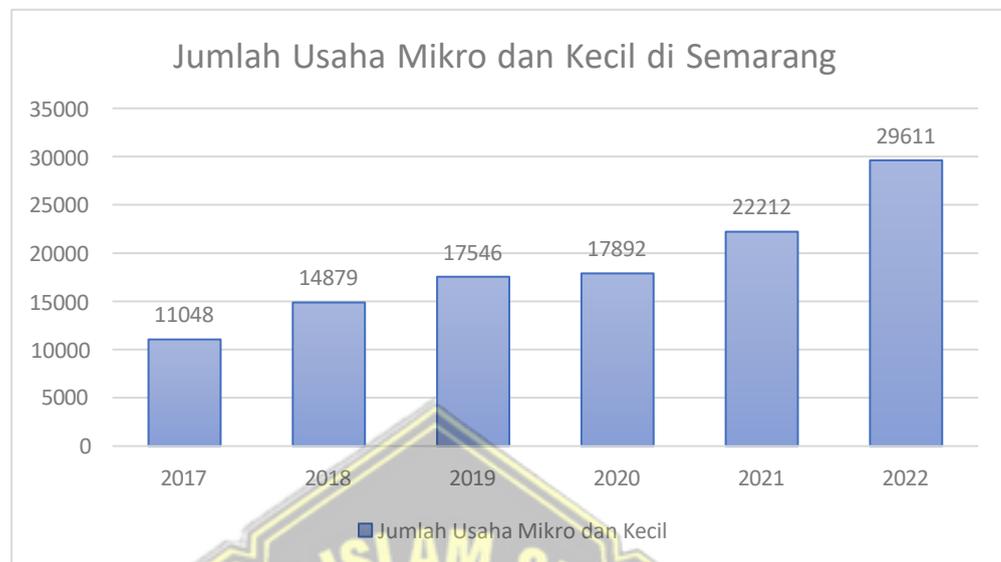
## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro dan Kecil adalah kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dan berskala kecil yang penggolongannya dilakukan oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau perorangan (Purba, 2019). Usaha Mikro dan Kecil sering disebut sebagai perekonomian kerakyatan. Sebagian besar masyarakat Indonesia memilih Usaha Mikro dan Kecil sebagai solusi atas permasalahan sosial ekonominya. Bagi perekonomian Indonesia, Usaha Mikro dan Kecil memiliki peran yang sangat penting karena tidak hanya memberikan pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga berpotensi mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia dengan cara membuka lapangan pekerjaan bagi mereka yang mencari pekerjaan dengan pendidikan yang rendah (Sinulingga et al., 2024).

Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia saat ini sedang menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan kinerja usahanya, antara lain kurangnya akses terhadap permodalan, terbatasnya penguasaan teknologi, dan kesulitan dalam penetrasi pasar (E. Lestari & Bahar, 2021). Keragaman Usaha Mikro dan Kecil tersebar luas di Indonesia. Begitu pula dengan Kota Semarang yang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah. Dimana Jawa Tengah bagian dari Pulau Jawa yang tergolong salah satu Pulau besar di Indonesia. Berikut data perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Kota Semarang.



Sumber : <https://data.semarangkota.go.id/>

Gambar 1. 1 Jumlah Usaha Mikro dan Kecil di Semarang

Data menunjukkan perkembangan Usaha Mikro dan Kecil di Semarang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini mencerminkan pertumbuhan ekonomi lokal yang positif dan menunjukkan bahwa Usaha Mikro dan Kecil di Semarang semakin berperan penting dalam perekonomian daerah. Oleh karena itu, usaha mikro dan kecil membutuhkan Kinerja bisnis untuk mengukur prestasi pasar suatu produk.

Kinerja bisnis Usaha Mikro dan Kecil sangat dipengaruhi oleh faktor internal (sistem koordinasi dan formalisasi) dan faktor eksternal (persaingan, pertumbuhan industri dan konsentrasi pasar). Faktor internal meliputi produk, inovasi, model bisnis, dan sumber daya manusia, sedangkan faktor eksternal seperti kebijakan dan peraturan pemerintah, perubahan pasar, dan persaingan serta perkembangan teknologi informasi (Soegihono & Yuniawan, 2023).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi Kinerja bisnis salah satunya yaitu inovasi teknologi. Inovasi, menurut Finamore et al (2021) adalah penerapan proses perusahaan baru, taktik pemasaran, peningkatan kualitas layanan, atau interaksi eksternal. Karena merupakan sumber kinerja perusahaan, Kapabilitas inovasi dapat ditingkatkan dengan prosedur operasional baru untuk mendapatkan teknologi baru (Dabić et al., 2019). Sebagaimana dalam sebuah penelitian terdahulu mengatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel kinerja bisnis (Wijaya et al., 2023). Akan tetapi penelitian yang dilakukan oleh (Nungky et al., 2018), mereka menemukan bahwa pengaruh Orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

Jiwa Kewirausahaan juga sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil. Pelaku bisnis khususnya harus mempunyai sikap kewirausahaan yang kuat dan kapabilitas tertentu. Feranita & Setiawan (2019) telah melakukan penelitian tentang hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja bisnis, termasuk karakteristik demografis, karakteristik psikologis. Seperti penelitian (Fihartini et al., 2021), menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja bisnis. Selain mempengaruhi terhadap kinerja (Kinerja bisnis), kewirausahaan juga mempunyai pengaruh terhadap keunggulan kompetitif, hal tersebut dinyatakan oleh (Fatmawati, 2016) dalam penelitiannya bahwa kewirausahaan memiliki pengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif.

Dengan perkembangan teknologi dan informasi yang terjadi saat ini, intensitas persaingan antar sesama Usaha Mikro dan Kecil semakin meningkat, ditandai dengan pesatnya adaptasi terhadap teknologi baru, kondisi ini mencerminkan bahwa Usaha kecil dan Mikro harus bertahan dituntut untuk dapat bertahan dengan menggunakan strategi kompetitif yang dimiliki dan relevan dengan keberadaan lingkungan bisnis serta membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Afiyati et al., 2019). Keunggulan kompetitif yang dibangun dalam perusahaan dengan proses inovasi, Kapabilitas kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif yang terintegrasi merupakan hal yang penting dalam mempertahankan dan mengembangkan keunggulan kompetitif Usaha Mikro dan Kecil (S. D. Lestari et al., 2020).

Keunggulan kompetitif merupakan suatu strategi yang dapat diterapkan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan akhirnya yaitu meningkatkan kinerja perusahaan yang menghasilkan keuntungan. Keunggulan kompetitif memungkinkan sekelompok bisnis dalam suatu industri mencapai kinerja bisnis yang unggul. Dalam penelitian (Linda & Rahim, 2022) mengatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis. Selain itu, penelitian (Adiputra & Mandala, 2017) mengatakan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja bisnis.

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Usaha Mikro dan Kecil

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah UMK</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
2017	11048	-
2018	14879	35 %
2019	17546	18 %
2020	17892	2 %
2021	22212	24 %
2022	29611	33 %

Dari Tabel 1.1 diatas dalam pertumbuhan jumlah Usaha Mikro dan Kecil di Semarang, di mana terjadi fluktuasi signifikan dari tahun ke tahun. Pada 2018, pertumbuhan mencapai 35%, namun menurun drastis menjadi hanya 2% pada 2020, kemungkinan akibat dampak pandemi COVID-19. Setelah itu, terdapat pemulihan yang cepat pada 2021 dan 2022 dengan pertumbuhan masing-masing 24% dan 33%. Fluktuasi ini mencerminkan dinamika eksternal yang mempengaruhi perkembangan sektor Usaha Mikro dan Kecil, terutama saat krisis. Fenomena ini menunjukkan bahwa Usaha Mikro dan Kecil di Semarang masih kesulitan untuk bertahan, mengindikasikan rendahnya kinerja bisnis. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja Usaha Mikro dan Kecil agar dapat mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan, sehingga kinerja bisnis Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia, khususnya di Semarang, dapat semakin maju.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diambil judul skripsi “Pengaruh Kapabilitas Inovasi Teknologi, Orientasi Kewirausahaan, dan Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil Di Kota Semarang”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana meningkatkan Kinerja Bisnis berbasis Kapabilitas Inovasi Teknologi, Orientasi Kewirausahaan, dan Keunggulan Kompetitif?”

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

1. Bagaimana pengaruh Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Orientasi Kewirausahaan ?
2. Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Kompetitif ?
3. Bagaimana pengaruh Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif ?
4. Bagaimana pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis?
5. Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Orientasi Kewirausahaan.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Kompetitif.

3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis.
5. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menambah referensi pada ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini memiliki implikasi manajerial yang penting bagi Usaha Mikro dan Kecil dalam upaya meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dengan memahami bagaimana Kapabilitas Inovasi Teknologi, Orientasi Kewirausahaan, dan Keunggulan Kompetitif mempengaruhi Kinerja Bisnis pemilik Usaha Mikro dan Kecil dapat mengambil langkah-langkah yang lebih tepat dalam merancang strategi manajerial yang dapat meningkatkan Kinerja bisnis mereka.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

Teori Kapabilitas Dinamis telah muncul sebagai salah satu kerja penting untuk memahami bagaimana organisasi dapat beradaptasi dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang berubah dengan cepat (Teece, 2012). Konsep Kapabilitas dinamis mengacu pada “Kapabilitas untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengkonfigurasi ulang kompetensi internal dan eksternal untuk mengatasi lingkungan yang berubah dengan cepat”. Perspektif ini menekankan pentingnya proses dan rutinitas organisasi yang memungkinkan perusahaan menyesuaikan basis sumber dayanya sebagai respons terhadap perubahan dalam lanskap bisnis (Schulze & Pinkow, 2020). Inti dari teori kapabilitas dinamis adalah pengakuan bahwa memiliki sumber daya yang berharga, langka, tidak dapat ditiru, dan tidak dapat digantikan saja tidak cukup untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Teece, 2012). Sebaliknya, organisasi juga harus memiliki kapasitas untuk terus memperbarui, mengkonfigurasi ulang, dan mengadaptasi basis sumber daya mereka seiring dengan perubahan kondisi (Cristina et al., 2018).

Kapabilitas dinamis memungkinkan perusahaan untuk “bertahan dalam lingkungan yang dinamis dengan menciptakan sumber daya baru dan memperbarui atau mengubah basis sumber daya” (Cristina et al., 2018). Tiga kelompok utama aktivitas kapabilitas dinamis telah diidentifikasi dalam

literatur: identifikasi dan penilaian peluang baru, mobilisasi sumber daya untuk menangkap nilai dari peluang tersebut, dan pembaruan kapabilitas perusahaan secara berkelanjutan (Teece, 2012). Perubahan yang terjadi di luar lingkungan perusahaan dapat diatasi dengan menggunakan kapabilitas dinamis sesuai dengan teori kapabilitas dinamis, dimana perusahaan perlu menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif dibandingkan perusahaan lain dengan cara menyikapi dan menciptakan perubahan lingkungan (Koentjoro & Gunawan, 2020). Perusahaan yang dapat melakukan aktivitas ini secara efektif akan lebih mampu mempertahankan keunggulan kompetitif ketika pasar dan teknologi berkembang.

## **2.2 Kapabilitas Inovasi Teknologi**

Kapabilitas inovasi teknologi adalah Kapabilitas untuk beradaptasi terhadap perubahan teknologi yang tidak terduga, mengembangkan produk baru dan menggunakan proses teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan yang diharapkan di masa depan (Ince et al., 2016). Kapabilitas inovasi merupakan salah satu faktor penting dalam mengembangkan inovasi dalam suatu perusahaan. Kapabilitas inovasi memberikan wawasan tentang potensi dan aset inovasi suatu perusahaan, sehingga dapat mengidentifikasi titik terkuat dan terlemah, di mana perusahaan dapat bertumbuh (Rajapathirana & Hui, 2018). Sedangkan Inovasi Teknologi adalah sebuah konsep yang dikembangkan dalam bidang ilmiah studi inovasi, yang berfungsi untuk menjelaskan sifat dan laju perubahan teknologi (Aristio et al., 2019).

Kapabilitas inovasi teknologi didefinisikan sebagai serangkaian karakteristik perusahaan atau organisasi yang komprehensif untuk memfasilitasi dan mendukung strategi inovasi teknologi organisasi tersebut (Rinawiyanti & Lianto, 2019). Definisi lain menurut Nguyen et al. (2021) Kapabilitas inovasi teknologi adalah kapasitas Perusahaan dalam menghasilkan produk/jasa yang berkualitas tinggi, meningkatkan produk/layanan dengan menggunakan teknologi baru, mengontrol waktu produksi produk/layanan secara efektif, menguasai dan mengadopsi teknologi-teknologi maju serta memanfaatkan teknologi secara efisien untuk tujuan meningkatkan kinerja bisnis yang lebih baik. Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan Kapabilitas inovasi teknologi adalah Kapabilitas untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi yang tidak terduga, mengembangkan produk atau layanan baru, serta mengimplementasikan proses teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan yang diharapkan di masa depan. Sebuah Perusahaan yang memiliki Tingkat Kapabilitas inovasi teknologi yang baik adalah mereka yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Meningkatkan produk/layanannya berdasarkan teknologi baru.
2. Mengontrol waktu produksi produk/layanan secara efektif.
3. Memanfaatkan teknologi maju yang penting dalam industri.
4. Inovasi dalam proses produksi dan manajemen internal.
5. Teknologi ramah lingkungan dan hemat biaya.

### 2.3 Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan para individu untuk berinovasi, menjadi lebih proaktif, dan berani dalam mengambil risiko untuk memulai atau mengelola sebuah bisnis (Lumpkin G. T & Dess Gregory G., 2013). Orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan atau pemahaman perlunya menjadi proaktif terhadap peluang pasar dan dinamisme pasar, toleran terhadap risiko, dan fleksibel terhadap perubahan. Jadi orientasi kewirausahaan bisa disebut juga Kapabilitas kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar untuk mencari peluang dan menuju keberhasilan serta kesuksesan (Tutar et al., 2015).

Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai proses penting organisasi yang memberikan kontribusi bagi kelangsungan hidup dan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan aspek utama dalam menjalankan suatu usaha, karena dalam prosesnya pembaharuan inovasi dapat mempengaruhi kehidupan perusahaan, tanpa adanya perubahan maka perusahaan akan tergerus oleh perubahan eksternal (Utami et al., 2018). orientasi kewirausahaan juga dianggap sebagai dimensi penting yang dibutuhkan oleh organisasi sebagai alat dalam menjelaskan isi dari kewirausahaan dan inovasi dari sebuah organisasi (Alvarez-Torres et al., 2019).

Dalam penelitian Nguyen et al. (2021) orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan pemilik Usaha Mikro dan Kecil untuk memperkenalkan produk dan layanan baru secara terus menerus,

menghasilkan fitur-fitur produk atau layanan yang inovatif, berinvestasi dalam proyek berisiko, menjadi pelopor dalam memperkirakan perubahan dan menyesuaikan bisnis dengan lingkungan pasar, dan terus mengidentifikasi kelemahan pesaing di pasar, untuk tujuan meningkatkan kinerja bisnis yang lebih baik.

Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan individu atau pemilik usaha untuk mengadopsi sikap proaktif, kreatif, dan berani dalam menghadapi peluang pasar serta dinamika pasar. Ini mencakup Kapabilitas untuk terus berinovasi, memperkenalkan produk dan layanan baru secara berkelanjutan, serta menghasilkan fitur-fitur produk atau layanan yang inovatif. Sebuah Perusahaan yang memiliki Tingkat orientasi kewirausahaan yang baik adalah mereka yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Menghasilkan produk atau layanan yang bermanfaat bagi pengembangan usaha.
2. Menghasilkan dan menawarkan produk dan layanan baru ke pasar.
3. Proaktif dalam mengejar peluang pasar.
4. Melacak tren industry untuk perkembangan di masa mendatang.
5. Mengidentifikasi kelemahan pesaing untuk bersaing yang lebih efektif.

#### **2.4 Keunggulan Kompetitif**

keunggulan kompetitif adalah Kapabilitas suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di

pasar dalam industri yang sama (Nurdianti et al., 2017). Keunggulan kompetitif merupakan suatu posisi yang harus dicapai perusahaan jika ingin bertahan dalam persaingan ketat oleh setiap pelaku usaha (Arison Nainggolan, 2018). Suharyati (2021) mendefinisikan keunggulan kompetitif sebagai keunggulan atas lawan bisnis yang diperoleh dengan cara melakukan penawaran nilai yang lebih unggul kepada konsumen.

Keunggulan kompetitif dapat dipertahankan dengan menawarkan nilai superior kepada pemangku kepentingan dengan mempertahankan hubungan mitra jangka panjang baik ke atas ke pemasok atau ke bawah ke pelanggan di saluran (Gani et al., 2021). Definisi lain keunggulan kompetitif adalah kelebihan relatif sebuah perusahaan atas perusahaan lain yang menjadi pesaing utamanya dalam salah satu atau kombinasi dari keunggulan produk/jasa yang ditawarkan, kualitas layanan, efisiensi biaya, dan strategi perusahaan yang digunakan (Nguyen et al., 2021). Kesimpulan dari pengertian keunggulan kompetitif adalah suatu strategi yang dapat diterapkan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan akhir yaitu meningkatkan kinerja perusahaan yang menghasilkan keuntungan. Sebuah Perusahaan yang memiliki Tingkat keunggulan kompetitif yang baik adalah mereka yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Keunggulan produk.
2. Keunggulan layanan.
3. Keunggulan manfaat produk.
4. Keunggulan harga.

## 2.5 Kinerja Bisnis

Kinerja Bisnis adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika (Kurnia & Laksmi, 2016). Kinerja Bisnis merupakan konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya, sebagai cermin dari keberhasilan usahanya di dunia persaingan bisnis (Dianti, 2017).

Kinerja bisnis adalah Kapabilitas perusahaan dalam mengoptimalkan pangsa pasar dan tingkat keuntungan yang ingin dicapai (Al-Douri, 2018). Kinerja bisnis mencerminkan Kapabilitas organisasi untuk mencapai produktivitas yang tinggi selama dikombinasikan dengan kepuasan pelanggan dan memiliki pangsa pasar yang baik yang dapat memberikan pengembalian finansial yang sesuai dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan etika terhadap lingkungan masyarakat di sekitarnya (Alrubaiee et al., 2015). Kinerja Bisnis adalah prestasi perusahaan yang dicapai sebagai hasil dari kegiatan pemasaran selama periode tertentu, termasuk peningkatan hasil penjualan, peningkatan laba, peningkatan jumlah modal, dan peningkatan jumlah pelanggan. (Nguyen et al., 2021).

Berdasarkan definisi dari penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa Kinerja Bisnis adalah hasil dari upaya seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan secara legal, tidak

melanggar hukum, dan tidak bertentangan dengan moral dan etika. Sebuah Perusahaan yang memiliki tingkat Kinerja Bisnis yang baik adalah mereka yang memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Peningkatan hasil penjualan.
2. Peningkatan laba.
3. Peningkatan jumlah modal.
4. Peningkatan jumlah pelanggan.
5. Pertumbuhan usaha.

## **2.6 Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Orientasi Kewirausahaan**

Usaha Mikro dan kecil memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi (Zhai et al., 2018). Kapabilitas Usaha Mikro dan Kecil untuk berinovasi dan menghadirkan produk baru dengan harga kompetitif merupakan pendorong utama keunggulan kompetitif berkelanjutan mereka. (O'Regan et al., 2006) Inovasi teknologi merupakan faktor penting dalam membentuk orientasi kewirausahaan Usaha Mikro dan Kecil, yang pada gilirannya mempengaruhi kinerja bisnis mereka secara keseluruhan.

Sejumlah penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara Kapabilitas inovasi teknologi dan orientasi kewirausahaan dalam konteks Usaha Mikro dan Kecil. O'Regan et al., (2006) Penelitian menunjukkan bahwa meskipun Usaha Mikro dan Kecil memiliki fleksibilitas yang tinggi, kapasitas inovatif mereka mungkin terbatas pada perubahan bertahap dalam teknologi yang mereka miliki. Kapasitas penyerapan lebih kuat ketika

lingkungan eksternal sangat dinamis, yang menunjukkan pentingnya Kapabilitas Usaha Mikro dan Kecil untuk mengenali, mengasimilasi, dan menerapkan pengetahuan baru dalam lingkungan yang sangat kompetitif. Potensi hubungan yang sama sangat mungkin terjadi di Usaha Mikro dan Kecil di Semarang, Oleh karena itu hipotesis 1 penelitian ini diajukan sebagai berikut :

**H1: Kapabilitas Inovasi Teknologi Berpengaruh Positif Terhadap Orientasi Kewirausahaan**

## **2.7 Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Kompetitif**

Keunggulan kompetitif merupakan salah satu poin penting bagi suatu Perusahaan. Semakin tinggi wirausahanya orientasi, semakin tinggi keunggulan kompetitifnya (Influence et al., 2023). Karim, (2015) menyatakan bahwa sumber daya manusia yang memiliki Kapabilitas wirausaha mempunyai kelebihan dalam menangani faktor internal dan eksternal perusahaan agar dapat mengelola faktor-faktor tersebut dengan lebih baik menjadi sebuah strategi bisnis yang bermanfaat bagi Perusahaan. Dapat dikatakan bahwa ketika pelaku usaha memiliki orientasi kewirausahaan yang lebih baik maka akan memberikan Kapabilitas bagi pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif yang lebih baik (Influence et al., 2023). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing. Potensi hubungan yang sama sangat mungkin terjadi di Usaha Mikro dan Kecil di Semarang, Oleh karena itu hipotesis 2 penelitian ini diajukan sebagai berikut :

## **H2: Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap Keunggulan Kompetitif**

### **2.8 Kapabilitas Inovasi Teknologi terhadap Keunggulan Kompetitif**

Kapabilitas inovasi teknologi mengacu pada Kapabilitas usaha mikro dan kecil untuk secara efektif mengadopsi dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan proses, produk, atau layanan mereka (Rampersad et al., 2012). Kapabilitas ini berdampak signifikan terhadap keunggulan kompetitif Usaha Mikro dan Kecil. Dengan memanfaatkan teknologi dan mengintegrasikannya ke dalam operasional mereka, Usaha Mikro dan Kecil dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam beberapa cara. Pertama, Kapabilitas inovasi teknologi memungkinkan Usaha Mikro dan Kecil meningkatkan produktivitas dan efisiensinya (Setia et al., 2023). Hal ini dapat dicapai melalui otomatisasi, penyederhanaan proses, dan pengurangan pekerjaan manual, yang pada akhirnya menghasilkan penghematan biaya dan pengiriman produk atau layanan yang lebih cepat. Kedua, Kapabilitas inovasi teknologi memungkinkan Usaha Mikro dan Kecil mengembangkan dan menawarkan produk atau layanan inovatif.

Mengikuti perkembangan tren dan kemajuan teknologi terkini, Usaha Mikro dan Kecil dapat menciptakan penawaran yang unik dan berbeda untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan yang terus berkembang. Ketiga, Kapabilitas inovasi teknologi memberdayakan Usaha Mikro dan kecil untuk meningkatkan pengalaman dan keterlibatan pelanggan mereka. Dengan memanfaatkan teknologi, Usaha Mikro dan kecil dapat

memberikan pengalaman yang lancar dan personal kepada pelanggan mereka, seperti platform online untuk kemudahan pemesanan dan pembayaran. Potensi hubungan yang sama sangat mungkin terjadi di Usaha Mikro dan Kecil di Semarang, Oleh karena itu hipotesis 3 penelitian ini diajukan sebagai berikut :

### **H3: Kapabilitas Inovasi Teknologi Berpengaruh Positif Terhadap Keunggulan Kompetitif**

#### **2.9 Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja Bisnis**

Keunggulan kompetitif mengacu pada Kapabilitas atau sumber daya unik yang dimiliki perusahaan yang memungkinkannya mengungguli pesaingnya (Jahanshahi et al., 2011). Hal ini dapat dicapai melalui strategi seperti inovasi produk, kepemimpinan biaya, atau diferensiasi. Usaha mikro dan kecil yang mengembangkan keunggulan kompetitif akan lebih kuat untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnisnya. (Akhyar et al., 2021). Semakin ketatnya persaingan antar rantai pasok di pasar global, perusahaan akan berusaha mempertahankan keunggulan kompetitifnya dibandingkan dengan yang lain untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis Perusahaan (Linda & Rahim, 2022).

Wang & Miao (2015) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara keunggulan bersaing terhadap kinerja bisnis yang diukur melalui volume penjualan, pangsa pasar, dan laba atas investas. Nguyen et al. (2021) juga melakukan penelitian dalam konteks industri manufaktur tentang

hubungan keunggulan kompetitif dan kinerja dalam rantai pasokan internal. Studi ini menunjukkan pengaruh signifikan keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis. Hasil ini karena kinerja yang didorong oleh karyawan kemungkinan besar akan meningkatkan keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis secara bersamaan. Potensi hubungan yang sama sangat mungkin terjadi di Usaha Mikro dan Kecil di Semarang, Oleh karena itu hipotesis 4 penelitian ini diajukan sebagai berikut :

**H4: Keunggulan Kompetitif Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Bisnis**

#### **2.10 Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis**

Orientasi kewirausahaan merupakan kunci yang digunakan untuk peningkatan kinerja suatu perusahaan juga sumber daya dan Kapabilitas untuk memberikan keunggulan yang unggul dan kompetitif untuk Perusahaan (Lailah & Soehari, 2020). Sehingga, hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan kinerja bisnis menjadi fokus menarik dalam mempelajari Orientasi Kewirausahaan (Covin et al., 2006).

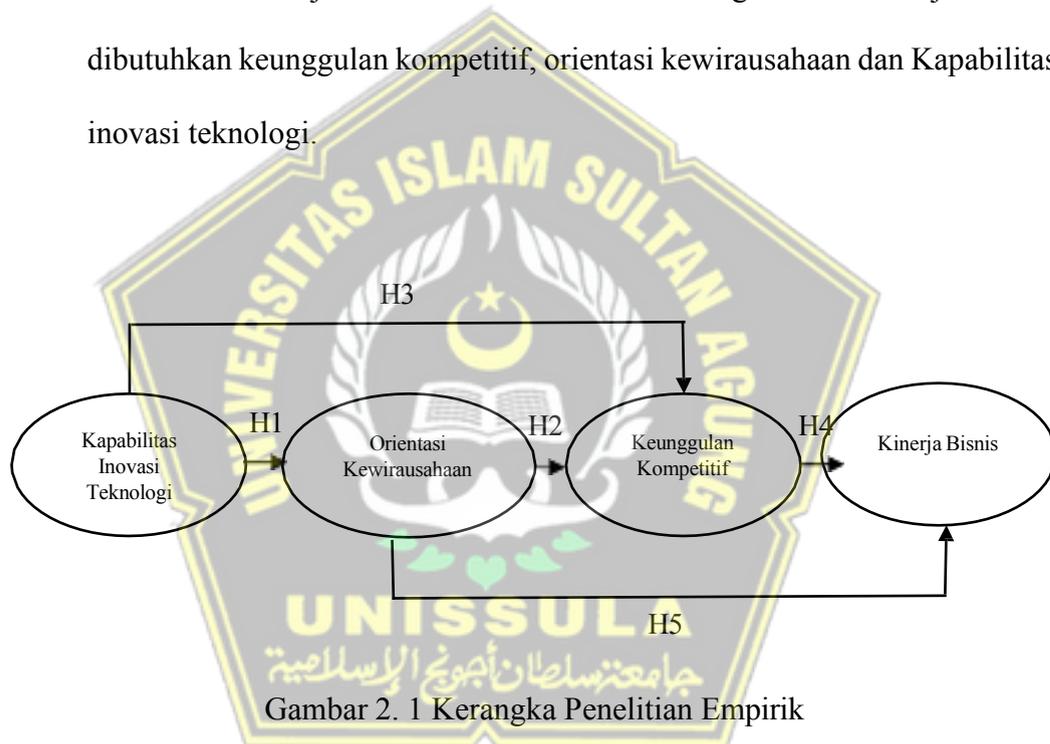
Saat ini, terdapat hasil yang beragam. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa Orientasi Kewirausahaan, secara langsung atau tidak langsung, memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis (Hughes & Morgan, 2007; Li et al., 2009). Artinya, perusahaan yang menerapkan Orientasi Kewirausahaan akan lebih baik dibandingkan perusahaan yang tidak menerapkan Orientasi Kewirausahaan. Potensi hubungan yang sama

sangat mungkin terjadi di Usaha Mikro dan Kecil di Semarang, Oleh karena itu hipotesis 5 penelitian ini diajukan sebagai berikut :

**H5: Orientasi Kewirausahaan Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Bisnis**

**2.11 Model Kerangka Penelitian Empirik**

Model ini menjelaskan bahwa untuk meningkatkan Kinerja bisnis dibutuhkan keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan dan Kapabilitas inovasi teknologi.



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian Empirik

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah Explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian penjelasan (explanatory research) adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini sering dilakukan setelah penelitian deskriptif atau exploratory, di mana peneliti telah mengidentifikasi pola atau hubungan antara variabel-variabel tertentu.

Tujuan utama dari penelitian penjelasan adalah untuk memahami mengapa dan bagaimana hubungan tersebut terjadi, serta untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mendasarinya. Penelitian ini cenderung melibatkan pengujian hipotesis dan penggunaan metode statistik untuk mengevaluasi kekuatan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Sugiyono menjelaskan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dari Penelitian ini adalah seluruh Usaha Mikro dan Kecil di Kota Semarang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti karena jumlah mereka selalu berubah-ubah setiap saat dan data sekunder yang menunjukkan jumlah tersebut sangat sulit untuk ditemukan.

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data penelitian, dimana populasi adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Dalam artian sampel adalah kumpulan dari bagian-bagian pangsa populasi (Alamsyah, 2020). Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah sebanyak 269. Hal ini dikarenakan ukuran sampel 200 sering dianggap sebagai ambang batas minimum untuk penelitian menggunakan SEM-PLS (Schermelleh-Engel et al., 2003). Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria sampel sebagai berikut:

1. Usaha Mikro dan Kecil yang telah menjalankan usaha minimal 2 tahun.
2. Usaha Mikro dan Kecil yang memiliki latar belakang pendidikan minimal SMA/Sedrajat.
3. Memiliki tenaga kerja kurang dari 20 orang

### **3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono, data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden. Survei dilakukan dengan menyebarkan beberapa pertanyaan penelitian kepada responden untuk mengetahui sikap dan perilaku responden terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Survei dilakukan menggunakan skala diferensial 1 – 10 yang dibagikan secara tertulis maupun online kepada responden.

Menurut Sugiyono, data sekunder adalah sumber yang tidak memberikan informasi langsung untuk pengumpulan data. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang dapat mendukung penelitian, antara lain dokumentasi dan literatur.

### 3.4 Definisi Variabel dan Indikator

Tabel 3. 2 Definisi Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Skala
<p>Kapabilitas Inovasi Teknologi</p> <p>Kapabilitas Inovasi Teknologi adalah kemampuan untuk beradaptasi terhadap perubahan teknologi yang tidak terduga, mengembangkan produk baru dan menggunakan proses teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan yang diharapkan di masa depan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan meningkatkan produk/layanan dengan menggunakan teknologi baru (seperti teknologi informasi dan komunikasi).</li> <li>2. Kemampuan mengontrol waktu produksi produk/layanan secara efektif.</li> <li>3. Kemampuan memanfaatkan teknologi maju yang penting dalam industry.</li> <li>4. Kemampuan inovasi dalam proses produksi dan manajemen internal.</li> <li>5. Kemampuan mengembangkan teknologi ramah lingkungan dan hemat biaya</li> </ol> <p><b>Sumber :</b> (Nguyen et al., 2021)</p>	Differensial Semantik
<p>Orientasi Kewirausahaan</p> <p>Orientasi Kewirausahaan adalah kecenderungan para individu untuk berinovasi, menjadi lebih proaktif, dan berani dalam mengambil risiko untuk memulai atau mengelola sebuah bisnis</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecenderungan untuk menghasilkan produk atau layanan yang bermanfaat bagi pengembangan usaha</li> <li>2. Kecenderungan untuk menghasilkan dan menawarkan produk dan layanan baru ke pasar</li> </ol>	Differensial Semantik

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Kecenderungan untuk proaktif dalam mengejar peluang pasar.</li> <li>4. Kecenderungan untuk melacak tren industry untuk perkembangan di masa mendatang.</li> <li>5. Kecenderungan untuk mengidentifikasi kelemahan pesaing untuk bersaing yang lebih efektif.</li> </ol> <p><b>Sumber :</b> (Nguyen et al., 2021)</p>	
<p>Keunggulan Kompetitif</p> <p>Keunggulan Kompetitif adalah Kapabilitas suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keunggulan kualitas produk atas pesaingnya.</li> <li>2. Keunggulan kualitas layanan atas pesaingnya.</li> <li>3. Keunggulan manfaat produk atas pesaingnya.</li> <li>4. Keunggulan harga atas pesaingnya.</li> </ol> <p><b>Sumber :</b> (Nguyen et al., 2021)</p>	Differensial Semantik
<p>Kinerja bisnis</p> <p>Kinerja bisnis adalah prestasi usaha yang dicapai sebagai hasil dari kegiatan pemasaran selama periode tertentu.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan hasil penjualan.</li> <li>2. Peningkatan laba.</li> <li>3. Peningkatan jumlah modal.</li> <li>4. Peningkatan jumlah pelanggan.</li> <li>5. Pertumbuhan usaha.</li> </ol> <p><b>Sumber :</b> (Nguyen et al., 2021)</p>	Differensial Semantik

### 3.5. Teknis Analisis Data

Software SmartPLS 4 digunakan sebagai alat bantu untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Partial Least Squares (PLS) adalah metode penyelesaian Struktural Equation Modeling (SEM) yang lebih baik dibandingkan dengan teknik SEM lainnya. SEM memiliki fleksibilitas yang lebih besar dalam penelitian yang mengintegrasikan teori dan data serta dapat melakukan analisis jalur dengan variabel laten sehingga sering digunakan oleh para peneliti.

#### 3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah cara untuk menggambarkan data responden dan deskripsi variabel penelitian dengan mencantumkan angka indeks jawaban responden.

Tabel 3. 3 Angka indeks jawaban responden

Presentase	Nilai tafsir
10,00 – 40,00 %	Rendah
40,01 – 70,01 %	Sedang
70,01 – 100,00 %	Tinggi

#### 3.5.2 Model pengukuran (Outer Model)

##### 3.5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah suatu kuesioner dapat dengan tepat mengukur konstruk yang dimaksud. Ini melibatkan penilaian terhadap setiap pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan konstraknya. Tahapan yang umum dilakukan meliputi uji validitas *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*.

### 1. *Convergent Validity*

Convergent validity mengevaluasi sejauh mana indikator-indikator dari suatu variabel laten mencerminkan informasi yang relevan terkait dengan konstruk tersebut, dengan memeriksa hubungan antara skor indikator dan skor variabel laten. Dalam mengevaluasi convergent validity, evaluasi dilakukan dengan melihat keandalan item secara individual, yang dapat dilihat dari faktor loading yang distandardisasi. Faktor loading yang distandardisasi menggambarkan seberapa kuat korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Nilai yang diharapkan  $> 0.7$ . Selain menggunakan faktor loading, convergen validity juga menggunakan Average Variance Extracted (AVE). AVE adalah persentase rata-rata varians yang diekstrak antar item pertanyaan atau indikator dari suatu variabel, yang menggambarkan konvergensi indikator tersebut. Untuk memenuhi standar yang baik, AVE dari setiap item pertanyaan sebaiknya lebih besar dari 0.5.

### 2. *Discriminant Validity*

Uji validitas diskriminan menilai seberapa berbedanya dua variabel satu sama lain. Validitas diskriminan terpenuhi jika korelasi antara suatu variabel dengan variabel lain lebih rendah daripada korelasi antara variabel tersebut dengan dirinya sendiri. Selain itu, untuk memastikan validitas diskriminan, penting untuk melihat nilai cross

loading dari setiap item pernyataan variabel, di mana nilai cross loading dari setiap item pernyataan ke variabel itu sendiri harus lebih tinggi daripada nilai cross loading ke variabel lain.

### 3.5.2.2 Uji Reabilitas

Secara umum, reliabilitas adalah ukuran untuk menilai seberapa konsisten sebuah alat pengukur atau instrumen dalam mengukur suatu konsep atau seberapa konsisten responden dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Untuk mengevaluasi reliabilitas, peneliti menggunakan metode seperti composite reliability dan cronbach's alpha. Suatu variabel dianggap reliabel jika nilai composite reliability dan cronbach's alphanya  $\geq 0,7$

### 3.5.3 Model Struktural (*Inner Model*)

#### 3.5.3.1 R-Square

R square adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen. Nilai R square berada dalam rentang dari 0 hingga 1, yang mencerminkan seberapa besar gabungan variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Penggunaan R-squared ( $R^2$ ) adalah untuk mengevaluasi dampak variabel laten independen terhadap variabel laten dependen. Nilai R-square dapat dikelompokkan dalam 3 kategori yaitu katagori kuat, katagori moderat, dan katagori lemah.

Tabel 3. 4 Kategori R<sup>2</sup>

Nilai R <sup>2</sup>	Kategori
1,00 - 0,75	Kuat
0,74 - 0.50	Moderat
0,49 - 0.25	Lemah

### 3.5.3.2 Q- Square

Uji Q<sup>2</sup> (Q Square) dalam Structural Equation Modeling (SEM), khususnya pada Partial Least Squares (PLS), digunakan untuk mengukur seberapa baik model dapat memprediksi nilai-nilai yang tidak teramati (out-of-sample prediction). Ini juga dikenal sebagai predictive relevance dari model. Uji Q<sup>2</sup> memberikan informasi tentang kemampuan prediktif model, khususnya terkait variabel dependen atau konstruk endogen. Nilai ini membantu menentukan apakah model memiliki relevansi prediktif yang memadai, atau dengan kata lain, apakah model mampu menjelaskan data di luar sampel yang digunakan dalam pengujian model. Nilai Q<sup>2</sup> > 0 berarti model memiliki relevansi prediktif yang baik. Semakin tinggi nilainya, semakin baik kemampuan prediktif model. Sebaliknya, Q<sup>2</sup> < 0 berarti model dianggap tidak memiliki relevansi prediktif. Jika hasil uji Q<sup>2</sup> negatif, artinya model tidak mampu memprediksi dengan baik variabel dependen

### 3.5.3.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis full model dalam Structural Equation Modeling (SEM) dengan smartPLS 4. Proses pengujian hipotesis dilakukan dengan memeriksa nilai Path Coefficient pada pengujian inner model. Hipotesis dapat diterima jika nilai T-statistik yang dihasilkan lebih besar dari nilai T-tabel 1,96 ( $\alpha = 5\%$ ) yang berarti apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih besar dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti.

### 3.5.3.4 Uji Mediasi

Uji mediasi dalam SEM PLS dilakukan dengan mengevaluasi efek tidak langsung (indirect effect). Apabila efek tidak langsung menunjukkan hasil yang signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan mediasi. Jika efek langsung (direct effect) tetap signifikan meskipun mediator dipertimbangkan, maka mediasi yang terjadi disebut sebagai mediasi parsial. Sebaliknya, jika efek langsung menjadi tidak signifikan setelah memperhitungkan mediator, maka mediasi tersebut disebut mediasi penuh.

### 3.5.4 Model Fit

Uji model fit dilihat dari nilai SRMR. Nilai SRMR yang baik menurut (Bentler & Hu, 1998) harus di bawah 0.080. Nilai SRMR yang rendah mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat kesalahan residual yang

rendah antara matriks kovarian model dan data aktual. Angka ini menunjukkan bahwa perbedaan antara data yang diestimasi oleh model dengan data empiris berada dalam batas yang dapat diterima.



**BAB IV**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Deskripsi karakteristik responden**

Deskripsi karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, jenis usaha, dan pengalaman membuka usaha. Lebih lanjut mengenai deskripsi karakteristik responden dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4. 1 Karakteristik responden

No	Karakteristik Responden	Dimensi	Jumlah	%
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	114	42.37
		Perempuan	155	57.62
2	Usia	16 – 20 tahun	33	12.26
		≥ 21- 25 tahun	113	42.00
		≥ 26 tahun	123	45.72
3	Pendidikan	SMU	121	44.98
		Diploma	31	11.52
		Sarjana	109	40.52
		Pascasarjana	8	2.97
4	Jenis Usaha	Manufaktur	35	13.01
		Ritel/grosir	102	37.91
		Jasa	82	30.48
		Lainnya	50	18.58
5	Pengalaman	Antara 1 s/d 3 tahun	110	40.89
		Antara 3 s/d 5 tahun	86	31.97
		Lebih dari 5 tahun	73	27.13

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis deskriptif tabel 4.1, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan persentase sebesar 57,62% atau sebanyak 155 orang, sedangkan responden laki-laki berjumlah 114 orang atau 42,37%. Total keseluruhan responden yang terlibat adalah 269 orang.

Dari segi usia, sebagian besar responden berada dalam kelompok usia lebih dari 26 tahun, yaitu sebanyak 123 orang atau 45,72%. Kelompok usia 21–25 tahun menyusul dengan persentase 42,00% (113 orang), sedangkan kelompok usia termuda, yaitu 16–20 tahun, memiliki jumlah responden paling sedikit, yaitu 33 orang atau 12,26%.

Jika dilihat dari tingkat pendidikan, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan SMA, yang mencakup 121 orang atau 44,98%. Responden dengan pendidikan Sarjana menempati urutan kedua, dengan jumlah 109 orang atau 40,52%. Pendidikan Diploma mencakup 11,52% dari total responden (31 orang), dan pendidikan Pascasarjana menjadi yang paling sedikit, hanya sebanyak 8 orang atau 2,97%.

Dari jenis usaha yang dijalankan, responden yang bergerak di sektor Ritel/Grosir mendominasi, dengan jumlah 102 orang atau 37,91%. Responden yang bergerak di bidang Jasa mengikuti dengan 30,48% atau sebanyak 82 orang, diikuti oleh sektor usaha Lainnya sebanyak 50 orang atau 18,58%. Sementara itu, sektor Manufaktur memiliki jumlah responden paling kecil, yaitu 35 orang atau 13,01%.

Dalam hal pengalaman usaha, sebagian besar responden memiliki pengalaman antara 1 hingga 3 tahun, yaitu sebanyak 110 orang atau 40,89%. Pengalaman usaha antara 3 hingga 5 tahun dimiliki oleh 86 orang atau 31,97%, sedangkan responden dengan pengalaman lebih dari 5 tahun mencakup 27,13% atau sebanyak 73 orang.

## 4.2 Deskripsi variabel penelitian

Deskripsi variabel penelitian dimaksudkan untuk memberikan gambaran persepsi responden terhadap kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, keunggulan kompetitif, dan kinerja bisnis. Uraian pada deskripsi ini meliputi penjelasan tentang nilai indeks persepsi yang digunakan untuk mengetahui derajat persepsi responden terhadap variabel yang diteliti. Sesuai dengan formula dan kriteria yang dijelaskan pada Bab III, tiga kriteria interpretasi yakni tinggi, sedang dan rendah digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 2 gambaran persepsi responden

Presentase	Nilai tafsir
10,00 – 40,00 %	Rendah
40,01 – 70,00 %	Sedang
70,01 – 100 %	Tinggi

### 4.2.1 Deskripsi Variabel Kapabilitas Inovasi Teknologi (TIC)

Kapabilitas inovasi teknologi adalah Kapabilitas untuk beradaptasi terhadap perubahan teknologi yang tidak terduga, mengembangkan produk baru dan menggunakan proses teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan saat ini dan yang diharapkan di masa depan (Ince et al., 2016). Pemilik usaha yang memiliki Kapabilitas inovasi teknologi yang tinggi dapat dilihat dari sejauh mana pemilik usaha mikro dan kecil dapat meningkatkan produk/layanan dengan teknologi baru, Mengontrol waktu produksi produk/layanan secara efektif, Memanfaatkan teknologi maju yang penting dan hemat biaya. Gambaran Kapabilitas inovasi teknologi pelaku usaha mikro dan kecil dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 4. 3 Nilai indeks indikator dan variabel kapabilitas inovasi teknologi

Indikator Kapabilitas Inovasi Teknologi		Skala jawaban responden tentang variabel kapabilitas inovasi teknologi										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Meningkatkan produk/layanan dengan Teknologi baru	F	0	0	0	0	0	3	19	78	109	60	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	6,69	49,44	231,97	364,68	223	87,58	Tinggi
Mengontrol waktu produksi produk/layanan secara efektif	F	0	0	0	0	0	5	27	66	114	57	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	11,15	70,26	196,28	381,41	211,9	87,1	Tinggi
Memfaatkan teknologi maju yang penting dalam industri	F	0	0	0	0	0	2	19	68	112	68	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	4,46	49,44	202,23	374,72	252,8	88,36	Tinggi
Inovasi dalam proses produksi dan manajemen internal	F	0	0	0	0	0	4	34	74	97	60	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	8,92	88,47	220,07	324,54	223	86,50	Tinggi
Teknologi ramah lingkungan dan hemat biaya	F	0	0	0	0	0	3	25	74	109	58	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	6,69	65,05	220,07	364,68	215,6	87,21	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											87,35	Tinggi	

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel nilai indeks indikator dan variabel kapabilitas inovasi teknologi, terlihat bahwa perusahaan memiliki performa yang sangat baik dalam penerapan inovasi teknologi di berbagai aspek operasional. Indikator peningkatan produk atau layanan dengan teknologi baru memperoleh skor total 87,58 dengan indeks yang berada dalam kategori Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan aktif dalam mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan, yang berkontribusi terhadap daya saing dan relevansi di pasar.

Selanjutnya, kemampuan perusahaan dalam mengontrol waktu produksi dan layanan secara efektif juga mendapat skor tinggi, yaitu 87,1.

Indeks ini mencerminkan bahwa perusahaan mampu meningkatkan efisiensi operasional melalui penerapan teknologi yang tepat, sehingga proses produksi menjadi lebih cepat dan hemat sumber daya.

Pemanfaatan teknologi maju yang relevan dalam industri juga menjadi salah satu aspek unggulan, dengan skor total 88,36. Angka ini merupakan yang tertinggi di antara indikator lainnya, menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya mengikuti tren teknologi, tetapi juga memanfaatkan teknologi sebagai faktor utama dalam strategi pertumbuhan dan pengembangan bisnis.

Inovasi dalam proses produksi dan manajemen internal mendapat penilaian yang sangat baik dengan skor 86,50. Ini menegaskan bahwa perusahaan terus melakukan inovasi di lini produksi dan pengelolaan internal untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas secara menyeluruh. Terakhir, indikator penerapan teknologi ramah lingkungan dan hemat biaya memperoleh skor 87,21, yang juga berada dalam kategori Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap isu-isu lingkungan dan berupaya menerapkan teknologi yang lebih berkelanjutan, yang dapat mendukung upaya efisiensi biaya operasional.

Secara keseluruhan, rata-rata nilai indeks variabel kapabilitas inovasi teknologi adalah 87,35, yang menegaskan bahwa perusahaan memiliki kapabilitas inovasi teknologi yang tinggi di berbagai aspek. Kinerja yang konsisten dalam meningkatkan produk/layanan dengan teknologi baru, mengontrol waktu, Memanfaatkan teknologi, manajemen internal, serta

teknologi ramah lingkungan dan hemat biaya. Seluruh indikator mencerminkan bahwa kapabilitas inovasi teknologi memiliki nilai yang tinggi.

#### 4.2.2 Deskripsi Variabel Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah kecenderungan para individu untuk berinovasi, menjadi lebih proaktif, dan berani dalam mengambil risiko untuk memulai atau mengelola sebuah bisnis (Lumpkin G. T & Dess Gregory G., 2013). Pemilik usaha yang memiliki Orientasi kewirausahaan yang tinggi dapat dilihat dari sejauh mana pemilik usaha mikro dan kecil dapat menghasilkan produk atau layanan yang bermanfaat bagi pengembangan usaha, menghasilkan dan menawarkan produk dan layanan baru, proaktif dalam mengejar peluang pasar, melacak tren industri, dan mengidentifikasi kelemahan pesaing. Gambaran orientasi kewirausahaan pelaku usaha mikro dan kecil dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 4. 4 Nilai indeks indikator dan variabel orientasi kewirausahaan

Indikator Orientasi Kewirausahaan		Skala jawaban responden tentang variabel Orientasi Kewirausahaan										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
menghasilkan produk atau layanan yang bermanfaat	F	0	0	0	0	0	4	26	86	99	54	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	8,92	67,65	255,76	331,23	200,7	86,43	Tinggi
menghasilkan dan menawarkan produk dan layanan baru ke pasar	F	0	0	0	0	0	5	23	79	100	62	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	11,15	59,85	234,94	334,57	230,5	87,1	Tinggi
proaktif dalam mengejar peluang pasar.	F	0	0	0	0	0	2	37	66	99	65	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	4,46	96,28	196,28	331,23	241,6	86,98	Tinggi
melacak tren industri	F	0	0	0	0	0	5	31	79	105	49	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	11,15	80,669	234,94	351,3	182,2	86,02	Tinggi
mengidentifikasi kelemahan pesaing	F	0	0	0	0	0	2	39	86	78	64	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	4,461	101,49	255,76	260,97	237,9	86,05	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											86,52	Tinggi	

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Tabel di atas menggambarkan deskripsi variabel Orientasi Kewirausahaan yang diukur melalui lima indikator utama. Indikator tersebut meliputi menghasilkan produk atau layanan yang bermanfaat bagi pengembangan usaha, menghasilkan dan menawarkan produk atau layanan baru ke pasar, proaktif dalam mengejar peluang pasar, melacak tren industri untuk perkembangan di masa mendatang, serta mengidentifikasi kelemahan pesaing.

Setiap indikator dievaluasi berdasarkan tanggapan responden yang diukur melalui skala 1 hingga 10, dengan frekuensi jawaban (F) dan distribusi nilai persentase ( $\% \times \text{Skala}$ ) yang diakumulasikan untuk mendapatkan total nilai indeks. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai indeks dalam kategori tinggi. Indikator menghasilkan produk atau layanan yang bermanfaat bagi pengembangan usaha memiliki nilai indeks 86,43, yang mencerminkan penilaian positif dari responden terkait manfaat produk atau layanan dalam mendukung pertumbuhan usaha.

Selanjutnya, kemampuan menghasilkan dan menawarkan produk dan layanan baru ke pasar menjadi salah satu aspek unggulan, dengan skor total 87,1. Angka ini merupakan yang tertinggi diantara indikator lainnya, menunjukkan bahwa pelaku usaha sangat menyadari pentingnya beradaptasi dengan pasar, baik untuk menarik pelanggan baru maupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Indikator lain proaktif dalam mengejar peluang pasar memiliki nilai indeks yaitu 86,98, yang menunjukkan bahwa pelaku usaha cenderung memiliki inisiatif tinggi dalam mengenali dan

memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini juga terlihat pada indikator mengidentifikasi kelemahan pesaing, yang mendapatkan nilai indeks 86,05, mencerminkan kesadaran responden terhadap pentingnya memahami kelemahan pesaing untuk meningkatkan daya saing.

Rata-rata nilai indeks variabel secara keseluruhan berada dalam kategori tinggi, menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan pada responden penelitian berada pada level yang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa pelaku usaha memiliki pendekatan strategis dalam berinovasi, memahami tren pasar, dan memanfaatkan peluang yang tinggi.

#### **4.2.3 Deskripsi Variabel Keunggulan Kompetitif**

Keunggulan kompetitif adalah Kapabilitas suatu perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis di atas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (Nurdianti et al., 2017). Pemilik usaha yang memiliki keunggulan kompetitif yang tinggi dapat dilihat dari sejauh mana pemilik usaha mikro dan kecil memiliki Keunggulan Kualitas produk, Keunggulan Layanan, Keunggulan manfaat produk, Keunggulan harga. Gambaran Keunggulan kompetitif pelaku usaha mikro dan kecil dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 4. 5 Nilai indeks indikator dan variabel keunggulan kompetitif

Indikator Keunggulan Kompetitif		Skala jawaban responden tentang variabel Keunggulan Kompetitif										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Keunggulan Kualitas produk	F	0	0	0	0	0	3	41	76	90	59	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	6,69	106,69	226,02	301,12	219,3	85,98	Tinggi
Keunggulan Layanan	F	0	0	0	0	0	1	35	74	101	58	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	2,23	91,07	220,07	337,92	215,6	86,69	Tinggi
Keunggulan manfaat produk	F	0	0	0	0	0	0	26	73	116	54	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	0	67,65	217,1	388,1	259,6	93,24	Tinggi
Keunggulan harga.	F	0	0	0	0	0	1	28	75	102	63	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	2,23	72,86	223,05	341,26	234,2	87,36	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											88,321	Tinggi	

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel deskripsi variabel keunggulan kompetitif, terlihat bahwa perusahaan menunjukkan performa yang sangat baik dalam berbagai aspek yang diukur. Salah satu indikator yang menonjol adalah kualitas produk, di mana total skor yang diperoleh adalah 85,98. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kualitas produk perusahaan lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Nilai indeks yang tinggi ini mengindikasikan bahwa kualitas merupakan salah satu pilar utama dalam membangun keunggulan kompetitif perusahaan.

Selain kualitas produk, layanan usaha yang diberikan oleh perusahaan juga mendapat penilaian positif dengan skor total 86,69. Angka ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjaga standar layanan yang baik dan lebih unggul dibandingkan layanan pesaing. Indikator lain yang berkontribusi besar terhadap keunggulan kompetitif perusahaan adalah manfaat produk yang ditawarkan.

Dalam aspek ini, perusahaan memperoleh skor total 93,24, yang merupakan nilai tertinggi di antara semua indikator. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan tidak hanya berfungsi dengan baik, tetapi juga memberikan manfaat lebih besar dibandingkan produk pesaing. Keunggulan ini menjadi faktor yang memperkuat posisi perusahaan di pasar. Strategi harga yang diterapkan perusahaan juga mendapat respons positif dari responden. Dengan skor total 87,36, harga produk dinilai kompetitif dan mampu bersaing di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mengelola keseimbangan antara harga yang terjangkau dan kualitas produk yang tetap terjaga.

Secara keseluruhan, rata-rata nilai indeks variabel keunggulan kompetitif mencapai 88,32, yang menempatkan perusahaan dalam kategori Tinggi di semua aspek yang diukur. Tingginya nilai indeks di seluruh indikator mencerminkan bahwa perusahaan memiliki daya saing yang kuat dan mampu bersaing secara efektif dalam pasar yang kompetitif. Keunggulan kompetitif yang ditunjukkan dengan kualitas, layanan, manfaat, dan harganya memiliki daya saing yang tinggi.

#### **4.2.4 Deskripsi Variabel Kinerja Bisnis**

Kinerja Bisnis adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam suatu perusahaan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan secara legal, tidak melanggar hukum dan tidak bertentangan dengan moral dan etika (Kurnia & Laksmi, 2016). Usaha yang memiliki Kinerja Bisnis yang

tinggi dapat dilihat dari sejauh mana usaha mikro dan kecil mengalami peningkatan hasil penjualan, peningkatan volume penjualan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan laba, pertumbuhan usaha. Gambaran kinerja bisnis usaha mikro dan kecil dijelaskan pada tabel berikut.

Tabel 4. 6 Nilai indeks indikator dan variabel kinerja bisnis

Indikator Kinerja Bisnis		Skala jawaban responden variabel kinerja bisnis										Total	Nilai Indeks
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Peningkatan hasil penjualan	F	0	0	0	0	0	3	40	77	88	61	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	6,69	104,09	229	294,42	226,8	86,09	Tinggi
Peningkatan volume penjualan	F	0	0	0	0	0	5	43	72	98	51	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	11,15	111,9	214,13	327,88	189,6	85,46	Tinggi
Peningkatan jumlah pelanggan	F	0	0	0	0	0	1	31	79	104	54	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	2,23	80,66	234,94	347,96	200,7	86,65	Tinggi
Peningkatan laba	F	0	0	0	0	0	2	30	84	95	58	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	4,461	78,067	249,81	317,84	215,6	86,58	Tinggi
Pertumbuhan usaha	F	0	0	0	0	0	5	43	60	102	59	269	
	%(FxS)	0	0	0	0	0	11,15	111,9	178,44	341,26	219,3	86,20	Tinggi
Rata-rata Nilai Indeks Variabel											86,20	Tinggi	

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel deskripsi variabel kinerja bisnis, terlihat bahwa perusahaan menunjukkan performa yang sangat baik dalam berbagai aspek yang diukur selama dua tahun terakhir. Hasil penjualan usaha menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, dengan total skor sebesar 86,09 dan nilai indeks yang masuk dalam kategori Tinggi. Hal ini mencerminkan bahwa mayoritas responden menilai bisnis perusahaan mengalami pertumbuhan positif dalam hal pendapatan selama dua tahun terakhir.

Volume penjualan usaha juga menunjukkan peningkatan yang konsisten, dengan skor total 85,46 dan indeks yang kembali masuk dalam kategori Tinggi. Penilaian ini menunjukkan bahwa tidak hanya hasil penjualan yang meningkat, tetapi jumlah barang atau jasa yang terjual juga mengalami kenaikan yang berarti. Pertumbuhan pelanggan merupakan indikator penting lainnya, dengan total skor 86,65. Peningkatan jumlah pelanggan menandakan bahwa perusahaan berhasil memperluas basis pelanggannya, yang berkontribusi terhadap stabilitas dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Indikator laba usaha juga memperlihatkan hasil yang positif, di mana skor total yang diperoleh adalah 86,58. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan terus meningkat, yang menjadi salah satu tolak ukur utama dalam menilai keberhasilan kinerja bisnis. Terakhir, pertumbuhan usaha secara keseluruhan mendapat skor 86,20, yang menunjukkan bahwa bisnis berjalan sesuai ekspektasi dan tumbuh secara konsisten dalam dua tahun terakhir.

Rata-rata nilai indeks variabel kinerja bisnis berada pada angka 86,20, yang menegaskan bahwa seluruh aspek kinerja perusahaan berada dalam kategori Tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fondasi yang kuat untuk terus berkembang dan bersaing di pasar. Kombinasi antara peningkatan penjualan, volume, pelanggan, dan keuntungan memiliki peningkatan yang tinggi.

### 4.3 Hasil Analisis Data

#### 4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)

##### 4.3.1.1 Uji Validitas

##### 1. Convergent Validity

Pengukuran Convergent Validity dilakukan dengan Outer Loadings dan Average Variance Extracted (AVE). Nilai Outer Loading harus lebih besar dari 0.7. Sementara nilai AVE harus lebih besar dari 0.5.

Tabel 4. 7 Loading factor

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
CA1 <- CA	0,711	0,710	0,039	18,392	0,000
CA2 <- CA	0,722	0,721	0,040	18,156	0,000
CA3 <- CA	0,775	0,774	0,030	25,497	0,000
CA4 <- CA	0,740	0,739	0,035	21,389	0,000
EO1 <- EO	0,726	0,724	0,042	17,270	0,000
EO2 <- EO	0,714	0,714	0,036	19,769	0,000
EO3 <- EO	0,713	0,712	0,040	17,666	0,000
EO4 <- EO	0,728	0,727	0,038	19,403	0,000
EO5 <- EO	0,725	0,725	0,036	19,941	0,000
PERF1 <- PERF	0,716	0,714	0,039	18,448	0,000
PERF2 <- PERF	0,725	0,723	0,041	17,669	0,000
PERF3 <- PERF	0,729	0,728	0,035	20,949	0,000
PERF4 <- PERF	0,722	0,720	0,038	18,859	0,000
PERF5 <- PERF	0,737	0,736	0,036	20,339	0,000
TIC1 <- TIC	0,712	0,711	0,038	18,705	0,000
TIC2 <- TIC	0,709	0,708	0,036	19,780	0,000
TIC3 <- TIC	0,757	0,756	0,035	21,525	0,000
TIC4 <- TIC	0,727	0,727	0,030	24,261	0,000
TIC5 <- TIC	0,723	0,723	0,035	20,879	0,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis outer loading, dapat disimpulkan bahwa semua indikator memiliki validitas yang baik terhadap konstruksya. Nilai outer loading untuk setiap indikator menunjukkan angka di atas 0,7, yang berarti

setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk secara optimal. Pada konstruk Keunggulan Kompetitif (CA), nilai outer loading berkisar antara 0,711 hingga 0,775. Sementara itu, konstruk Orientasi Kewirausahaan (EO) memiliki nilai outer loading antara 0,713 hingga 0,728, konstruk Kinerja Bisnis (PERF) berada di kisaran 0,716 hingga 0,737, dan konstruk Kapabilitas Inovasi Teknologi (TIC) memiliki nilai antara 0,709 hingga 0,757.

Tabel 4. 8 *Average variance extracted (AVE)*

Variabel	Average variance extracted (AVE)
CA	0,544
EO	0,520
PERF	0,527
TIC	0,527

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis Average Variance Extracted (AVE), nilai AVE untuk masing-masing konstruk juga menunjukkan hasil yang baik, di mana seluruh nilai AVE lebih besar dari 0,5. Konstruk Keunggulan Kompetitif (CA) memiliki AVE sebesar 0,544, Orientasi Kewirausahaan (EO) sebesar 0,520, Kinerja Bisnis (PERF) sebesar 0,527, dan Kapabilitas Inovasi Teknologi (TIC) sebesar 0,527. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari indikator-indikator yang digunakan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran yang digunakan telah memenuhi syarat validitas konvergen. Indikator-indikator pada konstruk Keunggulan Kompetitif (CA), EO, PERF, dan TIC terbukti

valid dan dapat diandalkan untuk merepresentasikan masing-masing konstruk laten.

## 2. Discriminant Validity

Discriminant Validity digunakan untuk menguji sejauh mana suatu konstruk benar benar berbeda dari konstruk lain. Pengukuran Discriminant Validity dilakukan dengan membandingkan cross loading masing-masing konstruk, Fornell-Lacker Criterion, dan Heterotrait-monotrait ratio (HTMT). Nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain. Sementara dalam Fornell-Lacker, suatu variabel laten dinilai memenuhi validitas diskriminan jika nilai akar kuadrat AVE (Average Variance Extracted) di diagonal tabel harus lebih besar dibandingkan korelasi antara variabel tersebut dengan variabel lainnya dan HTMT kurang dari 0.85.

Tabel 4. 8 *Cross loading*

	CA	EO	PERF	TIC
CA1	<b>0,711</b>	0,296	0,263	0,374
CA2	<b>0,722</b>	0,341	0,344	0,366
CA3	<b>0,775</b>	0,373	0,311	0,442
CA4	<b>0,740</b>	0,290	0,322	0,419
EO1	0,262	<b>0,726</b>	0,235	0,343
EO2	0,282	<b>0,714</b>	0,315	0,414
EO3	0,353	<b>0,713</b>	0,236	0,421
EO4	0,328	<b>0,728</b>	0,217	0,435
EO5	0,356	<b>0,725</b>	0,322	0,473
PERF1	0,268	0,288	<b>0,716</b>	0,316
PERF2	0,274	0,307	<b>0,725</b>	0,312
PERF3	0,320	0,300	<b>0,729</b>	0,330
PERF4	0,350	0,186	<b>0,722</b>	0,355
PERF5	0,317	0,261	<b>0,737</b>	0,355
TIC1	0,405	0,349	0,329	<b>0,712</b>
TIC2	0,372	0,445	0,383	<b>0,709</b>

TIC3	0,369	0,420	0,325	<b>0,757</b>
TIC4	0,440	0,459	0,315	<b>0,727</b>
TIC5	0,385	0,436	0,317	<b>0,723</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Pada uji cross loading, terlihat bahwa setiap indikator memiliki nilai loading faktor yang lebih tinggi pada variabel laten yang diukur dibandingkan dengan variabel lainnya. Misalnya, indikator CA1 hingga CA4 memiliki nilai loading lebih tinggi pada variabel keunggulan kompetitif (CA) daripada pada variabel lainnya seperti orientasi kewirausahaan (EO), kinerja bisnis (PERF), atau kapabilitas inovasi teknologi (TIC). Demikian juga untuk indikator variabel orientasi kewirausahaan (EO), kinerja bisnis (PERF), dan kapabilitas inovasi teknologi (TIC) masing-masing indikator menunjukkan nilai loading yang dominan pada variabelnya sendiri. Hasil ini menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini secara konsisten mengukur konstruk yang tepat, sehingga validitas diskriminan melalui cross loading dapat dikatakan terpenuhi.

Tabel 4. 9 *Heterotrait-monotrait ratio* (HTMT)

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
EO <-> CA	0,586
PERF <-> CA	0,562
PERF <-> EO	0,473
TIC <-> CA	0,724
TIC <-> EO	0,743
TIC <-> PERF	0,592

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT), terlihat bahwa seluruh nilai HTMT antar variabel laten berada di bawah ambang

batas 0.85. Sebagai contoh, nilai HTMT antara orientasi kewirausahaan (EO) dan keunggulan kompetitif (CA) adalah 0.586, antara kinerja bisnis (PERF) dan keunggulan kompetitif (CA) sebesar 0.562, serta antara kinerja bisnis (PERF) dan orientasi kewirausahaan (EO) sebesar 0.473. Selain itu, hubungan antara kapabilitas inovasi teknologi (TIC) dan variabel lainnya juga menunjukkan nilai yang konsisten, seperti kapabilitas inovasi teknologi (TIC) dengan keunggulan kompetitif (CA) sebesar 0.724, kapabilitas inovasi teknologi (TIC) dengan kinerja bisnis (PERF) sebesar 0.592, dan kapabilitas inovasi teknologi (TIC) dengan orientasi kewirausahaan (EO) sebesar 0.743.

Hasil ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan antar konstruk telah terpenuhi dengan baik. Seluruh nilai HTMT yang diperoleh menunjukkan bahwa korelasi antar variabel laten masih berada dalam rentang yang dapat diterima, sehingga tidak ada indikasi adanya masalah pada validitas diskriminan. Dengan demikian, metode HTMT memberikan bukti yang kuat bahwa setiap konstruk dalam model penelitian memiliki diskriminasi yang baik terhadap konstruk lainnya.

Tabel 4. 10 Fornell-Lacker Criterion

	CA	EO	PERF	TIC
CA	<b>0,737</b>			
EO	0,442	<b>0,721</b>		
PERF	0,422	0,371	<b>0,726</b>	
TIC	0,544	0,584	0,459	<b>0,726</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Pengujian menggunakan Fornell-Larcker Criterion juga memberikan hasil yang positif. Pada tabel ini, nilai diagonal yang menunjukkan akar

kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) untuk setiap variabel laten lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar variabel lainnya. Sebagai contoh, nilai akar AVE untuk variabel keunggulan kompetitif (CA) adalah 0.737, yang lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel orientasi kewirausahaan (EO) 0.442, kinerja bisnis (PERF) 0.422, dan kapabilitas inovasi teknologi (TIC) 0.544. Hal serupa juga berlaku untuk variabel orientasi kewirausahaan (EO), kinerja bisnis (PERF), dan kapabilitas inovasi teknologi (TIC), di mana nilai diagonalnya selalu lebih tinggi daripada korelasi antar variabel. Hasil ini memperkuat bahwa setiap konstruk memiliki diskriminasi yang baik terhadap konstruk lainnya.

Berdasarkan hasil pengujian discriminant validity menggunakan tiga metode, yaitu Cross Loading, Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT), dan Fornell-Larcker Criterion, dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan dalam model penelitian ini telah terpenuhi. Secara keseluruhan, ketiga metode tersebut memberikan bukti yang konsisten bahwa setiap konstruk dalam model penelitian ini memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain, sehingga validitas diskriminan dapat dinyatakan terpenuhi.

#### 4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan dengan melihat composite reability dan conbach's alpha. Konstruk dikatakan reliabel jika nilai composite reability dan conbach's alpha nya lebih dari 0.7.

Tabel 4. 11 Nilai *conbach's alpha* dan *composite reability*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
--	------------------	-------------------------------

CA	0,720	0,826
EO	0,771	0,844
PERF	0,776	0,848
TIC	0,776	0,848

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability yang memenuhi kriteria. Konstruk keunggulan kompetitif (CA) memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0.720 dan Composite Reliability ( $\rho_c$ ) sebesar 0.826, yang menunjukkan bahwa konstruk ini memiliki konsistensi internal yang baik. Selanjutnya, konstruk orientasi kewirausahaan (EO) memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0.771 dan Composite Reliability sebesar 0.844, yang mengindikasikan tingkat reliabilitas yang kuat. Sementara itu, konstruk kinerja bisnis (PERF) menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0.776 dengan Composite Reliability sebesar 0.848, yang mengonfirmasi tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Terakhir, konstruk keunggulan kompetitif (TIC) memiliki nilai Cronbach's alpha sebesar 0.776 dan Composite Reliability sebesar 0.848, yang juga menunjukkan reliabilitas yang memadai.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini, yaitu keunggulan kompetitif (CA), orientasi kewirausahaan (EO), kinerja bisnis (PERF), dan kapabilitas inovasi teknologi (TIC), memiliki reliabilitas yang baik karena seluruh nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability melampaui ambang batas 0.7.

Hal ini membuktikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini konsisten dan dapat diandalkan.

### 4.3.2 Model Struktural (*Inner Model*)

#### 4.3.2.1 *R-Square*

Tabel 4. 12 Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
CA	0,320	0,315
EO	0,341	0,339
PERF	0,220	0,214

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Nilai R Square dari variabel keunggulan kompetitif (CA) sebesar 0.320 atau 32 %. Artinya variabel orientasi kewirausahaan (EO) dan kapabilitas inovasi teknologi (TIC) mampu menjelaskan keunggulan kompetitif (CA) sebesar 32 % dan sisanya sebesar 78 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Sementara itu nilai R Square dari variabel orientasi kewirausahaan (EO) sebesar 0.341 atau 34.1 %. Artinya variabel kapabilitas inovasi teknologi (TIC) mampu menjelaskan variabel orientasi kewirausahaan (EO) sebesar 34.1 % dan sisanya sebesar 65.9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Selanjutnya nilai R Square dari variabel kinerja bisnis (PERF) sebesar 0.220 atau 22 %. Artinya variabel variabel kapabilitas inovasi teknologi (TIC), orientasi kewirausahaan (EO) dan keunggulan kompetitif (CA) mampu menjelaskan kinerja bisnis (PERF) sebesar 22 % dan sisanya sebesar 88 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil R Square tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai R Square variabel keunggulan kompetitif (CA),

orientasi kewirausahaan (EO) dan kinerja bisnis (PERF) tergolong lemah. Hal ini menjadi gap untuk menambah variabel lain untuk penelitian ke depan.

#### 4.3.2.2 *Q Square*

Nilai Q Square membantu menentukan apakah model memiliki relevansi prediktif yang memadai, atau dengan kata lain, apakah model mampu menjelaskan data di luar sampel yang digunakan dalam pengujian model. Nilai  $1 > Q^2 > 0$  berarti model memiliki relevansi prediktif yang baik. Semakin tinggi nilainya, semakin baik kemampuan prediktif model. Sebaliknya,  $Q^2 < 0$  berarti model dianggap tidak memiliki relevansi prediktif. Jika hasil uji  $Q^2$  negatif, artinya model tidak mampu memprediksi dengan baik variabel dependen.

Tabel 4. 13 Nilai Q square

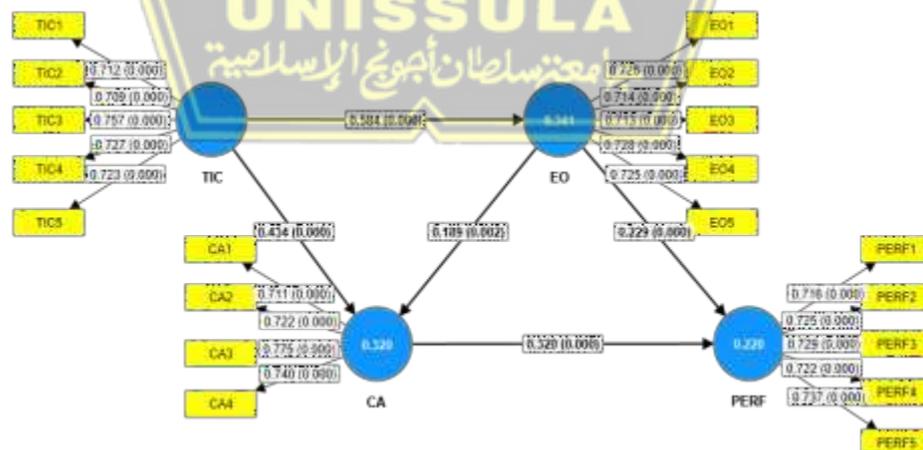
	Q <sup>2</sup> Predict
CA	0.287
EO	0.333
PERF	0.185

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Nilai Q<sup>2</sup> Predict dari model yang ditampilkan memberikan gambaran tentang kemampuan prediktif model terhadap variabel-variabel endogen, yaitu keunggulan kompetitif (CA), orientasi kewirausahaan (EO) dan kinerja bisnis (PERF). Nilai Q<sup>2</sup> Predict untuk variabel keunggulan kompetitif (CA) adalah 0.287, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang moderat terhadap variabel ini. Artinya, model cukup mampu menjelaskan dan memprediksi nilai-nilai CA berdasarkan

konstruk yang mendasarinya. Sedangkan ilai  $Q^2$  Predict untuk variabel orientasi kewirausahaan (EO) adalah 0.333, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang moderat terhadap variabel ini. Artinya, model cukup mampu menjelaskan dan memprediksi nilai-nilai EO berdasarkan konstruk yang mendasarinya Sementara itu, nilai  $Q^2$  Predict untuk variabel kinerja bisnis (PERF) adalah 0.185, yang mengindikasikan bahwa kemampuan prediktif model terhadap kinerja bisnis tergolong besar. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki daya prediktif yang lebih kuat dalam menjelaskan variasi pada kinerja bisnis. Secara keseluruhan, model memiliki performa prediktif yang baik, terutama pada variabel kinerja bisnis, yang berarti hubungan antar konstruk dalam model cukup efektif dalam menjelaskan variabel endogen yang diteliti.

#### 4.3.2.3 Uji Hipotesis



Gambar 4. 1 Hasil bootstrapping

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Bootstrapping adalah salah satu metode statistik yang digunakan dalam SEM PLS untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel dalam model struktural. Pengujian signifikansi hipotesis dapat dilihat dari nilai p values dan t statistics yang didapatkan melalui metode bootstrapping pada tabel Path Coefficient. Dengan kriteria nilai signifikansi p value  $< 0.05$  dan nilai t statistics  $> 1.96$ , maka hipotesis dapat diterima. Untuk mengetahui pengaruh hubungan antar variabel dapat dilihat melalui koefisien jalur.

Tabel 4. 14 *Path Coefficient*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
CA -> PERF	0,320	0,322	0,069	4,672	0,000
EO -> CA	0,189	0,192	0,062	3,075	0,002
EO -> PERF	0,229	0,233	0,061	3,748	0,000
TIC -> CA	0,434	0,434	0,059	7,350	0,000
TIC -> EO	0,584	0,588	0,044	13,382	0,000

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel path coefficient di atas, hasil dari pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis 1 (H1) menunjukkan bahwa variabel kapabilitas inovasi teknologi (TIC) berpengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan (EO) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur ( $O = 0.584$ ) dan t statistics  $13.382 > 1.96$  dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ .
2. Hasil pengujian hipotesis 2 (H2) menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (EO) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif (CA) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur ( $O = 0.189$ ) dan t statistics  $3.075 > 1.96$  dengan tingkat signifikansi  $0.002 < 0.05$ .

3. Hasil pengujian hipotesis 3 (H3) menunjukkan bahwa variabel kapabilitas inovasi teknologi (TIC) berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif (CA) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur ( $O = 0.314$ ) dan t statistics  $7.350 > 1.96$  dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ .
4. Hasil pengujian hipotesis 4 (H4) menunjukkan bahwa variabel keunggulan kompetitif (CA) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis (PERF) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur ( $O = 0.320$ ) dan t statistics  $4.672 > 1.96$  dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ .
5. Hasil pengujian hipotesis 5 (H5) menunjukkan bahwa variabel orientasi kewirausahaan (EO) berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis (PERF) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur ( $O = 0.229$ ) dan t statistics  $3.748 > 1.96$  dengan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ .

#### 4.3.2.4 Uji Mediasi

Tabel 4. 15 *Specific Indirect effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
EO -> CA -> PERF	0,061	0,061	0,023	2,632	0,009
TIC -> CA -> PERF	0,139	0,141	0,039	3,585	0,000
TIC -> EO -> CA -> PERF	0,035	0,036	0,014	2,522	0,012
EO -> CA -> PERF	0,061	0,061	0,023	2,632	0,009
TIC -> EO -> PERF	0,134	0,138	0,040	3,376	0,001

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji mediasi pada tabel, dapat disimpulkan beberapa hal terkait uji mediasi dan jalur yang dilalui:

1. Pengaruh EO terhadap CA melalui PERF

Nilai path coefficient untuk jalur  $EO \rightarrow CA \rightarrow PERF$  adalah 0,061 dengan nilai T-statistik sebesar 2,632 dan p-value sebesar 0,009. Karena nilai T-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hubungan ini signifikan. Artinya, orientasi kewirausahaan (Entrepreneurial Orientation/EO) berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan kompetitif (Competitive Advantage/CA) melalui kinerja bisnis (PERF).

2. Pengaruh TIC terhadap CA melalui PERF

Jalur  $TIC \rightarrow CA \rightarrow PERF$  memiliki nilai path coefficient sebesar 0,139, nilai T-statistik 3,585, dan p-value 0,000. Dengan nilai T-statistik yang jauh lebih besar dari 1,96 dan p-value yang sangat kecil ( $p < 0,001$ ), dapat disimpulkan bahwa pengaruh ini sangat signifikan. Ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi teknologi (Technological Innovation Capability/TIC) secara signifikan memengaruhi keunggulan kompetitif (CA) melalui kinerja bisnis (PERF).

3. Pengaruh TIC terhadap EO dan CA melalui PERF

Untuk jalur  $TIC \rightarrow EO \rightarrow CA \rightarrow PERF$ , nilai path coefficient sebesar 0,035 dengan T-statistik 2,522 dan p-value 0,012. Karena T-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05, hubungan ini signifikan. Hal ini mengindikasikan bahwa kapabilitas inovasi

teknologi (TIC) memiliki pengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan (EO) dan keunggulan kompetitif (CA) melalui kinerja bisnis (PERF).

#### 4. Pengaruh EO terhadap CA melalui PERF

Pada pengujian lainnya, jalur  $EO \rightarrow CA \rightarrow PERF$  kembali memiliki nilai path coefficient sebesar 0,061 dengan T-statistik 2,632 dan p-value 0,009. Hasil ini mengonfirmasi bahwa pengaruh ini signifikan, dengan interpretasi yang sama seperti poin pertama.

#### 5. Pengaruh TIC terhadap EO melalui PERF

Jalur  $TIC \rightarrow EO \rightarrow PERF$  menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,134, nilai T-statistik 3,376, dan p-value sebesar 0,001. Karena T-statistik lebih besar dari 1,96 dan p-value di bawah 0,05, hubungan ini signifikan. Artinya, kapabilitas inovasi teknologi (TIC) secara signifikan memengaruhi orientasi kewirausahaan (EO) melalui kinerja bisnis (PERF).

Dari keseluruhan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel mediator (keunggulan kompetitif dan kinerja bisnis) berperan penting dalam memperkuat hubungan antara variabel independen (TIC dan EO) terhadap variabel dependen (PERF). Hubungan-hubungan yang diuji menunjukkan signifikansi yang kuat, dengan p-value yang berada di bawah ambang batas 0,05.

### 4.3.3 Uji Model Fit

Tabel 4. 16 *Model Fit*

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,068	0,074
d_ ULS	0,877	1,036
d_ G	0,217	0,227
Chi-square	330,373	341,156
NFI	0,788	0,781

Sumber : Data primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian model fit, dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini telah menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik dengan data yang ada. Hal ini dapat terlihat dari beberapa indikator utama yang mendukung validitas model.

Nilai SRMR yang baik menurut Bentler & Hu, (1998) harus di bawah 0.080. Sementara itu dalam penelitian ini menunjukkan nilai SRMR sebesar 0.068 dan 0,074 mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat kesalahan residual yang rendah antara matriks kovarian model dan data aktual. Angka ini menunjukkan bahwa perbedaan antara data yang diestimasi oleh model dengan data empiris berada dalam batas yang dapat diterima. Dengan demikian, SRMR mengonfirmasi bahwa model ini cukup representatif terhadap hubungan antar variabel yang diuji.

Indikator lain, yaitu NFI, memiliki nilai sebesar 0.788 (mendekati 1), yang mengindikasikan bahwa model ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan model dasar. Nilai ini mencerminkan kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya secara memadai.

Secara keseluruhan, hasil pengujian menunjukkan bahwa model yang dikembangkan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria kecocokan model (model fit), sehingga dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antar variabel dan menarik kesimpulan yang valid.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **4.4.1 Pengaruh kapabilitas inovasi teknologi terhadap orientasi kewirausahaan**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1 dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa kapabilitas inovasi teknologi memiliki pengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian (Nguyen et al., 2021) yang juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap orientasi kewirausahaan.

Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kemampuan UMK dalam mengadopsi teknologi baru, mengembangkan produk atau layanan inovatif, serta memanfaatkan teknologi secara efisien, maka semakin besar kecenderungan pelaku usaha untuk bersikap proaktif, kreatif, dan inovatif dalam mengelola usaha mereka. Misalnya, UMK dapat menggunakan QRIS untuk mempercepat transaksi digital dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Biasanya, warung makan yang sebelumnya hanya menerima pembayaran tunai kini dapat menggunakan QRIS, sehingga lebih efisien dan mengurangi risiko kesalahan dalam transaksi.

#### 4.4.2 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Hasil didukung penelitian yang sudah dilakukan oleh (Nguyen et al., 2021) yang juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Artinya, pelaku usaha yang proaktif dalam mengeksplorasi peluang pasar dan terus berinovasi mampu menciptakan keunggulan kompetitif yang lebih tinggi dibandingkan pesaing.

Keunggulan ini mencakup kualitas produk, efisiensi biaya, serta kemampuan untuk menawarkan nilai yang lebih unggul kepada pelanggan. UMK yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung memperkenalkan produk dan layanan baru secara terus-menerus, berinvestasi dalam proyek berisiko, dan menyesuaikan bisnis dengan perubahan pasar. Contohnya adalah usaha kuliner di Semarang yang terus memperbarui menu dengan varian makanan baru yang mengikuti tren pasar dan selera konsumen

#### 4.4.3 Pengaruh kapabilitas inovasi teknologi terhadap keunggulan kompetitif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa kapabilitas inovasi teknologi memiliki pengaruh

signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Nguyen et al., 2021) yang juga menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

UMK yang mampu memanfaatkan teknologi secara strategis, seperti meningkatkan efisiensi produksi, menciptakan produk berkualitas tinggi, dan mengembangkan layanan yang relevan dengan kebutuhan pelanggan, lebih mampu bersaing dalam pasar yang kompetitif. Hal ini menunjukkan pentingnya adopsi teknologi sebagai bagian dari strategi bisnis. Dengan memanfaatkan teknologi untuk inovasi berkelanjutan, perusahaan dapat memperkuat posisi kompetitifnya, mempercepat pertumbuhan, dan menciptakan lapangan kerja yang lebih baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga memberikan potensi untuk perusahaan menawarkan gaji yang lebih tinggi, yang pada gilirannya mendukung upaya peningkatan UMK secara keseluruhan.

#### 4.4.4 Pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 4 dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa keunggulan kompetitif memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Nguyen et al., 2021) yang juga menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Artinya semakin tinggi

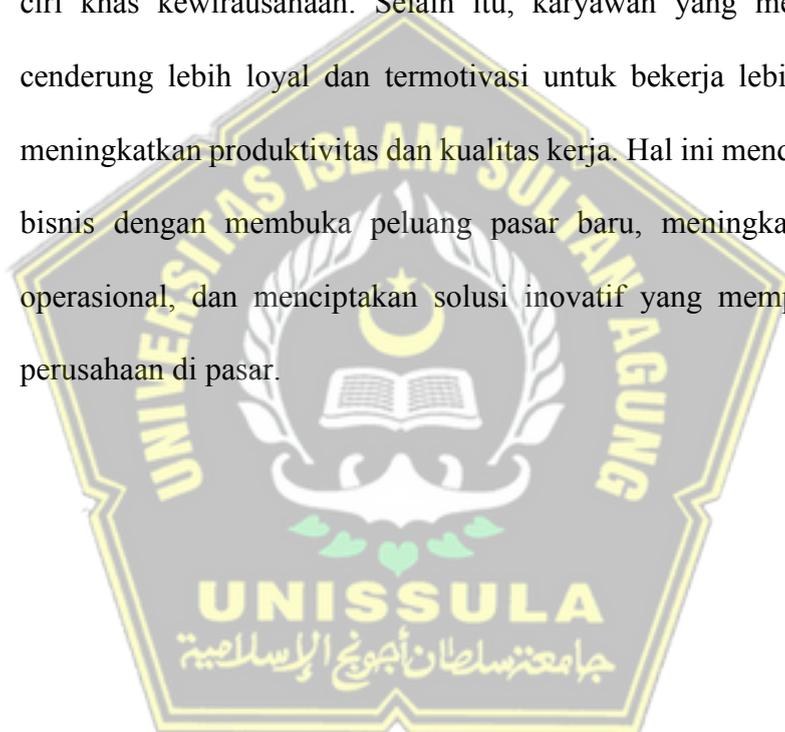
keunggulan kompetitif yang digunakan usaha mikro dan kecil akan semakin meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Penerapan UMK yang kompetitif dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui peningkatan motivasi, retensi, dan inovasi karyawan. Dengan memberikan upah yang layak, perusahaan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih keras dan loyal, serta meningkatkan kualitas dan produktivitas kerja. Keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari kebijakan gaji yang adil juga mendorong terciptanya inovasi dan kreativitas, memperkuat posisi perusahaan di pasar. Selain itu, kesejahteraan karyawan yang terjaga berkontribusi pada kepuasan kerja dan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja bisnis melalui peningkatan daya saing, loyalitas pelanggan, dan pertumbuhan perusahaan.

#### 4.4.5 Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 5 dalam penelitian ini, diperoleh hasil bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Hasil ini didukung penelitian yang dilakukan oleh (Nguyen et al., 2021) yang juga menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku usaha mikro dan kecil akan semakin meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Penerapan UMK yang memadai dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui pengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan, dengan mendorong karyawan untuk lebih kreatif, inovatif, dan berkomitmen dalam pekerjaan mereka. UMK yang tinggi memberikan rasa aman finansial yang memungkinkan karyawan untuk fokus pada pengembangan ide-ide baru dan mengambil risiko yang lebih terkelola, yang merupakan ciri khas kewirausahaan. Selain itu, karyawan yang merasa dihargai cenderung lebih loyal dan termotivasi untuk bekerja lebih keras, yang meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja. Hal ini mendukung kinerja bisnis dengan membuka peluang pasar baru, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan solusi inovatif yang memperkuat posisi perusahaan di pasar.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan tujuan tersebut, pertanyaan penelitian yang diajukan adalah apakah terdapat pengaruh langsung dari kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif terhadap kinerja bisnis. Untuk menjawab pertanyaan penelitian ini, dilakukan kajian pustaka yang mendalam terkait variabel-variabel seperti kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, keunggulan kompetitif, serta kinerja bisnis, serta hubungan di antara variabel-variabel tersebut. Hasil kajian pustaka menghasilkan lima hipotesis yang perlu diuji.

Berdasarkan analisis data, seluruh hipotesis yang diajukan terbukti atau diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kapabilitas inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, kapabilitas inovasi teknologi berpengaruh positif terhadap keunggulan kompetitif, keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat mengenai pentingnya kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif dalam meningkatkan kinerja bisnis.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh usaha mikro dan kecil (UMK) dalam mendukung peningkatan kinerja bisnis melalui pemanfaatan kapabilitas inovasi teknologi, orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif antara lain:

### 1. Peningkatan Kapabilitas Inovasi Teknologi

Kapabilitas inovasi teknologi sebagai pondasi utama untuk mendorong daya saing. Kapabilitas ini mencakup kemampuan menciptakan dan beradaptasi dengan teknologi baru, yang memungkinkan UMK untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan nilai tambah pada produk dan layanan. Selain itu, UMK perlu memastikan bahwa teknologi yang diadopsi dapat diintegrasikan secara efektif ke dalam proses bisnis mereka. Dengan cara ini, UMK dapat lebih responsif terhadap perubahan pasar dan memperkuat posisi kompetitif mereka. UMK perlu mengintegrasikan teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi produksi dan daya saing produk. Misalnya UMK dapat mengadopsi teknologi seperti Qris untuk mempermudah transaksi pembayaran. Penggunaan Qris memungkinkan UMK untuk meningkatkan efisiensi dalam proses pembayaran, mengurangi biaya transaksi, dan mempercepat layanan kepada pelanggan. Selain itu, UMK perlu memastikan bahwa teknologi seperti Qris dapat diintegrasikan secara efektif dalam sistem

pembayaran mereka, sehingga dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dan memperkuat posisi kompetitif mereka di pasar. Dengan cara ini, UMK menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar dan dapat meningkatkan daya saing produk serta layanan mereka.

## 2. Peningkatan Orientasi kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan menjadi elemen penting yang harus dikembangkan untuk memastikan keberhasilan inovasi teknologi menjadi keunggulan kompetitif. UMK harus mendorong keberanian dalam mengambil risiko, terutama dalam mengembangkan produk baru atau menjelajahi pasar baru. Kepekaan terhadap peluang pasar juga harus diasah melalui analisis pasar yang berkelanjutan. Sikap proaktif dalam menghadapi tantangan bisnis, ditambah dengan kreativitas dan inovasi yang konsisten dalam produk atau layanan, dapat membantu UMK menjadi lebih kompetitif di industri mereka. Pelaku usaha harus membangun kemampuan berinovasi, berpikir kreatif, dan berani mengambil risiko untuk mengatasi tantangan pasar.

## 3. Peningkatan Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif harus menjadi tujuan strategis dari setiap kegiatan inovasi dan kewirausahaan. UMK perlu berfokus pada penciptaan nilai tambah yang unik bagi pelanggan dan menjaga konsistensi kualitas produk atau layanan. Kemampuan bersaing dalam hal harga dan kualitas harus diimbangi dengan diferensiasi yang jelas,

seperti menawarkan fitur unik atau solusi yang tidak dimiliki oleh pesaing. Selain itu, UMK harus membangun loyalitas pelanggan melalui layanan yang unggul dan interaksi yang bermakna dengan pelanggan, sehingga hubungan jangka panjang dapat terjaga. UMK dapat meningkatkan kualitas produk atau layanan untuk menciptakan nilai tambah dibandingkan dengan pesaing.

## 5.2 Rencana Penelitian ke Depan

Berdasarkan analisis dengan menambah variabel dalam model untuk meningkatkan kemampuan prediktifnya. Nilai R-square yang rendah pada variabel Kinerja Bisnis (PERF) menunjukkan bahwa model saat ini belum mampu menjelaskan variabilitas kinerja bisnis secara memadai. Artinya, masih ada faktor-faktor lain yang memengaruhi kinerja bisnis yang belum tercakup dalam model saat ini. Oleh karena itu, untuk memperbaiki model ini, disarankan untuk menambahkan variabel Agility Organization. Kelincahan organisasi (Agility Organization) merupakan kemampuan perusahaan untuk merespons perubahan pasar, teknologi, dan lingkungan bisnis secara cepat dan adaptif. Variabel ini relevan karena dapat memperkuat hubungan antara kapabilitas dinamis dan inovasi teknologi dengan kinerja bisnis. Kelincahan memungkinkan perusahaan untuk menghadapi tantangan secara efisien, mempercepat implementasi strategi, dan meningkatkan daya saing di pasar. Pada usaha mikro dan kecil, kelincahan organisasi akan memberikan kontribusi penting untuk menghadapi tantangan yang terus berubah, mempercepat implementasi

strategi, serta meningkatkan daya saing di pasar. Dengan menambahkan variabel ini, model diharapkan dapat lebih akurat menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis dan memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang lebih signifikan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, I. P. P., & Mandala, K. (2017). *KEUNGGULAN KOMPETITIF DAN KINERJA PERUSAHAAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Industri pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia . Industri pariwisata dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang be. 6(11), 6090–6119.*
- Afiyati, Murni, S., & Hariadi, P. (2019). Umkm Di Kabupaten Purbalingga. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi, 21.*
- Akhyar, C., Ikramuddin, I., Yusuf Iis, E., & Mariyudi, M. (2021). Determinants of Msme Competitiveness in Aceh Province. *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS), 1(2), 137–148.* <https://doi.org/10.54443/ijerlas.v1i2.46>
- Al-Douri, J. A. (2018). The impact of supply chain management approaches on supply chain performance in Iraq. *International Journal of Supply Chain Management, 7(5), 13–21.*
- Alamsyah, M. F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kualitas Manajemen Keuangan terhadap Kinerja Keuangan pada UKM Meubel di Kota Gorontalo. *Forum Ekonomi, 22(2), 245–255.* <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Alrubaiee, L., Alzubi, H. M., Hanandeh, R., & Ali, R. Al. (2015). Investigating the Relationship Between Knowledge Management Processes and Organizational Performance The Mediating Effect of Organizational Innovation. *International Review of Management and Business Research, 4(4), 989–1009.*
- Alvarez-Torres, F. J., Lopez-Torres, G. C., & Schiuma, G. (2019). Linking entrepreneurial orientation to SMEs' performance: Implications for entrepreneurship universities. *Management Decision, 57(12), 3364–3386.* <https://doi.org/10.1108/MD-11-2018-1234>
- Arison Nainggolan. (2018). Competitive Advantage Dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan. *Jurnal Manajemen, 4, 1–14.*
- Aristio, A. P., Supardi, S., Hendrawan, R. A., & Hidayat, A. A. (2019). Analysis on purchase intention of Indonesian backpacker in accommodation booking through online travel agent. *Procedia Computer Science, 161, 885–893.* <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.196>
- Bentler, P. M., & Hu, L. (1998). Fit indices in covariance structure modeling: Sensitivity to underparameterized model misspecification. *Psychological Methods, 3(4), 424–453.*
- Covin, J. G., Green, K. M., & Slevin, D. P. (2006). Strategic\_Process\_Effects\_on\_the\_Entrepr. *Entrepreneurship Theory and Practice, 57–81.*

- Cristina, C., Araújo, S. De, Julho, U. N. De, Paulo, S., & Bitencourt, C. (2018). *Identifying and assessing the scales of dynamic capabilities : a systematic literature review*. 25(459491), 390–412. <https://doi.org/10.1108/REGE-12-2017-0021>
- Dabić, M., Lažnjak, J., Smallbone, D., & Švarc, J. (2019). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance: Evidence from Croatia. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 522–544. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2018-0117>
- Dianti, Y. (2017). 濟無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)
- Fatmawati, R. A. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran pada Warung Kucingan/Angkringan di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 351–352.
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2019). Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Dampak Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm. *Majalah Ilmiah DIAN ILMU*, 18(1). <https://doi.org/10.37849/midi.v18i1.110>
- Fihartini, Y., Helmi, A., Hassan, M., & Oesman, Y. M. (2021). Perceived health risk, online retail ethics, and consumer behavior within online shopping during the covid-19 pandemic. *Innovative Marketing*, 17(3), 17–29. [https://doi.org/10.21511/im.17\(3\).2021.02](https://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.02)
- Finamore, P. da S., Kós, R. S., Corrêa, J. C. F., D, Collange Grecco, L. A., De Freitas, T. B., Satie, J., Bagne, E., Oliveira, C. S. C. S., De Souza, D. R., Rezende, F. L., Duarte, N. de A. C. A. C. D. A. C., Grecco, L. A. C. A. C., Oliveira, C. S. C. S., Batista, K. G., Lopes, P. de O. B., Serradilha, S. M., Souza, G. A. F. de, Bella, G. P., ... Dodson, J. (2021). No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(February), 2021. <https://doi.org/10.1080/09638288.2019.1595750><https://doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><http://dx.doi.org/10.1080/17518423.2017.1368728><https://doi.org/10.1016/j.ridd.2020.103766><https://doi.org/10.1080/02640414.2019.1689076><https://doi.org/>
- Gani, A. A. M. O., Al Rahbi, A. H. S. S., & Ahmed, E. R. (2021). Empirical Analysis on Corporate Transparency, Competitive Advantage, and Performance: An Insight of Muscat Securities Market. *Journal of Governance and Integrity*, 4(2), 96–102. <https://doi.org/10.15282/jgi.4.2.2021.6091>
- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651–661. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2006.04.003>

- Ince, H., Imamoglu, S. Z., & Turkcan, H. (2016). The Effect of Technological Innovation Capabilities and Absorptive Capacity on Firm Innovativeness: A Conceptual Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 764–770. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.078>
- Influence, T. H. E., Entrepreneurial, O. F., On, O., Advantage, C., Performance, C., & Delivery, I. N. (2023). *Machine Translated Translated by by Google Google THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON INNOVATION , COMPETITIVE ADVANTAGE AND COMPANY PERFORMANCE IN DELIVERY COMPANY Machine Translated Translated by by Google Google*. 9(2), 230–242.
- ISSN Cetak: 0853-2516 ISSN Online: 2620-7451*. (2018). 18(1), 54–70.
- Jahanshahi, A. A., . S. M. S. K., & . B. K. P. (2011). Electronic Commerce Applications among Indian Small and Medium Enterprises. *Information Management and Business Review*, 2(6), 276–286. <https://doi.org/10.22610/imbr.v2i6.908>
- Karim, N. A. (2015). *Machine Translated by Google Industri*. 200, 413–423.
- Koentjoro, S., & Gunawan, S. (2020). Managing knowledge, dynamic capabilities, innovative performance, and creating sustainable competitive advantage in family companies: A case study of a family company in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3). <https://doi.org/10.3390/JOITMC6030090>
- Kurnia, A., & Laksmi, A. (2016). Pengaruh Owner's Expertise pada Business Performance. *Jurnal Business & Management*, 16(Pengaruh Fleksibilitas), 25–42. <https://jurnal.uns.ac.id/jbm/article/view/4074/3536>
- Lailah, F. A., & Soehari, T. D. (2020). the Effect of Innovation, Information Technology, and Entrepreneurial Orientation on Business Performance. *Akademika*, 9(02), 161–176. <https://doi.org/10.34005/akademika.v9i02.914>
- Lestari, E., & Bahar, H. (2021). Analysis of the Capability of Sales Strategies on the Performance of Msmes in Batam City in the Face of the Covid 19 Situation. *Journal of Applied Business Administration*, 5(1), 76–83. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i1.2705>
- Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and consequences of innovation and business strategy on performance and competitive advantage of SMEs. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 365–378. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO6.365>
- Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440–449. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2008.02.004>

- Linda, M. R., & Rahim, R. (2022). *Kinerja Bisnis UMKM : Peran Keunggulan Kompetitif , Penawaran Praktik dan Inovasi Manajemen Rantai Machine Translated by Google Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah*. 31–46.
- Lumpkin G. T, & Dess Gregory G. (2013). *Clarifying the Entrepreneurial Orientation construct and linking itof performance, Academy of Management review, 21. 21.*
- Nguyen, P. V, Thi, H., Huynh, N., Nguyen, L., Lam, H., Hong, N., & Nguyen, X. (2021). *Heliyon Dampak kepemimpinan kewirausahaan pada kinerja UKM : the efek mediasi dari faktor organisasi*. 7.
- Nurdianti, A. R., Prastawa, H., & Budiawan, W. (2017). Organisasi Pada Umkm Handycraft Dan Tas Di Semarang. *Industrial Engineering Journal Vo, 6(2)*, 11. [ejournal3.undip.ac.id](http://ejournal3.undip.ac.id)
- O'Regan, N., Ghobadian, A., & Sims, M. (2006). Fast tracking innovation in manufacturing SMEs. *Technovation, 26(2)*, 251–261. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2005.01.003>
- Purba, M. A. (2019). Analisis Penerapan Sak Emkm Pada Penyusunan Laporan Keuangan Umkm Di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Bareleng, 3(2)*, 55–63. <https://doi.org/10.33884/jab.v3i2.1219>
- Rajapathirana, R. P. J., & Hui, Y. (2018). Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. *Journal of Innovation and Knowledge, 3(1)*, 44–55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- Rampersad, G., Plewa, C., & Troshani, I. (2012). Investigating the use of information technology in managing innovation: A case study from a university technology transfer office. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M, 29(1)*, 3–21. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2011.09.002>
- Rinawiyanti, E. D., & Lianto, B. (2019). Investigasi Kapabilitas Inovasi Teknologi pada Industri Alas Kaki di Jawa Timur. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(4)*, 597–613. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i4.115>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). Evaluating the fit of structural equation models: Tests of significance and descriptive goodness-of-fit measures. *MPR-Online, 8(2)*, 23–74.
- Schulze, J. H., & Pinkow, F. (2020). Leadership for organisational adaptability: How enabling leaders create adaptive space. *Administrative Sciences, 10(3)*, 0–22. <https://doi.org/10.3390/admsci10030037>
- Setia, B. I., Yuniarsih, T., Sojanah, J., Kusnendi, K., Ahman, E., & Pangestu, E. (2023). University Sustainability Competitive Advantage in Facing Technological Changes. *Trikonomika, 22(1)*, 10–18.

<https://doi.org/10.23969/trikonomika.v22i1.8811>

- Sinulingga, Y. D. O. B., Siahaan, A. M., & Siboro, D. T. (2024). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kecamatan Kabanjahe. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 332–339. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i1.709>
- Soegihono, L. F., & Yuniawan, A. (2023). Pengaruh Inovasi Terhadap Performa Usaha Melalui Keunggulan Bersaing Pada UMKM Syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4762. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.11411>
- Suharyati, E. N. (2021). 2996-9359-1-Pb. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, Vol. 7(1), 11–26.
- Teece, D. J. (2012). Dynamic Capabilities: Routines versus Entrepreneurial Action. *Journal of Management Studies*, 49(8), 1395–1401. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.01080.x>
- Tutar, H., Nart, S., & Bingöl, D. (2015). The Effects of Strategic Orientations on Innovation Capabilities and Market Performance: The Case of ASEM. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 207, 709–719. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.10.144>
- Utami, A. K., Pascasarjana, P., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., & Wilopo, S. (2018). *Machine Translated by Google Machine Translated by Google*. 7(79), 140–149.
- Wang, G., & Miao, C. F. (2015). Effects of sales force market orientation on creativity, innovation implementation, and sales performance. *Journal of Business Research*, 68(11), 2374–2382. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.03.041>
- Wijaya, N. S., Rahmayanti, P. L. D., Darsana, I. M., & Wardana, M. A. (2023). Pentingnya Kapabilitas Inovasi dalam Meningkatkan Performa Bisnis. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 226–235. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i2.66519>
- Zhai, Y. M., Sun, W. Q., Tsai, S. B., Wang, Z., Zhao, Y., & Chen, Q. (2018). An empirical study on entrepreneurial orientation, absorptive capacity, and SMEs' innovation performance: A sustainable perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2). <https://doi.org/10.3390/su10020314>