

Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Kapabilitas Inovasi terhadap Kinerja UMKM

Eddy Silamat¹, Agus Yulistiyono², Aliming Bassi³

¹Pat Petulai University

²Manajemen, Universitas Muhammadiyah Tangerang

³Universitas Tamansiswa Palembang

Info Artikel

Article history:

Received Apr, 2026

Revised Apr, 2026

Accepted Apr, 2026

Kata Kunci:

Orientasi Kewirausahaan,
Kemampuan Inovasi, Kinerja
UMKM, Keunggulan
Kompetitif, Indonesia

Keywords:

Entrepreneurial Orientation,
Innovation Capabilities, MSME
Performance, Competitive
Advantage, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan memanfaatkan data yang dikumpulkan dari 150 pelaku UMKM melalui kuesioner terstruktur yang diukur menggunakan skala Likert lima poin. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 25, termasuk uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM, yang mengindikasikan bahwa sifat inovatif, proaktif, dan perilaku pengambilan risiko berkontribusi terhadap peningkatan hasil bisnis. Kemampuan inovasi juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, menyoroti pentingnya inovasi produk, proses, dan pemasaran dalam meningkatkan daya saing. Secara bersamaan, kedua variabel tersebut secara signifikan memengaruhi kinerja UMKM, dengan nilai R^2 sebesar 0,627, yang menunjukkan bahwa 62,7% variasi kinerja dijelaskan oleh model. Temuan ini menekankan bahwa integrasi orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi memainkan peran krusial dalam meningkatkan kinerja UMKM. Studi ini memberikan kontribusi teoretis dan implikasi praktis bagi pelaku UMKM dan pembuat kebijakan dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan bisnis di Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial orientation and innovation capabilities on the performance of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. A quantitative approach was used, utilizing data collected from 150 MSME operators via a structured questionnaire measured using a five-point Likert scale. The data were analyzed using SPSS version 25, including validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results indicate that entrepreneurial orientation has a positive and significant influence on MSME performance, suggesting that innovative, proactive traits, and risk-taking behavior contribute to improved business outcomes. Innovation capability also demonstrated a positive and significant influence, highlighting the importance of product, process, and marketing innovation in enhancing competitiveness. Concurrently, both variables significantly influenced SME performance, with an R^2 value of 0.627, indicating that 62.7% of the variation in performance is explained by the model. These findings emphasize that the integration of entrepreneurial orientation and innovation capabilities plays a crucial role in improving SME performance. This study offers theoretical contributions and practical implications for SME practitioners and

policymakers in strengthening business competitiveness and sustainability in Indonesia.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Eddy Silamat
Institution: Pat Petulai University
Email: eddysilamat9@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung fundamental perekonomian Indonesia, yang memainkan peran penting dalam penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi inklusif. Sebagai salah satu penyumbang terbesar PDB nasional (Maymanah, 2022; Sugiri, 2020), UMKM telah menunjukkan ketangguhan yang luar biasa, terutama selama periode gejolak ekonomi seperti pandemi COVID-19 dan gelombang transformasi digital yang sedang berlangsung. Kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan kondisi pasar yang berubah-ubah menyoroti pentingnya strategis mereka dalam mempertahankan stabilitas ekonomi (Marta & Satria, 2015; Rohimah, 2018). Namun, meskipun memiliki ketahanan tersebut, UMKM di Indonesia terus menghadapi tantangan struktural yang persisten, termasuk keterbatasan akses terhadap sumber daya keuangan, tingkat adopsi teknologi yang rendah, serta kemampuan manajerial dan strategis yang belum memadai. Kendala-kendala ini tidak hanya membatasi efisiensi operasional mereka, tetapi juga mengancam daya saing jangka panjang dan keberlanjutan kinerja mereka (Maymanah, 2022; Sugiri, 2020).

Dalam lingkungan bisnis yang semakin volatil, tidak pasti, kompleks, dan ambigu (VUCA), UMKM dituntut untuk beralih dari strategi yang berorientasi pada kelangsungan hidup menuju daya saing yang didorong oleh kapabilitas (Lestari, 2022). Salah satu konstruksi strategis paling menonjol dalam literatur kewirausahaan yang menjelaskan kemampuan adaptasi dan daya saing perusahaan adalah orientasi kewirausahaan (EO). Orientasi kewirausahaan mencerminkan postur strategis perusahaan yang ditandai oleh inovasi, proaktif, dan perilaku pengambilan risiko (Octavia et al., 2017). Perusahaan yang menunjukkan EO yang kuat lebih cenderung mengantisipasi tren pasar, memanfaatkan peluang yang muncul, dan merespons perubahan lingkungan secara efektif. Dalam konteks UMKM (Anggraini et al., 2020; Hujayanti, 2020), signifikansi EO bahkan lebih menonjol, karena pemilik usaha biasanya memegang peran pengambilan keputusan yang terpusat, sehingga secara langsung membentuk arah strategis dan perilaku organisasi. Akibatnya, kehadiran orientasi kewirausahaan yang kuat dapat berfungsi sebagai katalisator untuk penciptaan nilai dan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang terbatas sumber dayanya.

Di luar orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi telah muncul sebagai penentu krusial kinerja perusahaan dalam lanskap bisnis kontemporer. Kemampuan inovasi merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan, menyerap, dan menerapkan pengetahuan baru dalam pengembangan produk, proses, dan strategi pasar (Sari et al., 2023; Zuhroh et al., 2025). Bagi

UMKM, inovasi tidak hanya terkait dengan terobosan teknologi canggih, tetapi juga mencakup perbaikan incremental, praktik adaptif, dan rekombinasi kreatif sumber daya yang ada (Budiman et al., 2023; Farida et al., 2019). Dalam konteks digitalisasi yang pesat dan preferensi konsumen yang terus berkembang, UMKM dengan kemampuan inovasi yang kuat lebih siap untuk meningkatkan efisiensi operasional, memberikan nilai pelanggan yang superior, dan mempertahankan posisi kompetitif. Dari perspektif Resource-Based View (RBV), kemampuan inovasi mewakili aset tak berwujud strategis yang dapat mendorong perbedaan kinerja yang berkelanjutan antarperusahaan.

Meskipun terdapat banyak literatur yang mengkaji hubungan antara orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja perusahaan, temuan empiris tetap terfragmentasi dan tidak pasti, terutama dalam konteks negara berkembang. Beberapa studi melaporkan hubungan langsung dan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan, sementara yang lain menyarankan bahwa hubungan ini bergantung pada variabel perantara atau moderator seperti kemampuan inovasi, dinamika lingkungan, atau ketersediaan sumber daya (Agustina & Arganata, 2023; Fernandes et al., 2024; Kraus et al., 2020). Demikian pula, meskipun kemampuan inovasi secara luas diakui sebagai pendorong kinerja, efektivitasnya dapat bervariasi tergantung pada ukuran perusahaan, karakteristik industri, dan lingkungan kelembagaan. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih integratif yang secara bersamaan mengkaji peran orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi dalam membentuk kinerja UMKM.

Untuk mengatasi kesenjangan ini, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki efek gabungan dan individual dari orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi terhadap kinerja UMKM di Indonesia. Dengan mengadopsi desain penelitian kuantitatif dan menganalisis data yang dikumpulkan dari 150 pelaku UMKM, penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris yang kuat mengenai mekanisme strategis yang mendasari kesuksesan UMKM. Berbeda dengan studi sebelumnya yang sering menganalisis konstruksi ini secara terpisah, penelitian ini mengintegrasikan kedua variabel tersebut dalam kerangka analitis tunggal, sehingga menawarkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efek sinergisnya.

Kontribusi penelitian ini bersifat teoretis dan praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperluas literatur yang ada dengan memperkuat integrasi teori kewirausahaan dan Resource-Based View dalam menjelaskan kinerja UMKM dalam konteks ekonomi berkembang. Penelitian ini juga berkontribusi dalam menyelesaikan inkonsistensi pada temuan sebelumnya dengan memvalidasi secara empiris pengaruh gabungan dari orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi. Secara praktis, temuan ini menawarkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi praktisi UMKM dan pembuat kebijakan dalam merancang intervensi yang mendorong perilaku kewirausahaan dan memperkuat kapasitas inovasi. Upaya semacam itu sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM dan memastikan kontribusi berkelanjutan mereka terhadap pembangunan ekonomi Indonesia.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoretis

Penelitian ini didasarkan pada Resource-Based View (RBV) dan Teori Kewirausahaan. Resource-Based View berpendapat bahwa kinerja perusahaan ditentukan oleh kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya yang berharga, langka, tak tertandingi, dan tak tergantikan (VRIN). Dalam konteks ini, orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi dianggap sebagai sumber daya tak berwujud

strategis yang dapat menghasilkan keunggulan kompetitif (Fernandes et al., 2024; Liu et al., 2023). Sementara itu, teori kewirausahaan menekankan peran perilaku kewirausahaan—seperti proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko—dalam mengidentifikasi peluang dan menciptakan nilai (Pucci et al., 2023; Sukma, 2018). Integrasi perspektif-perspektif ini menunjukkan bahwa UMKM dengan orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi yang kuat lebih mungkin mencapai hasil kinerja yang unggul.

2.2 *Kinerja UMKM*

Kinerja bisnis berfungsi sebagai indikator kritis dalam mengevaluasi sejauh mana suatu perusahaan mencapai tujuan organisasinya. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kinerja umumnya dinilai menggunakan ukuran keuangan dan non-keuangan, termasuk pertumbuhan penjualan, profitabilitas, pangsa pasar, kepuasan pelanggan, dan efisiensi operasional (Latifah et al., 2023; G. Putri et al., 2023). Namun, karena keterbatasan ketersediaan dan keandalan catatan keuangan formal di kalangan UMKM, banyak studi menggunakan pendekatan pengukuran subjektif berdasarkan persepsi pemilik usaha atau manajer (Liana & Denjayanti, 2022; Ludiya & Mulyana, 2020). Selain itu, kinerja UMKM dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal, di mana faktor internal mencakup kemampuan manajerial, orientasi strategis, dan praktik inovasi, sementara faktor eksternal meliputi persaingan pasar, kondisi regulasi, dan akses terhadap sumber daya kritis (Anggraeny, 2023; Octavia et al., 2017). Dalam hal ini, penelitian ini menekankan dimensi strategis internal—khususnya orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi—sebagai penentu utama dalam menjelaskan variasi kinerja UMKM.

2.3 *Orientasi Kewirausahaan*

Orientasi kewirausahaan (EO) mengacu pada postur strategis perusahaan yang mencerminkan praktik kewirausahaannya, gaya pengambilan keputusan, dan kecenderungan perilaku, yang biasanya dikonseptualisasikan melalui tiga dimensi inti: inovasi, proaktifitas, dan pengambilan risiko (Fernandes et al., 2024; Kraus et al., 2020). Inovatifitas menunjukkan kecenderungan perusahaan untuk mendukung kreativitas, eksperimen, dan pengembangan ide atau produk baru; proaktifitas mencerminkan perspektif ke depan dalam mengantisipasi dan bertindak atas peluang pasar di masa depan; sedangkan pengambilan risiko mewakili kesediaan untuk mengalokasikan sumber daya ke usaha yang tidak pasti dengan potensi keuntungan yang substansial. Perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan tinggi cenderung menunjukkan adaptabilitas dan responsivitas yang lebih besar terhadap perubahan lingkungan (Abidin et al., 2022; Taslim & Kadiyono, 2023). Dalam konteks UMKM, orientasi kewirausahaan sering tercermin dalam karakteristik pemilik-manajer, yang memainkan peran sentral dalam membentuk arah strategis dan proses pengambilan keputusan. Orientasi kewirausahaan yang kuat memungkinkan UMKM untuk mengidentifikasi peluang yang muncul, terus berinovasi, dan merespons tekanan persaingan secara efektif. Bukti empiris umumnya mendukung adanya hubungan positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan; namun, beberapa studi menunjukkan bahwa hubungan ini mungkin bergantung pada faktor

kontekstual seperti dinamika industri, ketersediaan sumber daya, dan kemampuan organisasi.

2.4 Kemampuan Inovasi

Kemampuan inovasi merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan, mengembangkan, dan mengimplementasikan ide-ide baru yang menciptakan nilai, mencakup berbagai bentuk inovasi seperti inovasi produk, proses, dan pemasaran. Inovasi produk melibatkan pengenalan barang atau jasa baru atau yang ditingkatkan, inovasi proses berkaitan dengan peningkatan dalam aktivitas produksi atau operasional yang meningkatkan efisiensi dan kualitas (Sari et al., 2023; Zuhroh et al., 2025), sementara inovasi pemasaran mencakup pengembangan strategi baru dalam penetapan harga, promosi, atau distribusi untuk menjangkau dan melibatkan pelanggan dengan lebih baik. Bagi UMKM, kemampuan inovasi sangat penting dalam mempertahankan daya saing, terutama dalam lingkungan pasar yang berkembang pesat. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM cenderung mengandalkan fleksibilitas, kreativitas, dan interaksi yang erat dengan pelanggan sebagai pendorong utama inovasi (Budiman et al., 2023; Farida et al., 2019). Kemampuan ini memungkinkan UMKM untuk membedakan penawaran mereka, mengoptimalkan biaya operasional, dan beradaptasi secara efektif terhadap preferensi konsumen yang terus berubah. Bukti empiris secara konsisten mendukung hubungan positif antara kemampuan inovasi dan kinerja perusahaan, yang menunjukkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam inovasi berkelanjutan cenderung mencapai pertumbuhan, profitabilitas, dan daya saing pasar yang lebih tinggi. Meskipun demikian, efektivitas inovasi bergantung pada kapasitas perusahaan untuk mengintegrasikan pengetahuan, mengelola sumber daya secara efisien, dan menyelaraskan strategi inovasi dengan permintaan pasar yang terus berkembang.

2.5 Pengembangan Hipotesis

Orientasi kewirausahaan secara luas diakui sebagai pendorong utama kinerja perusahaan, terutama melalui dimensi intinya yaitu inovasi, proaktifitas, dan pengambilan risiko. Perusahaan yang menunjukkan orientasi kewirausahaan yang kuat lebih mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang muncul, sehingga mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan posisi pasar (Anggraini et al., 2020; Handayani & Hidayati, 2022; Octavia et al., 2017). Dalam konteks UMKM, orientasi kewirausahaan memainkan peran penting karena pemilik usaha sering kali bertindak sebagai pengambil keputusan utama yang membentuk arah strategis dan efektivitas operasional. Bukti empiris umumnya menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja perusahaan, yang mengindikasikan bahwa UMKM dengan tingkat orientasi kewirausahaan yang lebih tinggi cenderung mengalami pertumbuhan dan hasil keuangan yang lebih baik. Namun, beberapa studi menyoroti bahwa hubungan ini mungkin tidak selalu langsung, karena dapat dipengaruhi oleh variabel strategis lain, terutama kemampuan inovasi, yang bertindak sebagai mekanisme yang menerjemahkan perilaku kewirausahaan menjadi hasil kinerja yang nyata.

Di sisi lain, kemampuan inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM dengan memungkinkan perusahaan menciptakan nilai melalui

pengembangan produk, layanan, dan proses baru. UMKM yang secara aktif berinvestasi dalam inovasi berada dalam posisi yang lebih baik untuk merespons perubahan pasar yang dinamis, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan (Nur Probohudono et al., 2025; Suwanto et al., 2022). Studi empiris secara konsisten menegaskan bahwa kemampuan inovasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan maupun non-keuangan, karena memungkinkan perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing dan meningkatkan efisiensi operasional. Selain itu, orientasi kewirausahaan sering dianggap sebagai prasyarat bagi kemampuan inovasi, karena perusahaan dengan karakteristik kewirausahaan yang kuat cenderung lebih terlibat dalam aktivitas kreatif dan berorientasi pada peluang (Kussudyarsana et al., 2023; Suwanto et al., 2022). Hubungan ini menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak hanya mempengaruhi kinerja secara langsung tetapi juga secara tidak langsung melalui pengembangan kemampuan inovasi. Berdasarkan kerangka teoritis dan temuan empiris sebelumnya, penelitian ini mengusulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi, baik secara individual maupun simultan, memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

H1: Orientasi kewirausahaan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

H2: Kemampuan inovasi memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

H3: Orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi secara simultan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji hubungan kausal antara orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan kinerja UMKM. Metode kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hipotesis secara statistik dan generalisasi temuan berdasarkan data numerik. Penelitian ini berfokus pada identifikasi pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen melalui analisis regresi.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia yang beroperasi di berbagai sektor, termasuk kuliner, perdagangan, dan jasa. Mengingat sifat populasi yang luas dan beragam, teknik sampling digunakan untuk memastikan bahwa responden yang dipilih mewakili karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini mengadopsi teknik sampling purposif, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu pemilik atau manajer UMKM yang secara aktif terlibat dalam pengambilan keputusan bisnis, usaha yang telah beroperasi setidaknya selama satu tahun, dan UMKM yang telah menjalankan kegiatan usaha secara berkelanjutan selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, sebanyak 150 responden dipilih sebagai sampel, yang dianggap cukup dan tepat untuk melakukan analisis statistik menggunakan regresi linier berganda.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang didistribusikan langsung kepada pelaku UMKM. Kuesioner tersebut dikembangkan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan dari penelitian sebelumnya dan disesuaikan dengan konteks penelitian. Semua item pengukuran dinilai menggunakan skala Likert lima poin, berkisar dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), yang memungkinkan pengukuran yang efektif terhadap persepsi responden mengenai orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan kinerja UMKM.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini melibatkan satu variabel dependen dan dua variabel independen. Definisi operasionalnya disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Orientasi Kewirausahaan (X1)	Orientasi strategis perusahaan yang mencerminkan perilaku inovatif, proaktif, dan keberanian mengambil risiko	Inovativitas, Proaktivitas, Pengambilan Risiko	Likert (1-5)
Kapabilitas Inovasi (X2)	Kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan mengimplementasikan ide-ide baru dalam produk, proses, dan pemasaran	Inovasi Produk, Inovasi Proses, Inovasi Pemasaran	Likert (1-5)
Kinerja UMKM (Y)	Tingkat keberhasilan UMKM dalam aspek keuangan dan non-keuangan	Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Pangsa Pasar, Kepuasan Pelanggan	Likert (1-5)

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS versi 25 melalui beberapa tahap sistematis. Pertama, analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan karakteristik responden dan distribusi jawaban untuk setiap variabel penelitian. Hal ini dilanjutkan dengan uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product-Moment, di mana item pengukuran dianggap valid jika koefisien korelasinya melebihi 0,30. Selanjutnya, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan Cronbach's Alpha, dengan nilai ambang batas 0,70 untuk memastikan konsistensi instrumen pengukuran. Selain itu, uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan statistik, termasuk uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov, uji multikolinearitas menggunakan Variance Inflation Factor (VIF < 10), dan uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser (nilai signifikansi > 0,05).

Selanjutnya, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dengan model regresi dirumuskan sebagai $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \epsilon$, di mana Y mewakili kinerja UMKM, X1 menunjukkan orientasi kewirausahaan, X2 mewakili kemampuan inovasi, α adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi, dan ϵ adalah istilah kesalahan. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk menilai efek parsial masing-masing variabel independen, uji F untuk mengevaluasi efek simultan dari semua variabel

independen, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur daya penjas model dalam menjelaskan variasi kinerja UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Penelitian ini melibatkan 150 pelaku UMKM di Indonesia. Distribusi demografisnya disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	87	58.0
	Perempuan	63	42.0
Usia	< 25 tahun	20	13.3
	25–45 tahun	96	64.0
	> 45 tahun	34	22.7
Tingkat Pendidikan	SMA	69	46.0
	Sarjana	57	38.0
	Lainnya	24	16.0
Sektor Usaha	Kuliner	60	40.0
	Perdagangan	45	30.0
	Jasa	30	20.0
	Lainnya	15	10.0
Lama Usaha	< 3 tahun	36	24.0
	3–7 tahun	72	48.0
	> 7 tahun	42	28.0

Karakteristik responden yang disajikan dalam Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM dalam penelitian ini adalah laki-laki (58,0%), meskipun partisipasi perempuan juga cukup besar (42,0%), yang mencerminkan keterlibatan gender yang relatif seimbang dalam kegiatan UMKM. Dari segi usia, sebagian besar responden berada dalam rentang usia produktif 25–45 tahun (64,0%), yang menunjukkan bahwa sampel didominasi oleh individu yang secara aktif terlibat dalam pengembangan bisnis dan pengambilan keputusan. Mengenai latar belakang pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA (46,0%), diikuti oleh mereka yang memiliki gelar sarjana (38,0%), yang menunjukkan tingkat pendidikan formal yang cukup baik di kalangan pelaku UMKM. Dari perspektif sektor usaha, sektor kuliner mendominasi (40,0%), diikuti oleh perdagangan (30,0%) dan jasa (20,0%), yang sejalan dengan struktur UMKM yang umum di Indonesia. Selain itu, sebagian besar usaha telah beroperasi selama 3–7 tahun (48,0%), menunjukkan bahwa responden umumnya memiliki pengalaman yang cukup dalam mengelola usaha mereka. Secara keseluruhan, karakteristik ini menunjukkan bahwa sampel mewakili pelaku UMKM yang aktif dan memiliki pengalaman sedang dengan latar belakang sektoral yang beragam, sehingga memberikan dasar yang andal untuk menganalisis hubungan antara orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan kinerja bisnis.

4.2 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menilai persepsi responden terhadap setiap variabel.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variable	Mean	Std. Deviation	Min	Max	Interpretation
Orientasi Kewirausahaan (X1)	3.89	0.57	2.10	5.00	High
Kapabilitas Inovasi (X2)	3.94	0.54	2.20	5.00	High
Kinerja UMKM (Y)	4.07	0.61	2.40	5.00	High

Statistik deskriptif yang disajikan dalam Tabel 3 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian dinilai pada tingkat yang relatif tinggi oleh para pelaku UMKM. Kinerja UMKM menunjukkan nilai rata-rata tertinggi (4,07) dengan simpangan baku sebesar 0,61, yang mengindikasikan bahwa responden secara umum menilai kinerja bisnis mereka kuat, meskipun terdapat variasi yang cukup besar di antara jawaban-jawaban yang diberikan. Kemampuan inovasi juga menunjukkan nilai rata-rata yang tinggi (3,94) dengan simpangan baku yang relatif lebih rendah (0,54), yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden secara konsisten memandang kemampuan mereka untuk berinovasi—baik dalam produk, proses, maupun pemasaran—sebagai kemampuan yang sudah berkembang dengan baik. Demikian pula, orientasi kewirausahaan mencatat nilai rata-rata 3,89 dengan simpangan baku 0,57, yang mencerminkan bahwa pelaku UMKM cenderung menunjukkan perilaku yang proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko. Nilai minimum dan maksimum di seluruh variabel lebih lanjut menunjukkan bahwa meskipun beberapa responden melaporkan tingkat yang lebih rendah, kecenderungan secara keseluruhan condong ke arah persepsi positif. Secara kolektif, temuan ini menunjukkan bahwa UMKM dalam studi ini memiliki kemampuan internal yang relatif kuat, yang kemungkinan besar akan berkontribusi positif terhadap kinerja bisnis mereka.

4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Semua item pengukuran menunjukkan koefisien korelasi Pearson berkisar antara 0,512 hingga 0,812, melebihi ambang batas 0,30, yang menunjukkan validitas.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach’s Alpha	Threshold	Result
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.841	0.70	Reliable
Kapabilitas Inovasi (X2)	0.856	0.70	Reliable
Kinerja UMKM (Y)	0.873	0.70	Reliable

Hasil uji reliabilitas yang disajikan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa semua variabel penelitian menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi, sebagaimana tercermin dari nilai Cronbach’s Alpha yang melebihi ambang batas 0,70. Secara spesifik, orientasi kewirausahaan mencatat nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,841, kemampuan inovasi sebesar 0,856, dan kinerja UMKM sebesar 0,873, yang semuanya termasuk dalam kategori reliabilitas yang kuat. Temuan ini menegaskan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini stabil dan konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dianggap andal untuk analisis statistik lebih lanjut, terutama dalam menilai hubungan antara orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi, dan kinerja UMKM.

4.4 Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Hasil Uji Asumsi Klasik

Test Type	Indicator	Result
-----------	-----------	--------

Normality	Kolmogorov-Smirnov Sig.	0.200
Multicollinearity	VIF (EO = 1.432; IC = 1.432)	< 10
Heteroscedasticity	Glejser Sig. (> 0.05)	0.321; 0.287

Hasil uji asumsi klasik yang disajikan pada Tabel 5 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi statistik yang disyaratkan. Uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi sama-sama sebesar 1,432, jauh di bawah ambang batas 10, yang mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas di antara variabel independen. Selain itu, uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,321 dan 0,287, keduanya melebihi 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model. Secara keseluruhan, hasil ini menegaskan bahwa model regresi secara statistik valid dan cocok untuk analisis lebih lanjut.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Regresi

Variable	Beta	Std. Error	t-value	Sig.
Constant	1.187	0.398	2.984	0.003
Orientasi Kewirausahaan (X1)	0.298	0.081	3.679	0.000
Kapabilitas Inovasi (X2)	0.371	0.077	4.818	0.000

Hasil regresi yang disajikan pada Tabel 6 menunjukkan bahwa baik orientasi kewirausahaan maupun kemampuan inovasi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kinerja UMKM. Nilai konstanta sebesar 1,187 ($p = 0,003$) menunjukkan tingkat kinerja dasar ketika variabel-variabel independen dijaga tetap konstan. Orientasi kewirausahaan menunjukkan koefisien regresi (β) sebesar 0,298 dengan nilai t sebesar 3,679 dan tingkat signifikansi 0,000, yang menunjukkan bahwa hal tersebut memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini menyiratkan bahwa tingkat inovasi, proaktifitas, dan perilaku pengambilan risiko yang lebih tinggi berkontribusi pada peningkatan hasil bisnis. Sementara itu, kemampuan inovasi menunjukkan koefisien yang lebih tinggi ($\beta = 0,371$) dengan nilai t sebesar 4,818 dan tingkat signifikansi 0,000, yang menunjukkan efek positif dan signifikan yang lebih kuat terhadap kinerja dibandingkan dengan orientasi kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun kedua variabel tersebut penting, kemampuan inovasi memainkan peran yang lebih dominan dalam meningkatkan kinerja UMKM, yang menyoroti pentingnya inovasi berkelanjutan dalam mencapai kesuksesan bisnis.

Tabel 7. Ringkasan Model

R	R ²	Adjusted R ²	F-value	Sig.
0.792	0.627	0.621	123.564	0.000

Ringkasan model yang disajikan pada Tabel 7 menunjukkan bahwa model regresi memiliki daya penjelas yang kuat dan signifikan secara statistik. Koefisien korelasi (R) sebesar 0,792 mencerminkan hubungan positif yang kuat antara orientasi kewirausahaan, kemampuan inovasi,

dan kinerja UMKM. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,627 menyiratkan bahwa 62,7% variasi dalam kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh variabel independen yang dimasukkan dalam model, sedangkan 37,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam studi ini. Selain itu, nilai R^2 yang disesuaikan sebesar 0,621 menunjukkan bahwa model tetap kuat setelah memperhitungkan jumlah prediktor. Nilai F sebesar 123,564 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($< 0,05$) menegaskan bahwa model ini secara statistik signifikan dan bahwa orientasi kewirausahaan serta kemampuan inovasi secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini menunjukkan bahwa model ini dapat diandalkan dan sesuai untuk menjelaskan faktor-faktor penentu kinerja UMKM.

Pembahasan

Temuan penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat bahwa orientasi kewirausahaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM ($\beta = 0,298$; $p < 0,001$), memperkuat proposisi utama teori kewirausahaan bahwa perilaku strategis seperti inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko merupakan pendorong kritis daya saing perusahaan. Dalam konteks UMKM, di mana pengambilan keputusan sangat terpusat pada tingkat pemilik-manajer, atribut kewirausahaan ini menjadi semakin menonjol dalam membentuk respons strategis dan pemanfaatan peluang. Namun, penelitian ini memperkaya literatur yang ada dengan menunjukkan bahwa meskipun orientasi kewirausahaan merupakan syarat yang diperlukan untuk peningkatan kinerja, dampaknya tidak sepenuhnya cukup jika berdiri sendiri (Anggraini et al., 2020; Handayani & Hidayati, 2022). Sebaliknya, efektivitasnya secara substansial diperkuat ketika dipadukan dengan kemampuan inovasi yang kuat, yang mengindikasikan hubungan yang lebih kompleks dan dimediasi oleh kemampuan daripada yang diasumsikan secara tradisional.

Sejalan dengan Resource-Based View (RBV), kemampuan inovasi muncul sebagai prediktor yang lebih dominan terhadap kinerja UMKM ($\beta = 0,371$; $p < 0,001$), yang menggarisbawahi peran mereka sebagai aset tak berwujud strategis yang memungkinkan perusahaan menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Koefisien yang lebih tinggi terkait dengan kemampuan inovasi menunjukkan bahwa kemampuan untuk mengubah ide menjadi produk yang dapat dipasarkan, proses yang efisien (B. M. Putri et al., 2022), dan strategi pemasaran yang adaptif merupakan penentu yang lebih langsung terhadap hasil kinerja. Selain itu, efek simultan dari orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi secara statistik signifikan ($F = 123,564$; $p < 0,001$) dengan daya penjas yang substansial ($R^2 = 0,627$), menunjukkan bahwa 62,7% varians dalam kinerja UMKM dapat dijelaskan oleh pengaruh terintegrasi kedua variabel ini. Temuan ini menyoroti interaksi sinergis antara orientasi strategis dan kemampuan operasional, di mana orientasi kewirausahaan bertindak sebagai kekuatan pendorong yang merangsang inovasi, sementara kemampuan inovasi berfungsi sebagai mekanisme di mana niat kewirausahaan dioperasionalkan menjadi peningkatan kinerja yang nyata.

Dari sudut pandang teoretis, studi ini berkontribusi dalam menjembatani kesenjangan antara teori kewirausahaan dan RBV dengan memvalidasi secara empiris bahwa orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi tidak boleh diperlakukan sebagai konstruksi yang terisolasi, melainkan sebagai dimensi strategis yang saling bergantung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemampuan inovasi berfungsi sebagai jalur kritis di mana orientasi kewirausahaan diterjemahkan menjadi peningkatan kinerja perusahaan. Dari perspektif praktis, temuan ini menyiratkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya harus menumbuhkan pola pikir

kewirausahaan, tetapi juga berinvestasi dalam memperkuat infrastruktur inovasi mereka, termasuk integrasi pengetahuan, adopsi teknologi, dan strategi inovasi yang berorientasi pasar. Para pembuat kebijakan, pada gilirannya, memainkan peran krusial dalam memfasilitasi proses ini dengan menyediakan dukungan yang ditargetkan, seperti program pelatihan inovasi, inisiatif transformasi digital, dan akses yang lebih baik terhadap sumber daya teknologi dan keuangan. Pada akhirnya, studi ini menekankan bahwa keselarasan antara orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi sangat penting untuk mencapai kinerja UMKM yang berkelanjutan dan, secara lebih luas, mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang di negara-negara berkembang seperti Indonesia.

5. KESIMPULAN

Studi ini menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi merupakan penentu signifikan terhadap kinerja UMKM di Indonesia. Orientasi kewirausahaan, yang tercermin melalui sifat inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko, telah terbukti secara empiris memberikan pengaruh positif terhadap kinerja bisnis, yang menunjukkan bahwa UMKM dengan pola pikir kewirausahaan yang kuat berada pada posisi yang lebih baik untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar. Selain itu, kemampuan inovasi menunjukkan pengaruh yang lebih kuat terhadap kinerja, menyiratkan bahwa kemampuan untuk mengembangkan dan menerapkan ide-ide baru dalam produk, proses, dan pemasaran memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing dan hasil bisnis; oleh karena itu, inovasi bukan sekadar pilihan tetapi suatu keharusan dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif. Efek simultan dari orientasi kewirausahaan dan kemampuan inovasi semakin mengungkapkan kontribusi substansial terhadap peningkatan kinerja, menyoroti hubungan sinergis keduanya dalam mendorong hasil bisnis yang berkelanjutan dan unggul. Oleh karena itu, pelaku UMKM didorong untuk memperkuat kedua dimensi tersebut secara bersamaan, sementara pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan harus memberikan dukungan melalui pelatihan, akses terhadap teknologi, dan program yang didorong oleh inovasi. Penelitian di masa depan disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti kemampuan digital, orientasi pasar, atau faktor lingkungan eksternal guna mencapai pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z. Z., Rahayu, S. M., Pamungkas, M. G. W. E. N., Handayani, S. R., & Utami, R. B. (2022). Entrepreneurial Knowledge, Market Orientation, Digitalization, and Entrepreneurial Competencies: Evidence from SMEs in Indonesia. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, 4(2), 91–103. <https://doi.org/https://doi.org/10.32996/jefas.2022.4.2.8>
- Agustina, T. S., & Arganata, M. E. P. (2023). Determining Factors in SMEs Innovation Performance: An Empirical Study in Indonesia. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(2 SE-), 149–162. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i2.265>
- Anggraeny, A. J. A. (2023). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KUALITAS SUMBER DAYA MANUSIA DAN KEPUTUSAN PENGAMBILAN RISIKO TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN AKSES PERMODALAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada UMKM Kampung Singkong Salatiga)*.
- Anggraini, F., Ilhamda, T., & Nurhuda, N. (2020). Peranan Intellectual Capital dan Orientasi Kewirausahaan Pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Benefita*, 5(2), 238–251.
- Budiman, D., Ardhiyansyah, A., & Putra, U. N. (2023). *The Effect of Employee Engagement, Marketing Capability and Innovation on Sustainable Customer Loyalty among MSMEs Customers in Indonesia*. 6(2), 96–108.
- Farida, L., Afandi, M. F., Sularso, R. A., Suroso, I., & Putri, N. A. (2019). *How financial literacy, innovation capability, and human capital affect competitive advantage and performance: evidence from creative msme*s.
- Fernandes, E. da S., Grochau, I. H., ten Caten, C. S., Horst, D. J., & Andrade Junior, P. P. (2024). Determinants of the financial performance of social enterprises in an emerging economy: a quantitative analysis. *Social*

- Enterprise Journal*, 20(4), 441–471. <https://doi.org/10.1108/SEJ-04-2023-0043>
- Handayani, E., & Hidayati, N. (2022). PERANAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP INOVASI UKM MELALUI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 19(1), 21–28.
- Hujayanti, D. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM krupuk di Desa Harjosari Lor Kecamatan Adiwerna Kabupaten Tegal. *PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN, ORIENTASI PASAR DAN KEUNGGULAN BERSAING TERHADAP KINERJA UMKM KRUPUK DI DESA HARJOSARI LOR KECAMATAN ADIWERNA KABUPATEN TEGAL*.
- Kraus, S., Li, H., Kang, Q., Westhead, P., & Tiberius, V. (2020). The sharing economy: a bibliometric analysis of the state-of-the-art. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(8), 1769–1786. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2020-0438>
- Kussudyarsana, K., Maulana, H. K., Maimun, M. H., Santoso, B., & Nugroho, M. T. (2023). The Role of Social Capital, Innovation, and Capabilities on MSMEs' Resilience in Economic Hard Times. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 72–89. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.15887>
- Latifah, L., Setiyani, R., & Putri, V. W. (2023). Penguatan Kinerja UMKM Olahan Pangan di Desa Kalisegoro Melalui Peningkatan Keterampilan Implementasi Pembukuan dan Pemasaran. *Surya Abdimas*, 7(1), 148–155.
- Lestari, S. (2022). DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR MSMEs IN THE VUCA ERA (Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity):(Case Study of Snacks MSMEs" The Kriuk"). *Journal Of Humanities, Social Sciences And Business (JHSSB)*, 2(1), 47–53.
- Liana, Y., & Denjayanti, R. N. (2022). PENGARUH MOTIVASI KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP PENINGKATAN KINERJA KARYAWAN MELALUI KOMITMEN ORGANISASI PADA UMKM (STUDI PADA UMKM PAGUYUBAN KERIPIK TEMPE SANAN KOTA MALANG). *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(2), 251–256.
- Liu, Y., Chung, H. F. L., & Mi, L. (2023). Fostering sustainable logistics businesses: the role of innovation ecosystems and institutional contexts for logistics firms in China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(1), 35–53. <https://doi.org/10.1108/APJML-06-2021-0412>
- Ludiya, E., & Mulyana, A. R. (2020). Pengaruh karakteristik wirausaha dan inovasi terhadap kinerja usaha pada umkm fashion di kota cimahi Influence of entrepreneurial characteristics and innovation on business. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(1), 113–120.
- Marta, J., & Satria, D. (2015). Dampak jaminan terhadap peluang memperoleh kredit bagi UMKM di sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 16(1), 1–14.
- Maymanah, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Toko Al Azqia. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang ...*
- Nur Probohudono, A., Suhardjanto, D., Aligarh, F., Chayati, N., & Putra, A. A. (2025). Navigating MSMEs Performance Through Innovation and Digital it Capabilities in Business Strategy. *Djoko and Aligarh, Frank and Chayati, Nur and Putra, Adhitya Agri, Navigating MSMEs Performance Through Innovation and Digital It Capabilities in Business Strategy*, 12, 101810. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101810>
- Octavia, A., Zulfanetti, Z., & Erida, E. (2017). Meningkatkan daya saing daerah melalui peningkatan kinerja bisnis usaha mikro, kecil dan menengah di Provinsi Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan ...*
- Pucci, T., Casprini, E., Zanni, L., & ... (2023). Profiting from the digital integration of the value chain and digital competencies: does open innovation matter for manufacturing SMEs? ... & *Strategic Management*. <https://doi.org/10.1080/09537325.2023.2262054>
- Putri, B. M., Muhar, A. M., & Miraza, Z. (2022). Resource-based view strategy as a determinant of business performance moderated by market orientation in MSMEs culinary sector in Medan city. *Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 48–60.
- Putri, G., Santoso, H. A., & Purwanto, P. (2023). KONTRIBUSI PERCEPATAN INKLUSI DAN LITERASI KEUANGAN BAGI KINERJA UMKM KULINER DI KOTA SURAKARTA. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 10–17.
- Rohimah, A. (2018). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Upaya Penguatan Produk Lokal Umkm Untuk Menembus Pasar Internasional. *Seminar Nasional Call for Paper & ...*, 284–295.
- Sari, D., Kusuma, B. A., Sihotang, J., & Febrianti, T. (2023). The role of entrepreneurial marketing & innovation capability in the performance of SMEs during covid-19 pandemic: Evidence of MSMEs in West Java. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2194091.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Fokus*

- Bisnis : Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1 SE-Articles).
<https://doi.org/10.32639/fokusbisnis.v19i1.575>
- Sukma, A. (2018). Perspektif the resource based view (RBV) dalam membangun competitive advantage. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(01), 75–89.
- Suwanto, S., Sunarsi, D., & Achmad, W. (2022). Effect of Transformational Leadership, Servant Leadershi, and Digital Transformation on MSMEs Performance and Work Innovation Capabilities. *Central European Management Journal*, 30(4), 751–762.
- Taslim, F., & Kadiyono, A. L. (2023). Entrepreneurial orientation of Muslim Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) owners in West Sumatra. *INSPIRA: Indonesian Journal of Psychological Research*, 4(1), 20–28.
- Zuhroh, D., Jermias, J., Ratnasari, S. L., Sriyono, Nurjanah, E., & Fahlevi, M. (2025). The impact of sharing economy platforms, management accounting systems, and demographic factors on financial performance: Exploring the role of formal and informal education in MSMEs. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(1). <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100447>