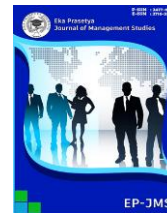




Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION ON COMPETITIVE ADVANTAGE AMONG FOOD-BASED MSMEs IN PONTIANAK CITY

PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEUNGGULAN KOMPETITIF PADA UMKM MAKANAN DI KOTA PONTIANAK

Talsya Nabella¹, Nurliza², Farid Agung Waskita³

^{1,2}Program Studi Agribisnis, Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Tanjungpura, Indonesia

³Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam, Indonesia

Keywords:

Entrepreneurial
Orientation;
Competitive
Advantage;
Food MSMEs;

Abstract. *Increasingly fierce business competition demands that food MSMEs have strategies to build competitive advantage. One strategy considered important is the implementation of an entrepreneurial orientation that includes innovation, proactivity, and risk-taking. This study aims to analyze the influence of entrepreneurial orientation on the competitive advantage of food MSMEs in Pontianak City. The study used a sequential mixed methods approach with quantitative methods as the main approach and supported by qualitative data. A total of 100 food MSMEs were selected using a purposive sampling technique. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). The results showed that the model has strong explanatory power for competitive advantage ($R^2 = 0.851$). Process innovation, product innovation, initiative, and investment have a positive and significant effect on competitive advantage. Conversely, marketing innovation and market opportunities do not show a significant effect. The investment indicator is the factor that makes the largest contribution to building competitive advantage for food MSMEs. These findings indicate that increasing business investment, strengthening process and product innovation, and developing a proactive attitude are key strategies for improving the competitiveness of food MSMEs in Pontianak City. This research provides practical implications for MSMEs and local governments in formulating entrepreneurship development policies that are oriented towards increasing business competitiveness.*

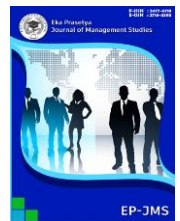
Corresponding author*

Email: talsyaanbl@gmail.com



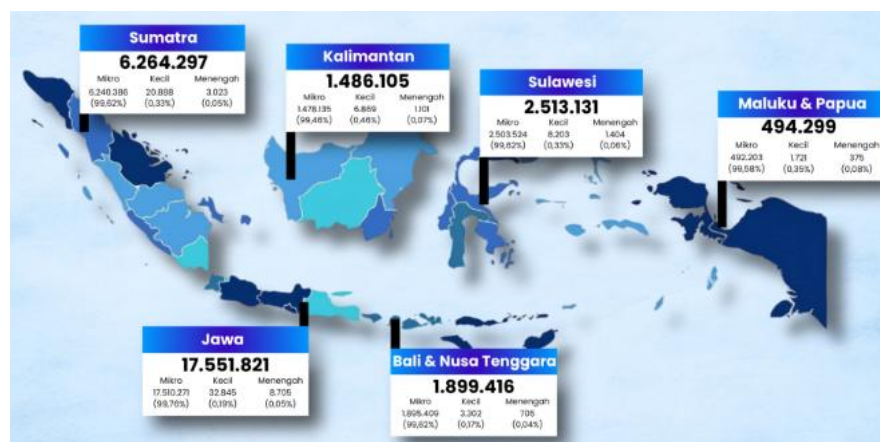
Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



1. PENDAHULUAN

Di era modern yang ditandai dengan dinamika pasar yang bergejolak, perkembangan bisnis di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Fenomena ini ditandai dengan masifnya kemunculan berbagai jenis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta kegiatan usaha baru di tengah masyarakat Kementerian Koperasi dan UKM RI (2024). Tumbuhnya perekonomian nasional tidak dapat dilepaskan dari peran krusial sektor UMKM yang secara mandiri mampu mendorong perekonomian masyarakat sekaligus menjadi pilar utama penyokong laju pertumbuhan ekonomi nasional. Di samping menjadi stimulus ekonomi, UMKM di Indonesia juga memegang peran strategis dalam mengatasi problematika sosial-ekonomi makro, khususnya dalam mereduksi tingkat pengangguran melalui penyediaan lapangan pekerjaan yang luas dan inklusif.



Gambar 1. Jumlah UMKM di Indonesia

Sumber: Kadin Indonesia (2025)

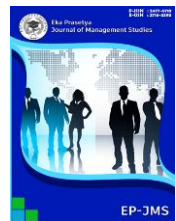
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), sehingga keberlangsungan dan daya saing UMKM menjadi perhatian penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Di antara berbagai sektor UMKM, usaha makanan merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat karena didukung oleh tingginya permintaan masyarakat serta perubahan gaya hidup yang semakin mendorong konsumsi produk kuliner. Keunggulan kompetitif dan sumber daya perusahaan pun terbukti berpengaruh positif terhadap strategi bisnis dan kinerja UMKM (Ariwibowo et al., 2022).

Pentingnya sektor UMKM tercermin secara nyata pada industri makanan dan minuman. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, jumlah UMKM yang bergerak di sektor makanan pada tahun 2025 telah mencapai angka yang fantastis, yakni sebanyak 30,19 juta unit usaha. Sektor ini tidak hanya unggul dalam kuantitas, melainkan juga memberikan kontribusi agregat yang sangat signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional, yaitu mencapai sebesar 61%. Representasi pertumbuhan yang positif ini juga terekam jelas di tingkat regional, salah satunya di Provinsi Kalimantan Barat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kalimantan Barat, jumlah UMKM makanan pada tahun 2024 tercatat sebanyak 46.213 unit usaha. Tingginya populasi usaha ini



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



membuktikan bahwa tingkat konsumsi masyarakat di Provinsi Kalimantan Barat sangat besar, sehingga memberikan implikasi dan dampak positif yang berkelanjutan bagi perputaran roda perekonomian masyarakat lokal. Kota Pontianak, sebagai ibu kota provinsi, menjadi epicentrum pertumbuhan ini dengan mencatatkan diri sebagai wilayah yang memiliki pelaku UMKM terbanyak di Kalimantan Barat, yakni mencapai 6.287 unit usaha aktif yang didominasi oleh sektor makanan dan minuman pada tahun 2025.

Namun, di balik kontribusi ekonominya yang tinggi, pelaku UMKM makanan di Kota Pontianak dihadapkan pada realitas persaingan dunia bisnis yang semakin kompetitif dan sarat tantangan akibat rendahnya hambatan masuk pasar (*barriers to entry*) bagi pendatang baru (Utama et al., 2020). Intensitas persaingan ini semakin diperumit oleh adanya fluktuasi harga bahan baku yang tidak menentu serta perubahan pola konsumsi maupun kebutuhan masyarakat yang bergerak secara dinamis (Yaskun et al., 2023). Fenomena empiris menunjukkan bahwa meskipun UMKM memiliki kemampuan dasar dalam menghimpun berbagai sumber daya yang bernilai, kapabilitas tersebut tidak secara otomatis mentransformasikan usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (*sustained competitive advantage*), terutama ketika beroperasi dalam kondisi pasar yang bergejolak (Barney et al., 2021). Keunggulan kompetitif sejatinya ditentukan oleh derajat kapasitas pelaku usaha dalam mendeteksi peluang pasar secara responsif serta mengeksplorasi nilai strategis dari sumber daya internal secara efektif (Kero & Bogale, 2023). Apabila berbagai tantangan pasar tersebut tidak direspons melalui pendekatan strategis yang adaptif, maka para pelaku UMKM makanan di Kota Pontianak berada dalam posisi rentan untuk tertinggal dan tereliminasi oleh kompetitor bisnis lainnya, mengingat UMKM pada dasarnya membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui sumber daya yang unik dan sulit ditiru (Galli-Debicella, 2021).

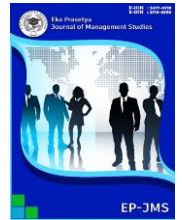
Untuk memitigasi risiko tersebut, orientasi kewirausahaan yang mengintegrasikan dimensi inovasi, sikap proaktif, dan keberanian mengambil risiko dipandang sebagai instrumen penguat utama dalam menstimulasi terciptanya keunggulan kompetitif usaha (Sefanya & Ie, 2024). Penelitian mengenai keterkaitan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif sebenarnya telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Kendati demikian, masih ditemukan adanya kesenjangan penelitian yang krusial untuk dikaji. Di satu sisi, terdapat literatur yang mengonfirmasi adanya pengaruh positif langsung dari orientasi kewirausahaan terhadap daya saing (Sefanya & Ie, 2024) (Utama et al., 2020). Di sisi lain, ditemukan argumen kontra yang menyatakan bahwa dimensi kewirausahaan tidak serta-merta menghasilkan keunggulan kompetitif apabila pelaku usaha minim kapabilitas adaptasi terhadap dinamika lingkungan pasar (Alshahrani & Salam, 2024) (Yaseen et al., 2024).

Selain adanya inkonsistensi hasil mayoritas studi terdahulu masih berfokus pada sektor UMKM secara makro atau terkonsentrasi pada wilayah-wilayah metropolitan tertentu, sehingga gagal menangkap karakteristik unik, struktur fluktuasi bahan baku, serta perilaku konsumsi khas masyarakat di Kota Pontianak, sebagaimana terlihat pada kajian serupa yang masih terfokus pada UMKM sektor olahan makanan di wilayah lain (Utama et al., 2020). Ruang kosong penelitian inilah yang menjadi letak kebaruan dari artikel ilmiah ini. Penelitian ini hadir untuk menjembatani keterbatasan tersebut dengan mengintegrasikan indikator keunggulan kompetitif secara lebih komprehensif, yang meliputi keunggulan biaya (efisiensi dan harga kompetitif) serta diferensiasi produk (desain dan kualitas produk). Melalui pendekatan metode campuran sekuensial (*sequential mixed methods*) dengan analisis *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS), studi ini bertujuan untuk menganalisis secara



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



mendalam dan spesifik bagaimana dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko memengaruhi keunggulan kompetitif pada 100 UMKM makanan di Kota Pontianak. Hasil riset ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis baru dalam memperkaya literatur agribisnis dan manajemen kewirausahaan, sekaligus memberikan rekomendasi praktis berbasis data bagi pelaku usaha lokal dalam mempertahankan eksistensi bisnisnya.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan merupakan pendekatan strategis yang menggambarkan kecenderungan suatu usaha untuk bertindak inovatif, proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis. Dalam usaha kecil dan menengah, orientasi kewirausahaan menjadi penting karena keterbatasan sumber daya menyebabkan pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi peluang, mengambil keputusan secara cepat, serta mengembangkan cara baru untuk menciptakan nilai bagi konsumen. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki keterkaitan yang kuat dengan kemampuan usaha dalam meningkatkan kinerja dan daya saing, meskipun kontribusi setiap dimensinya dapat berbeda tergantung pada konteks usaha dan lingkungan bisnis. (Pulu et al., 2025), menemukan bahwa inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner.

Orientasi kewirausahaan tidak selalu menghasilkan keunggulan kompetitif secara otomatis. Kemampuan tersebut perlu diterjemahkan ke dalam aktivitas bisnis yang menghasilkan nilai bagi pelanggan dan sulit ditiru oleh pesaing. (Indriyani & Tantry Senak, 2024) menunjukkan bahwa entrepreneurial orientation berpengaruh terhadap competitive advantage melalui innovation capability. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa orientasi kewirausahaan berfungsi sebagai pendorong strategis, sedangkan kemampuan mengimplementasikan inovasi menjadi salah satu mekanisme penting dalam mengubah orientasi tersebut menjadi keunggulan kompetitif.

Pada UMKM makanan dan minuman, relevansi orientasi kewirausahaan menjadi semakin kuat karena karakteristik industri yang memiliki perubahan preferensi konsumen relatif cepat, persaingan produk yang tinggi, serta kebutuhan untuk terus melakukan pembaruan produk. (Dwitama & Puspitowati, 2025) menemukan bahwa dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko merupakan aspek penting dalam menjelaskan kinerja UMKM sektor makanan dan minuman.

2.2. Inovasi

Inovasi merupakan salah satu dimensi utama orientasi kewirausahaan yang menunjukkan kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan atau menerapkan gagasan, metode, teknologi, maupun produk baru dalam aktivitas bisnis. Pada UMKM, inovasi tidak terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga dapat diwujudkan melalui pembaruan proses produksi dan metode pemasaran. Inovasi proses dapat meningkatkan efisiensi operasional, inovasi produk dapat meningkatkan nilai yang diterima konsumen, sedangkan inovasi pemasaran dapat membantu usaha menjangkau pasar secara lebih luas.

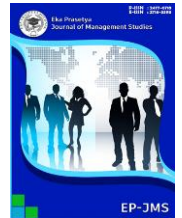
Hubungan inovasi dengan keunggulan kompetitif semakin penting pada sektor makanan karena produk relatif mudah ditiru dan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan. Oleh karena itu, diferensiasi melalui kualitas, desain, variasi, maupun karakteristik produk dapat menjadi sumber keunggulan. Penelitian mengenai UMKM makanan menunjukkan bahwa inovasi merupakan salah satu faktor penting dalam membangun daya saing (Muhammad Taufiq et al., 2020), misalnya, secara khusus menemukan adanya hubungan antara entrepreneurial orientation, innovation capability, dan competitive advantage pada UMKM kuliner.

(Darwis & Utama, 2020) juga menunjukkan bahwa inovasi memiliki peran penting dalam hubungan antara entrepreneurial orientation dan competitive advantage pada UKM. Penelitian tersebut



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



menggunakan pendekatan SEM-PLS dan menunjukkan bahwa inovasi dapat menjadi mekanisme yang menghubungkan orientasi kewirausahaan dengan penciptaan keunggulan kompetitif.

Berdasarkan kajian tersebut, inovasi dalam penelitian ini dipahami melalui kemampuan UMKM dalam melakukan inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi produk. Ketiga bentuk inovasi tersebut merepresentasikan kemampuan usaha untuk meningkatkan efisiensi internal sekaligus menciptakan nilai yang lebih tinggi bagi pelanggan.

2.3. Proaktif

Proaktif menggambarkan kecenderungan pelaku usaha untuk bertindak lebih awal dalam merespons perubahan lingkungan dan memanfaatkan peluang pasar. Sikap proaktif ditunjukkan melalui kemampuan mencari informasi mengenai perkembangan pasar, mengantisipasi perubahan kebutuhan konsumen, serta mengambil tindakan sebelum pesaing (Albert William et al., 2023). Dengan demikian, proaktivitas tidak hanya berkaitan dengan kecepatan bertindak, tetapi juga kemampuan untuk mengantisipasi perubahan dan mengarahkan usaha terhadap peluang yang potensial.

Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, perilaku proaktif dapat membantu UMKM mengurangi ketergantungan terhadap respons reaktif terhadap pesaing. Pelaku usaha yang secara aktif mengidentifikasi kebutuhan konsumen dan mengembangkan produk sebelum permintaan menjadi dominan memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh posisi kompetitif. Penelitian (Pulu et al., 2025) menemukan bahwa proaktif merupakan salah satu dimensi entrepreneurial orientation yang berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner.

(Priyanka Gite & Asmita Singh, 2025) juga menunjukkan bahwa dimensi entrepreneurial orientation, termasuk proactiveness, memberikan pengaruh terhadap kinerja UMKM. Hasil tersebut memperkuat argumentasi bahwa perilaku proaktif merupakan kapabilitas strategis yang memungkinkan pelaku usaha merespons peluang dan perubahan lingkungan secara lebih efektif.

Dalam penelitian ini, proaktif dioperasionalkan melalui dua aspek utama, yaitu kemampuan mengenali peluang pasar dan inisiatif dalam mengembangkan usaha. Kedua aspek tersebut digunakan untuk menggambarkan sejauh mana pelaku UMKM makanan di Kota Pontianak memiliki kecenderungan untuk bertindak lebih dahulu dan memanfaatkan peluang bisnis.

2.4. Pengambilan Risiko

Pengambilan risiko merupakan dimensi orientasi kewirausahaan yang menggambarkan kesediaan pelaku usaha untuk mengambil keputusan dan mengalokasikan sumber daya meskipun terdapat ketidakpastian mengenai hasil yang akan diperoleh. Dalam konteks UMKM, pengambilan risiko dapat berupa keberanian melakukan investasi, menggunakan teknologi baru, mengembangkan produk, memperluas pasar, maupun mengambil keputusan strategis yang memiliki kemungkinan menghasilkan keuntungan maupun kerugian.

Pengambilan risiko tidak berarti mengambil keputusan secara sembrono. Sebaliknya, perilaku tersebut menunjukkan keberanian untuk mengambil keputusan dalam kondisi ketidakpastian berdasarkan pertimbangan peluang dan kemampuan usaha. Pada UMKM yang menghadapi keterbatasan modal, keputusan investasi menjadi semakin strategis karena kesalahan alokasi sumber daya dapat memberikan dampak langsung terhadap keberlangsungan usaha (Darwis & Utama, 2020).

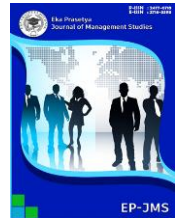
Penelitian mengenai UMKM makanan dan minuman menunjukkan bahwa risk-taking merupakan salah satu dimensi penting entrepreneurial orientation. (Dwitama & Puspitowati, 2025) memasukkan risk-taking sebagai salah satu dimensi utama EO dalam menganalisis UMKM sektor makanan dan minuman. Sementara itu, (Pulu et al., 2025) menemukan bahwa pengambilan risiko secara signifikan berpengaruh terhadap kinerja UMKM kuliner.

Dalam penelitian ini, pengambilan risiko direpresentasikan melalui keberanian melakukan investasi untuk pengembangan usaha dan kesediaan mengambil keputusan penting meskipun terdapat



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



risiko kerugian. Pendekatan tersebut relevan dengan karakteristik UMKM karena investasi merupakan bentuk nyata dari keberanian pelaku usaha dalam mengalokasikan sumber daya untuk memperoleh manfaat bisnis di masa mendatang.

2.5. Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan usaha untuk menciptakan dan mempertahankan posisi yang lebih baik dibandingkan pesaing melalui penciptaan nilai yang unggul bagi konsumen atau melalui kemampuan menjalankan aktivitas usaha dengan biaya yang lebih efisien (Ismail et al., 2023). Pada UMKM, keunggulan kompetitif menjadi semakin penting karena keterbatasan sumber daya dan tingginya intensitas persaingan dapat membuat usaha mudah kehilangan pelanggan apabila tidak memiliki pembeda yang jelas.

Keunggulan kompetitif dapat dibangun melalui berbagai sumber, termasuk efisiensi biaya dan diferensiasi. Keunggulan biaya memungkinkan perusahaan menawarkan harga yang kompetitif dengan tetap mempertahankan tingkat keuntungan yang memadai. Sementara itu, diferensiasi memungkinkan perusahaan menawarkan karakteristik produk yang dianggap unik atau lebih bernilai oleh konsumen (Prabaswari et al., 2025).

Dalam UMKM makanan, diferensiasi produk dapat diwujudkan melalui desain dan kemasan, kualitas produk, cita rasa, variasi produk, maupun karakteristik lain yang membedakan produk dari pesaing. Penelitian (Nurfauziah et al., 2025), menunjukkan bahwa entrepreneurial orientation, market orientation, dan product innovation merupakan faktor yang relevan dalam menjelaskan competitive advantage pada UMKM kue di Jakarta Utara.

Penelitian (Suryono et al., 2024) yang berfokus pada UMKM makanan berbasis kearifan lokal juga menunjukkan pentingnya entrepreneurial orientation, market orientation, dan competitive advantage dalam konteks usaha makanan. Dengan demikian, keunggulan kompetitif pada penelitian ini diukur melalui dua pendekatan utama, yaitu keunggulan biaya dan diferensiasi produk.

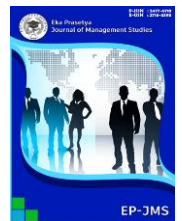
2.6. Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Kompetitif

Pada sektor makanan dan minuman, penelitian terbaru juga memperlihatkan relevansi entrepreneurial orientation terhadap daya saing usaha. (Parthasarathi & Ongkowijoyo, 2025) menemukan bahwa entrepreneurial orientation memiliki pengaruh penting terhadap competitiveness dan performance pada UMKM food and beverage di Indonesia. Sementara itu, penelitian terbaru mengenai entrepreneurial orientation dan innovation pada UMKM menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



menjadi salah satu faktor yang dapat mendukung penciptaan keunggulan kompetitif melalui pengembangan inovasi.



Gambar 2 Hubungan Orientasi Kewirausahaan dengan Keunggulan Kompetitif

Berdasarkan kajian tersebut, dapat dipahami bahwa orientasi kewirausahaan bukan sekadar karakteristik perilaku pemilik usaha, tetapi merupakan orientasi strategis yang dapat digunakan untuk membangun posisi kompetitif. Semakin kuat kemampuan UMKM dalam melakukan inovasi, bertindak proaktif, dan mengambil risiko yang terukur, semakin besar peluang usaha untuk menciptakan efisiensi biaya dan diferensiasi produk.

Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi research gap dengan menganalisis orientasi kewirausahaan secara lebih terperinci melalui dimensi inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko, serta menghubungkannya dengan keunggulan kompetitif yang direpresentasikan oleh keunggulan biaya dan diferensiasi produk pada UMKM makanan di Kota Pontianak. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih spesifik mengenai dimensi orientasi kewirausahaan yang paling berkontribusi terhadap pembentukan keunggulan kompetitif UMKM makanan.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian dan Kerangka Sampel

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) makanan di Kota Pontianak. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM makanan yang terdaftar secara aktif di Kota Pontianak pada tahun 2025 yang berjumlah 6.287 unit usaha.

Dikarenakan jumlah populasi pelaku usaha UMKM kuliner dalam penelitian ini diketahui maka penentuan sampel size menggunakan rumus *Slovin*.

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

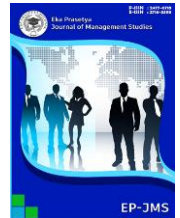
N = jumlah populasi (6.287 UMKM)

e = tingkat kesalahan (*error tolerance*)



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yang menetapkan kriteria inklusi tertentu guna menjamin keterwakilan data yang relevan.

Kriteria penentuan sampel meliputi:

- (1) UMKM berskala mikro dan kecil yang bergerak khusus di sektor pengolahan makanan
- (2) Telah beroperasi minimal selama dua tahun secara konsisten
- (3) Berlokasi di wilayah administratif Kota Pontianak.

Berdasarkan rumus penentuan ukuran sampel minimal untuk analisis struktural, ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 responden pelaku UMKM makanan yang tersebar di wilayah Kota Pontianak

3.2. Metode Pengumpulan Data dan Operasionalisasi Variabel

Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei lapangan menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarakan secara langsung maupun digital (*Google Form*) kepada para pemilik atau manajer UMKM makanan selaku informan kunci (*key informants*). Instrumen kuesioner dirancang menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari angka 1 yang merepresentasikan "Sangat Tidak Setuju" hingga angka 5 yang merepresentasikan "Sangat Setuju". Pengukuran variabel dalam penelitian ini dioperasionalkan ke dalam dua variabel utama beserta dimensi dan indikator empirisnya:

a. Variabel Independen (X): Orientasi Kewirausahaan

Variabel ini merepresentasikan postur strategis perusahaan dalam aspek kewirausahaan yang diukur melalui tiga dimensi utama:

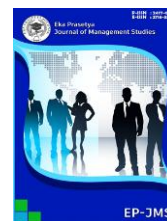
Tabel 1. Variabel Independen (X): Orientasi Kewirausahaan

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Pengukuran
Orientasi Kewirausahaan (X)	Inovasi (Setiawardani, 2022)	Inovasi proses	- Menggunakan metode kerja baru untuk meningkatkan produktivitas. - Memanfaatkan teknologi atau peralatan baru dalam produksi
		Inovasi Pemasaran	- Menggunakan strategi promosi yang berbeda dari pesaing. - Memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk pemasaran.
		Inovasi Produk	- Secara berkala menciptakan variasi produk baru - Melakukan perubahan rasa, bentuk, atau kemasan produk. - Produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah dibanding produk sebelumnya.
	Proaktif	Peluang pasar	- Aktif mencari informasi mengenai tren pasar terbaru. - Cepat mengenali kebutuhan konsumen yang berubah.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



	(Fahani et al., 2025)	Inisiatif	- Bertindak lebih dahulu dibanding pesaing dalam menawarkan produk. - Saya secara aktif mengambil langkah untuk mengembangkan usaha.
	Pengambilan Risiko (Wijaya, 2024)	Investasi	- Berani mengalokasikan modal untuk pengembangan usaha. - Bersedia mengambil keputusan penting meskipun terdapat risiko kerugian.

b. Variabel Dependen (Y): Keunggulan Kompetitif

Variabel ini menggambarkan kapabilitas UMKM untuk mengungguli para pesaingnya yang diukur melalui dua dimensi keunggulan strategis:

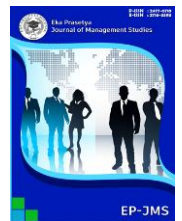
Tabel 2. Variabel Dependen (Y): Keunggulan Kompetitif

Variabel	Indikator	Sub-Indikator	Pengukuran
Keunggulan Kompetitif (Y)	Keunggulan Biaya (Lailiyah et al., 2023)	Efisiensi Biaya Produksi	- Mampu menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk. - Menggunakan bahan baku secara efisien.
		Harga Kompetitif	- Harga produk saya lebih bersaing dibanding pesaing. - Harga produk saya sesuai dengan kualitas yang diberikan. - Harga produk saya dapat diterima oleh konsumen
	Diferensiasi Produk (Nikmah & Siswahyudianto, 2022)	Desain Produk	- Produk saya memiliki tampilan atau kemasan yang menarik. - Produk saya memiliki ciri khas yang membedakannya dari pesaing. - Desain produk saya mudah dikenali oleh konsumen.
		Kualitas Produk	- Produk saya memiliki kualitas yang konsisten. - Produk saya menggunakan bahan baku yang berkualitas. - Produk saya mampu memenuhi harapan konsumen.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



3.3. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahapan utama, yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan metode kuantitatif *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Analisis deskriptif diterapkan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik demografis responden (seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan) dan profil UMKM (seperti lama usaha dan omzet), serta untuk menghitung nilai rata-rata (*mean*) dari setiap indikator variabel. Selanjutnya, analisis inferensial menggunakan SEM-PLS dipilih karena memiliki fleksibilitas tinggi, tidak mensyaratkan asumsi normalitas data yang ketat, dan sangat efektif untuk ukuran sampel yang relatif kecil ($n = 100$). Evaluasi model struktural PLS dilakukan melalui dua tahapan utama:

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Tahap ini bertujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari model konseptual yang dibangun. Pengujian *outer model* meliputi tiga parameter utama:

- **Validitas Konvergen (*Convergent Validity*):** Dievaluasi berdasarkan nilai *loading factor* untuk setiap indikator yang disyaratkan harus lebih besar dari 0,70, serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk setiap variabel laten yang wajib melebihi ambang batas 0,50.
- **Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*):** Dievaluasi dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dari suatu variabel laten dengan korelasi antara variabel tersebut dengan variabel lainnya (*Fornell-Larcker Criterion*), di mana nilai akar AVE harus lebih besar. Selain itu, nilai *Cross-Loading* antar indikator juga diperiksa untuk memastikan indikator mengelompok pada variabelnya sendiri.
- **Uji Reliabilitas:** Diukur menggunakan parameter *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha*, di mana kedua nilai tersebut harus berada di atas angka 0,70 untuk menyatakan bahwa instrumen penelitian bersifat andal dan konsisten.

b. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, evaluasi model struktural dilakukan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten serta menguji hipotesis penelitian. Parameter yang digunakan dalam *inner model* meliputi:

- **Koefisien Determinasi (R^2):** Digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel dependen (Keunggulan Kompetitif) yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Orientasi Kewirausahaan).
- **Uji Hipotesis (*Path Coefficients*):** Dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* (dengan 5.000 subsampel) untuk meminimalkan bias data. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima apabila nilai koefisien jalur (*path coefficient*) menunjukkan arah hubungan yang dihipotesiskan, nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96, dan tingkat signifikansi (*p-value*) lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5$).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

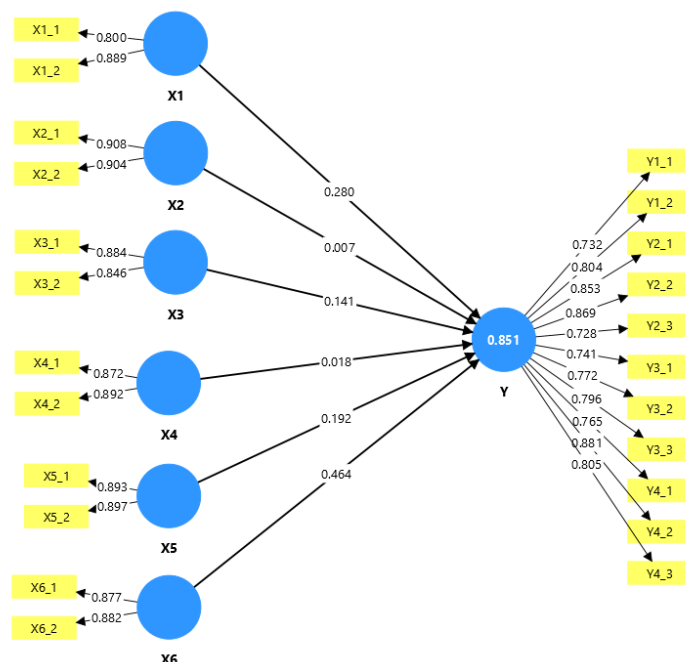
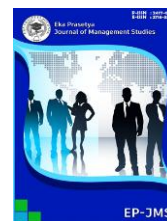
4.1 . Hasil Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian model pengukuran dilakukan untuk memastikan bahwa seluruh instrumen yang digunakan telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Berdasarkan analisis SEM-PLS terhadap 100 responden UMKM makanan di Kota Pontianak, hasil evaluasi *outer model* dirangkum dalam Gambar 1.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Gambar 3. Model Struktural (Structural Model) SEM-PLS

Tabel 3. Nilai Average Variance Extracted

Indikator	Average variance extracted (AVE)
Inovasi Pemasaran	0.821
Inisiatif	0.801
Peluang pasar	0.778
Investasi	0.774
Inovasi Produk	0.748
Inovasi proses	0.715
Keunggulan Biaya	0.635

Berdasarkan hasil pengujian pada Gambar 1, seluruh konstruk tersebut telah memenuhi kriteria validitas konvergen karena memiliki nilai AVE di atas 0,50. Secara keseluruhan, seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan validitas konvergen sehingga model pengukuran dapat dikatakan cukup memadai untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya.

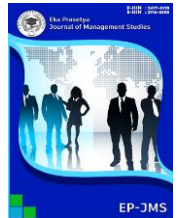
Tabel 4. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Indikator	Composite reliability (rho_c)	Cronbach's alpha
Keunggulan Biaya	0.950	0.942
Inovasi Pemasaran	0.902	0.782
Inisiatif	0.889	0.751
Peluang pasar	0.875	0.714
Investasi	0.873	0.708
Inovasi Produk	0.856	0.706
Inovasi proses	0.833	0.703



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas pada tabel 4, Seluruh indikator telah menunjukkan tingkat reliabilitas yang cukup baik karena memiliki nilai *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* melebihi 0,70. Hasil tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan pada masing-masing konstruk memiliki tingkat konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur variabel laten yang diteliti

4.2 Hasil Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*) dan Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel 3, seluruh indikator memiliki nilai VIF kurang dari 5,00. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model penelitian, sehingga hubungan antar variabel independen tidak saling mempengaruhi.

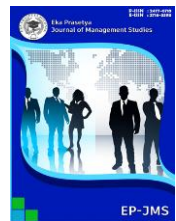
Tabel 5. Nilai Variance Inflation Factor (VIF)

Variabel	Pengukuran	VIF
Inovasi	Usaha saya menggunakan metode kerja baru untuk meningkatkan produktivitas	1.234
	Usaha saya menggunakan metode kerja baru untuk meningkatkan produktivitas	1.234
	Usaha saya menggunakan strategi promosi yang berbeda dari pesaing	1.701
	Usaha saya memanfaatkan media sosial atau platform digital untuk pemasaran	1.701
	Usaha saya melakukan perubahan rasa, bentuk, atau kemasan produk	1.330
	Produk yang dihasilkan memiliki nilai tambah dibanding produk sebelumnya	1.330
Proaktif	Saya aktif mencari informasi mengenai tren pasar terbaru	1.447
	Saya cepat mengenali kebutuhan konsumen yang berubah	1.447
	Saya bertindak lebih dahulu dibanding pesaing dalam menawarkan produk	1.568
	Saya secara aktif mengambil langkah untuk mengembangkan usaha	1.568
Pengambilan Risiko	Saya berani mengalokasikan modal untuk pengembangan usaha	1.429
	Saya bersedia mengambil keputusan penting meskipun terdapat risiko kerugian	1.429
Keunggulan Biaya	Usaha saya mampu menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas produk	2.089
	Usaha saya menggunakan bahan baku secara efisien	3.135
	Harga produk saya lebih bersaing dibanding pesaing	4.043
	Harga produk saya sesuai dengan kualitas yang diberikan	4.162
	Harga produk saya dapat diterima oleh konsumen	2.021
Diferensiasi Produk	Produk saya memiliki tampilan atau kemasan yang menarik	2.220
	Produk saya memiliki ciri khas yang membedakannya dari pesaing	2.503
	Desain produk saya mudah dikenali oleh konsumen	2.774



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



	Produk saya memiliki kualitas yang konsisten	2.319
	Produk saya menggunakan bahan baku yang berkualitas	4.785
	Produk saya mampu memenuhi harapan konsumen	3.491

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai R^2 untuk variabel keunggulan kompetitif sebesar 0,851, dikategorikan kuat. Oleh karena itu, nilai *R-Square* yang diperoleh dalam penelitian ini digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel pada UMKM makanan di Kota Pontianak.

Tabel 6. Nilai Goodness of Fit Model

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.082	0.082
d_ULS	1.847	1.847
d_G	1.383	1.383
Chi-square	571.462	571.462
NFI	0,841	0,841

Berdasarkan hasil pengujian Goodness of Fit Model, diperoleh nilai SRMR pada Saturated Model dan Estimated Model sebesar 0,082. Selanjutnya, nilai d_ULS sebesar 1,847 dan d_G sebesar 1,383 menunjukkan ukuran perbedaan antara matriks korelasi yang diobservasi dengan matriks korelasi yang diprediksi oleh model. Adapun nilai NFI sebesar 0,841 menunjukkan bahwa model telah memiliki tingkat kecocokan yang cukup baik meskipun belum mencapai kriteria ideal $\geq 0,90$.

Tabel 7. Nilai Path Coefficient

	Koefisien	Standard deviation (STDEV)	t-statistics (O/STDEV)
X1 -> Y	0.281	0.068	4.126
X2 -> Y	0.003	0.069	0.096
X3 -> Y	0.143	0.065	2.151
X4 -> Y	0.016	0.066	0.273
X5 -> Y	0.189	0.062	3.086
X6 -> Y	0.469	0.055	8.490

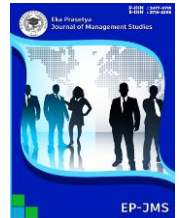
5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian bahwa orientasi kewirausahaan merupakan faktor strategis dalam membangun keunggulan kompetitif UMKM makanan di Kota Pontianak. Hasil analisis menunjukkan bahwa tidak seluruh dimensi orientasi kewirausahaan memberikan kontribusi yang sama terhadap keunggulan kompetitif. Inovasi proses, inovasi produk, inisiatif, dan investasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan inovasi pemasaran dan identifikasi peluang pasar belum memberikan pengaruh yang signifikan. Temuan tersebut menjawab tujuan penelitian bahwa peningkatan daya saing UMKM tidak hanya ditentukan oleh



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



keberadaan orientasi kewirausahaan secara umum, tetapi lebih dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan dimensi-dimensi orientasi kewirausahaan yang bersifat operasional dan menghasilkan nilai tambah secara langsung.

Penelitian ini memberikan argumentasi ilmiah yang memperluas pemahaman mengenai hubungan antara orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif. Berbeda dengan sebagian besar penelitian terdahulu yang memperlakukan orientasi kewirausahaan sebagai konstruk tunggal, penelitian ini menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki tingkat kontribusi yang berbeda terhadap pembentukan keunggulan kompetitif. Temuan bahwa investasi merupakan indikator yang paling dominan mengindikasikan bahwa keberanian pelaku usaha dalam mengalokasikan sumber daya untuk pengembangan usaha lebih menentukan keberhasilan membangun daya saing dibandingkan aktivitas pemasaran yang belum dikelola secara strategis. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pengembangan teori orientasi kewirausahaan melalui identifikasi indikator yang paling efektif dalam meningkatkan keunggulan kompetitif pada konteks UMKM makanan.

Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi pelaku UMKM untuk memprioritaskan investasi usaha, peningkatan inovasi proses dan produk, serta penguatan budaya proaktif dalam menghadapi perubahan pasar. Bagi pemerintah daerah dan instansi pembina UMKM, temuan ini dapat dijadikan acuan dalam merancang program pengembangan yang tidak hanya berfokus pada pelatihan pemasaran digital, tetapi juga mendorong akses pembiayaan, modernisasi teknologi produksi, pengembangan produk, serta peningkatan kapasitas kewirausahaan. Pendekatan tersebut berpotensi menghasilkan kebijakan yang lebih efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Penelitian selanjutnya disarankan mengembangkan model dengan memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi keunggulan kompetitif, seperti orientasi pasar, kapabilitas inovasi, literasi digital, kemampuan adaptasi, atau dukungan pemerintah sebagai variabel mediasi maupun moderasi. Selain itu, penelitian dapat diperluas pada sektor UMKM lain atau wilayah yang berbeda menggunakan desain longitudinal sehingga mampu menjelaskan dinamika orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif dari waktu ke waktu serta menghasilkan model pengembangan UMKM yang lebih komprehensif.

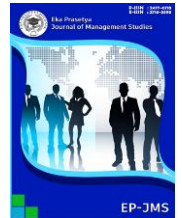
DAFTAR PUSTAKA

- Albert William, A., Oktaviani, R., & Matthew, S. (2023). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Kota Bekasi Di Rawalumbu. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(1). <https://doi.org/10.59806/Tribisnis.V5i1.270>
- Alshahrani, M. A., & Salam, M. A. (2024). Entrepreneurial Orientation And Smes Performance In An Emerging Economy: The Mediating Role Of Absorptive Capacity. *Journal Of Research In Marketing And Entrepreneurship*, 26(1), 1–24. <https://doi.org/10.1108/Jrme-07-2022-0090>
- Ariwibowo, P., Syahiddin, M., & Insana, D. R. M. (2022). Korelasi Blueprint Sumber Daya Perusahaan Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Manifestasi Umkm Dengan Intervensi Strategi Bisnis. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 31–48. <https://doi.org/10.26740/Jepk.V10n1.P31-48>
- Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. (2021). Bold Voices And New Opportunities: An Expanded Research Agenda For The Resource-Based View. *Journal Of Management*, 47(7), 1677–1683. <https://doi.org/10.1177/01492063211014276>



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)

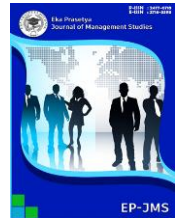


- Darwis, H., & Utama, L. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 542. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V2i2.7948>
- Dwitama, M., & Puspitowati, I. (2025). The Role Of Entrepreneurial Orientation On The Performance Of Food And Beverage Smes. *International Journal Of Application On Economics And Business*, 3(3), 1155–1163. <https://doi.org/10.24912/Ijaeb.V3i3.1155-1163>
- Fahani, T. A., Lubis, F. A., & Nurbaiti, N. (2025). Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko, Dan Reaksi Proaktif Terhadap Kapabilitas Pemasaran Umkm Kuliner Di Kecamatan Tanjung Morawa. *Journal Of Economics And Management Scienties*, 766–772. <https://doi.org/10.37034/Jems.V7i4.222>
- Galli-Debicella, A. (2021). How Smes Compete Against Global Giants Through Sustainable Competitive Advantages. *Journal Of Small Business Strategy*, 31(5). <https://doi.org/10.53703/001c.29812>
- Indriyani, R., & Tantry Senak, J. G. (2024). Peranan Entrepreneurial Orientation Dalam Meningkatkan Competitive Advantage Melalui Innovation Capability Sebagai Variabel Mediasi. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (Costing)*, 7(4), 7517–7533. <https://doi.org/10.31539/Costing.V7i4.9937>
- Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan Umkm Dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217. <https://doi.org/10.31851/Neraca.V7i2.14344>
- Kero, C. A., & Bogale, A. T. (2023). A Systematic Review Of Resource-Based View And Dynamic Capabilities Of Firms And Future Research Avenues. *International Journal Of Sustainable Development And Planning*, 18(10), 3137–3154. <https://doi.org/10.18280/Ijsdp.18i1016>
- Lailiyah, S. N., Widodo, J., & Zulianto, M. (2023). Analisis Strategi Cost Leadership Pada Usaha Sembako Ud. Aya Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (Jpeaku)*, 3(2), 73–79. <https://doi.org/10.29407/Jpeaku.V3i2.20490>
- Muhammad Taufiq, Rida Prihatni, & Etty Gurendrawati. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Penggunaan Sistem Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 1(2), 204–220. <https://doi.org/10.21009/Japa.0102.05>
- Nikmah, M., & Siswahyudianto. (2022). Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada Umkm Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66–82. <https://doi.org/10.51353/Jmbm.V4i1.627>
- Nurfauziah, S., Mukhsin, M., & Ganika, G. (2025). The Influence Of Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, And Innovation On Competitive Advantage. *Journal Of Management : Small And Medium Enterprises (Smes)*, 18(1), 527–539. <https://doi.org/10.35508/Jom.V18i1.18461>
- Parthasarathi, S., & Ongkowijoyo, G. (2025). Entrepreneurial Orientation Dimensions, Competitive Advantage, And Indonesian F&B Smes Performance. *Dinasti International Journal Of Economics, Finance & Accounting*, 5(6), 6270–6285. <https://doi.org/10.38035/Dijefa.V5i6.4055>
- Prabaswari, A. D., Waskita, F. A., Santoso, D. W., & Sutrisno, W. (2025). Optimalisasi Proses Bisnis Pada Digitalisasi Untuk Meningkatkan Produktivitas Ukm “Toolsku 3d Printing.” *Journal Of Appropriate Technology For Community Services*, 6(2), 137–150. <https://doi.org/10.20885/Jattec.Vol6.Iss2.Art3>



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Priyanka Gite, & Asmita Singh. (2025). How Do Entrepreneur Orientation And Barriers Impact Innovation And Business Performance? Perspectives From Services Msmes. *European Economic Letters*. <https://doi.org/10.52783/Eel.V15i1.2436>
- Pulu, M. H., Haba, B., Ndamung, J., Marak, A. B. K., & Situmorang, T. P. (2025). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Waingapu. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 1434–1442. <https://doi.org/10.33395/Jmp.V14i1.14941>
- Sefanya, S., & Ie, M. (2024). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Umkm Dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 6(2), 494–507. <https://doi.org/10.24912/Jmk.V6i2.29853>
- Setiawardani, M. (2022). Peran Inovasi Dalam Membangun Keunggulan Bersaing Sektor Umkm Bidang Kuliner Pascadisrupsi Akibat Pandemi Covid 19 Di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 8(1), 25–38. <https://doi.org/10.35313/Jrbi.V8i1.2616>
- Suryono, I., Astuti, W., & Respati, H. (2024). Measuring The Competitive Advantage, Market Orientation, And Entrepreneurial Orientation Of Local Wisdom-Based Smes. *International Journal Of Research In Social Science And Humanities*, 05(07), 21–32. <https://doi.org/10.47505/Ijrss.2024.7.3>
- Utama, L., Widjaja, O. H., & Lego, Y. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada Ukm Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bina Manajemen*, 9(1), 30–43. <https://doi.org/10.52859/Jbm.V9i1.113>
- Wijaya, W. (2024). Pengaruh Penggunaan Aplikasi E-Commerce Dan Inovasi Dengan Pengambilan Risiko Sebagai Mediasi Pada Kinerja Umkm. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(4), 829–841. <https://doi.org/10.24912/Jmbk.V8i4.31634>
- Yaseen, M., Sajjad, W., Visetnoi, S., Amanah, S., & Saqib, S. E. (2024). Entrepreneurial Orientation And Smes Efficiency With Government Financial And Non-Financial Incentives As Moderators. *Sage Open*, 14(3). <https://doi.org/10.1177/21582440241281259>
- Yaskun, M., Sudarmiatin, Agus Hermawan, & Wening Patmi Rahayu. (2023). The Effect Of Market Orientation, Entrepreneurial Orientation, Innovation And Competitive Advantage On Business Performance Of Indonesian Msmes. *International Journal Of Professional Business Review*, 8(4), E01563. <https://doi.org/10.26668/Businessreview/2023.V8i4.1563>