

ELEMEN PENTING PENDORONG KINERJA UMKM PADA SEKTOR *FASHION* DI KOTA DENPASAR

I Putu Dony Indrayana¹, I Dewa Agung Ayu Eka Idayanti², Ni Nengah Rupadi Kertiriasih³
Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Margarana¹, Universitas Ngurah Rai², Universitas Pendidikan Nasional³

ABSTRACT

This study is motivated by the research gap and differing focus regarding the impact of entrepreneurial orientation, capabilities, and entrepreneurial knowledge on the performance of SMEs. It also aims to address the issue of declining performance of SMEs in the fashion sector in Denpasar. The research was conducted on SMEs in the fashion sector in Denpasar, with a population of 7,896 SMEs, and the sample size was calculated using Slovin's formula, resulting in a sample of 100 SMEs. The data obtained through questionnaire distribution were deemed valid and analyzed using SPSS 25. The results show that entrepreneurial orientation, capabilities, and entrepreneurial knowledge each have a positive and significant impact on SME performance. Collectively, these three variables also have a positive and significant effect on SME performance. The implications of this study suggest that improving entrepreneurial orientation can be achieved by focusing on the innovation indicator. Capabilities can be enhanced by paying attention to distribution networks, and entrepreneurial knowledge can be improved by focusing on knowledge management indicators. Overall, SME performance can be improved by focusing on the ability to generate profits..

Keywords: *Entrepreneurial Orientation, Capabilities, Entrepreneurial Knowledge, SME Performance, Fashion Sector*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan penelitian sebelumnya (research gap) serta perbedaan fokus terkait pengaruh orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengatasi masalah penurunan kinerja UMKM pada sektor usaha fashion di Kota Denpasar. Penelitian dilakukan pada UMKM sektor usaha fashion di Kota Denpasar dengan jumlah populasi 7.896 UMKM, dan ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 UMKM. Data yang diperoleh melalui distribusi kuesioner dinilai valid dan dianalisis menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha masing-masing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Secara bersamaan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan orientasi kewirausahaan dapat dilakukan dengan fokus pada indikator inovasi. Kapabilitas dapat ditingkatkan melalui perhatian pada jaringan distribusi, dan pengetahuan berwirausaha dapat diperbaiki dengan memperhatikan indikator pengelolaan pengetahuan. Secara keseluruhan, kinerja UMKM dapat ditingkatkan dengan fokus pada kemampuan menghasilkan laba.

Kata-kata Kunci: *Orientasi Kewirausahaan, Kapabilitas, Pengetahuan Berwirausaha, Kinerja UMKM, dan Sektor Usaha Fashion*

Korespondensi: I Putu Dony Indrayana, S.Kom.,M.M. Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Margarana. Jl Majapahit No 6 A Tabanan - 82113. Email: donyindrayanaskom.mm@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi perdagangan, peran sektor swasta semakin penting, khususnya di negara-negara berkembang. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi elemen kunci dalam mendukung perekonomian sekaligus menciptakan lapangan kerja (Tambunan, 2019). UMKM merupakan unit usaha yang dikelola oleh komunitas atau keluarga, memiliki peran penting dalam mendorong pembangunan ekonomi nasional. Selain berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia, UMKM juga berperan besar dalam menyerap tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Negara Koperasi dan UMKM, sektor UMKM mempekerjakan sekitar 96% tenaga kerja (2021-2023) yang tersebar di sembilan sektor ekonomi. UMKM juga menyumbang 40% terhadap produk domestik bruto dan memiliki potensi besar sebagai sumber pertumbuhan ekspor, khususnya untuk komoditas non-migas. Namun, meskipun perannya sangat strategis, meningkatkan kinerja UMKM tetap menjadi tantangan yang kompleks. Dalam persaingan yang ketat, pelaku UMKM di Indonesia dituntut untuk terus berinovasi, menciptakan usaha yang unik, dan mempertahankan kinerja yang optimal.

Orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*) mengacu pada strategi perusahaan yang fokus pada identifikasi dan pemanfaatan peluang. Istilah kewirausahaan adalah padanan dari entrepreneurship dan sering dianggap sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan kompetitif. Pengembangan kewirausahaan menjadi salah satu pilar utama dalam meningkatkan lapangan pekerjaan. Di sisi lain, wirausaha merujuk pada aktivitas manusia yang melibatkan upaya fisik maupun mental untuk menciptakan pekerjaan yang berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup (Lestari, 2021).

Kapabilitas didefinisikan sebagai integrasi berbagai proses yang memungkinkan perusahaan mengelola pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan pasar (Andriyani, 2019). Kapabilitas ini membantu bisnis menciptakan nilai tambah bagi pelanggan sekaligus memperkuat daya saing. Perspektif berbasis sumber daya perusahaan menekankan bahwa tujuan manajemen adalah menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, yang pada akhirnya mendorong kinerja bisnis yang unggul. Keunggulan kompetitif ini dapat diraih melalui penguasaan aset strategis atau kapabilitas tertentu (Barney, 2019).

Pengetahuan berwirausaha melibatkan serangkaian proses yang menciptakan, mengelola, dan menyimpan informasi mengenai pelanggan, preferensi mereka, pesaing, produk, saluran distribusi, serta tren pasar (Sinkula, 2020). Sementara itu, kinerja UMKM mencerminkan hasil pencapaian yang diperoleh dari seluruh aktivitas usaha secara keseluruhan. Kinerja pemasaran, sebagai salah satu indikator kinerja, menunjukkan efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan pelaku usaha. Evaluasi terhadap kinerja pemasaran sangat penting karena tujuan bisnis tidak hanya menciptakan pelanggan, tetapi juga memperoleh keuntungan (Best, 2019).

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 6, No. 2, Januari 2025

Kriteria UMKM di sektor *fashion* mencakup karakteristik usaha yang fleksibel, baik dari segi produk maupun lokasi. Dalam aspek administrasi, UMKM ini biasanya belum memiliki pengelolaan yang terorganisir dengan baik. Keuangan pribadi dan usaha sering kali masih tercampur, sedangkan pelaku usaha cenderung memiliki tingkat pendidikan yang terbatas. Meskipun sebagian telah mendapatkan akses ke lembaga keuangan non-bank, banyak pelaku UMKM yang belum terhubung dengan layanan perbankan formal. Fenomena terkait kinerja UMKM di sektor *fashion* di Kota Denpasar, ditampilkan dalam Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Kinerja UMKM Pada Sektor *Fashion* di Kota Denpasar Tahun 2022-2023

| No | Tahun | Jumah Usaha <i>Fashion</i> | Persentase (%) |
|----|-------|----------------------------|----------------|
| 1 | 2022 | 8.712 | |
| 2 | 2023 | 7.865 | -10% |

Sumber : UKM Binaan Dinas Koperasi Kota Denpasar 2024

Berdasarkan data dari UMKM binaan Dinas Koperasi Kota Denpasar, perkembangan bisnis di sektor *fashion* di Kota Denpasar mengalami penurunan sebesar 10% selama periode 2022 hingga 2023. Persaingan yang semakin ketat dalam bisnis *fashion* di wilayah ini mendorong setiap pelaku usaha untuk melakukan berbagai upaya guna merebut pasar dan memenangkan persaingan. Fenomena ini mengindikasikan adanya permasalahan dalam kinerja UMKM di sektor *fashion* Kota Denpasar.

Salah satu faktor yang memengaruhi kinerja UMKM adalah orientasi kewirausahaan. Observasi menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum berani mengambil risiko atau memanfaatkan peluang yang ada. Saat ini, orientasi kewirausahaan menjadi aspek yang krusial dan mendesak, terutama bagi perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis. Oleh karena itu, manajer di berbagai tingkatan perlu terus belajar dan mencari solusi untuk mengatasi ketidakpastian, sehingga dapat menjalankan fungsi strategis secara lebih kompetitif.

Lukiastuti (2021) mengungkapkan bahwa orientasi kewirausahaan secara tidak langsung memberikan pengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM. Selain itu, kapabilitas jejaring usaha juga berdampak pada kinerja internasional, mendukung pandangan tentang kapabilitas dinamis sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kombinasi orientasi kewirausahaan dengan pengembangan kapabilitas dapat menjadi sumber keunggulan daya saing. Sementara itu, studi oleh Siti dan Sukaatmadja (2019) menemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran toko ritel pakaian di Kota Denpasar. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa toko dengan orientasi kewirausahaan yang tinggi lebih mampu meningkatkan kinerja UMKM melalui strategi pemasaran yang sesuai dengan target pasar. Sebaliknya, toko dengan orientasi kewirausahaan rendah cenderung mengalami kesulitan dalam meningkatkan kinerja.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 6, No. 2, Januari 2025

Namun, penelitian Mawu dkk. (2019) menunjukkan hasil berbeda, di mana orientasi kewirausahaan tidak memengaruhi kapabilitas pemasaran pada usaha rumah kayu di Kota Tomohon. Kendati demikian, orientasi kewirausahaan tetap memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Selain orientasi kewirausahaan, kapabilitas juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Wawancara dengan beberapa pelaku UMKM sektor *fashion* di Kota Denpasar mengungkapkan adanya kendala dalam strategi penetapan harga. UMKM sering kali gagal menentukan harga pasar yang kompetitif, sehingga terjadi perbedaan harga yang terlalu tinggi, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja usaha mereka. Penelitian Suardhika (2012) menunjukkan bahwa kapabilitas berpengaruh terhadap kinerja UMKM, meskipun orientasi kewirausahaan tidak memiliki dampak signifikan pada usaha kecil dan menengah di Bali. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Setyawati (2019) dalam studi UMKM di Kabupaten Kebumen, di mana kapabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM, tetapi orientasi kewirausahaan tidak berdampak signifikan pada kinerja pemasaran.

Pengetahuan berwirausaha juga memegang peran penting dalam meningkatkan kinerja UMKM. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah kurangnya pemahaman pelaku usaha tentang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen. Penelitian Apriliani dkk. (2019) menyatakan bahwa pengetahuan berwirausaha dan orientasi kewirausahaan sangat berperan dalam meningkatkan kinerja UMKM. Semakin baik pengetahuan dan strategi pemasaran yang dimiliki, semakin tinggi pula kinerja UMKM. Namun, Trihudyatmanto dan Purwanto (2020) menemukan bahwa pengetahuan pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kapabilitas dan kinerja UMKM, karena pengetahuan pemasaran yang baik belum cukup untuk meningkatkan kedua aspek tersebut.

Berdasarkan kesenjangan penelitian dan fenomena yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut faktor-faktor pendorong kinerja UMKM di sektor *fashion* di Kota Denpasar dengan judul: ***“Elemen Penting Pendorong Kinerja UMKM pada Sektor Fashion di Kota Denpasar”***.

Dari latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha terhadap kinerja UMKM di sektor *fashion* di Kota Denpasar?

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha terhadap kinerja UMKM di sektor *fashion* di Kota Denpasar.

TINJAUAN PUSTAKA

Orientasi kewirausahaan adalah pendekatan strategis perusahaan yang berfokus pada pengidentifikasian dan pemanfaatan peluang yang tersedia. Istilah "kewirausahaan" merupakan padanan dari "*entrepreneurship*"

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 6, No. 2, Januari 2025

yang sering disebut sebagai pelopor atau *spearhead* untuk mendorong pertumbuhan ekonomi perusahaan secara berkelanjutan dan kompetitif. Kewirausahaan juga dianggap sebagai salah satu dari empat pilar utama dalam menciptakan dan memperkuat lapangan pekerjaan. Di sisi lain, wirausaha mengacu pada aktivitas manusia yang melibatkan tenaga, pikiran, atau fisik untuk menciptakan pekerjaan yang dapat membentuk individu yang berkualitas (Suardhika, 2012). Menurut penelitian Siranasri (2019), orientasi kewirausahaan dapat diukur melalui empat indikator utama, yaitu inovasi, proaktivitas, keberanian mengambil risiko, dan agresivitas.

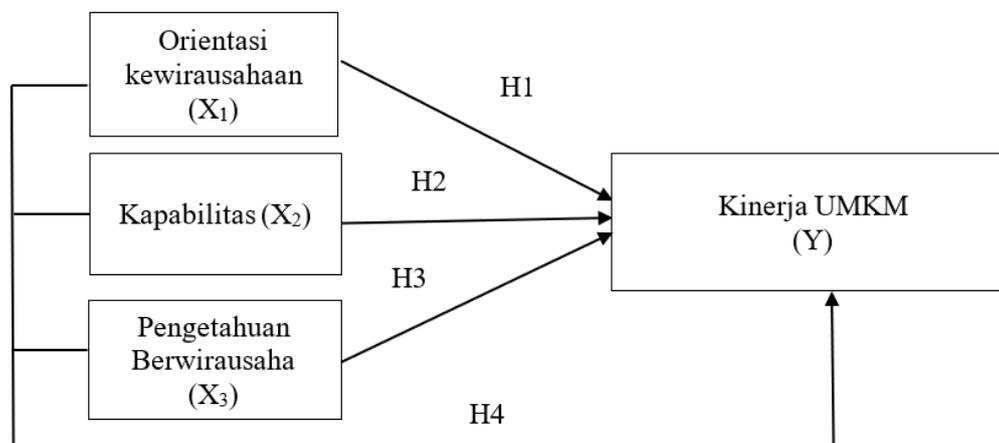
Kapabilitas dapat diartikan sebagai proses terkoordinasi yang bertujuan untuk memanfaatkan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya perusahaan guna memenuhi kebutuhan pasar (Andriyani, 2019). Suardhika (2012) menjelaskan bahwa kapabilitas pemasaran dapat diukur melalui empat indikator, yakni jaringan distribusi, riset pemasaran, strategi harga, dan manajemen promosi.

Pengetahuan berwirausaha adalah kumpulan proses yang melibatkan penciptaan, pengelompokan, dan penyimpanan informasi tentang pelanggan, preferensi mereka, pesaing, produk, saluran distribusi, serta tren pasar. Kapabilitas pemasaran perusahaan dapat terbentuk ketika pemasar secara konsisten menerapkan keterampilan dan pengetahuan berwirausaha untuk mendukung pengambilan keputusan dan aktivitas perusahaan. Peningkatan kapabilitas pemasaran terjadi ketika pengetahuan pemasaran diterapkan untuk memecahkan permasalahan (Glazer, 2019). Menurut Siti dan Sukaatmadja (2019), pengetahuan berwirausaha dapat diukur melalui tiga indikator: akuisisi pengetahuan pemasaran (*knowledge acquisition*), penyebaran pengetahuan pemasaran (*knowledge dissemination*), dan penyimpanan pengetahuan pemasaran (*organizational memory*).

Kinerja UMKM mengacu pada tingkat keberhasilan yang dicapai melalui berbagai aktivitas operasional UMKM secara keseluruhan. Kinerja ini menjadi indikator penting dalam menilai perkembangan suatu perusahaan (Astuti, 2019). Kinerja pemasaran, sebagai bagian dari kinerja UMKM, merupakan hasil dari upaya dan strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh pelaku usaha. Pengukuran kinerja pemasaran perlu dilakukan karena tujuan utama bisnis, selain menciptakan pelanggan, adalah memperoleh keuntungan. Utami dan Mulyaningsih (2019) mengemukakan bahwa kinerja UMKM dapat diukur melalui empat indikator, yakni pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan penjualan, pangsa pasar, dan kemampuan menghasilkan laba.

Kerangka konseptual penelitian merupakan representasi hubungan antara satu konsep dengan konsep lainnya yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti. Kerangka ini digunakan untuk menjelaskan secara mendalam tentang topik yang menjadi fokus pembahasan. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas, yaitu orientasi kewirausahaan (X_1), kapabilitas (X_2), dan pengetahuan berwirausaha (X_3), serta satu variabel terikat, yaitu kinerja UMKM (Y). Berdasarkan uraian tersebut, kerangka pemikiran penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, meliputi orientasi kewirausahaan (X_1),

kapabilitas (X_2), pengetahuan berwirausaha (X_3), dan kinerja UMKM (Y). Hubungan tersebut dijelaskan melalui ilustrasi kerangka berpikir yang disajikan dalam gambar berikut.



Gambar Kerangka Berpikir 1
Elemen Penting Pendorong Kinerja UMKM Pada Sektor *Fashion* di Kota Denpasar

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, rumusan masalah, dan teori-teori yang mendukung tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, kapabilitas, serta pengetahuan berwirausaha terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada UMKM sektor *fashion* di Kota Denpasar, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(H1): Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

(H2): Kapabilitas berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

(H3): Pengetahuan berwirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

(H4): Orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada UMKM pada sektor *fashion* di Kota Denpasar. Obyek penelitian yang akan diteliti meliputi orientasi kewirausahaan (X_1), kapabilitas (X_2), pengetahuan berwirausaha (X_3), dan kinerja UMKM (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelaku UMKM pada sektor *fashion* tahun 2023 berjumlah 7.896. Metode pemilihan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun jumlah sampel minimum yang ditentukan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = margin error

Level of significance yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu: 0,05 diharapkan bahwa besarnya kesalahan dalam penggunaan sampel (kesalahan sampling) tidak lebih dari 10 persen. Dengan rumus diatas jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{7.896}{1 + 7.896 (0,1)^2} = 99,9$$

n = 98,7 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, jumlah minimum sampel yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah 100 UMKM. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Dengan kata lain, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel. Dalam penelitian ini, sampel difokuskan pada pelaku UMKM di sektor fashion di Kota Denpasar. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Seluruh data yang diperoleh dari hasil distribusi kuesioner dinyatakan valid untuk digunakan dan selanjutnya dianalisis untuk pengujian regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian koefisien uji parsial ini digunakan untuk melakukan pengujian secara parsial pengaruh orientasi kewirausahaan, kapabilitas dan pengetahuan berwirausaha terhadap kinerja UMKM masing-masing dengan menggunakan uji t. Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas (variabel orientasi kewirausahaan, kapabilitas dan pengetahuan berwirausaha) terhadap variabel terikat (kinerja UMKM). Tabel 1 menunjukkan hasil perhitungan uji t dengan menggunakan SPSS 25.0.

Tabel 2
Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Variabel | Unstandardized Coefficients Beta | t hitung | Sig. |
|--|----------------------------------|----------|-------|
| Orientasi kewirausahaan (X ₁) | 0.441 | 5.183 | 0.000 |
| Kapabilitas (X ₂) | 0.303 | 3.298 | 0.001 |
| Pengetahuan berwirausaha (X ₃) | 0.186 | 2.770 | 0.007 |

Sumber: Hasil pengolahan data (2024)

Orientasi Kewirausahaan (X₁) berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,441, dengan t-statistic = 5,183 dan signifikansi (p) = 0,000 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis-1 (H1) diterima dan dapat dibuktikan secara empiris. Hasil analisis menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja

UMKM. Artinya, semakin tinggi orientasi kewirausahaan, semakin baik pula kinerja UMKM di sektor fashion di Kota Denpasar. Sebaliknya, orientasi kewirausahaan yang rendah akan menurunkan kinerja UMKM. Hal ini terlihat dari fenomena penurunan kinerja UMKM akibat kurangnya inovasi. Oleh karena itu, UMKM sektor fashion di Kota Denpasar perlu berinovasi untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan kinerja mereka. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suardhika (2012), yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kinerja. Penelitian Mawu (2019) juga mendukung hasil ini dengan membuktikan pengaruh signifikan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran di industri rumah kayu Kota Tomohon. Namun, Siranasri (2019) menunjukkan bahwa kewirausahaan korporat berpengaruh melalui bauran pemasaran, yang bertindak sebagai faktor pendukung, bukan tujuan utama.

Kapabilitas (X_2) berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,303, dengan t -statistic = 3,298 dan signifikansi (p) = 0,001 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis-2 (H_2) diterima dan dapat dibuktikan secara empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kapabilitas juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Kapabilitas yang tinggi akan meningkatkan kinerja UMKM, sementara kapabilitas yang rendah akan menurunkan kinerja. Penurunan kinerja UMKM sektor fashion di Kota Denpasar dapat disebabkan oleh kurangnya jaringan distribusi. Untuk itu, pelaku UMKM perlu meningkatkan distribusi langsung kepada konsumen. Kapabilitas sendiri mencakup penerapan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar (Andriyani, 2019). Hasil ini konsisten dengan penelitian Lukiastuti (2021), yang menyatakan bahwa kapabilitas pemasaran mampu menjadi mediasi dalam meningkatkan kinerja. Mawu (2019) juga menyoroti bahwa kapabilitas berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja.

Pengetahuan Berwirausaha (X_3) berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM (Y). Hasil ini ditunjukkan oleh koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,189, dengan t -statistic = 2,770 dan signifikansi (p) = 0,007 < 0,05. Oleh karena itu, hipotesis-3 (H_3) diterima dan dapat dibuktikan secara empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan berwirausaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Pengetahuan yang baik meningkatkan kinerja UMKM, sedangkan kurangnya pengetahuan dapat menurunkan kinerja. Penurunan kinerja UMKM di Kota Denpasar sebagian disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang pemasaran, khususnya dalam hal penyimpanan informasi. UMKM di sektor fashion perlu memperluas pengetahuan tentang pemasaran untuk menghadapi perubahan pasar, terutama selama pandemi Covid-19, guna mengembangkan strategi yang efektif. Penelitian ini mendukung temuan Utami dan Mulyaningsih (2019), yang menunjukkan bahwa pengetahuan pasar memiliki pengaruh terhadap kinerja pemasaran. Siti dan

Sukaatmadja (2019) juga menemukan hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja pemasaran toko ritel pakaian di Kota Denpasar.

Untuk menguji nyata tidaknya pengaruh variabel bebas orientasi kewirausahaan (X_1), kapabilitas (X_2) dan pengetahuan berwirausaha (X_3) secara simultan terhadap variabel terikat kinerja UMKM (Y), maka dilakukan pengujian dengan menggunakan uji-F (F_{test}) sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Uji Simultan (Uji F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 34.745 | 3 | 11.582 | 57.212 | .000 ^b |
| | Residual | 19.433 | 96 | .202 | | |
| | Total | 54.178 | 99 | | | |
| a. Dependent Variable: Kinerja UMKM | | | | | | |
| b. Predictors: (<i>Constant</i>), Pengetahuan berwirausaha, Orientasi kewirausahaan, Kapabilitas | | | | | | |

Sumber : Hasil pengolahan data (2024)

Berdasarkan hasil analisis data yang disajikan dalam Tabel 2, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 57,212 dengan signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pada taraf kepercayaan 5%, secara statistik, orientasi kewirausahaan (X_1), kapabilitas (X_2), dan pengetahuan berwirausaha (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM (Y) di sektor usaha *fashion* di Kota Denpasar. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap layak. Ketiga faktor ini secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini berarti bahwa kombinasi orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha yang tinggi dapat meningkatkan kinerja UMKM sektor *fashion* di Kota Denpasar. Sebaliknya, jika ketiga faktor ini rendah, kinerja UMKM akan menurun. Indikator terendah yang ditemukan adalah kemampuan laba, terutama di tengah tantangan pandemi Covid-19. UMKM sektor *fashion* perlu lebih memperhatikan keuntungan dengan terus beradaptasi terhadap perubahan pasar. Hasil ini didukung oleh penelitian Astuti (2019), yang menemukan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran melalui kapabilitas sebagai mediasi. Mawu (2019) juga menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan pemasaran berdampak pada kapabilitas dan kinerja UMKM. Penelitian ini menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha adalah elemen penting yang berkontribusi terhadap keberhasilan UMKM di sektor *fashion* di Kota Denpasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan, kapabilitas, dan pengetahuan berwirausaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor *fashion* di Kota Denpasar. Semakin baik orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku UMKM, ditunjang oleh kapabilitas yang mumpuni serta pengetahuan berwirausaha yang memadai, maka semakin besar dampaknya terhadap peningkatan kinerja UMKM di sektor *fashion* di Kota Denpasar.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain guna memperluas cakupan penelitian, mengingat studi ini hanya terbatas pada variabel orientasi kewirausahaan, kapabilitas, pengetahuan berwirausaha, serta kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, objek penelitian dapat diperluas dengan melibatkan lebih banyak pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di sektor *fashion* di seluruh wilayah Bali. Penambahan variabel dan perluasan objek penelitian akan meningkatkan kompleksitas penelitian, sehingga menghasilkan pembahasan yang lebih mendalam dan komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, R. (2019). *Pengaruh Kapabilitas Organisasi terhadap Keunggulan Bersaing*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 18(2), 78-89.
- Apriliansi, R., Saputra, E., & Hidayati, S. (2019). *Inovasi dalam Kewirausahaan: Studi Kasus pada UKM di Jakarta*. Jurnal Ilmu Kewirausahaan, 14(2), 78-90.
- Astuti, W. (2019). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pemasaran*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 21(2), 45-58.
- Barney, J. B. (2019). *Resource-Based Theory: Creating and Sustaining Competitive Advantage*. Oxford: Oxford University Press.
- Best, R. J. (2019). *Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Glazer, R. (2019). *Kewirausahaan dalam Era Global: Peluang dan Tantangan*. Journal of Entrepreneurship, 7(3), 55-70.
- Mawu, E., Hartati, S., & Nugroho, A. (2019). *Kewirausahaan dan Dampaknya terhadap Perekonomian Lokal*. Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, 10(3), 100-115.
- Naman, J. E., & Slevin, D. P. (2019). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Entrepreneurship Theory and Practice, 43(4), 738-756.
- Lestari, S. (2021). *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi dan Kinerja Bisnis*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(1), 75-89.
- Lukiastuti, F. (2021). *Kewirausahaan dan Kinerja Usaha: Studi pada UKM di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 23(2), 102-115.
- Setyawati, D. (2019). *Kewirausahaan Sosial: Konsep dan Implementasi dalam Pemberdayaan Masyarakat*. Jurnal Manajemen Pembangunan, 19(2), 130-142.
- Sinkula, J. M. (2020). *Entrepreneurial Knowledge and Market Learning Capabilities*. Journal of Business Research, 112, 120-130.
- Siranasri, S. (2019). *Kewirausahaan Berbasis Inovasi di Era Digital*. Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi, 8(2), 65-75.

Jurnal Manajemen dan Bisnis Jayakarta, Volume 6, No. 2, Januari 2025

- Siti, N., & Sukaatmadja, M. (2019). *Peran Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha Mikro dan Kecil*. Jurnal Kewirausahaan, 11(1), 45-58.
- Suardhika, I Nengah. 2012. Integrasi Sumber Daya Strategis, Orientasi Kewirausahaan dan Dinamika Lingkungan Sebagai Basis Strategi Bersaing Serta Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah di Bali). *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 10. 2012.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Trihudyatmanto, A., & Purwanto, Y. (2020). *Pengaruh Kewirausahaan terhadap Kinerja Bisnis pada Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal Studi Kewirausahaan, 15(1), 25-40.
- Utami, W. R., & Mulyaningsih, E. (2019). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa*. Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis, 12(2), 88-98.