

# Peran Digitalisasi, Inovasi, Orientasi Dalam Peningkatan Kinerja Bisnis UMKM Souvernir Murah Sidoarjo

Oleh:

Erik Ilyasa ( 202010200080 )

Muhammad Yani, SE. MM selaku Dosen Pembimbing

Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Mei 2024

# Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang dapat menjadi tulang punggung perekonomian daerah yang telah memberikan kontribusi terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi yaitu penciptaan lapangan kerja. Tujuan UMKM adalah memberikan peluang bagi masyarakat khususnya yang berpendapatan rendah agar melakukan kegiatan ekonomi dengan produktif.

Hingga sekarang masyarakat banyak yang telah bekerja dengan melakukan kegiatan produktif bagi para pelaku UMKM, salah satunya terletak di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Meningkatnya jumlah pelaku usaha bisnis UMKM dapat memotivasi UMKM lainnya untuk melakukan upaya peningkatan daya saing mengenai produk baik dari dalam maupun di luar Kabupaten Sidoarjo, khususnya pada pelaku bisnis UMKM souvenir.

# Pendahuluan

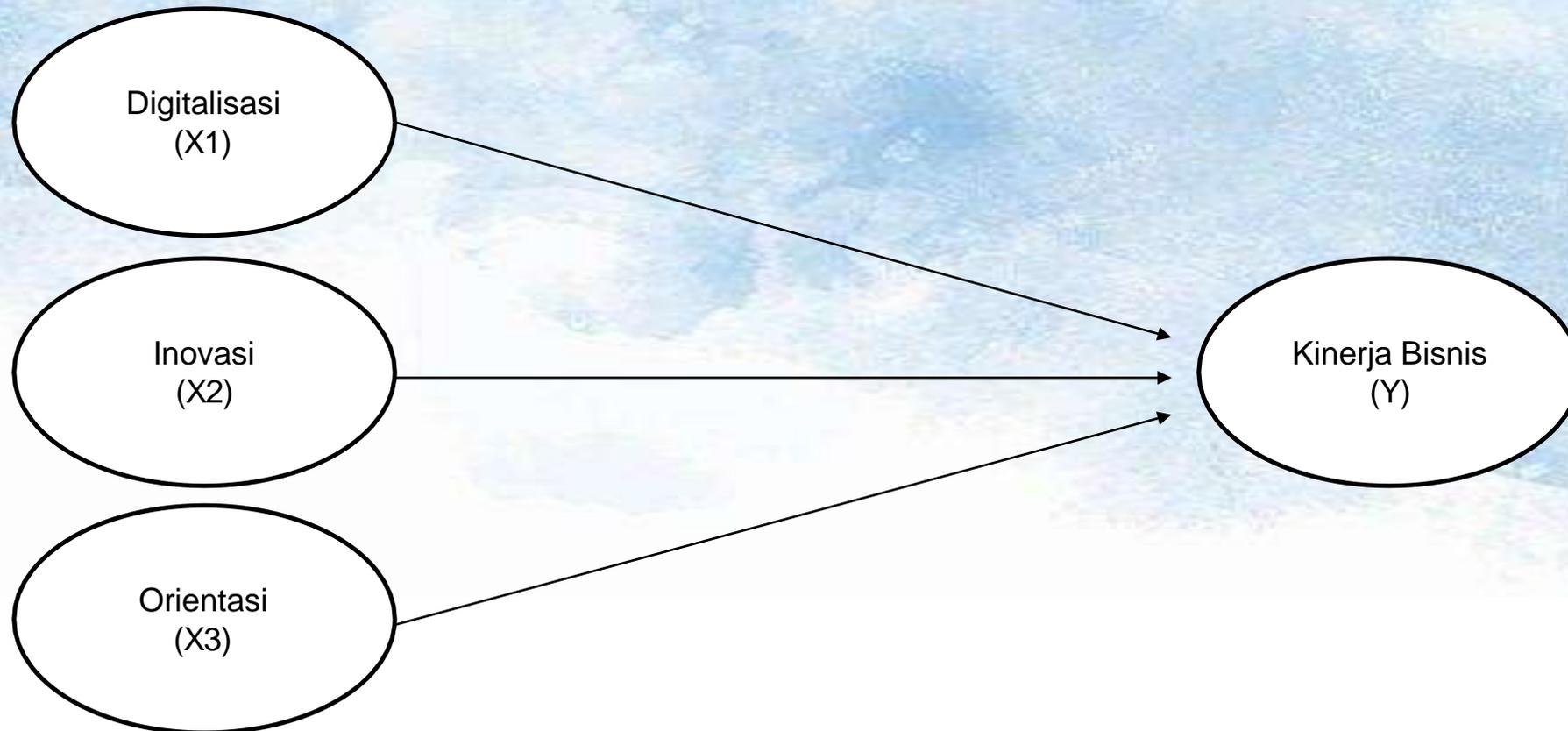
Berdasarkan pada fenomena diatas, para pelaku bisnis UMKM souvenir mengalami penurunan penjualan yang di akibatkan dari tingginya persaingan antar UMKM. Hal ini menimbulkan dampak menguntungkan dan merugikan. Dampak menguntungkan adalah dapat memotivasi UMKM untuk melakukan penilaian yang bertujuan mendorong UMKM untuk melangkah lebih jauh dalam menghadapi persaingan bisnis. Dampak merugikan adalah munculnya persaingan yang sangat ketat yang diakibatkan oleh jangkauan pemasaran yang luas dan sering terjadi adanya peniruan produk sehingga rentan penipuan.

Untuk menghadapi banyaknya persaingan yang ketat para pelaku UMKM souvenir harus mampu mengembangkan peran strategi digitalisasi, orientasi, inovasi didalam bisnis dengan upaya peningkatkan kinerja bisnisnya agar UMKM mampu bertahan dan berjalan untuk mencapai keberhasilan bisnis.

# Rumusan Masalah

Bagaimana peran digitalisasi, orientasi dan inovasi dalam peningkatan kinerja bisnis UMKM Souvernir Murah Sidoarjo ?

# Metode Penelitian



# Hasil dan Pembahasan

## Identitas Data Responden

	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	42	43,75%
	Perempuan	54	56,25%
	Jumlah	96	100,00%
Usia	18-25 Tahun	72	75,00%
	25-36 Tahun	16	16,67%
	36-45 Tahun	6	6,25%
	>45 Tahun	2	2,08%
	Jumlah	96	100,00%
Domisili	Sidoarjo	96	100,00%
Pendidikan	SMP	1	1,04%
	SMA/SMK	38	39,60%
	D3	8	8,33%
	S1	44	45,83%
	S2	2	2,08%
	S3	3	3,12%
	Jumlah	96	100,00%
	Pekerjaan	Swasta	34
Wiraswasta		11	11,46%
Pedagang		7	7,30%
Guru/Dosen		5	5,20%
TNI/POLRI		4	4,16%
Lainnya		35	36,45%
Jumlah		96	100,00%
Pendapatan	<Rp.5.000.000	84	87,50%
	Rp.5.000.000- Rp.10.000.000	10	10,42%
	Rp.10.000.000-Rp.20.000.000	2	2,08%
	Jumlah	96	100,00%

# Hasil dan Pembahasan

## Outer Model Uji Validitas Konvergen

## Hasil *Loading Factor*

Nilai dari *Loading Factor* setiap variable (Instrumen) sudah memenuhi syarat, karena diatas  $> 0,700$  dan dapat dinyatakan semua indikator valid, karena telah memenuhi nilai *korelasi*. Dari hasil *loading factor* ini, maka penelitian dapat dilanjutkan pada tahap selanjutnya

	Kinerja Bisnis (Y)	Digitalisasi (X1)	Inovasi (X2)	Orientasi (X3)
KB1	0,807			
KB2	0,809			
KB3	0,782			
PD1		0,773		
PD2		0,824		
PD3		0,810		
PD4		0,836		
PI1			0,866	
PI2			0,900	
PI3			0,917	
PO1				0,806
PO2				0,761
PO3				0,873
PO4				0,769
PO5				0,731

# Hasil dan Pembahasan

## Outer Model Uji Validitas Konvergen

Dapat diketahui bahwa nilai dari *Average Variance Extracted (AVE)* diatas  $> 0,5$  di setiap variabel. Hal ini menunjukkan bahwa nilai indikator *Average Variance Extracted (AVE)* adalah valid. Dapat disimpulkan, bahwa apabila semua variabel diatas  $> 0,5$  dapat digunakan untuk mengukur besarnya indikator yang didukung oleh konstruk

## Hasil AVE

	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja Bisnis (Y)	0,639
Digitalisasi (X1)	0,657
Inovasi (X2)	0,800
Orientasi (X3)	0,623

# Hasil dan Pembahasan

Outer Model  
Uji Validitas Diskriminan

## Fornell Larcker Criterion

	Kinerja Bisnis (Y)	Digitalisasi (X1)	Inovasi (X2)	Orientasi (X3)
Kinerja Bisnis (Y)	0,799			
Digitalisasi (X1)	0,675	0,811		
Inovasi (X2)	0,693	0,506	0,895	
Orientasi (X3)	0,797	0,618	0,748	0,789

Hasil pengujian Validitas Diskriminan dengan penerapan Fornell Larcker Criterion dengan hasil di atas  $> 0,7$  itu menandakan bahwa telah memenuhi persyaratan dan dapat dikatakan valid.

# Hasil dan Pembahasan

Outer Model  
Uji Realibilitas Komposit

## Hasil *Cronbach's Alpha* dan *Composit Reliability*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kinerja Bisnis (Y)	0,719	0,842
Digitalisasi (X1)	0,827	0,885
Inovasi (X2)	0,875	0,923
Orientasi (X3)	0,848	0,892

Diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,7 yang menunjukkan bahwa konstruk secara keseluruhan dapat dianggap reliabel. Kemudian diketahui nilai *Composit Reliability* untuk variabel penelitian diatas 0,7. Nilai Kinerja Bisnis sebesar 0,842, Peran Digitalisasi sebesar 0,885, Peran Inovasi sebesar 0,923, Peran Orientasi sebesar 0,892. Hal ini menunjukkan bahwa semua masing-masing variabel telah memenuhi syarat dan hasil ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

# Hasil dan Pembahasan

Inner Model  
Uji R-Square

## Nilai *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
Kinerja Bisnis (Y)	0,705	0,696

Diketahui nilai *R-Square* untuk variabel Kinerja Bisnis (Y) adalah sebesar 0.705, hal ini menunjukkan bahwa semua variabel (X) memiliki pengaruh sebesar 70,5 % terhadap variabel (Y) yang sehingga dapat dikatakan memiliki pengaruh baik dan besar. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini

# Hasil dan Pembahasan

## Inner Model Uji Hipotesis

## *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Digitalisasi (X1) -> Kinerja Bisnis (Y)	0,281	0,273	0,087	3,243	0,001
Inovasi (X2) -> Kinerja Bisnis (Y)	0,191	0,178	0,089	2,136	0,033
Orientasi (X3) -> Kinerja Bisnis (Y)	0,480	0,505	0,112	4,289	0,000

Berdasarkan hasil analisis pada tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Digitalisasi terhadap Kinerja Bisnis menunjukkan nilai *Original Sample* sebesar 0,281 yang menyumbangkan kontribusi sebesar 28,1%. Nilai *T-Statistics* sebesar 3,243 melebihi 1,96 dan nilai *P-Values* sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis.
2. Inovasi terhadap Kinerja Bisnis menunjukkan nilai *Original Sample* sebesar 0,191 yang menyumbangkan kontribusi sebesar 19,1%. Nilai *T-Statistics* 2,136 melebihi 1,96 dan nilai *P-Values* sebesar 0,033 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis.
3. Orientasi terhadap Kinerja Bisnis menunjukkan nilai *Original Sample* sebesar 0,480 yang menyumbangkan kontribusi sebesar 48,0%. Nilai *T-Statistics* 4,289 melebihi 1,96 dan nilai *P-Values* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Orientasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Bisnis

# Pembahasan

## Pengaruh Peran Digitalisasi Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil dari analisis *Path Coefficient* menunjukkan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, maka hipotesis pertama diterima. Artinya peran digitalisasi dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja bisnis. Peran digitalisasi yang dilakukan UMKM Souvernir Murah Sidoarjo adalah dengan memanfaatkan penggunaan teknologi digital secara efektif dalam pengoptimalan proses berbisnis terutama dalam pemasaran produk melalui media sosial seperti platform Instagram, Facebook, Whatshap, Grab, Cargo, Shopee, dengan tujuan untuk memperluas akses pasar, memperkuat hubungan pelanggan, mendorong inovasi produk, meningkatkan visibilitas dan citra merek serta membantu memenuhi dalam melengkapi kebutuhan usaha. Berdasarkan nilai *Loading Factor* tertinggi peran digitalisasi (X1) terdapat pada indikator informatif (PD4) Hal ini dapat dijelaskan bahwa informasi yang telah diberikan UMKM Souvernir Murah Sidoarjo dapat memberikan arahan bagi konsumen untuk memudahkan dan memahami terkait produk dan layanan yang telah disediakan.

# Pembahasan

## Pengaruh Peran Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil dari analisis *Path Coefficient* menunjukkan peran inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, maka hipotesis kedua diterima. Artinya peran inovasi dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja bisnis. Peran inovasi yang dilakukan UMKM Souvernir Murah Sidoarjo adalah dengan mencari temuan terbaru terkait gaya desain produk yang sesuai dengan perkembangan *trend*, kemudian memperbaiki kekurangan dari kualitas produk, gaya produk serta desain, agar UMKM Souvernir Murah Sidoarjo tidak tertinggal dengan UMKM lainnya. Berdasarkan nilai *Loading Factor* tertinggi peran inovasi (X2) terdapat pada indikator membuat desain produk yang berbeda dengan kompetitor (PI3). Hal ini dapat dijelaskan bahwa UMKM Souvernir Murah Sidoarjo membuat desain produk yang berbeda dengan kompetitor dapat menyumbangkan kontribusi, terutama dalam upaya meningkatkan daya tarik pelanggan serta dalam menjaga kestabilan bisnis ditengah persaingan dengan tetap berinovasi pada produk baru.

# Pembahasan

## Pengaruh Peran Orientasi Terhadap Kinerja Bisnis

Hasil dari analisis *Path Coefficient* menunjukkan peran orientasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, maka hipotesis ketiga diterima. Artinya peran orientasi dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja bisnis. Peran orientasi yang dilakukan UMKM Souvernir Murah Sidoarjo adalah berfokus kuat untuk mengenali target pasar yang sudah ada, kemudian menilai dan memahami serta memanfaatkan semaksimal mungkin pada saat meluncurkan produk baru, menarik klien dan menjalin hubungan baik dengan pihak luar UMKM. Berdasarkan nilai *Loading Factor* tertinggi peran Orientasi (X3) terdapat pada indikator pengambilan resiko (PO3). Hal ini dapat dijelaskan pengambilan resiko pada kerusakan produk saat pengiriman sudah menjadi tanggung jawab yang kodrat dilakukan UMKM Souvernir Murah Sidoarjo agar tidak menimbulkan konflik atau masalah dan tetap menjaga nama baik UMKM dengan memberikan ganti rugi. Ganti rugi yang diberikan dapat berupa pergantian produk yang setara nilainya atau ganti rugi berupa uang.

# Temuan Penting Penelitian

Digitalisasi, orientasi dan inovasi menyumbangkan kontribusi positif terhadap kinerja bisnis yang membedakan dengan pesaing lainnya.

# Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat untuk mengukur bagaimana setiap variabel seperti Digitalisasi, Inovasi dan Orientasi Mempengaruhi kinerja bisnis. Dan hal tersebut sangat penting untuk diperhatikan guna menjadi salah satu strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan bisnis dengan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi masing-masing variabel.

# Referensi

- [1] D. Harjadi and W. H. Gunawan, “Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Usaha Terhadap Daya Saing Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pelaku UMKM Pemerintah Kabupaten Kuningan),” *J. Manaj. Motiv.*, vol. 18, no. 1, p. 1, 2022, doi: 10.29406/jmm.v18i1.2551.
- [2] V. No *et al.*, “Kinerja Karyawan : Pendekatan Kepemimpinan Transformasional Dan Kerjasama Tim Dimediasi Kepuasan Kerja,” vol. 24, no. 1, pp. 64–77, 2023.
- [3] B. Harto, T. Sumarni, A. Dwijayanti, R. Komalasari, and S. Widyawati, “Transformasi Bisnis UMKM Sanfresh Melalui Digitalisasi Bisnis Pasca Covid 19,” *Ikra-Ith Abdimas*, vol. 6, no. 2, pp. 9–15, 2022, doi: 10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2399.
- [4] U. Islam and M. Mojokerto, “Dampak inovasi terhadap customer value co-creation behavior yang dimediasi customer engagement,” vol. 1, no. 1, pp. 42–56, 2023.
- [5] N. Ketut, P. Satwika, N. Made, and W. Kusuma, “Pengaruh Orientasi Pasar Serta Inovasi Terhadap Keunggulan Kompetitif Dan Kinerja Bisnis,” vol. 7, no. 3, pp. 1481–1509, 2018.
- [6] M. P. Paramitha, N. Mustofiyah, D. O. Rieuwpassa, and R. A. R. Salim, “Peran Digital Marketing Sebagai Langkah Peningkatan Kinerja UMKM di Era Revolusi Industri 4.0,” *Pros. Natl. Semin. Accounting, Financ. Econ.*, vol. 2, no. 2, pp. 133–147, 2022.
- [7] K. Kalil and E. A. Aenurohman, “Dampak Kreativitas Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Ukm Di Kota Semarang,” *J. Penelit. Hum.*, vol. 21, no. 1, pp. 69–77, 2020, doi: 10.23917/humaniora.v21i1.8581.
- [8] I. Permana, “Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Usaha Kecil Menengah Makanan Siap Saji D ’ Besto,” *J. Pengemb. Wiraswasta*, vol. 19, no. 2, pp. 97–104, 2010.

# Referensi

- [9] R. Sukmawati and M. I. Tarmizi, “Peran Inovasi Memediasi Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Songket,” *Tjyybjb.Ac.Cn*, vol. 27, no. 2, pp. 58–66, 2022.
- [10] I. I. Rawan and G. A. A. Ghonisyah, “Strategi Digitalisasi Pada UMKM di Bidang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Tasikmalaya,” *J. Bisnis dan Kewirusahaan*, vol. 19, no. 01, pp. 43–49, 2023.
- [11] M. Heykal, “Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Pelaku Usaha Wisata di Ancol DKI Jakarta,” *Attract. Innov. Educ. J.*, vol. 5, no. 2, 2023.
- [12] A. Fatha Isman and W. Rusdi, “Pengaruh Kepribadian Islami, Akses Informasi, Dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Usaha Penyulingan Minyak Daun Cengkeh Kabupaten Sinjai),” *JEKSYAH (Islamic Econ. Journal)*, vol. 2, no. 01, pp. 12–22, 2022, doi: 10.54045/jeksyah.v2i01.53.
- [13] N. N. A. Novarini and D. A. S. Bhegawati, “Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja Pemasaran melalui Minat Beli Customer sebagai Variabel Intervening pada Usaha Pudding Art di Kota Denpasar,” *INOBISS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 3, no. 3, pp. 327–335, 2020, doi: 10.31842/jurnalinobis.v3i3.141.
- [14] P. Daneswara and Muafi, “Pengaruh Manajemen Pengetahuan Dan Inovasi Organisasi Terhadap Kinerja Umkm,” vol. 8, no. 1, pp. 1–20, 2016.
- [15] S. Riyoko, “Peran Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pembelajaran Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Ukm Jawa Tengah,” *Ajie*, vol. 06, no. May, pp. 60–64, 2022, doi: 10.20885/ajie.vol6.iss2.art2.
- [16] Y. D. Handini, D. Poernomo, H. Karyadi, and I. K. Mastika, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing yang Dimoderasi Kinerja Bisnis,” vol. 19, no. 1, pp. 95–104, 2023.

# Referensi

- [17] R. Maryatmo and D. V. Pamenta, “Peran Aplikasi Digital Pada Kinerja Bisnis Kedai Kopi Skala Mikro Di Diy,” *Modus*, vol. 35, no. 1, pp. 101–115, 2023, doi: 10.24002/modus.v35i1.6967.
- [18] H. Harsono and G. J. Kiswara, “Pengaruh Rantai Pasokan Digital pada Kinerja Organisasi: Studi Empiris di Industri Pertahanan,” *J. Ind. Eng. ...*, vol. 3, no. 6, pp. 80–90, 2022.
- [19] A. Gusti, I. Ayu, Agung, D. Setya, I. Ni, Luh, Kardini, and P. Komang, Asri, “Peran Inklusi Keuangan dan Digitalisasi UMKM terhadap Kinerja UMKM di Kota Denpasar - Bali (Studi Kasus UMKM Kuliner Kota Denpasar),” vol. 7, pp. 23492–23499, 2023.
- [20] A. D. Supit, H. N. Tawas, and W. Djemly, “Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Dengan Kinerja Pemasaran Sebagai Variabel Intervening Di Kabupaten Minahasa,” *J. EMBA*, vol. 10, no. 4, pp. 2096–2108, 2022.
- [21] Ley 25.632, “Orientasi Pasar, Inovasi, Orientasi Teknologi, Dan Manajemen Pengetahuan Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis UMKM Di Soloraya,” 2002.
- [22] T. C. Sondra and O. H. Widjaja, “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Bidang Konveksi Di Jakarta Barat,” *J. Manajerial Dan Kewirausahaan*, vol. 3, no. 2, p. 500, 2021, doi: 10.24912/jmk.v3i2.11897.
- [23] Wahidmurni, “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Di JABODETABEK Dengan Individualisme Sebagai Variabel Moderasi,” pp. 2588–2593, 2017.
- [24] T. Nur’Aini, L. Sa’adah, and I. Rahmawati, “Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2016-2020),” *IJAB Indones. J. Account. Bus.*, vol. 2, no. 1, pp. 59–71, 2020, doi: 10.33019/accounting.v2i1.14.

# Referensi

- [25] M. Yani, “The Effect Of Compensation, Environment and Leadership Style On Employee Spirit and Performance Through Motivation,” *JBMP (Jurnal Bisnis, Manaj. dan Perbankan)*, vol. 7, no. 1, pp. 1–20, 2021, doi: 10.21070/jbmp.v7i1.1337.
- [26] A. Y. Bali, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening,” *J. Akuntansi, Manaj. dan Ekon.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2022, doi: 10.56248/jamane.v1i1.7.
- [27] W. Chandra, D. Anggraini, and F. A. M. Hutabarat, “EPIC MODEL: Pengukuran Efektifitas Komukasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Medan pada masa New Normal,” *Ekon. Keuangan, Investasi dan Syariah*, vol. 4, no. 2, pp. 716–724, 2022, doi: 10.47065/ekuitas.v4i2.2506.
- [28] A. P. Siregar, H. Tannady, I. A. Jusman, and P. A. Cakranegara, “Peran Harga Produk Dan Brand Image Terhadap Purchase Decision Produk Cold Pressed Juice Re . Juve,” *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 3, no. August, pp. 2657–2665, 2022.
- [29] D. Sari, M. Yani, L. Indayani, and D. Chabibah, “The Role of Product Innovation and Entrepreneurial Orientation Towards Marketing Performance Through Competitive Advantage,” 2022, doi: 10.4108/eai.10-8-2022.2320835.
- [30] L. A. Pransiska, Sumartik, and H. M. K. Sari, “Peran Kualitas Produk, Online Customer Review, dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Tiktok Shop,” *Costing J. Econ. Bus. Account.*, vol. 7, no. 2, pp. 3619–3627, 2024.
- [31] E. Eryc and Cindy, “Adoption of Eco-Innovation and Digitalization Influence on the Business Performance of Umkm in Batam City,” *J. Teknol. Inf. Dan Komun.*, vol. 14, no. 1, pp. 67–77, 2023, doi: 10.51903/jtikp.v14i1.468.
- [32] S. Suroto, “Dampak Digitalisasi terhadap UMKM di Kota Jambi: Studi Deskriptif Kualitatif tentang Persepsi para Pakar dan Pelaku Usaha UMKM,” *J. Khazanah Intelekt.*, vol. 7, no. 3, pp. 1830–1854, 2023, doi: 10.37250/khazanah.v7i3.219.

# Referensi

- [33] H. Muharam, D. Alan, I. Rosita, and R. T. Rahman, “Membangun Resiliensi UMKM Melalui Peran Digitalisasi dan Praktik Sumber Daya Manusia,” *Bus. Manag. J.*, vol. 20, no. 1, pp. 109–117, 2024.
- [34] Meta Indah Tiara, Sutrisno Sutrisno, and M Fadjar Darmaputra, “Pengaruh Kompetensi, Inovasi, Pelatihan, Terhadap Kinerja UMKM Center Kabupaten Semarang,” *J. Publ. Sist. Inf. dan Manaj. Bisnis*, vol. 3, no. 1, pp. 13–24, 2023, doi: 10.55606/jupsim.v3i1.2353.
- [35] I. Puspitowati, C. M. Firdausy, and S. E. Handoyo, “Kinerja usaha umk melalui dukungan keluarga, akses finansial dan inovasi produk,” vol. 8, no. 1, pp. 129–140, 2024.
- [36] G. M. P. Daswal, I. A. Nursanty, and A. K. Fauzi, “Pengaruh Inovasi, Penggunaan Informasi Akuntansi, dan Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Kecamatan Sekarbela,” *Kompeten J. Ilm. Ekon. dan Bisnis*, vol. 2, no. 3, pp. 610–618, 2023, doi: 10.57141/kompeten.v2i3.91.
- [37] D. A. N. Motivasi *et al.*, “PETERNAK KAMBING DI KABUPATEN SUMBAWA THE ANALYSING INFLUENCE OF LEARNING ORIENTATION , COOPERATION NETWORK , AND BUSINESS MOTIVATION ON THE BUSINESS PERFORMANCE OF GOAT FARMERS IN SUMBAWA REGENCY PENDAHULUAN Sektor penggerak utama pembangunan daerah dan ,” vol. 34, no. April, pp. 14–27, 2024.
- [38] S. Subagyo and S. Samari, “Meningkatkan kinerja bisnis melalui orientasi kewirausahaan dan kemampuan managerial dengan strategi bisnis sebagai variabel intervening,” *JPPI (Jurnal Penelit. Pendidik. Indones.)*, vol. 8, no. 2, p. 441, 2022, doi: 10.29210/020221531.
- [39] E. L. Jon, R. E. Fanggidae, D. Y. Salean, and N. P. Nursiani, “Pengaruh Motivasi Kerja dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah(UMKM) pada Wisata Kuliner di Labuan Bajo,” *J. Ekon. Ilmu Sos.*, vol. 4, no. 3, pp. 521–534, 2023.

