

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI, KOMPETENSI  
ETIKA, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP  
PERTUMBUHAN USAHA WISATA KULINER DI BELITUNG  
YANG DIMEDIASI OLEH KOMPETENSI JARINGAN USAHA**



**DISUSUN OLEH  
NAMA: RICO CANDRA  
NIM: 115180019**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
2021**



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : RICO CANDRA  
NIM : 115180019  
PROGRAM / JURUSAN : EKONOMI MANAJEMEN  
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KOMPETENSI  
STRATEGI, KOMPETENSI ETIKA,  
DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN  
TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA  
WISATA KULINER DI BELITUNG  
YANG DIMEDIASI OLEH  
KOMPETENSI JARINGAN USAHA

Jakarta,  
Pembimbing,



(Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

**HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI**

NAMA : RICO CANDRA  
NIM : 115180019  
PROGRAM / JURUSAN : EKONOMI MANAJEMEN  
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KOMPETENSI  
STRATEGI, KOMPETENSI ETIKA,  
DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN  
TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA  
WISATA KULINER DI BELITUNG  
YANG DIMEDIASI OLEH  
KOMPETENSI JARINGAN USAHA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 16 Desember 2021 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dra. Rodhiah, MM
2. Anggota Penguji : Lydiawati Soelaiman, ST., MM  
Drs. M. Tony Nawawi, MM

Jakarta, 16 Desember 2021

Pembimbing,



(Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Saya sendiri,

Seluruh keluarga, Seluruh

rekan seperjuangan,

Seluruh pengajar dan pembimbing yang terhormat.

## **HALAMAN MOTTO**

**“Teruslah Bernafas”**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya selama penyusunan skripsi ini sehingga penulis akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini tepat waktunya. Tujuan dari pembuatan skripsi ini adalah agar dapat memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana pada Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihakpihak yang telah memberikan bimbingan, dorongan, dan semangat kepada penulis, sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini, yaitu kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Tarumanagara yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjalankan studi dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara memberikan bantuan dan arahan kepada penulis untuk menjalankan studi dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara yang telah membimbing dan mendidik penulis selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.
6. Keluarga saya Ibu (Eva), Ayah (Chandra), dan Fisca (Saudari) yang telah memberikan doa dan dukungan selama penulis menyusun skripsi
7. Teman-teman satu bimbingan Clarenca dan Jennifer yang selalu bekerja sama dan saling membantu dalam penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman satu angkatan 2018 Viny, Jennifer, Lusiana, Mardiana, Grecia, Veronica, Welly, Feby, Yohannes dan Renaldi yang selalu mendukung dan saling bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman dari luar perkuliahan pada grup 7 Dibaca Seven, Farhan, Fendi, Kevin, Herlangga, dan Philip yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Senior yang senantiasa memberikan saran dan nasihat dalam penyusunan skripsi, Adi.
11. Semua pihak yang namanya tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah iku memberikan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara dan juga dapat bermanfaat bagi masyarakat.

Jakarta, 6 Desember 2021

Penulis,

Rico Candra



## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

(A) RICO CANDRA

(B) PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI, KOMPETENSI ETIKA, DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA WISATA KULINER DI BELITUNG YANG DIMEDIASI OLEH KOMPETENSI JARINGAN USAHA

(C) xviii + 109 HAL, 27 TABEL, 19 GAMBAR, 5 LAMPIRAN

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kompetensi Strategi, Kompetensi Etika, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha dengan Kompetensi Jaringan Usaha sebagai variabel mediasi pada Usaha Wisata Kuliner di Belitung. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 64 responden yang merupakan pemilik usaha wisata kuliner di Belitung. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu agar dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, dimana sampel yang terpilih dalam penelitian ini merupakan pemilik usaha yang bergerak pada sektor wisata kuliner di Belitung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi strategi, kompetensi etika dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kompetensi jaringan usaha. Demikian pula halnya dengan kompetensi jaringan usaha berpengaruh positif terhadap pertumbuhan usaha. Dalam penelitian ini kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh antara kompetensi strategi, kompetensi etika, dan orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha.

(F) Kompetensi Strategi, Kompetensi Etika, Orientasi Kewirausahaan, Kompetensi Jaringan Usaha, Pertumbuhan Usaha, Usaha Wisata Kuliner

(G) Daftar Acuan 74 (1983-2021)

(H) Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

## **ABSTRACT**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JAKARTA**

(A) RICO CANDRA

(B) THE EFFECT OF STRATEGY COMPETENCE, ETHIC COMPETENCE, ENTREPRENEURIAL COMPETENCE ON THE CULINARY TOURISM BUSINESS GROWTH IN BELITUNG WITH NETWORK COMPETENCE AS A MEDIATOR

(C) xviii + 109 PAGES, 27 TABLES, 19 PICTURES, 5 ATTACHMENTS

(D) ENTREPRENEURSHIP

(E) Abstract: The purpose of this paper is twofold. First, to investigate the effect of strategy competence, ethic competence, and entrepreneurial orientation on the business growth in a tourism culinary in Belitung Island. And second, to explore the role of network competence as a mediator among these understudied variables. The sample used in this research is as many as 64 respondents who are the owners of the tourism culinary business in Belitung. This study uses data analysis with the Partial Least Square (PLS) approach in the form of the SmartPLS version 3.0 application. The result of this research shows that strategy competence, ethic competence, and entrepreneurial orientation have a positive and significant effect on the network competence, networking competence have a positive and significant effect on the business growth, then the network competence is able to mediate the effect of strategy competence, ethic competence, and entrepreneurial orientation on the tourism culinary business growth.

(F) Strategy Competence, Ethic Competence, Entrepreneurial Orientation, Networking Competence, Business Growth, Culinary Tourism Business.

(G) Reference List 74 (1983-2021)

(H) Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB 1 .....	1
A. Permasalahan.....	1
1. Latar Belakang .....	1
2. Identifikasi Masalah .....	6
3. Batasan Masalah .....	7
4. Rumusan Masalah .....	7
B. Tujuan dan Manfaat .....	7
1. Tujuan.....	7
2. Manfaat.....	8
BAB 2.....	10

A. Kerangka Teori.....	10
1. Resource-Based View (RBV) Theory.....	10
2. Resource Dependence Theory (RDT) .....	10
B. Definisi Konseptual Variabel .....	11
1. Kompetensi Strategi .....	11
2. Kompetensi Etika .....	12
3. Orientasi Kewirausahaan.....	13
4. Kompetensi Jaringan Usaha .....	15
5. Pertumbuhan Usaha.....	16
C. Kaitan Antar Variabel .....	17
1. Kompetensi Strategi terhadap Kompetensi Jaringan Usaha.....	17
2. Kompetensi Etika terhadap Kompetensi Jaringan Usaha.....	17
3. Orientasi Kewirausahaan terhadap Kompetensi Jaringan Usaha.....	17
4. Kompetensi Jaringan Usaha terhadap Pertumbuhan Usaha .....	18
5. Kompetensi Strategi terhadap Pertumbuhan Usaha dengan Kompetensi Jaringan Usaha sebagai Variabel Mediasi .....	18
6. Kompetensi Etika terhadap Pertumbuhan Usaha dengan Kompetensi Jaringan Usaha sebagai Variabel Mediasi .....	19
7. Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha dengan Kompetensi Jaringan Usaha sebagai Variabel Mediasi .....	19
D. Penelitian Terdahulu .....	20
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	25
1. Kerangka Pemikiran .....	25
2. Hipotesis Penelitian.....	26
BAB 3.....	27
A. Desain Peneltian .....	27

B.	Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	27
1.	Populasi .....	27
2.	Teknik Pemilihan Sampel.....	28
3.	Ukuran Sampel.....	28
C.	Instrumen Penelitian dan Operasionalisasi Variabel .....	29
1.	Instrumen Penelitian.....	29
2.	Operasionalisasi Variabel .....	29
D.	Analisis Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.	Uji Validitas .....	37
4.	Uji Reliabilitas .....	41
E.	Analisis Data .....	41
1.	Pengujian Inner Model (Model Struktural) .....	42
BAB 4.....		44
A.	Deskripsi Subjek Penelitian .....	44
1.	Usia.....	44
2.	Jenis Kelamin.....	45
3.	Jenis Usaha .....	46
4.	Domisili Usaha.....	47
5.	Lama Berdiri Usaha .....	48
B.	Deskripsi Objek Penelitian.....	49
1.	Kompetensi Strategi .....	50
2.	Kompetensi Etika .....	51
3.	Orientasi Kewirausahaan .....	52
4.	Kompetensi Jaringan Usaha .....	54
5.	Pertumbuhan Usaha.....	55

C. Hasil Analisis Data .....	57
1. Hasil nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) .....	57
2. Hasil Analisis Q-Square ( $Q^2$ ).....	57
3. Hasil Analisis Goodness of Fit (GoF) .....	59
4. Uji Hipotesis dan Analisis Mediasi .....	59
D. Pembahasan .....	64
BAB 5 .....	68
A. Kesimpulan .....	68
B. Keterbatasan dan Saran.....	68
1. Keterbatasan.....	68
2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
DAFTAR LAMPIRAN .....	79
LAMPIRAN 1: Kuesioner .....	79
LAMPIRAN 2: Deskriptif Responden.....	86
LAMPIRAN 3: Hasil Jawaban Responden.....	88
LAMPIRAN 4: Hasil Uji Outer Model dan Inner Model.....	97
LAMPIRAN 5: Dokumentasi Lapangan.....	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	111
SURAT PEMERIKSAAN TURNITIN.....	112

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Literatur Penelitian Terdahulu .....	20
Tabel 3. 1 Tabel Skoring .....	29
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Strategi .....	30
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Etika .....	31
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Orientasi Kewirausahaan .....	32
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Jaringan Usaha.....	34
Tabel 3. 6 Operasionalisasi Variabel Pertumbuhan Usaha.....	35
Tabel 3. 7 Average Variance Extracted (AVE) .....	37
Tabel 3. 8 <i>Outer Loadings</i> .....	38
Tabel 3. 9 Cross Loadings .....	40
Tabel 3. 10 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	41
Tabel 4. 1 Tabel Profil Responden dilihat dari Usia .....	44
Tabel 4. 2 Tabel profil responden dilihat dari Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 3 Tabel profil responden dilihat dari Jenis Usaha .....	46
Tabel 4. 4 Tabel profil responden dilihat dari Domisili Usaha.....	47
Tabel 4. 5 Tabel profil responden dilihat dari lama Berdiri Usaha.....	48
Tabel 4. 6 Respon Objek Penelitian Kompetensi Strategi.....	50
Tabel 4. 7 Respon Objek Penelitian Kompetensi Etika .....	51
Tabel 4. 8 Respon Objek Penelitian Orientasi Kewirausahaan .....	52
Tabel 4. 9 Respon Objek Penelitian Kompetensi Jaringan Usaha .....	54
Tabel 4. 10 Respon Objek Penelitian Pertumbuhan Usaha .....	55
Tabel 4. 11 Tabel R-square ( $R^2$ ) .....	57
Tabel 4. 12 asil analisis Q-square ( $Q^2$ ).....	57
Tabel 4. 13 Tabel <i>Path Coefficient</i> .....	58
Tabel 4. 14 Nilai rata-rata AVE .....	59

Tabel 4. 15 Tabel Hasil Bootstrapping .....	60
Tabel 4. 16 Bootstrapping <i>Indirect Effect</i> .....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Penelitian .....	26
Gambar 3. 1 Model Outer Loadings.....	39
Gambar 4. 1 Diagram profil responden dilihat dari Usia .....	45
Gambar 4. 2 Diagram profil responden dilihat dari Jenis Kelamin .....	46
Gambar 4. 3 Diagram profil responden dilihat dari Jenis Usaha .....	46
Gambar 4. 4 Diagram profil responden dilihat dari Domisili Usaha .....	47
Gambar 4. 5 Diagram profil responden dilihat dari Lama Berdiri Usaha .....	49
Gambar 4. 6 Hasil Bootstrapping.....	61
Gambar Dokumentasi 1 Kerupuk Keluarga .....	104
Gambar Dokumentasi 2 Toko Oleh-oleh Belitung “Rumah Besar” .....	104
Gambar Dokumentasi 3 Rumah Makan FULO .....	105
Gambar Dokumentasi 4 Rumah Makan “Ratu Rasa” .....	105
Gambar Dokumentasi 5 Rumah Makan “Kelayang Beach Seafood” .....	106
Gambar Dokumentasi 6 Rumah Makan “Gioche Seafood” .....	106
Gambar Dokumentasi 7 P antai Tanjung Kelayang .....	107
Gambar Dokumentasi 8 Pantai Tanjung Pendam .....	107
Gambar Dokumentasi 9 Makanan khas Belitung, Gangan.....	108
Gambar Dokumentasi 10 Air Terjun Linsum Kawai .....	108
Gambar Dokumentasi 11 Berbagai Camilan Khas Belitung .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner .....	79
LAMPIRAN 2 Deskriptif Responden .....	86
LAMPIRAN 3 Hasil Jawaban Responden .....	88
LAMPIRAN 4 Hasil Uji Outer Model dan Inner Model .....	97
LAMPIRAN 5 Dokumentasi Lapangan .....	104

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Permasalahan**

#### **1. Latar Belakang**

Berwisata menjadi salah satu kegiatan yang paling diminati oleh banyak orang untuk berlibur dan melepaskan diri sejenak dari pekerjaan (Butler, Richard, 2020). Pariwisata sendiri merupakan industri yang cukup besar yang mampu untuk menopang ekonomi lokal serta menawarkan peluang ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat (Santa, 2020). Maka dari itu, banyak masyarakat yang terjun ke dalam bisnis pariwisata baik terlibat langsung maupun tidak langsung. Indonesia yang merupakan negara kepulauan memiliki berbagai tempat dengan panorama alam yang begitu indah dan mempesona menjadi objek destinasi wisata dari turis mancanegara maupun lokal. Dengan adanya potensi ini, Indonesia harus mampu mengembangkan potensi industri pariwisatanya (Nizar, M, A, 2011).

Namun sayangnya, akhir tahun 2019 merupakan awal yang buruk bagi industri pariwisata di seluruh dunia. Hal ini tidak lain disebabkan oleh munculnya pandemi virus Covid-19. Virus ini pertama kali muncul di daerah Wuhan, China pada Desember 2019 lalu yang kemudian mulai merambat ke berbagai penjuru dunia (Khalid, U., Okafor, L. E., & Burzynska, K., 2021). Pandemi Covid-19 telah mengakibatkan pembatasan perjalanan dan penurunan permintaan di kalangan wisatawan sejak akhir 2019 (Hao, Y., Bai, H., & Sun, S., 2021). Semenjak meningkatnya jumlah diagnosis Covid-19, masyarakat mulai enggan untuk berpergian karena dikhawatirkan akan meningkatkan risiko tertular virus. Dengan adanya fenomena ini, tentunya industri pariwisata menjadi sangat terpukul. Penghasilan dari bisnis yang sangat bergantung dari wisatawan menurun drastis dikarenakan sepi pengunjung. Ditambah lagi oleh adanya kebijakan pemerintah di tiap negara yang membatasi secara ketat arus keluar-masuk pengunjung di negaranya (Elgin et al., 2020).

Belitung merupakan salah satu daerah di Indonesia yang terkena dampak dari pandemi Covid-19. Menurut data dari [data.belitung.go.id](http://data.belitung.go.id), jumlah kunjungan wisata

Belitung pada tahun 2020 turun hingga 75% dari tahun sebelumnya. Selain itu, kebijakan pemerintah Belitung untuk mencegah merambatnya virus juga berpengaruh pada kelangsungan pariwisata Belitung (Kompas.com, 2021). Sebagai salah satu daerah pariwisata, perekonomian Belitung turut ditopang dari pendapatan kunjungan wisata lokal maupun non-lokal. Padahal, sebelum munculnya pandemi, Belitung merupakan salah satu objek wisata pilihan banyak orang terutama pantainya seperti Pantai Tanjung Pendam, Pantai Tanjung Tinggi, Pantai Tanjung Kelayang, Pulau Lengkuas, dan lain sebagainya (Budhiyarti, Ratnasari, & Marizka, 2019). Kuliner khas daerah Belitung juga menjadi daya tarik wisata selain dari panorama alamnya yang indah (Ratnasari, Levyda1, & Giyatmi, 2020). Mencicipi kuliner khas suatu daerah serta dapat melihat proses pembuatannya secara langsung yang autentik menjadi salah satu tujuan utama para wisatawan berkunjung (Muliani, 2019). Kuliner khas Belitung terkenal memiliki nilai kearifan lokal yang berasal dari laut seperti ikan, udang dan lain-lain. Makanan Seafood yang cukup terkenal di Belitung mencakup Gangan, Belacan Belitung, Remis, Ikan Bakar, dan berbagai kuliner lainnya. Untuk camilannya sendiri pletek, kemplang, dudul, keripik sukun, dan ketam isi yang menjadi camilan andalan Belitung yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh (Pakpahan & Kristiana, 2019).

Walaupun industri pariwisata sedang mengalami penurunan, namun kini masyarakat mulai menemui titik terang. Pada akhir tahun 2020 kemarin, vaksin untuk Covid-19 telah berhasil ditemukan dan kini dapat diakses oleh masyarakat di segala penjuru dunia. Meskipun masih memakan cukup waktu untuk memulihkan keadaan, namun beberapa ahli telah menyebutkan bahwa pandemi ini akan segera berakhir dan kini keadaan mulai berangsur-angsur pulih (JawaPos.com, 2021). Beberapa daerah bahkan kini mulai membuka kembali pariwisata mereka meskipun masih dibatasi oleh kunjungan lokal (Kompas.com, 2021). Walaupun hanya berupa prediksi, namun ini dapat memberikan semangat bagi para pengusaha khususnya dalam sektor pariwisata untuk dapat mempersiapkan diri demi menghadapi gelombang wisata yang akan datang pasca berakhirnya pandemi. Maka dari itu, para UMKM memerlukan strategi yang tepat untuk mengembalikan kondisi bisnis pasca pandemi Covid-19 (Fitriyani, Sudyarti, & Fietroh, 2020). Dibutuhkan

inovasi yang tepat untuk menciptakan aktivitas baru agar dapat membangun kembali bisnis UMKM (Septina, 2020).

Dalam mengelola usaha, pertumbuhan usaha merupakan sebuah tujuan yang menjadi prioritas utama bagi sebuah bisnis (Abdullah, N. & Rosli, N. F., 2015). Pertumbuhan usaha dapat dilihat dari adanya peningkatan jumlah seperti penjualan, output, atau peningkatan ukuran dan kualitas suatu perusahaan (Rafiki, Ahmad, 2019). Menurut Tehseen et al. (2019), kompetensi wirausaha memberikan pengaruh yang penting bagi pertumbuhan usaha suatu perusahaan. Kompetensi kewirausahaan merupakan suatu karakteristik mendasar yang dimiliki oleh individu untuk melakukan tugas dengan cara yang paling sesuai (Lazar, N. & Paul, G., 2015). Kompetensi kewirausahaan memungkinkan perusahaan untuk mencapai keberhasilan dengan mengembangkan kompetensi yang mereka miliki. Kurangnya kompetensi kewirausahaan dalam suatu perusahaan maka akan menghambat keberhasilan dari usaha tersebut (Ahmad, 2007). Menurut Man & Lau (2000) dan Bird, B. (1995), kompetensi kewirausahaan terdiri dari beberapa dimensi, yaitu kompetensi strategi, kompetensi konseptual, kompetensi peluang, kompetensi jaringan usaha, kompetensi personal, kompetensi belajar, dan kompetensi etika. Namun, menurut Tehseen et al. (2019), yang paling berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha hanyalah kompetensi strategi, kompetensi etika, dan kompetensi jaringan.

UMKM harus mengembangkan strateginya untuk mampu bertahan dari lingkungan bisnis serta memperoleh keunggulan kompetitif, mengidentifikasi ancaman dan peluang, serta menentukan tindakan strategis (Ahmad, NH, Ramayah, T, Wilson, C, dan Kummerow, L., 2010). Sebuah perusahaan harus memiliki suatu keunggulan kompetitif yang dapat dicapai melalui penetapan strategi perusahaan dalam bisnisnya. Kompetensi strategi merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam mengaplikasikan strateginya. UMKM membutuhkan kesiapan strategis yang kuat untuk menghadapi situasi yang tidak pasti di lingkungan bisnis. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengembangkan strategi yang efektif dan melaksanakannya pada waktu yang tepat untuk mencapai pertumbuhan jangka

panjang (Farooq & Abideen, 2015). Kompetensi strategi memungkinkan perusahaan untuk dapat menghadapi kondisi pasar yang sedang bergejolak dan penuh dengan ketidakpastian. UKM menggunakan strateginya untuk dapat meningkatkan penjualannya, menarik minat pelanggan, memperoleh sumber daya, serta memperluas jangkauan pasar.

Kompetensi etika juga merupakan kunci utama dalam mencapai pertumbuhan usaha (Spence & Rutherford, 2001, dalam Venia & Slamet, 2020). Kompetensi etika terkait dengan kejujuran dan transparansi dalam segala urusan bisnis suatu perusahaan agar dapat memperoleh kepercayaan pelanggan sehingga dapat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Dengan menerapkan nilai-nilai yang beretika, bisnis menawarkan kualitas produk dan layanan yang baik kepada pelanggan mereka serta mempertahankannya untuk jangka panjang (Nguyen et al, 2015). Dengan menetapkan sikap transparan, jujur dan adil akan membawa suatu usaha untuk dapat mencapai kesuksesan pertumbuhan usaha (Ahmad, 2007). Dalam praktik bisnis modern, pemahaman mulai berkembang mengenai praktik etis dalam berbisnis dapat memberikan hasil yang baik bagi perusahaan dalam jangka panjang (Tehseen et al., 2019). Selain itu, perilaku etis dari suatu perusahaan yang diperlihatkan kepada publik akan mempengaruhi citra baik dan reputasi perusahaan (Zairi & Peters, 2002). Hal ini akan membuat publik akan menganggap bahwa perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang beretika. Dengan adanya citra dan reputasi ini, maka akan memudahkan perusahaan dalam menjalin hubungan dengan para pihak eksternal demi mencapai kesuksesan dan pertumbuhan usaha.

Selain kompetensi strategi dan kompetensi etika, kompetensi jaringan usaha juga dapat mempengaruhi pertumbuhan usaha. Kompetensi jaringan usaha merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menjalin hubungan dengan pihak eksternal seperti pelanggan, pemasok, dan para pemangku kepentingan bisnis lainnya. Kompetensi jaringan usaha merupakan sebuah aset yang penting bagi UMKM, khususnya di negara berkembang. UMKM yang beroperasi di negara berkembang seringkali dibebani oleh kondisi ekonomi yang buruk, kurangnya kebijakan pemerintah yang sesuai, fasilitas infrastruktur yang lemah, biaya

operasional yang lebih tinggi dan masalah-masalah lainnya. (Hashim, N. A. B., Raza, S., & Minai, M. S., 2018). Pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya lebih luas dengan mengembangkan jaringan usaha untuk mengidentifikasi faktor eksternal (Hartanto, N., & Soelaiman, L., 2021). Memanfaatkan kompetensi jaringan dapat membantu perusahaan memperoleh sumber daya yang dibutuhkan untuk mengaplikasikan strateginya. Hubungan ini dapat terjalin jika perusahaan mampu menunjukkan sikap transparan, berlaku baik, jujur, serta beretika pada setiap urusan bisnisnya (Tehseen et al., 2019). Dengan memiliki jaringan, UMKM mampu memperoleh sumber daya yang diperlukan untuk dapat mengembangkan bisnis serta mampu mencapai pertumbuhan usaha.

Selain kompetensi kewirausahaan, orientasi kewirausahaan kini mulai banyak diteliti untuk mengetahui pengaruhnya terhadap pertumbuhan usaha. Penelitian dari Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway & Snycerski, (2013) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan usaha UMKM. Orientasi kewirausahaan sendiri merupakan suatu pengambilan keputusan dan proses bisnis yang merupakan tingkat perilaku suatu organisasi (Lumpkin & Dess, 1996 dalam Cho & Lee, 2018). Orientasi kewirausahaan menekankan pada tiga dimensi utama, yaitu inovatif, proaktif, dan pengambilan risiko (Miller 1983). Inovatif merupakan kecenderungan perusahaan untuk mengembangkan ide-ide bisnis baru yang orisinal, sulit untuk ditiru, memiliki keunggulan dan berbeda dari praktik sebelumnya untuk menciptakan produk dan/atau layanan baru (Cho & Lee, 2018). Di masa sekarang, perilaku inovatif akan sangat membantu para UMKM untuk dapat memperoleh keunggulan kompetitif di tengah ketatnya persaingan antara UMKM pada industri yang sama. Dalam menganalisis lingkungan pasar, pengusaha perlu bertindak gesit untuk mengambil peluang, berwawasan ke depan serta mengantisipasi hal yang akan datang (Ngoma, M., Ernest, A., Nangoli, S.& Christopher, K., 2017). Tindakan inilah yang disebut dengan proaktif. UMKM sektor pariwisata harus mampu mengembangkan sikap proaktif dalam menghadapi hal yang akan datang terutama demi mempersiapkan gelombang besar pariwisata yang akan datang pasca pandemi Covid-19 berakhir (Pambudi, Masteriarsa, Wibowo, Amaliyah, & Ardana, 2020).

Selain itu, penting juga bagi pengusaha dalam melakukan pengambilan risiko untuk mengembangkan usahanya. Pengambilan risiko merupakan tindakan perusahaan dalam mengambil keputusan mengenai suatu hal yang tidak diketahui keberhasilannya tetapi biasanya dikaitkan dengan pengembalian yang tinggi (Lumpkin & Dess, 1996). Pelaku usaha perlu meningkatkan nilai-nilai dalam orientasi kewirausahaan seperti sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, dan inovasi, serta mampu bersaing dengan kompetitor dan menjawab tuntutan pasar (Setiawan, L. R. & Soelaiman, L., 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh dari variabel-variabel tersebut, yang kemudian menghasilkan suatu penelitian dengan judul: **Pengaruh Kompetensi Strategi, Kompetensi Etika, dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Usaha Wisata Kuliner di Belitung yang dimediasi oleh Kompetensi Jaringan Usaha.**

## **2. Identifikasi Masalah**

- a. Apakah kompetensi strategi dapat berpengaruh terhadap kompetensi jaringan usaha?
- b. Apakah kompetensi etika dapat berpengaruh terhadap kompetensi jaringan usaha?
- c. Apakah orientasi kewirausahaan dapat berpengaruh terhadap kompetensi jaringan?
- d. Apakah kompetensi jaringan usaha dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan usaha?
- e. Apakah kompetensi jaringan usaha dapat memediasi pengaruh dari kompetensi strategi terhadap pertumbuhan usaha?
- f. Apakah kompetensi jaringan usaha dapat memediasi pengaruh dari kompetensi etika terhadap pertumbuhan usaha?
- g. Apakah kompetensi jaringan usaha dapat memediasi pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha?



### **3. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan terarah, serta untuk membatasi jangkauan penelitian agar tidak terlalu luas, maka penelitian ini memiliki batasan sebagai berikut:

- a. Sampel dalam penelitian ini adalah usaha di Belitung yang bergerak pada sektor wisata kuliner.
- b. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kompetensi strategi, kompetensi etika, orientasi kewirausahaan, kompetensi jaringan usaha, dan pertumbuhan usaha.

### **4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh dari kompetensi strategi terhadap kompetensi jaringan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung?
- b. Apakah terdapat pengaruh dari kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung?
- c. Apakah terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kompetensi jaringan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung?
- d. Apakah terdapat pengaruh dari kompetensi jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung?
- e. Apakah kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh dari kompetensi strategi terhadap pertumbuhan usaha wisata kuliner di Belitung?
- f. Apakah kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh dari kompetensi etika terhadap pertumbuhan usaha wisata kuliner di Belitung?
- g. Apakah kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha wisata kuliner di Belitung?

## **B. Tujuan dan Manfaat**

### **1. Tujuan**

Tujuan yang ingin dituju dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kompetensi strategi terhadap kompetensi jaringan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung.
- b. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung.
- c. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap kompetensi jaringan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung.
- d. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari kompetensi jaringan usaha terhadap pertumbuhan usaha pada usaha wisata kuliner di Belitung.
- e. Untuk mengetahui apakah kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh dari kompetensi strategi terhadap pertumbuhan usaha wisata kuliner di Belitung.
- f. Untuk mengetahui apakah kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh dari kompetensi etika terhadap pertumbuhan usaha wisata kuliner di Belitung.
- g. Untuk mengetahui apakah kompetensi jaringan usaha mampu memediasi pengaruh dari orientasi kewirausahaan terhadap pertumbuhan usaha wisata kuliner di Belitung.

## **2. Manfaat**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu para pemilik usaha wisata kuliner di Belitung untuk mempersiapkan diri pada gelombang pariwisata yang akan datang pasca berakhirnya pandemi Covid-19. Para usaha wisata kuliner di Belitung perlu menetapkan keputusan yang berkaitan dengan kompetensi strategi, kompetensi etika, orientasi kewirausahaan dan kompetensi jaringan usaha terhadap pertumbuhan bisnis.

Dengan menerapkan kompetensi strategi, para pemilik usaha wisata kuliner dapat menetapkan strategi yang efektif untuk mengidentifikasi ancaman dan peluang, memperoleh keunggulan kompetitif, serta menetapkan taktik yang tepat dimana hal ini akan mengarah pada pertumbuhan usaha. Selain itu, dengan bertindak secara etis, terbuka dalam segala urusan bisnis, bertanggung jawab, dan jujur, UMKM akan memperoleh citra yang baik bagi pihak luar, sehingga

pertumbuhan usaha dapat tercapai. Orientasi kewirausahaan dapat membantu para UMKM untuk mencapai pertumbuhan usaha mereka. Terkadang UMKM perlu untuk melakukan pengambilan risiko dalam melihat peluang bisnis demi untuk memperoleh pengembalian yang besar. Untuk itu, diperlukan sikap proaktif. Dengan mengembangkan sikap proaktif, UMKM mencari peluang, menganalisis lingkungan, serta berwawasan ke depan serta mengantisipasi hal yang akan datang. Selain itu UMKM dapat bertindak secara inovatif dalam bisnis mereka untuk memperoleh keunggulan kompetitif sehingga dapat bertahan di pasar.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. & Rosli, N. F. (2015) An Evaluation on Determinants of Smes Performance In Malaysia. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 7(2).
- Abiodun & Oyeniya. (2014). Ethical Dilemmas in Management: An African Perspective. *Journal of Business Systems Governance & Ethics*.
- Ahmad N. H., Ramayah T, Wilson C, & Kummerow L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? A study of Malaysian SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(3): 182–203.
- Ahmad, N. H. (2007). A Cross Cultural Study of Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Success in SMEs in Australia and Malaysia. *Unpublished PhD thesis, University of Adelaide, Adelaide*.
- Ahmad, N. H., Amran, A. and Halim, H.A. (2012), “Ethical and socially responsible practises among SME owner–managers: proposing a multi- ethnic assessment”, *Journal of Southeast Asian Research*, Vol. 2012 No. 1, pp. 1-9.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) diakses dari <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 20 September 2021 pukul 16.37 WIB.
- Badan Pusat Statistik (BPS). Kabupaten Belitung Dalam Angka 2021. Katalog BPS 1102001.1902 diakses dari <http://www.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 20 September 2021 pukul 17.16 WIB.
- Barney, J.B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, 17(1):99-120.
- Baron, R.M. & Kenny, D.A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical

- Considerations. *Journal of personality and Social Psychology*. 51(6), 1173-1182.
- Benítez, L. F. (2021). The effects of COVID-19 on Andalusian tourism and aviation sector. *Tourism Review*, 76(4), 829-857.
- Bii, J. & Onyango, R. (2018). Moderating effect of dynamic capabilities on the relationship between entrepreneurial orientation and business performance of small and medium enterprises. *International Journal of Multidisciplinary and Current Research*, Vol. 6, 1122-1134.
- Bird, B. (1995). Toward a theory of entrepreneurial competency, in Katz, J.A. and Brockhaus, R.H. Sr (Eds), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*, 51-72.
- Butler, Richard. (2020). Tourism – resilient but vulnerable as “the times they are a changing” in the “new normality”, *World wide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 663-670.
- Cho & Lee. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- data.belitung.go.id. (2020, 6 Agustus). Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara dan Mancanegara Kabupaten Belitung. Diakses pada 19 September 2021 pukul 21.33, dari <https://data.belitung.go.id/dataset/data-jumlah-kunjungan-wisatawan-nusantara-dan-mancanegara-kabupaten-belitung>
- Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., & Snycerski, S. (2013). Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Journal of Management Decision*, 51(3): 524-546.
- Elgin, C., Basbug, G., & Yalaman, A. (2020). Economic policy responses to a pandemic: Developing the COVID-19 economic stimulus index. *Covid Economics*, 1(3), 40–53.

- Farooq & Abideen. (2015). SMEs' preparedness to face economic crisis: A proposed framework for Malaysian SMEs. *World Applied Sciences Journal*, 30(30):1-7.
- Fernhaber, S. A. & McDougall. (2005). New Venture Growth in International Markets: The Role of Strategic Adaptation and Networking Capabilities. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, Vol. 8:111-136.
- Fitriyani, Sudiyarti, & Fietroh (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 87-95.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2014). *Partial Least Square Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurbuz, Gulruh & Aykol, Sinem. (2009). Entrepreneurial management, entrepreneurial orientation and Turkish small firm growth. *Management Research News*. 32(4): 321-336.
- Hair, Joe F., Christian M. Ringle, and Marko Sarstedt. 2011. PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 19(2), 139–152.
- Hair, Joe F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research
- Hao, Y., Bai, H., & Sun, S. (2021). How does COVID-19 affect tourism in terms of people's willingness to travel? Empirical evidence from China. *Tourism Review*, 76(4), 892-909.
- Hartanto, N., & Soelaiman, L. (2021). Factors Affecting Entrepreneurial Opportunity Recognition Among Food and Beverage SMEs. In the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH2021). *Atlantis Press* 570, 486-491.

- Hashim, N. A. B., Raza, S., & Minai, M. S. (2018), Relationship between entrepreneurial competencies and small firm performance: are dynamic capabilities the missing link? *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2), 1-10.
- Hughes, M. & Perrons, R. (2011). Shaping and re-shaping social capital in buyer-supplier relationships. *Journal of Business Research*, 64(2):164-71.
- Human, G. Naude, P. (2009). Exploring the relationship between network competence, network capability, and firm performance. A resourcebased perspective in an emerging economy. *Management Dynamics: Journal of the Southern African Institute for Management Scientists*, No. 1:2-14.
- Janssen, F. (2009). The conceptualisation of growth: are employment and turnover interchangeable criteria? *The Journal of Entrepreneurship*, 18(1): 21-45.
- JawaPos.com. (2021, 1 Maret). Ahli Penyakit Menular AS Prediksi Pandemi Covid-19 Segera Berakhir. Diakses pada 29 September 2021 pukul 22.11 dari <https://www.jawapos.com/internasional/01/03/2021/ahli-penyakit-menular-as-prediksi-pandemi-covid-19-segera-berakhir/>
- Khalid, U., Okafor, L. E., & Burzynska, K. (2021). Does the size of the tourism sector influence the economic policy response to the COVID-19 pandemic? *Current Issues in Tourism*.
- Khan, Samar H., Majid, A., Yasir, M., Javed, A., & Shah, Ahmed A. (2020). The role of social capital in augmenting strategic renewal of SMEs: does entrepreneurial orientation and organizational flexibility really matter? *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(2):227-245.
- Kompas.com. (2021, 7 Juni). Terdampak Pandemi, Belitung Hentikan Promosi Wisata di Luar Negeri, Wabup: Kami Bersikap Realistis. Diakses pada 29 September 2021 pukul 21.43 dari <https://regional.kompas.com/read/2021/06/07/150726578/terdampak-pandemi-belitung-hentikan-promosi-wisata-di-luar-negeri-wabup?page=all>



- Kreiser, P., Marino, L., Kuratko, D., & Weaver, K. (2013). Disaggregating entrepreneurial orientation: the non-linear impact of innovativeness, proactiveness and risk-taking on SME performance. *Small Business Economics*. 40(2):273-291.
- Kumalaningrum, Maria Pampa. (2011). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Profitabilitas Ukm Dengan Orientasi Pasar Sebagai Variabel Pemediiasi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 99-112.
- Kumar, Ranjit. (2011). *Research Methodology A Step-by-Step Guide For Beginners*. London: SAGE Publications Ltd.
- Kyrgidou, Lida, Mylonas, Naoum, Petridou, Eugenia, & Vacharoglou, Evdokia. (2021). Entrepreneurs' competencies and networking as determinants of women-owned ventures success in post-economic crisis era in Greece. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. 1471-5201.
- Lazar, N. and Paul, G. (2015). Entrepreneurial competencies in a business enterprise – an overview. *International Journal of Scientific Research*, 4(1), 226-227.
- Lumpkin, G.T. & Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-72.
- Man, Lau, & Chan (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing* 17(2): 123–142.
- Man, T.W. and Lau, T. (2000). Entrepreneurial competencies of SME owner/managers in the Hong Kong services sector: a qualitative analysis. *Journal of Enterprising Culture*, 8(3), 235-254.
- Maxwell, Scott E. & Cole, David A. (2011). Bias in Cross-Sectional Analyses of Longitudinal Mediation. *Psychological Methods*, 12(1), 23–44.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7):770-91.
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 1(1), 49–56.

- Ngoma, M., Ernest, A., Nangoli, S., & Christopher, K. (2017). Internationalisation of SMEs: does entrepreneurial orientation matter? *Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. 13(2):96-113.
- Nguyen, B., Chen, C.H.S., Wu, M.S.S. & Melewar, T.C. (2015). Ethical marketing in Singapore, Malaysia, and Thailand. *Ethical and Social Marketing in Asia, Chandos Publishing, Oxford*, 55-74.
- Nizar, M. A. (2011). Pengaruh Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 6(2), 195-211.
- Orme, G. & Ashton, C. (2003). Ethics – a foundation competency. *Industrial and Commercial Training*, 35(5): 184-190.
- Pakpahan, R., & Kristiana, Y. (2019). Pengenalan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Belitung. *Wisata Belitung*, 2, 1054–1060.
- Pambudi, Masteriarsa, Wibowo, Amaliyah, & Ardana. (2020). Strategi Pemulihan Ekonomi Sektor Pariwisata Pasca Covid-19. *Perkumpulan Perencana Pembangunan Indonesia*, 1(1).
- Pfeffer, J., & Salancik, G. (1978). The external control of organizations: A resource dependence perspective. New York: Harper and Row.
- Rafiki, Ahmad. (2019). Determinants of SME growth: an empirical study in Saudi Arabia. *International Journal of Organizational Analysis*, 28(1):205-225.
- Rahman, S.A., Amran, A., Ahmad, N.H. & Taghizadeh, S.K. (2014). Prospective entrepreneurial competencies to ensure subjective wellbeing of the entrepreneurs at the base of pyramid. *Handbook on Business Strategy and Social Sciences*. 56-64.
- Ramachandran, K. & Ramnarayan, S. (1993). Entrepreneurial orientation and networking: Some Indian evidence. *Journal of Business Venturing*, 8(6):513-524.
- Ratnasari, Levyda1, & Giyatmi (2020). Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata Di Pulau Belitung. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 93-106.

- Sajilan & Tehseen. (2015). Cultural Orientations, Entrepreneurial Competencies and SMEs Business Success: The Contingent Roles of Environmental Turbulence and Network Competence. *Rev. Integr. Bus. Econ. Res.*, 4(2):20-35.
- Santa, J. Gonzalez-Soria M. (2020). Tourism as a lever for a more inclusive society. *World wide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 731-738.
- Sashi, C.M. Digital communication, value co-creation and customer engagement in business networks: a conceptual matrix and propositions. *European Journal of Marketing*, 55(6): 1643-1663.
- Sasongko E. N., Mustafid, & Rusgiyono, A. (2016). Penerapan Metode Structural Equation Modeling Untuk Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Terhadap Kualitas Website. *Jurnal Gaussian*, 5(3), 395-404.
- Sekaran, Uma & Roger, Bougie. (2016). *Research Method for Business: A Skill-Building Approach 17<sup>th</sup> Edition*. Chichester: Wiley.
- Septina. (2020). 7 Strategi Pemasaran Produk UKM saat Krisis Virus Covid-19. Jurnal Blog. <https://www.jurnal.id/blog/7-strategipemasaran-produk-ukm-saat-krisis-virus-covid-19>.
- Setiawan, L. R. & Soelaiman, L. (2021) Pengaruh Kolaborasi, Kecerdasan Budaya, Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UKM Kota Sibolga. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(2), 2021, 388-397.
- Stonehouse & Pemberton. (2002). Strategic Planning in SMEs – Some Empirical Findings. *Management Decision*, 40(9):853-861.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tamyez, P. F., Ali, J., & Ishak, N. (2017). Entrepreneurial Competencies and Networks in the Construction Industry. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(23):13374-13380.
- Tehseen, Shehnaz, Ahmed, Farhad Uddin, Qureshi, Zuhaib Hassan, Uddin, Mohammad Jasim, & T., Ramayah. (2019). Entrepreneurial competencies

- and SMEs' growth: the mediating role of network competence. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(1), 2-29.
- Udimal, T. B., Jincai, Z., & Guma, A. (2019). Dynamics in rural entrepreneurship – the role of knowledge acquisition, entrepreneurial orientation, and emotional intelligence in network reliance and performance relationship. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(2):247-262.
- Utama, Louis & Darwis, Harry. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(2):542-552.
- Venia & Slamet, Franky. (2020). Pengaruh Kompetensi Strategi Dan Kompetensi Etika Terhadap Pertumbuhan Usaha Yang Dimediasi Oleh Kompetensi Jaringan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, II(2), 406-416.
- Wetzels, M. & Odekerten. (2009) Using PLS Path Modeling for Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines and Empirical Illustration. *MIS Quarterly*. 33(1), 177-195.
- Wilkinson, I., & Young, L. (2002). On cooperating: firms, relations and networks. *Journal of Business Research*, 55(2):123-132.
- Zairi, M. and Peters, J. (2002). The Impact of Social Responsibility on Business Performance. *Managerial Auditing Journal*, 17(4), 174-178

