

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI, KOMPETENSI  
ETIKA TERHADAP KOMPETENSI JARINGAN DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA  
UMKM PAKAIAN DI TANAHABANG (DENGAN  
KOMPETENSI JARINGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI)**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: AGNES TASYA ARIFIN**

**NIM: 115190156**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI, KOMPETENSI  
ETIKA TERHADAP KOMPETENSI JARINGAN DAN  
DAMPAKNYA TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA  
UMKM PAKAIAN DI TANAHABANG (DENGAN  
KOMPETENSI JARINGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI)**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA: AGNES TASYA ARIFIN**

**NIM: 115190156**

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

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2023**

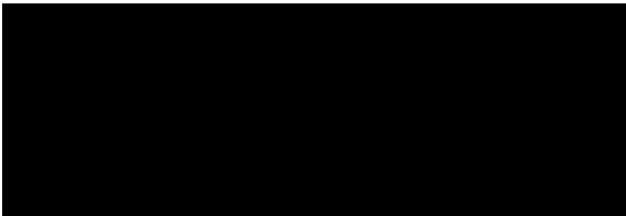
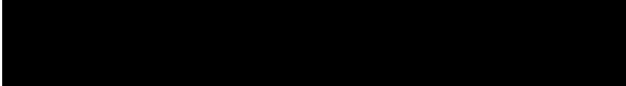
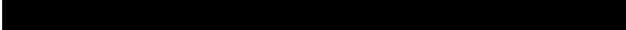
# SURAT PERNYATAAN



FR.FE-4.7-RO

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : AGNES TASYA ARIFIN  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115190156  
Program Studi : S.1 JURUSAN MANAJEMEN  
Alamat :   
Te :   
l : 

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/ menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebutkan sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 05 - 07 - 2023



AGNES TASYA ARIFIN

### Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

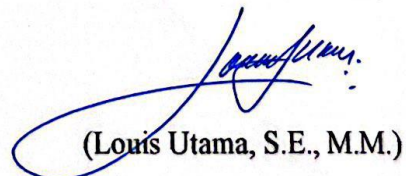
**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA**

### HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : AGNES TASYA ARIFIN  
NIM : 115190156  
PROGRAM/JURUSAN : S1 MANAJEMEN  
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI,  
KOMPETENSI ETIKA TERHADAP  
KOMPETENSI JARINGAN DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA  
UMKM PAKAIAN DI TANAHABANG

Jakarta, 05 Juli 2023

Pembimbing,



(Louis Utama, S.E., M.M.)

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
JAKARTA

### HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Agnes Tasya Arifin  
NIM : 115190156  
PROGRAM/JURUSAN : SI Manajemen  
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI,  
KOMPETENSI ETIKA TERHADAP  
KOMPETENSI JARINGAN DAN DAMPAKNYA  
TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA  
UMKM PAKAIAN DI TANAHABANG (DENGAN  
KOMPETENSI JARINGAN SEBAGAI VARIABEL  
MEDIASI)

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 Juli 2023 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

Anggota Penguji : - LOUIS UTAMA, S.E., M.M.  
- I GEDE ADIPUTRA, DRS., M.M., Dr.  
- EDALMEN, S.E., M.M.

Jakarta, 26 Juli 2023

Pembimbing,



(Louis Utama, S.E., M.M.)

## ***ABSTRACT***

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS**  
**JAKARTA**

(A) AGNES TASYA ARIFIN (115190156)

(B) *THE INFLUENCE OF STRATEGIC COMPETENCE, ETHICS COMPETENCE ON NETWORK COMPETENCE AND THEIR IMPACT ON BUSINESS GROWTH IN CLOTHING SMEs IN TANAHABANG*

(C) XVII + 108 Pages, 20 Tables, 5 Pictures, 3 Attachments

(D) *ENTREPRENURSHIP*

(E) *Abstract: One industry that has great business opportunities and is always developing every era is the business in the clothing sector because the way a person dresses will continue to follow developments in every era. In general, clothing remains one of the sub-sectors of the creative economy in Indonesia which continues to experience increase and growth. With the Covid-19 pandemic having had an adverse impact on the economy in Indonesia, various types of business industries have continued to experience a decline in income because many MSME actors experience obstacles in running their businesses, because there are policies issued by the government to suppress and controlling the spread of the Covid-19 virus by issuing a policy of Imposing Restrictions on Community Activities (PPKM). Various rules in the PPKM policy make people's mobility significantly limited and the PPKM policy also regulates the operating hours of a business which is also limited so that business actors experience turnover income every day. With the PPKM policy, of course, it is clear that it has an unfavorable impact on the performance of various business scales, ranging from small, medium-sized businesses to large companies. The purpose of this study is to examine the effect of strategic competence, ethical competence on network competence and to examine*

*the effect of strategic competence on business growth mediated by network competence. The population of this study is 100 SMEs in the field of clothing in Tanahabang. The purposive sampling method was used by distributing online questionnaires, which were then processed using the smartPLS application. The results of this study are strategic competence, ethical competence has an influence on network competence. Strategic competence can also affect business growth mediated by network competence.*

*(F) Keywords: Strategy Competency, Ethical Competence, Network Competence, Business Growth*

*(G) Reference list 51 (1995-2023)*

*(H) Louis Utama, S.E., M.M.*

## **ABSTRAK**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**JAKARTA**

(A) AGNES TASYA ARIFIN (115190156)

(B) PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI, KOMPETENSI ETIKA TERHADAP KOMPETENSI JARINGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS PADA UMKM PAKAIAN DI TANAHABANG

(C) XVII + 108 Halaman, 20 Tabel, 5 Gambar, 3 Lampiran

(D) KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Salah satu industri yang memiliki peluang usaha yang besar dan selalu berkembang setiap zamannya adalah usaha di bidang pakaian karena cara berpakaian seseorang akan terus mengikuti perkembangan setiap jamannya. Secara umum pakaian tetap menjadi salah satu sub sektor ekonomi kreatif di Indonesia yang terus mengalami kenaikan dan pertumbuhan. Dengan adanya pandemi covid-19 telah memberikan dampak yang buruk terhadap perekonomian yang ada di Indonesia, berbagai macam industri usaha terus mengalami penurunan pendapatan karena banyak para pelaku UMKM yang mengalami hambatan dalam menjalankan usahanya, karena terdapat kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk menekan dan mengendalikan angka penyebaran virus covid-19 dengan mengeluarkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Berbagai aturan di dalam kebijakan PPKM membuat mobilitas masyarakat menjadi terbatas secara signifikan dan juga kebijakan PPKM mengatur mengenai jam operasional sebuah usaha juga dibatasi sehingga para pelaku usaha mengalami pendapatan omset setiap harinya. Dengan adanya kebijakan PPKM tentunya jelas membawa dampak yang kurang baik pada kinerja dari berbagai skala usaha mulai dari usaha yang berukuran kecil, menengah, hingga



perusahaan besar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kompetensi strategi, kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan serta menguji pengaruh kompetensi strategi terhadap pertumbuhan bisnis yang dimediasi oleh kompetensi jaringan. Populasi penelitian ini adalah 100 UMKM di bidang pakaian di Tanahabang. Metode *purposive sampling* digunakan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* yang kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan aplikasi smartPLS. Hasil dari penelitian ini adalah kompetensi strategi, kompetensi etika mempunyai pengaruh terhadap kompetensi jaringan, serta Kompetensi strategi juga dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis yang dimediasi oleh kompetensi jaringan.

- (F) Kata Kunci: Kompetensi Strategi, Kompetensi Etika, Kompetensi Jaringan, Pertumbuhan Bisnis
- (G) Daftar acuan 51 (1995-2023)
- (H) Louis Utama, S.E., M.M.

## **HALAMAN MOTTO**

**Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan.**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali persembahan, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua, sahabat, pasangan, dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini.”**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Kompetensi Strategi, Kompetensi Etika terhadap Kompetensi Jaringan dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan Bisnis pada UMKM Pakaian di Tanahabang.”** dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir atau skripsi ini dibuat dengan tujuan memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan kontribusi dan masukan seperti bimbingan, dukungan, motivasi, serta doa kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik, yaitu:

1. Bapak Louis Utama, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta penuh kesabaran dalam membimbing serta memberikan pengarahan pada penulis selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Frangky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Kedua orang tua saya yaitu Marijam Sustrisno selaku Ibu dan Januar Ariffin selaku Ayah yang saya kasihi serta telah memberi dukungan dan fasilitas yang saya butuhkan selama pengerjaan skripsi.

6. Hafizh yang telah memberikan dukungan berupa semangat dan motivasi dalam pengerjaan skripsi.
7. Teman-teman kuliah dan seperjuangan Dennis (Ko Aloy), Henry, Steven, Stefany, Jessica, Cinty, Erika, Ichard, Xena, Ovira, dan Ester dari awal kuliah sampai saat ini yang juga sudah banyak membantu dan memberikan dukungan.
8. Para wirausahawan dan pemilik dari UMKM pakaian di Tanahabang yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk bersedia menjadi responden dari penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dari semua pihak yang bersifat membangun guna untuk menyempurnakan penelitian ini. Akhir kata, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

**Jakarta, 24 Juni 2023**

**(Agnes Tasya Arifin)**

## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
ABSTRAK.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan .....	1
1. Latar Belakang Masalah .....	1
2. Identifikasi Masalah.....	7
3. Batasan Masalah .....	8
4. Rumusan Masalah.....	9
B. Tujuan dan Manfaat .....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. GAMBARAN UMUM TEORI .....	11
B. DEFINISI KONSEPTUAL VARIABEL .....	12

1.	Kompetensi Strategi.....	12
2.	Kompetensi Etika.....	13
3.	Kompetensi Jaringan.....	13
4.	Pertumbuhan Bisnis .....	14
C.	KAITAN ANTARA VARIABEL .....	15
1.	Pengaruh Kompetensi Strategi Terhadap Kompetensi Jaringan	15
2.	Pengaruh Kompetensi Etika Terhadap Kompetensi Jaringan	16
3.	Pengaruh Kompetensi Jaringan Terhadap Pertumbuhan Bisnis	16
4.	Pengaruh Kompetensi Strategi Terhadap Pertumbuhan Bisnis Melalui Kompetensi jaringan .....	17
D.	PENELITIAN YANG RELEVAN .....	18
E.	KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS .....	19
BAB III METODE PENELITIAN .....		22
A.	DESAIN PENELITIAN .....	22
B.	POPULASI, TEKNIK PEMILIHAN SAMPEL, DAN UKURAN SAMPEL	23
1.	Populasi.....	23
2.	Teknik Pengambilan Sampel .....	23
3.	Ukuran Sampel.....	24
C.	OPERASIONALISASI VARIABEL DAN INSTRUMEN .....	24
1.	Instrumen .....	24
2.	Operasional Variabel .....	25

D.	ANALISIS VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	28
	1. Analisis Validitas .....	28
	2. Analisis Reliabilitas .....	33
E.	ANALISIS DATA .....	34
	1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	34
	2. <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ).....	34
	3. <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ).....	35
	4. <i>Goodness of Fit</i> (GOF) .....	35
	5. Analisis Hipotesis .....	35
	6. Analisis Mediasi.....	36
F.	UJI ASUMSI KLASIK.....	36
	1. Uji MultiKolinearitas .....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		37
A.	Deskripsi Subjek Penelitian .....	37
	1. Pemilik UMKM Pakaian.....	37
	2. Jumlah Tenaga Kerja .....	37
	3. Lama Berdirinya Usaha .....	38
	4. Pendapatan Per Tahun.....	39
B.	Deskripsi Objek Penelitian .....	39
C.	Hasil Uji Asumsi Analisis Data .....	44
D.	Hasil Analisis Data .....	44
	1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	45
	2. Hasil <i>Effect Size</i> ( $f^2$ ) .....	45
	3. Q-Square <i>Predictive Relevance</i> .....	46



4. Goodness Of Fit (GOF) .....	46
5. Uji Hipotesis .....	47
E. Pembahasan .....	50
BAB V PENUTUP .....	60
A. KESIMPULAN.....	60
B. KETERBATASAN DAN SARAN .....	61
1. Keterbatasan.....	61
2. Saran .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	90
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah UMKM terbesar di Indonesia Tahun 2022 .....	1
Tabel 3.1 Skala Likert.....	25
Tabel 3.2 Operasional Variabel Kompetensi Strategi .....	26
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Etika .....	26
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Kompetensi Jaringan .....	27
Tabel 3.5 Operasionalisasi Variabel Pertumbuhan Bisnis.....	28
Tabel 3.6 Hasil Uji Outer Loading .....	29
Tabel 3.7 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	31
Tabel 3.8 Hasil Cross Loadings .....	32
Tabel 3.9 Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	33
Tabel 4.1 Tanggapan Responden tentang Variabel Kompetensi Strategi .....	40
Tabel 4.2 Tanggapan Responden tentang Variabel Kompetensi Etika .....	41
Tabel 4.3 Tanggapan Responden tentang Variabel Kompetensi Jaringan .....	43
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Tentang Variabel Pertumbuhan Bisnis.....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas (VIF) .....	44
Tabel 4.6 Hasil Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.7 Hasil Effect Size .....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Q-square .....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis dengan Metode Bootstrapping .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 3.1 <i>Loading Factor</i> .....	30
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	38
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha.....	38
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Tahun .....	39

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Permasalahan

#### 1. Latar Belakang Masalah

Kegiatan kewirausahaan sangatlah penting untuk pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia. Salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah dengan adanya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). UMKM merupakan aktivitas usaha dari masyarakat yang didirikan atas inisiatif, tujuan individu itu sendiri dengan kriteria usaha Mikro. Jumlah UMKM yang ada di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 8,71 juta unit usaha (CNBC, 2023).

UMKM memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan perekonomian yang ada di Indonesia dan UMKM berkontribusi secara langsung dan signifikan bagi pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia karena UMKM memiliki peranan yang cukup besar dalam memperluas peluang dalam hal penyerapan tenaga kerja. Untuk masyarakat yang memiliki penghasilan yang rendah, UMKM menjadi solusi dalam melakukan ekonomi yang produktif. Disamping itu dalam menghadapi Industri 4.0, UMKM memiliki peran yang penting dalam menaikkan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) di Indonesia (Rosita, 2020).

**Tabel 1.1 Jumlah UMKM terbesar di Indonesia Tahun 2022**

Provinsi	Jumlah UMKM (unit usaha)
Jawa Barat	1,494,723
Jawa Tengah	1,457,126
Jawa Timur	1,153,576
DKI Jakarta	658,365

Sumber: Katadata (2023)

Dapat dilihat dari tabel diatas pelaku UMKM tumbuh subur di sejumlah provinsi dapat dilihat dari data tersebut tercatat provinsi Jawa mendominasi pelaku UMKM yang paling banyak dengan jumlah di urutan pertama terdapat Jawa Barat sebanyak 1,494,723 dan di urutan kedua terdapat Jawa Tengah dengan jumlah sebanyak 1.457.126 dan di urutan ketiga terdapat Jawa Timur dengan jumlah sebanyak 1.153.576 pelaku UMKM. Selain itu di urutan keempat terdapat provinsi DKI Jakarta dengan mencatatkan jumlah UMKM sebanyak 658,365 pelaku UMKM. Berdasarkan data tersebut dapat dilihat juga bahwa provinsi DKI Jakarta masih cukup tertinggal dengan angka yang cukup signifikan dibandingkan ketiga provinsi Jawa lainnya.

Salah satu industri yang memiliki peluang usaha yang besar dan selalu berkembang setiap zamannya adalah usaha di bidang pakaian karena cara berpakaian seseorang akan terus mengikuti perkembangan setiap jamannya. Secara umum pakaian tetap menjadi salah satu sub sektor ekonomi kreatif di Indonesia yang terus mengalami kenaikan dan pertumbuhan.

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan adanya pertumbuhan PDB pada 2019 sebelum masa pandemi industri pakaian di Indonesia menyumbang sebesar 1.123,4 triliun PDB atau 7,3% terhadap total PDB Nasional. Dan dalam hal ini industri pakaian menjadi sub sektor ekonomi kreatif kedua setelah kuliner yang mampu berkontribusi untuk pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia hingga 17,26% (Asih, 2023).

Dengan adanya pandemi covid-19 telah memberikan dampak yang buruk terhadap perekonomian yang ada di Indonesia, berbagai macam industri usaha terus mengalami penurunan pendapatan karena banyak para pelaku UMKM yang mengalami hambatan dalam menjalankan usahanya, karena terdapat kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk menekan dan mengendalikan angka penyebaran virus covid-19 dengan mengeluarkan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan

Kegiatan Masyarakat (PPKM). Berbagai aturan di dalam kebijakan PPKM membuat mobilitas masyarakat menjadi terbatas secara signifikan dan juga kebijakan PPKM mengatur mengenai jam operasional sebuah usaha juga dibatasi sehingga para pelaku usaha mengalami pendapatan omset setiap harinya. Dengan adanya kebijakan PPKM tentunya jelas membawa dampak yang kurang baik pada kinerja dari berbagai skala usaha mulai dari usaha yang berukuran kecil, menengah, hingga perusahaan besar. Terbukti dari hasil survei yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) selama pandemi covid-19 sebanyak 82,85% pengusaha mengalami penurunan pendapatan disebabkan pandemi covid-19. Penurunan pendapatan dialami UMKM mencapai 84% (Victoria, 2020).

Kementerian koperasi dan UMKM menyatakan bahwa koperasi di lini usaha bidang jasa dan produksi sektor UMKM mengalami dampak yang cukup signifikan karena adanya pandemi covid-19. Hasil survei dari kementerian koperasi juga dijelaskan sejumlah 163.713 pelaku UMKM dan 1.785 koperasi merasakan efek dari pandemi covid-19. Hasil survei memperlihatkan UMKM mengalami kesulitan dalam menjalankan usahanya serta mempertahankan usahanya karena pendapatan yang diperoleh oleh pelaku UMKM menurun drastis akibat Pandemi Covid-19, sehingga banyak membuat para pelaku UMKM terpaksa harus berhenti berjualan secara sementara atau permanen (Rosita, 2020).

Memasuki era industri 4.0 di bidang pakaian, membuat para pelaku UMKM khususnya di bidang pakaian di Indonesia dituntut harus mampu meluaskan daya saingnya. Persaingan yang kompetitif tentunya akan menentukan bagaimana sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis di Indonesia (Venia dan Slamet, 2019).

Pada dasarnya dalam melakukan sebuah bisnis pertumbuhan usaha tentunya akan menjadi sebuah prioritas (Rosli & Abdullah, 2015),

dikarenakan dalam dunia bisnis dengan memberikan peluang suatu usaha akan dapat terus bertahan dan juga pelaku usaha dapat meminimalisir kemungkinan bisnis tersebut untuk tutup (Rauch & Rijkskik, 2013). Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dan berdampak pada pertumbuhan suatu bisnis, beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pertumbuhan suatu bisnis seperti kompetensi strategis, kompetensi etika dan kompetensi jaringan (Tehseen, Ahmed, Qureshi, Uddin, & Ramayah, 2018).

Dalam menjalankan sebuah usaha tentunya banyak pelaku UMKM yang tidak siap dalam menghadapi kondisi yang tidak menentu dalam lingkungan bisnis usahanya sehingga pertumbuhan bisnis menjadi terhambat. Oleh karena itu para pelaku UMKM perlu untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam menjalankan usahanya dan mengeksekusinya pada waktu yang tepat sehingga usaha yang dilakukan bisa mengalami pertumbuhan dengan baik (Farooq, Sulaiman, & Abideen, 2015),

Selain itu faktor yang menghambat pertumbuhan bisnis juga disebabkan oleh permasalahan etika dalam menjalankan suatu bisnis. Pada dasarnya masih terdapat pelaku UMKM yang menjalankan usahanya secara tidak transparan sehingga merugikan pihak-pihak tertentu dan masih terdapat pelaku usaha yang tidak bisa membedakan apa yang secara moral baik atau buruk (Tehseen, Ahmed, Qureshi, Uddin, & Ramayah, 2018).

Tentunya dalam menjalankan usahanya para pelaku UMKM khususnya di industri pakaian memahami kompetensi strategi dalam menjalankan usahanya karena dengan menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan usaha tentunya akan berdampak pada pertumbuhan bisnis yang lebih baik lagi. Faktanya yang terjadi di Indonesia masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami kompetensi strategi dalam menjalankan usahanya dan dampaknya adalah para pelaku usaha tidak mengalami pertumbuhan bisnis bahkan banyak juga pelaku usaha

yang tutup secara permanen karena tidak mengerti strategi dalam menjalankan usaha. Permasalahan selanjutnya adalah masih banyaknya para pelaku UMKM yang kekurangan relasi dalam membangun/menjalankan sebuah usaha sehingga menjadi faktor penghambat dalam mengembangkan usaha yang dijalankan serta masih banyak pelaku UMKM yang belum mengerti dan memahami bagaimana cara untuk menumbuhkan atau memperluas bisnis yang dilakukan ke arah yang lebih baik (Tehseen, Ahmed, Qureshi, Uddin & Ramayah, 2018).

Dalam industri Pakaian UMKM di Indonesia, kompetensi strategi dan kompetensi etika merupakan hal yang sangat penting untuk pertumbuhan bisnis dan keberhasilan dalam membangun kompetensi jaringan. Kompetensi strategi dapat membantu bisnis untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memperluas jaringan dan meningkatkan pertumbuhan bisnis. Dalam menjalankan bisnis tentunya harus memiliki kompetensi strategi dalam hal ini memiliki arti bahwa kompetensi yang berhubungan dengan pengaturan dan pengevaluasi suatu kegiatan yang mengimpelmentasikan strategi suatu perusahaan (Bird, 1995).

Pelaku UMKM tentunya harus memiliki strategi agar dapat bersaing serta mempertahankan usahanya di tengah tekanan ekonomi dan mampu untuk *survive* dalam menjalankan usahanya. Seorang pelaku usaha harus memiliki kompetensi strategi yang baik dengan cara berpikir inovatif, proaktif, serta adaptif akan sebuah perubahan dan berani untuk mengambil resiko. Kompetensi strategi yang baik dapat dilaksanakan apabila pelaku usaha memiliki kemampuan manajemen dan orientasi kewirausahaan yang baik (Mantok, Sekhon, Sahi & Jones, 2019).

Dalam prospek jangka Panjang, kompetensi strategis dan kompetensi etika apabila dijalankan dengan baik dapat membantu pelaku usaha dalam berbisnis untuk mencapai pertumbuhan yang



berkelanjutan. Dengan mempertahankan reputasi yang baik dan membangun *network* yang kuat, bisnis dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mitra, selain itu pelaku usaha juga dapat memperluas pangsa pasar mereka.

Pada penelitian ini juga peneliti akan meneliti industri pakaian yang berada di Kawasan pasar Tanahabang Jakarta. Pasar Tanahabang merupakan salah satu pusat grosir terbesar yang ada di Jakarta dimana banyak sekali pelaku UMKM di bidang pakaian. Tempat ini sangat cocok untuk digunakan dalam penelitian ini karena banyak masyarakat dari berbagai daerah yang berbelanja kebutuhan seperti baju, celana, kain, tas dan berbagai aksesoris lainnya (pakaian) yang dibeli dalam jumlah satuan ataupun grosir.

Pada penelitian sebelumnya dijelaskan bahwa kompetensi strategi mempengaruhi kompetensi jaringan. Dalam hal ini di jelaskan bahwa bagaimana peluang dan tujuan jangka Panjang dalam membangun bisnis, selain itu juga dijelaskan dalam penelitian ini bahwa kompetensi jaringan sebagai mediasi mempengaruhi pertumbuhan bisnis dengan memperhatikan peluang dalam berbisnis dan mengkaji lebih dalam bagaimana sebuah perubahan dapat memepengaruhi bisnis dan tujuan jangka Panjang dalam mendorong pertumbuhan bisnis (Tehseen, Ahmed, Qurenshi, Uddin & Ramayah, 2018). Selain itu dengan adanya kompetensi strategi akan mendorong seorang pengusaha untuk lebih mengaplikasikan strateginya dalam lingkup lingkungan eksternal bisnis yang bertujuan untuk pertumbuhan bisnis yang dilakukan (Aquilani, Silvestri, Ruggieri & Gatti, 2016).

Dengan menjalankan kompetensi etika yang baik dapat membuat reputasi yang baik pelaku usaha dalam menjalankan bisnis karena ketika seorang pelaku usaha memiliki hubungan yang erat dengan pemasok, pelanggan ataupun dengan mitra terkait, maka mereka dapat menjadi lebih mudah dan transparan dalam proses menjalankan transaksi bisnis demi mendapatkan kepercayaan dan mendapatkan kepercayaan dari

orang lain (Tehseen, Ahmed, Qurenshi, Uddin & Ramayah, 2018). Selain itu dengan menjalankan kompetensi etika yang baik juga seperti bersikap jujur dan transparan akan segala hal dalam berbisnis akan membantu untuk membangun ataupun mempertahankan reputasi yang baik dalam berbisnis serta dapat menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dan mitra bisnis (Ahmad, 2007).

Kompetensi jaringan merupakan kompetensi dalam melakukan negosiasi dengan seseorang, berinteraksi secara efektif dengan seseorang, menjaga dan mengembangkan hubungan dalam jangka Panjang, menjaga kontrak kerja serta saling percaya satu sama lain (Bird, 1995).

Penelitian ini menarik untuk diteliti karena dengan memahami kompetensi strategi, kompetensi etika dan kompetensi jaringan dalam berwirausaha apakah dampak yang terjadi dalam pertumbuhan bisnis UMKM khususnya di bidang pakaian. Alasan lainnya adalah karena permintaan terhadap produk pakaian akan selalu ada sampai kapanpun. Selain itu industri pakaian dipengaruhi oleh tren dalam mode dan gaya hidup, sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami bagaimana strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis pakaian di Indonesia.

Berdasarkan data diatas peneliti akan melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“PENGARUH KOMPETENSI STRATEGI, KOMPETENSI ETIKA TERHADAP KOMPETENSI JARINGAN DAN DAMPAKNYA PADA PERTUMBUHAN BISNIS PADA UMKM BIDANG PAKAIAN DI TANAHABANG”**.

## **2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah baru yang diidentifikasi sebagai berikut:

- a. Masih banyak pelaku UMKM yang tidak siap menghadapi kondisi yang tidak menentu dalam lingkungan bisnisnya sehingga pertumbuhan bisnis menjadi terhambat.

- b. Masih banyak pelaku UMKM yang tidak bisa membedakan baik dan buruk secara moral dalam menjalankan usahanya dan bersifat tidak transparan.
- c. Masih banyak pelaku UMKM yang kekurangan relasi dalam menjalankan sebuah usaha sehingga menjadi salah satu faktor penghambat untuk pertumbuhan bisnis UMKM
- d. Masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan menjalankan usahanya karena pendapatan menurun drastis.

### **3. Batasan Masalah**

Terlihatnya begitu luasnya ruang lingkup penelitian dalam penelitian ini, maka peneliti akan melakukan pembatasan masalah dalam penelitian ini :

- a. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi hanya pada pelaku UMKM bidang pakaian yang berada di Tanahabang. Pembatasan subjek dan wilayah penelitian dilakukan agar pengumpulan data lebih tepat dari segi waktu, tenaga dan juga biaya.
- b. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi yaitu kompetensi strategi, kompetensi etika, kompetensi jaringan dan pertumbuhan bisnis. Pada penelitian sebelumnya (Tehseen, Ahmed, Qureshi, Uddin & Ramayah, 2018) membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan bisnis pada pelaku UKM di Malaysia. Variabel kompetensi strategi, kompetensi etika dapat mempengaruhi kompetensi jaringan. Variabel kompetensi jaringan dapat mempengaruhi pertumbuhan bisnis. Selain itu juga variabel kompetensi jaringan dapat memediasi pengaruh antara kompetensi strategi terhadap pertumbuhan bisnis.

#### **4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini di susun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kompetensi strategi terhadap kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang?
- b. Apakah terdapat pengaruh kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang?
- c. Apakah terdapat pengaruh kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang?
- d. Apakah terdapat pengaruh kompetensi strategi terhadap pertumbuhan bisnis yang dimediasi oleh kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang?
- e. Apakah terdapat pengaruh Kompetensi Etika terhadap pertumbuhan bisnis yang dimediasi oleh kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang Pakaian di Tanahabang?

#### **B. Tujuan dan Manfaat**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini menguji secara empiris:

- a. Untuk menguji secara empiris pengaruh kompetensi strategi terhadap kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang.
- b. Untuk menguji secara empiris pengaruh kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang.
- c. Untuk menguji secara empiris pengaruh kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang.
- d. Untuk menguji secara empiris pengaruh kompetensi strategi terhadap pertumbuhan bisnis yang dimediasi oleh kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang.

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari diadakannya penelitian ini dibagi menjadi dua kategori yaitu manfaat teoritis dan juga manfaat praktis yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

### **a. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari hasil dari penelitian ini yang dilakukan ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam Berwirausaha dan diharapkan dapat memberikan dampak yang positif sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya dan menjadi bukti bagaimana pengaruh kompetensi strategi, kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan dan dampaknya pada pertumbuhan bisnis pada pelaku UMKM bidang pakaian di Tanahabang.

### **b. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dari hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi bagi pelaku UMKM bidang pakaian di tanahabang. Serta untuk mengetahui pengaruh yang ada pada kompetensi strategi, kompetensi etika terhadap kompetensi jaringan dan untuk mengetahui pengaruh yang ada pada kompetensi jaringan terhadap pertumbuhan bisnis serta untuk mengetahui pengaruh yang ada pada kompetensi strategi terhadap pertumbuhan bisnis yang dimediasi oleh kompetensi jaringan pada pelaku UMKM bidang Pakaian di Tanahabang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Hazlina HSc, N. B. (2007). A Cross Cultural Study of Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Success in SMEs in Australia and Malaysia. In *A cross Cultural Study of Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Success in SMEs in Australia and Malaysia* (pp. 1–270).
- Ali, & Yanchao, L. I. (2021). Financial Literacy, Network Competency, and SMEs Financial Performance: The Moderating Role of Market Orientation. *Journal of Asian Finance*, 8(10), 341–0352.
- Aquilani, B., Silvestri, C., Ruggieri, A., & Gatti, C. (2016). A systematic literature review on total quality management critical success factors and the identification of new avenues of research. *TQM Journal*, 29(1), 184–213.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aritonang, L. R. (2007). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Asih, H. (2023). Membedah Pameran Domestik Untuk fashion. UKMINDONESIA.ID
- Bird, B. (1995). Toward a theory of entrepreneurial competency. In *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (Vol. 21, pp. 115–131).
- Brian Hesmu Nurcahyo, I. K. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *DIPONEGORO JOURNAL OF ACCOUNTING*, 1-16.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Dokman, Erlina, Satriawan, B., & Tinggi Ilmu Manajemen Shanti Bhuana -Kalimantan Barat, S. (2020). PENGARUH KOMPETENSI DAN INDEPENDENSI AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT DENGAN ETIKA AUDITOR

SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI KOTA MEDAN EFFECT OF AUDITOR COMPETENCE AND INDEPENDENCE ON AUDIT QUALITY WITH AUDITOR ETHICS AS A MODERATING VARIABLE IN PUBLIC ACCOUNTING FIRMS IN MEDAN CITY. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, 3(2), 1–14.

Eunike, K., & Utama, L. (2021). Eunike dan Utama: Faktor-Faktor FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM BIDANG KULINER PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, III(3), 771–781.

Farooq, W., Sulaiman, M., & Ul Abideen, Z. (2014). SMEs' preparedness to face economic crisis: A proposed framework for malaysian SMEs. *World Applied Sciences Journal*, 30(30 A), 1–7.

Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 24 (7th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Ghozali, imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Universitas Diponegoro

Hair, J. E. (2014). *Multivariate Data Analysis, Seventh Edition*. USA: Pearson.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 139-152.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1, pp. 2–24).

Halim, Y. N., & Sienatra, K. B. (2019). ETHICAL COMPETENCY DAN STRATEGIC COMPETENCY TERHADAP PERTUMBUHAN BISNIS MAHASISWA. *Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 4(1), 767–775.

Han, M., Lee, D.-H., & Kang, H.-G. (2020). Market anomalies in the Korean stock market. *Journal of Derivatives and Quantitative Studies*

- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20(7), 277–319.
- Ismiyanto. (2003). *Metode Penelitian*. Semarang: FBS UNNES Jamaluddin.
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. (2020). STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF TENTANG AKTIVITAS BELAJAR MAHASISWA DENGAN MENGGUNAKAN MEDIA PEMBELAJARAN EDMODO DALAM PEMBELAJARAN SEJARAH. *Jurnal Artefak* Vol.7 No.1, 13-20.
- Kheng, L. K., & Minai, M. S. (2015). The Network Characteristic of Chinese SMEs in Malaysia and Their Performance. *Proceedings of the ASEAN Entrepreneurship Conference 2014*, 1(1), 39–47.
- Mantok, S., Sekhon, H., Sahi, G. K., & Jones, P. (2019). Entrepreneurial orientation and the mediating role of organisational learning amongst Indian S-SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(5)
- Marliana, R. R. (2020). PARTIAL LEAST SQUARES-STRUCTURAL EQUATION MODELING PADA HUBUNGAN ANTARA TINGKAT KEPUASAN MAHASISWA DAN KUALITAS GOOGLE CLASSROOM BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0. *Jurnal matematika, statistika, dan komputasi*, 174-186.
- Nguyen, B., Chen, C.H.S., Wu, M.S.S. and Melewar, T.C. (2015). Ethical marketing in Singapore, Malaysia, and Thailand, in Nguyen, B. and Rowley, C. (Eds), *Ethical and Social Marketing in Asia*, Chandos Publishing, Oxford, pp. 55-74.
- Nitzl, C., Roldan, J. L., & Cepeda, G. (2016). Mediation analysis in partial least squares path modelling, Helping researchers discuss more sophisticated models. *Industrial Management and Data Systems*, 116(9), 1849–1864.



- Pattiasina, & Victor. (2021). The relationship of auditor competence and independence on audit quality: An assessment of auditor ethics moderation and professional commitment. *Indonesia Accounting Journal*, 3(1), 14.
- Portillo-Tarragona, P., Scarpellini, S., Moneva, J. M., Valero-Gil, J., & Aranda-Usón, A. (2018). Classification and measurement of the firms' resources and capabilities applied to eco-innovation projects from a resource-based view perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(9).
- Purwanto, M. N. (2002). Prinsip-Prinsip Dan Teknik Evaluasi Pengajaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Putri, A. M. (2023,). *Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi 'Tameng' Resesi?* CNBC Indonesia
- Rahman, N. A. A., & Ramli, A. (2014). Entrepreneurship Management, Competitive Advantage and Firm Performances in the Craft Industry: Concepts and Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 145, 129–137.
- Rauch, A., & Rijsdijk, S. A. (2013). The Effects of General and Specific Human Capital on Long-Term Growth and Failure of Newly Founded Businesses. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(4), 923–941.
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM. *Jurnal Lentera Bisnis*, 109-120.
- Rosli, F. N., & Abdullah, N. (2015). Handbook on the Emerging Trends in Scientific Research Comparative Study on the Determinants on SMEs Performances in Selangor and Sabah, Malaysia. *Handbook on the Emerging Trends In Scientific Research*, 3(1), 25–26.
- Sajilan, S., & Tehseen, S. (2019). Network competence and firm performance: The mediating role of entrepreneurial innovativeness among malaysian chinese entrepreneurs of wholesale businesses. *Asian Academy of Management Journal*, 24(1), 187–201.

- Sari, I. R., & Ardini, L. (2017). PENGARUH STRUKTUR AKTIVA, RISIKO BISNIS, PERTUMBUHAN PENJUALAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP STRUKTUR MODAL Lilis Ardini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(1), 1–15.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons
- Simon, A., Parker, A., Stockport, G., & Sohal, A. (2017). Towards an adapted MHP strategic capabilities model for moderating challenges to quality music festival management. *International Journal of Event and Festival Management*, 8(2), 151–171.
- Siregar, S. (2014). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sok, P., Cass, A., & Miles, M. P. (2016). The Performance Advantages for SMEs of Product Innovation and Marketing Resource–Capability Complementarity in Emerging Economies. *Journal of Small Business Management*, 54(3), 805–826.
- Sudjana, N. (2014). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian*. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
- Susanto, L., Yanti, Viriany, & Wirianata, H. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Mengikuti Uskad. *Jurnal Bina Akuntansi*, 124 - 141.
- Tamyez, P., Ali, J., & Ishak, N. (2017). Entrepreneurial Competencies and Networks in the Construction Industry. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(23), 13374–13380.

- Tehseen, S., Ahmed, F. U., Qureshi, Z. H., Uddin, M. J., & Ramayah, T. (2018). Entrepreneurial competencies and SMEs' growth: the mediating role of network competence. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, *11*(1), 2–29.
- Usakli, A., & Kucukergin, K. G. (2018). Using partial least squares structural equation modeling in hospitality and tourism: Do researchers follow practical guidelines? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *30*(11), 3462–3512.
- Utama, L., Masman, R. R., Siswanto, H. P., & Allessandra, A. (2023). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan terhadap Pertumbuhan Bisnis Pakaian di Tanah Abang era Covid-19. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *21*(1), 1–13.
- Venia, & Slamet. (2019). Pengaruh Kompetensi Strategi Dan Kompetensi Etika Terhadap Pertumbuhan Usaha yang Dimediasi Oleh Kompetensi Jaringan. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *2*(2), 406–416.
- Victoria. (2020). *UKM paling Tertekan Pandemi TAPI Usaha Besar Terbanyak Pangkas Pekerja*. Berita Terkini Ekonomi dan Bisnis Indonesia - Katadata.co.id.