

SKRIPSI

**PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI
PASAR TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN DIMEDIASI
KEUNGGULAN KOMPETITIF**



**DIAJUKAN OLEH:
NAMA: SUZAN SEFANYA
NIM: 115200347**

**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 ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI
PASAR TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN DIMEDIASI
KEUNGGULAN KOMPETITIF**



**DIAJUKAN OLEH:
NAMA: SUZAN SEFANYA
NIM: 115200347**

**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 : Suzan Sefanya

NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115200347

Program Studi : Manajemen Bisnis



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

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut 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, 2 Januari 2024

Suzan Sefanya

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.

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SUZAN SEFANYA
NIM : 115200347
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA UMKM DENGAN DIMEDIASI
KEUNGGULAN KOMPETITIF

Jakarta, 11 Desember 2023

Pembimbing,



(Mei Ie, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SUZAN SEFANYA
NIM : 115200347
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN
DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP
KINERJA UMKM DENGAN DIMEDIASI
KEUNGGULAN KOMPETITIF

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 15 Januari 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Ary Satria Pamungkas, S.E., M.M.
2. Anggota Penguji : - Edalmen, S.E., M.M.
- Mei Ie, S.E., M.M.

Jakarta, 15 Januari 2024

Pembimbing,



(Mei Ie, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) SUZAN SEFANYA

(B) *THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION AND MARKET ORIENTATION ON MSME PERFORMANCE MEDIATED BY COMPETITIVE ADVANTAGE*

(C) xvii + 102 pages, 2023, 22 tables; 9 pictures; 12 attachments

(D) *ENTREPRENEURSHIP MANAGEMENT*

(E) *Abstract: This study aims to determine the contribution of entrepreneurial orientation and market orientation to MSME performance and the mediating effect of competitive advantage. In this study, a questionnaire was used as a research tool with online distribution to 45 MSME owners or managers located in West Jakarta. The results of this study indicate that entrepreneurial orientation, market orientation, and competitive advantage have a positive and significant effect on MSME performance. Meanwhile, entrepreneurial orientation and market orientation on MSME performance mediated by competitive advantage have a negative and insignificant effect.*

Keywords: Entrepreneurial orientation, market orientation, competitive advantage, performance, MSME performance

(F) *References: 52 (1984 – 2023)*

(G) MEI IE, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) SUZAN SEFANYA

(B) PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KINERJA UMKM DENGAN DIMEDIASI KEUNGGULAN
KOMPETITIF

(C) xvii + 102 halaman, 2023, 22 tabel; 9 gambar; 12 lampiran

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM serta efek mediasi keunggulan kompetitif. Pada penelitian ini kuesioner digunakan sebagai alat penelitian dengan penyebaran dilakukan secara online kepada 45 pemilik ataupun pengelola UMKM yang berlokasi di Jakarta Barat. Metode analisis data menggunakan metode PLS-SEM dengan software SmartPLS 4. Hasil penelitian ini menunjukkan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan kompetitif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sedangkan, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif berpengaruh negatif dan tidak signifikan.

Kata Kunci: Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, keunggulan kompetitif, kinerja, kinerja UMKM

(F) Daftar Pustaka: 52 (1984 – 2023)

(G) MEI IE, S.E., M.M.

HALAMAN MOTTO

**Never give up. Today is hard, tomorrow will be worse, but the day after
tomorrow will be sunshine.**

– Jack Ma

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan untuk:
Seluruh keluarga saya
Sahabat saya
dan Semua orang yang saya kasihi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu dan dengan sebaik-baiknya.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif” ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Mei Ie, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan penulis petunjuk, nasihat, dan arahan yang sangat berguna dalam mempersiapkan skripsi penulis,
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara,
3. Bapak Frangky Selamat, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara,
4. Segenap dosen dan staf pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada saya selama masa perkuliahan,
5. Orang tua serta teman-teman tercinta yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi,
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti.

Penulis mengakui bahwa masih banyak yang harus diperbaiki dalam hal struktur, bahasa, dan isi dalam skripsi ini. Oleh karena itu, demi kesempurnaan skripsi

ini penulis menyambut segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap semua pembaca dapat mengambil manfaat dari skripsi ini.

Jakarta, 11 Desember 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sufanya' with a stylized flourish at the end.

(Suzan Sefanya)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Permasalahan	1
1. Latar Belakang Masalah	1
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah	7
4. Rumusan Masalah	7
B. Tujuan dan Masalah Penelitian.....	8
1. Tujuan.....	8
2. Manfaat.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Gambaran Umum Teori.....	10
B. Definisi Konseptual Teori.....	11
1. Kinerja UMKM	11
2. Orientasi Kewirausahaan.....	12

3. Orientasi Pasar	14
4. Keunggulan Kompetitif	15
C. Kaitan Antara Variabel-Variabel	16
1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM	16
2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM	16
3. Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja UMKM	17
4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Mediasi	18
5. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM dengan Keunggulan Kompetitif sebagai Variabel Mediasi	18
D. Kerangka Pemikiran	29
1. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM	29
2. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM	29
3. Pengaruh Keunggulan Kompetitif terhadap Kinerja UMKM	30
4. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja UMKM Dimediasi Keunggulan Kompetitif	30
5. Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM Dimediasi Keunggulan Kompetitif.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Desain Penelitian	32
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	32
1. Populasi	32
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	33
3. Ukuran Sampel	33
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen	34
1. Operasionalisasi Variabel	34
2. Instrumen Penelitian	39
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas	40
E. Analisis Data	47

1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>).....	47
2. Kajian Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>).....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	51
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha.....	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	54
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	55
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan Tahunan.....	55
B. Deskripsi Objek Penelitian.....	56
1. Orientasi Kewirausahaan.....	56
2. Orientasi Pasar.....	58
3. Keunggulan Kompetitif.....	59
4. Kinerja UMKM.....	60
C. Hasil Analisis Data.....	62
1. Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model Analysis</i>).....	62
2. Uji Model Struktural (<i>Inner Model Analysis</i>).....	62
D. Pembahasan.....	69
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	75
1. Keterbatasan.....	75
2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	86
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	101
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Operasional Variabel Kinerja UMKM	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel Orientasi Kewirausahaan	36
Tabel 3.3 Operasional Variabel Orientasi Pasar	38
Tabel 3.4 Operasional Variabel Keunggulan Kompetitif	39
Tabel 3.5 Skala Pengukuran <i>Likert</i>	40
Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> (<i>Convergent Validity</i>).....	41
Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> Setelah Eleminasi Indikator KK1, KU3, OK3, OP1, dan OP5.....	43
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i> Setelah Eleminasi Indikator OP4	44
Tabel 3.9 Hasil Analisis AVE Sebelum Eliminasi Indikator KK1, KU3, OK3, OP1, OP4, dan OP5	45
Tabel 3.10 Hasil Analisis AVE Setelah Eliminasi Indikator KK1, KU3, OK3, OP1, OP4, dan OP5	45
Tabel 3.11 Hasil Analisis HTMT Setelah Eleminasi Indikator KK1, KU3, OK3, OP1, OP4, dan OP5	46
Tabel 3.12 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> Setelah Eliminasi Indikator KK1, KU3, OK3, OP1, OP4, dan OP5	47
Tabel 4.1 Tanggapan Responden terhadap Orientasi Kewirausahaan.....	58
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Orientasi Pasar.....	59
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Keunggulan Kompetitif.....	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Kinerja UMKM	61
Tabel 4.5 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	63
Tabel 4.6 Hasil Analisis <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	64
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Effect Size</i> (f^2).....	64
Tabel 4.8 Hasil Analisis <i>Goodness-of-Fit</i> (GoF).....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikansi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	32
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bidang Usaha	55
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Usaha	55
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha.....	56
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Hasil Penjualan Tahunan.....	57
Gambar 4.7 Hasil Uji PLS <i>Algorithm</i>	66
Gambar 4.8 Hasil Uji Metode <i>Bootstrapping</i>	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	87
Lampiran 2. Hasil Tanggapan Responden	93
Lampiran 3. Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> 1	96
Lampiran 4. Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> 2	97
Lampiran 5. Hasil Analisis <i>Outer Loadings</i> 3	98
Lampiran 6. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha, Composite Reability, dan Average Variance Extracted</i> 1	99
Lampiran 7. Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha, Composite Reability, dan Average Variance Extracted</i> 2	99
Lampiran 8. Hasil Analisis <i>Discriminant Validity – Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	99
Lampiran 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi	100
Lampiran 10. Hasil Analisis <i>Predict Relevance</i>	100
Lampiran 11. Hasil Analisis <i>Effect Size</i>	100
Lampiran 12. Hasil Analisis Signifikansi	101

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Di zaman kemajuan teknologi yang semakin pesat, perkembangan industri juga semakin maju, salah satu contohnya adalah kontribusi sektor kreatif Indonesia terhadap perekonomian nasional. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha menguntungkan yang dijalankan oleh orang atau badan yang bukan merupakan cabang atau anak perusahaan dari perusahaan besar. UMKM adalah usaha yang mempunyai sifat menguntungkan yang dimiliki oleh perorangan atau badan hukum dan tunduk pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM: (a) Usaha mikro merupakan organisasi bermanfaat diklaim oleh individu atau kelompok usaha berdasarkan ketentuan Usaha Mikro dalam pedoman Undang-undang ini. (b) Usaha kecil adalah bisnis keuangan bermanfaat yang didirikan oleh individu atau kelompok usaha di luar organisasi pendukung atau bagian dari organisasi yang diklaim atau merupakan bagian langsung atau sekali lagi dengan saran dalam usaha menengah sesuai dengan pemenuhan standar sebagai usaha swasta dalam demonstrasi ini. (c) Usaha menengah adalah bisnis yang membantu dan mandiri oleh perseorangan atau kelompok usaha selain tangan kanan atau bagian dari asosiasi yang diklaim atau merupakan bagian langsung atau tidak langsung dalam usaha menengah sesuai dengan pemenuhan kriteria sebagai Usaha Menengah dalam Undang-Undang ini (UU No. 20 Tahun 2008).

Bagi perekonomian nasional, sektor UMKM sangatlah penting. Kontribusi UMKM terhadap penciptaan Produk Domestik Bruto (PDB) bisa dijadikan salah satu indikatornya. Sektor UMKM, yang terkadang dikenal sebagai sektor usaha “rakyat kecil”, menyerap banyak tenaga kerja dan berkontribusi terhadap stabilitas sistem keuangan dan perekonomian.

Menurut data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, UMKM kini mencakup 99 persen dari seluruh badan usaha di Indonesia. Sektor-sektor tersebut juga menyumbang 60,5 persen PDB negara dan 96,9 persen dari seluruh lapangan kerja (Limanseto, 2022). United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) dalam studinya yaitu ASEAN Investment study 2022 yang dirilis pada Oktober 2022 melaporkan terdapat 65,46 juta pelaku UMKM, menyumbang 60,3 persen PDB dan mampu menyerap 97 persen angkatan kerja di Indonesia (Hidranto, 2022).

Cara lain untuk menurunkan angka pengangguran adalah melalui sektor UMKM yang terbukti mampu menampung dan mempekerjakan banyak orang. Industri UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dengan menyerap banyak tenaga kerja. Oleh karena itu, UMKM dianggap memainkan peran penting dalam menurunkan kemiskinan dan pengangguran. Agar sektor UMKM berhasil mengatasi permasalahan pengangguran di Indonesia secara besar-besaran, tren ini harus terus berkembang.

Kehadiran UMKM dan perkembangan perekonomian Indonesia mempunyai keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan. Kerangka perekonomian wilayah Indonesia mayoritas didukung oleh UMKM yang menganut sistem ekonomi kerakyatan. Kemampuan bisnis semacam ini untuk bertahan dari segala gangguan, bahkan krisis ekonomi dahsyat yang melanda Indonesia pada era 1998, sudah terbukti. Sektor usaha dalam kategori ini mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian bangsa dan masyarakat. Fungsi penting ini terutama terlihat pada bidang-bidang seperti memperluas lapangan kerja, menyeimbangkan pendapatan, memperlambat laju urbanisasi, dan mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan yang adil. Faktanya, di tengah krisis ekonomi, sektor UMKM mampu tampil lebih tangguh. UMKM sangat mudah beradaptasi dan dapat dengan cepat berubah menghadapi puncak dan lembah serta perubahan permintaan pasar. Sektor-sektor tersebut juga menghasilkan lapangan kerja lebih cepat dibandingkan sektor ekonomi lainnya,

sangat terdiversifikasi, dan memberikan kontribusi signifikan terhadap ekspor dan perdagangan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah sebenarnya memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai cara. Namun, operasional UMKM menghadapi beberapa tantangan. Menurut Hamel & Wijaya (2020) ada tiga faktor yang mendominasi persoalan usaha kecil di sektor pemasaran, yaitu persoalan akses terhadap informasi pasar, persoalan daya saing pasar dan produk, dan persoalan dukungan kelembagaan terhadap usaha kecil. Dari segi inovasi produk, kualitas produk, dan distribusi produk, produk-produk UMKM seringkali kalah bersaing dengan produk-produk korporasi besar. Persaingan dengan pelaku UMKM lain dan dengan korporasi raksasa seringkali menyulitkan UMKM untuk tumbuh dan berkembang.

Beberapa UMKM di Indonesia masih mengalami hambatan terhadap faktor eksternal dan internal (Rahmawati *et al.*, 2019). Pada faktor eksternal, misalnya, pengusaha belum mampu membaca peluang bisnis, bertindak taktis, menetapkan rencana strategis, menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan bisnis, serta kurang memiliki kemampuan berinovasi produk dan terlibat dalam pengembangan kreatif. Pada lingkup internal, beberapa UMKM menghadapi permasalahan seperti kurangnya keahlian manajerial, kurangnya personil yang terlatih, ketidakmampuan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi dan kegagalan untuk mengikuti perkembangan teknologi, dan yang paling penting, hambatan terhadap pengembangan modal dan akses pasar. Penerapan konsep kewirausahaan menjadi belum lengkap dengan kekuatan tersebut.

Pelaku usaha dalam rangka mempertahankan usaha UMKM perlu meningkatkan kinerja dan meningkatkan kapasitas usaha, baik dari segi manajemen, keuangan, dan profesionalisme. Baik buruknya kondisi suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja yang telah dicapai. Menurut Hamel & Wijaya (2020) kinerja adalah tingkat efektivitas dan efisiensi upaya yang

dilakukan suatu organisasi dalam mencapai tujuan organisasi. Pengukuran kinerja adalah analisis dan pengendalian data untuk bisnis. Pengukuran kinerja digunakan suatu usaha untuk melakukan perbaikan kegiatan operasional agar dapat melanjutkan usaha. Bagi entitas korporasi atau pengusaha, pengukuran kinerja merupakan hal yang krusial terutama untuk melaksanakan tugas-tugas manajemen dengan sukses dan efisien. Tindakan manajemen perusahaan dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran menunjukkan tingkat keberhasilan yang dicapai suatu bisnis setelah selesainya berbagai proses aktivitas pemasaran. Efektivitas pendekatan yang digunakan dinilai dengan menggunakan kinerja pemasaran sebagai landasan. Kinerja pemasaran merupakan suatu konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk (Gemina *et al.*, 2019). Setiap bisnis tertarik untuk melihat seberapa baik kinerja barangnya di pasar karena hal ini memberi tahu seberapa baik kinerja perusahaan secara keseluruhan. Kapasitas untuk bertahan sehingga inisiatif komersial dapat terus berlanjut menentukan keberhasilan bisnis. Hamel & Wijaya (2020) menyatakan bahwa ketika suatu usaha termasuk dalam kategori UMKM, kinerjanya dapat dilihat sebagai evaluasi atas pencapaiannya di bawah arahan individu atau kelompok yang membawahi divisi bisnis sesuai dengan kriteria atau tujuan yang telah ditentukan.

Secara umum, berbagai faktor dapat memengaruhi seberapa baik kinerja suatu perusahaan. Kinerja suatu perusahaan mungkin dipengaruhi oleh sejumlah faktor, seperti orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar (Elvina, 2020). Orientasi kewirausahaan menggambarkan prosedur, metode, dan pengambilan keputusan yang menyambut ide-ide segar. Ini mencakup tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bersikap proaktif, dan selalu inovatif. Berani mengambil risiko adalah pola pikir kewirausahaan yang mencakup kesiapan menginvestasikan modal dan memiliki keberanian untuk mengatasi hambatan dengan mengambil keuntungan atau berpartisipasi dalam usaha bisnis dengan potensi hasil yang tidak diketahui atau tidak dapat

dipastikan. Proaktif ditunjukkan dalam kemampuan untuk mengungguli pesaing dengan menggabungkan strategi agresif dan proaktif, seperti meluncurkan produk atau layanan baru sebelum persaingan dan merencanakan ke depan untuk memenuhi permintaan guna membawa perubahan dan memengaruhi lingkungan. Seorang wirausaha dapat dikatakan inovatif yaitu dengan terlibat secara aktif dalam proses percobaan ide-ide baru yang memungkinkan pembuatan proses produksi baru untuk menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar saat ini maupun pasar baru.

Orientasi kewirausahaan yang tinggi berkaitan langsung dengan pendorong utama keuntungan, memberikan peluang bagi wirausahawan untuk menangkap peluang yang muncul, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan kinerja bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Tirtayasa (2022) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memengaruhi kinerja usaha. Kunci dalam meningkatkan kinerja perusahaan adalah memiliki pola pikir wirausaha. Aset dan keterampilan yang memberikan keunggulan kompetitif dan kinerja lebih tinggi pada bisnis adalah orientasi kewirausahaan (Ch *et al.*, 2020).

Selain orientasi kewirausahaan, kinerja usaha yang optimal juga dipengaruhi oleh orientasi pasar (Yuliana & Pujiastuti, 2018). Orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai-nilai yang tinggi bagi konsumen. Menurut Abbas (2018), orientasi pasar adalah proses menetapkan target pelanggan yang strategis, menciptakan organisasi yang berfokus pada pelanggan, meletakkan dasar bagi persaingan yang berfokus ke dalam, dan menawarkan layanan yang memenuhi harapan pelanggan untuk memenangkan persaingan. Proses dimana bisnis mengidentifikasi pasar dan memanfaatkannya untuk menginformasikan strategi perusahaan dikenal sebagai orientasi pasar. Hasil dari penerapan strategi berorientasi pasar membantu bisnis berhasil menyesuaikan diri terhadap perubahan di lingkungannya. Agar bisnis dapat memahami pasar dan membuat rencana

produk dan layanan yang memenuhi permintaan konsumen dan pasar, orientasi pasar merupakan komponen yang sangat penting.

Tidak hanya itu saja, setiap bisnis dalam industri di mana terdapat persaingan harus memiliki keunggulan kompetitif. Untuk menjaga kelangsungan usaha, hal ini penting bagi usaha kecil dan menengah serta korporasi besar. Jika bisnis berhasil mengembangkan keunggulan kompetitif, operasi akan terus berjalan. Ini adalah komponen penting dalam memenangkan persaingan di pasar.

Seorang wirausahawan harus mampu memahami sejumlah konsep penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Misalnya, pemilik usaha yang mampu menciptakan barang dan jasa hanya memiliki biaya *overhead* yang kecil, sehingga memungkinkan mereka menetapkan harga yang kompetitif dengan harga pesaingnya. Keunggulan kompetitif diharapkan dapat menopang kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menghasilkan keuntungan sesuai prediksi.

Dengan adanya orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan keunggulan kompetitif pada UMKM, kiranya dapat memberikan pengaruh positif terhadap kinerja usaha UMKM pada umumnya. Oleh karena itu, peneliti dalam penelitian ini meneliti dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar terhadap Kinerja UMKM dengan Dimediasi Keunggulan Kompetitif”.

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Usaha mikro, kecil, dan menengah atau UMKM sebenarnya memberikan kontribusi yang signifikan dalam berbagai cara. Akan tetapi, operasional UMKM menghadapi beberapa tantangan, seperti

- persoalan akses terhadap informasi pasar, persoalan daya saing pasar dan produk, dan persoalan dukungan kelembagaan terhadap usaha kecil.
- b. Beberapa UMKM di Indonesia masih mengalami hambatan terhadap faktor eksternal dan internal.
 - c. Faktor-faktor yang dapat memengaruhi kinerja usaha tersebut antara lain adalah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan keunggulan kompetitif.

3. Batasan Masalah

Pembatasan ruang lingkup dalam penelitian ini dimaksudkan supaya analisis dan pembahasan tidak bias dan justru lebih berfokus pada topik yang hendak dibahas. Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Masalah terkait orientasi kewirausahaan dibatasi hanya dibahas dari aspek inovasi, proaktif, dan berani mengambil risiko.
- b. Masalah terkait orientasi pasar dibatasi hanya dibahas dari aspek orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi lintas fungsi.
- c. Masalah terkait keunggulan kompetitif dibatasi hanya dibahas dari aspek keuntungan harga, kualitas produk, dan keunikan produk.
- d. Masalah terkait kinerja usaha dibatasi hanya dibahas dari aspek volume penjualan, pertumbuhan pelanggan, dan profitabilitas.

4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM?
- b. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM?
- c. Apakah terdapat pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM?

- d. Apakah terdapat pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif?
- e. Apakah terdapat pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif?

B. Tujuan dan Masalah Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan pada latar belakang, identifikasi masalah, dan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.
- b. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.
- c. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan kompetitif terhadap kinerja UMKM.
- d. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif.
- e. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif.

2. Manfaat

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi UMKM, hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi para pelaku usaha khususnya bagi para UMKM untuk dapat meningkatkan kinerja usaha UMKM.
- b. Bagi institusi, diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat bagi Universitas Tarumanagara dan mahasiswa/i Universitas Tarumanagara dalam menambah aset keilmuan khususnya dalam bidang ilmu kewirausahaan serta dapat digunakan dalam penelitian mendatang.

- c. Bagi penulis, diharapkan melalui penelitian ini penulis dapat menerapkan teori-teori yang pernah didapatkan selama masa kuliah, khususnya bidang kewirausahaan serta mendapatkan tambahan dalam pengetahuan dan informasi untuk bekal berkarya di tengah masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, D. (2018). Pengaruh modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM Kota Makassar. *Jurnal Manajemen, Ide, Inspirasi (MINDS)*, 5(1), 95–111.
- Abshar, D., & Septrizola, W. (2023). The influence of entrepreneurial orientation and market orientation on SME business performance. *Marketing Management Studies*, 3(1), 90–99. <https://doi.org/10.24036/mms.v3i1.348>
- Ahmatang, & Sari, N. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha dimediasi keunggulan bersaing pada UMKM di Pulau Sebatik. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 18(3), 492–500. <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i3.11581>
- Anggraini, P., Aditi, B., & Tamba, M. (2022). Peran keunggulan bersaing dalam memediasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan pada kinerja UKM di masa pandemi Covid-19. *JEBIDI: Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 1(3), 398-410. <https://doi.org/10.59663/jebidi.v1i3.105>
- Ardiyani, K., Syafnita, & Aadilla, L. (2021). Peningkatan kinerja UMKM ditinjau dari model pengelolaan keuangan, sumber daya manusia, strategi pemasaran, dukungan pemerintah dan umur usaha. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(02), 103–111.
- Arifuddin, M. (2018). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja perusahaan dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. *Seminar Nasional dan the 5th Call for Syariah Paper*.
- Arini, R. E. (2022). The effect of entrepreneurship orientation and market orientation on MSME performance in Bandung City in West Java. *The Es Economics and Entrepreneurship*, 1(01), 23–29. <https://esj.eastasouth-institute.com/index.php/esee/article/view/5>
- Balaka, M. Y. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Widina Bhakti Persada.

- Barney, J. B. (1986). Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? *The Academy of Management Review*, 11(3), 656–665. <https://doi.org/10.2307/258317>
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Ch, I., Andari, T. T., & Mukmin, M. N. (2020). Analisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan pasar serta inovasi terhadap kinerja Ekonomi Produktif Kelompok Usaha Bersama (UEP KUBe) di Kota Bukittinggi Sumatra Barat. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 40–52. <https://doi.org/10.30997/jsh.v11i1.2159>
- Cho, Y. H., & Lee, J. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124–134. <https://doi.org/10.1108/APJIE>
- Danny, F. G., & Utama, L. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan kapasitas inovasi terhadap kesuksesan proyek pada bidang fashion. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(3), 690–690. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9581>
- Dita & Soelaiman, L. (2021). Pengaruh pengambilan resiko, inovasi, proaktif, competitive aggressiveness dan otonomi terhadap kinerja usaha konveksi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(1), 186–195. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11304>
- Elvina. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM. *JSHP (Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan)*, 4(1). 46–55.
- Eunike, K., & Utama, L. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM bidang kuliner pada masa pandemi Covid – 19. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 771–781. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13209>
- Fahmi, M. Z. R. (2020). Orientasi kewirausahaan, karakteristik wiwusahawan, kecepatan inovasi dan dampaknya terhadap kinerja usaha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6483>

- Fakhrunnisa, E., Puspaningrum, A., & Kurniawati, D. T. (2023). The influence of knowledge management and entrepreneurial orientation on business performance mediated by competitive advantage. *JRSSEM: Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 03(04), 854-869. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i03.584>
- Feranita, N. V., & Setiawan, H. A. (2018). Peran keunggulan bersaing dalam memediasi dampak orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, 18(1), 54–70. <https://doi.org/10.37849/midi.v18i1.110>
- Gemina, D., Silaningsih, E., & Nisa, K. (2019). Kinerja pemasaran berbasis orientasi pasar serta inovasi produk pada industri mikro, kecil dan menengah makanan ringan Kabupaten Subang. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 251–264. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.88>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M., & Ringle, C.M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hamel, C., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha UKM di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(4), 863–863. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9865>
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Haseeb, M., Hussain, H. I., Kot, S., & Androniceanu, A. (2019). Role of social and technological challenges in achieving a sustainable competitive advantage and sustainable business performance. *Sustainability*, 11(14). <https://doi.org/10.3390/su11143811>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of*

- the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Hidranto, F. (2022, December 6). *Porsi kredit diperbesar, sektor UMKM segera naik kelas*. Indonesia.go.id. <https://indonesia.go.id/kategori/indonesia-dalam-angka/6721/porsi-kredit-diperbesar-sektor-umkm-segera-naik-kelas?lang=1>
- Hosmiyati, & Ashar, K. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UMKM (studi kasus industri keris di Desa Aeng Tongtong Kabupaten Sumenep). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5622/4935>
- Ie, M., & Pratama, V. (2019). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja pada usaha kecil dan menengah sektor ritel. *Jurnal Muara*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.4279>
- Kholik, A., & Laeli, S. (2020). Keunggulan bersaing berkelanjutan sekolah alam berbasis model Resource-Based View. *TADBIR MUWAHHID*, 4(1), 73–97. <https://doi.org/10.30997/jtm.v4i1.2540>
- Laily, I. K. N., Hindrayani, A., & Noviani, L. (2023). studi metaanalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM. *Journal on Education*, 05(04), 15480–15489. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/2646>
- Leon, F. M., Suryaputri, R. V., & Purnamaningrum, T. K. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif: Manajemen, Keuangan, dan Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lestari, R., & Elwisam. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada minat beli ulang produk mie instant Sedaap. *Jurnal Ilmu dan Budaya*, 41(63), 7495–7520. <https://doi.org/10.47313/jib.v41i63.690>
- Liekyhung, L., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha UMKM DKI Jakarta yang dimediasi oleh kompetensi kewirausahaan. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(3), 731–738. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19767>

- Limanseto, H. (2022, October 1). *Perkembangan UMKM sebagai critical engine perekonomian nasional terus mendapatkan dukungan pemerintah*. Ekon.go.id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Mamengko, D. G., Tawas, H. N., & Raintung, M. C. (2023). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai variabel intervening. *Jurnal EMBA*, 11(1), 486–499. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.45937>
- Medhika, N. G. A. J., Giantari, I. G. A. K., & Yasa, N. N. K. (2018). Peran keunggulan bersaing dalam memediasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dengan kinerja UKM. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(2), 183–195. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i2.29>
- Philip, K. & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. 17th Edition. Cincinnati: Pearson Higher Education.
- Prasetyo, A., & Wijaya, A. (2019). Pengaruh orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja UMKM pada bidang kuliner di Pasar Lama Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 1(3), 383–393. <https://doi.org/10.24912/jmk.v1i3.5329>
- Puspaningrum, A. (2020). Market orientation, competitive advantage and marketing performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 23(1), 19–27. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.1847>
- Rahayu, Y. (2018). Komitmen pengusaha berbasis orientasi kewirausahaan. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 147–155. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/3528/pdf>
- Rahmawati, S., Darsono, & Setyowati, N. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah pangan olahan di

- Kota Surakarta. *JEPA (Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis)*, 3(2), 325–335. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2019.003.02.9>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. 7th Edition. West Sussex: Wiley & Sons.
- Siregar, I. A. (2021). Analisis dan interpretasi data kuantitatif. *ALACRITY Journal of Education*, 1(2), 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tirtayasa, S. (2022). The influence of entrepreneurship orientation and market orientation on the performance of Small and Medium Enterprises mediated by competitive advantage. *Enrichment: Journal of Management*, 12(2), 1825–1839. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i2.495>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Utama, L., & Hartono, M. V. A. (2018). Pengaruh sumber daya pemilik waralaba terhadap kinerja penerima waralaba dengan orientasi kewirausahaan sebagai mediasi. *Conference On Management and Behavioral Studies*.
- Virdianasari, N. M. A. (2021). Analisis pengaruh kreatif dan inovatif di dunia bisnis kewirausahaan dalam perspektif ekonomi Islam. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 1(1), 37–47.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://web.mit.edu/bwerner/www/papers/AResource-BasedViewoftheFirm.pdf>
- Yaskun, M., Sudarmiatin, Hermawan, A., & Rahayu, W. P. (2023). the effect of market orientation, entrepreneurial orientation, innovation and competitive advantage on business performance of Indonesian MSMEs. *International Journal of Professional Business Review*, 8(4), 01–21. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i4.1563>

Yuliana, R., & Pujiastuti, Y. (2018). Orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan strategi bisnis terhadap kinerja bisnis. *Tirtayasa Ekonomika*, 13(2), 320–329.
<http://dx.doi.org/10.35448/jte.v13i2.4318>