

# Analisis Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kota Jambi

Achmad Mulyono<sup>1</sup>, Anel Hopi Candra<sup>2\*</sup>, Dedi Handoko<sup>3</sup>, Dila Nurlaila<sup>4</sup>

<sup>1,3</sup>Proram Studi Teknologi Rekayasa Logistik, Politeknik Jambi

<sup>2,4</sup>Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Jambi

<sup>1</sup>mulyono@politeknikjambi.ac.id, <sup>2\*</sup>andel@politeknikjambi.ac.id,

<sup>3</sup>dedi.handoko@politeknikjambi.ac.id, <sup>4</sup>dila.nurlaila@politeknikjambi.ac.id

## Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Jambi yang didominasi sektor kuliner dan perdagangan. Namun, UMKM menghadapi tantangan berupa persaingan ketat, perubahan perilaku konsumen, serta keterbatasan teknologi dan manajemen. Orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation/EO) diyakini sebagai salah satu faktor kunci peningkatan daya saing UMKM melalui dimensi inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko. Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh EO terhadap kinerja UMKM di Kota Jambi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Responden penelitian adalah 155 pelaku UMKM yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa EO berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM ( $\beta=0,45$ ;  $p=0,001$ ). Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi orientasi kewirausahaan, semakin baik kinerja UMKM dari sisi pertumbuhan penjualan, laba, dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkuat literatur EO di konteks UMKM daerah serta kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dalam merancang program pengembangan UMKM berbasis kewirausahaan.

**Kata Kunci :** orientasi kewirausahaan, kinerja, UMKM, PLS-SEM, Kota Jambi

## Abstract

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are the backbone of the Indonesian economy, including in Jambi City, which is dominated by culinary and trade sectors. However, MSMEs face challenges such as intense competition, changing consumer behavior, and limited technological and managerial capacity. Entrepreneurial orientation (EO) is believed to be a key factor in enhancing MSME competitiveness through dimensions of innovativeness, proactiveness, and risk-taking. This study aims to examine the effect of EO on MSME performance in Jambi City. The research employed a quantitative approach with Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) as the analytical tool. Respondents consisted of 155 MSME owners selected through purposive sampling. The results indicate that EO has a positive and significant effect on MSME performance ( $\beta=0.45$ ;  $p=0.001$ ). This finding highlights that the higher the entrepreneurial orientation, the better the MSME performance in terms of sales growth, profit growth, and customer satisfaction. The study provides theoretical contributions by strengthening EO literature in regional MSME contexts and practical implications for local governments in designing entrepreneurship-based MSME development programs.*

**Keyword :** entrepreneurial orientation, performance, MSMEs, PLS-SEM, Jambi City

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sejak lama dianggap sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia. Peran strategis UMKM tercermin dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang mencapai 60,5%, serta daya serap tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2022). Jumlah unit UMKM di Indonesia tercatat lebih dari 65 juta, yang tersebar di seluruh wilayah dengan sektor dominan pada perdagangan, kuliner, pertanian, dan industri kreatif. Kontribusi besar tersebut menegaskan bahwa UMKM bukan

hanya entitas bisnis kecil, melainkan instrumen penting dalam pembangunan ekonomi, pengentasan kemiskinan, serta pemerataan distribusi pendapatan.

Peran penting UMKM juga dapat diamati pada masa krisis. Saat krisis moneter 1997-1998 mengguncang Indonesia, sebagian besar perusahaan besar tumbang akibat utang luar negeri dan depresiasi rupiah, sedangkan UMKM relatif mampu bertahan dengan fleksibilitasnya. Fenomena serupa terjadi pada krisis pandemi COVID-19 tahun 2020-2021. Meskipun banyak UMKM mengalami keterpurukan, adaptasi cepat melalui digitalisasi (seperti memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial) membuat sektor ini tetap menjadi penopang penting dalam pemulihan ekonomi nasional.

Di tingkat daerah, UMKM juga memegang peran vital. Kota Jambi, sebagai ibu kota Provinsi Jambi, merupakan pusat aktivitas ekonomi di wilayah tersebut. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Jambi 2022, terdapat lebih dari 45.000 unit UMKM yang aktif, dengan konsentrasi terbesar pada sektor kuliner, perdagangan ritel, dan jasa berbasis komunitas. UMKM di Kota Jambi tidak hanya berfungsi sebagai penopang ekonomi keluarga, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja informal, penyediaan produk-produk lokal, serta kontribusi terhadap pendapatan asli daerah. Dengan karakteristik geografis dan sosial yang khas, UMKM di Kota Jambi menjadi laboratorium penting untuk mempelajari dinamika kewirausahaan dalam konteks lokal.

Namun, UMKM Jambi menghadapi tantangan struktural maupun kontekstual. Pertama, tingkat persaingan yang semakin ketat. Produk-produk dari luar daerah dengan kualitas tinggi dan harga kompetitif kini mudah diakses masyarakat Jambi melalui pasar daring. Kondisi ini menekan daya saing UMKM lokal yang masih bergantung pada jaringan distribusi tradisional. Kedua, perubahan perilaku konsumen yang semakin menuntut kualitas produk, diferensiasi layanan, dan kemudahan akses melalui platform digital. Konsumen kini tidak hanya membandingkan harga, tetapi juga kualitas, kecepatan layanan, dan pengalaman berbelanja. Ketiga, keterbatasan kapasitas manajerial dan teknologi. Banyak pelaku UMKM masih dikelola secara tradisional berbasis keluarga dengan pencatatan manual dan strategi pemasaran konvensional. Hambatan ini mempersempit peluang UMKM untuk melakukan ekspansi atau bertahan di pasar yang semakin dinamis.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, salah satu strategi yang diyakini mampu memperkuat daya saing UMKM adalah orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation/EO*). EO merujuk pada kerangka berpikir strategis organisasi yang mencerminkan kecenderungan untuk berinovasi, bersikap proaktif, dan berani mengambil risiko dalam menghadapi ketidakpastian (Covin & Wales, 2019). Dimensi inovasi memungkinkan UMKM menciptakan produk baru atau memodifikasi produk lama sesuai selera pasar. Dimensi proaktivitas mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya menunggu perubahan, tetapi juga mengambil inisiatif dalam menangkap peluang pasar. Sedangkan dimensi pengambilan risiko mencerminkan keberanian UMKM untuk membuat keputusan di bawah kondisi ketidakpastian, seperti melakukan ekspansi usaha atau investasi teknologi baru.

Konsep EO semakin mendapatkan perhatian dalam literatur kewirausahaan karena dianggap sebagai determinan kinerja usaha. Beberapa penelitian empiris menunjukkan hasil positif. (Felix, 2021) melaporkan bahwa EO berpengaruh terhadap kinerja non-keuangan UMKM, khususnya dalam hal kepuasan pelanggan dan reputasi usaha. (Indrawati, 2023) menemukan bahwa EO memiliki kontribusi signifikan terhadap kinerja UMKM sektor makanan dan minuman. (Latifah dkk. 2023) menegaskan bahwa EO berperan penting dalam menciptakan keunggulan bersaing, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja pemasaran. Namun, penelitian (Indah dkk., 2023) justru menemukan bahwa EO tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM tanpa adanya variabel mediasi strategi pertumbuhan usaha.

Ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya gap empiris yang penting untuk diteliti. Apakah EO selalu berpengaruh terhadap kinerja UMKM? Apakah pengaruh tersebut berlaku universal, atau tergantung pada konteks geografis, sosial, dan sektor usaha? Pertanyaan ini menjadi

semakin relevan ketika dikaitkan dengan UMKM Kota Jambi yang memiliki karakteristik khusus: mayoritas usaha berbasis keluarga, sektor dominan kuliner dan perdagangan tradisional, serta keterbatasan adaptasi digital.

Selain gap empiris, terdapat juga gap kontekstual. Penelitian EO di Indonesia masih terkonsentrasi pada kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Kajian mengenai EO di daerah-daerah dengan struktur ekonomi berbasis UMKM tradisional seperti Kota Jambi masih relatif jarang dilakukan. Padahal, memahami peran EO dalam konteks lokal sangat penting untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM yang lebih tepat sasaran.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Kota Jambi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan analisis Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Kontribusi penelitian ini mencakup tiga aspek. Pertama, secara teoretis, penelitian ini memperkuat literatur EO dengan memberikan bukti empiris dalam konteks UMKM daerah. Kedua, secara metodologis, penelitian ini memberikan contoh penerapan analisis PLS-SEM pada studi kewirausahaan di Indonesia. Ketiga, secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan lembaga pembinaan UMKM untuk menyusun program pengembangan yang lebih efektif berbasis pada orientasi kewirausahaan.

## 2. METODE

### Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *causal-explanatory*. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan antar variabel yang bersifat laten, yaitu orientasi kewirausahaan (EO) sebagai variabel independen dan kinerja UMKM sebagai variabel dependen. Menurut (Creswell, 2018), pendekatan kuantitatif sangat relevan ketika peneliti berfokus pada pengujian hipotesis serta memperoleh generalisasi berdasarkan sampel yang representatif.

Metode analisis yang digunakan adalah Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Pemilihan PLS-SEM dibanding Covariance-Based SEM (CB-SEM) didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, PLS-SEM lebih fleksibel terhadap distribusi data yang tidak normal. Kedua, PLS-SEM lebih sesuai digunakan pada jumlah sampel relatif kecil (Hair et al., 2022). Ketiga, PLS-SEM berorientasi pada prediksi (*prediction-oriented*), sehingga sangat tepat digunakan ketika tujuan penelitian adalah untuk mengevaluasi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

### Populasi dan Teknik Sampling

Populasi penelitian adalah seluruh pelaku UMKM di Kota Jambi. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Jambi (2022), terdapat lebih dari 45.000 unit UMKM yang tersebar di 11 kecamatan. Dengan keterbatasan sumber daya, penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) responden adalah pemilik atau pengelola utama UMKM; (2) usaha telah beroperasi minimal dua tahun, untuk memastikan stabilitas operasional; (3) bersedia berpartisipasi secara sukarela dalam pengisian kuesioner.

Jumlah sampel penelitian ditentukan berdasarkan aturan *10 times rule*, yaitu jumlah sampel minimal 10 kali jumlah indikator terbanyak yang mengukur konstruk tertentu. Pada penelitian ini, konstruk EO memiliki 9 indikator, sehingga sampel minimal adalah 90 responden. Untuk meningkatkan reliabilitas hasil, jumlah sampel yang berhasil dikumpulkan adalah 155 responden. Jumlah ini dianggap cukup memadai untuk analisis PLS-SEM.

### Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang dibagikan secara langsung kepada pelaku UMKM. Instrumen terdiri dari dua bagian. Bagian pertama memuat pertanyaan demografis mengenai

profil responden (usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, lama usaha, sektor usaha, jumlah karyawan, dan omzet per bulan). Bagian kedua berisi item pertanyaan terkait konstruk penelitian.

- **Orientasi Kewirausahaan (EO)** diukur dengan 9 indikator yang diadaptasi dari Lumpkin & Dess (1996) dan Covin & Wales (2019), yang mencakup tiga dimensi: inovasi (3 indikator), proaktivitas (3 indikator), dan pengambilan risiko (3 indikator).
- **Kinerja UMKM** diukur dengan 4 indikator yang mencakup pertumbuhan penjualan, pertumbuhan laba, pertumbuhan pasar, dan kepuasan pelanggan (Felix, 2021; Indrawati, 2023).

Seluruh item diukur dengan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Validitas isi instrumen dikonfirmasi melalui *expert judgment* oleh tiga pakar bidang manajemen dan kewirausahaan.

### Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui survei lapangan selama tiga bulan (Januari–Maret 2023). Kuesioner disebarluaskan secara langsung kepada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria. Sebelum pengisian, peneliti memberikan penjelasan singkat mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, dan cara pengisian kuesioner. Untuk memastikan tingkat respons yang tinggi, peneliti bekerja sama dengan komunitas UMKM dan perangkat kecamatan setempat. Dari 180 kuesioner yang dibagikan, 155 kuesioner dikembalikan dalam keadaan lengkap dan layak analisis, dengan tingkat respons sebesar 86,1%.

### Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan melalui dua tahap utama:

1. **Evaluasi Outer Model (Model Pengukuran)**
  - *Convergent validity*: indikator valid jika nilai *loading factor* >0,70 dan Average Variance Extracted (AVE) >0,50.
  - *Reliabilitas*: konstruk reliabel jika nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR) >0,70.
  - *Discriminant validity*: diuji dengan kriteria Fornell–Larcker dan Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT), dengan nilai HTMT <0,85 menunjukkan validitas diskriminasi yang baik.
2. **Evaluasi Inner Model (Model Struktural)**
  - $R^2$  (*koefisien determinasi*) digunakan untuk mengukur seberapa besar konstruk independen menjelaskan konstruk dependen. Nilai  $R^2$  sebesar 0,25, 0,50, dan 0,75 masing-masing menunjukkan lemah, moderat, dan kuat (Hair et al., 2022).
  - $Q^2$  (*predictive relevance*) digunakan untuk mengukur relevansi prediktif model. Nilai  $Q^2$  >0 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif.
  - $f^2$  (*effect size*) digunakan untuk menilai besarnya pengaruh setiap konstruk independen terhadap dependen.
  - *SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)* digunakan untuk mengukur kesesuaian model. Nilai SRMR <0,08 menunjukkan model yang baik.
  - *Uji signifikansi jalur* dilakukan dengan teknik bootstrapping 5.000 subsampel. Hubungan dianggap signifikan apabila p-value <0,05.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil Responden

Sebanyak 155 responden UMKM di Kota Jambi berhasil diwawancarai melalui kuesioner terstruktur. Karakteristik responden mencerminkan keragaman sektor dan kondisi usaha yang berkembang di Kota Jambi.

1. **Jenis Kelamin**: 86 responden (55,5%) adalah laki-laki dan 69 responden (44,5%) adalah perempuan. Data ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam mengelola UMKM cukup

tinggi, khususnya pada sektor kuliner dan perdagangan rumah tangga. Hal ini konsisten dengan temuan penelitian Suryana (2021) bahwa UMKM di sektor jasa dan makanan banyak dijalankan oleh perempuan sebagai strategi peningkatan ekonomi keluarga.

- Usia Responden:** Rentang usia responden cukup bervariasi, dengan mayoritas berada pada kelompok usia produktif 30–45 tahun (48,4%). Usia yang relatif muda ini menjadi potensi bagi keberanian mengambil risiko dan adopsi teknologi digital.
- Tingkat Pendidikan:** Sebanyak 37,4% responden memiliki pendidikan terakhir SMA, 42,6% diploma/sarjana, dan sisanya SMP ke bawah. Tingkat pendidikan relatif beragam, namun masih cukup banyak yang belum mengenyam pendidikan tinggi, yang mungkin memengaruhi kapasitas manajerial UMKM.
- Sektor Usaha:** Sektor kuliner mendominasi dengan 43,9%, diikuti perdagangan ritel (34,2%), dan jasa (21,9%). Dominasi kuliner mencerminkan karakteristik Kota Jambi sebagai pusat konsumsi produk lokal dan budaya kuliner yang kuat.
- Lama Usaha:** Mayoritas UMKM beroperasi 2–5 tahun (41,3%), sedangkan yang beroperasi lebih dari 10 tahun hanya 18,1%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih relatif muda dan berada pada fase pertumbuhan.
- Jumlah Tenaga Kerja:** Sebagian besar UMKM memiliki 1–4 orang tenaga kerja (62,6%), menunjukkan dominasi usaha mikro. Hanya 9,7% UMKM yang memiliki lebih dari 10 pekerja.
- Omzet Bulanan:** Sekitar 51,6% UMKM memiliki omzet di bawah Rp10 juta per bulan, sementara hanya 12,3% yang mencapai di atas Rp50 juta. Kondisi ini mengindikasikan keterbatasan skala usaha, meski sebagian kecil telah mampu berkembang lebih pesat.

Profil responden ini menunjukkan bahwa UMKM Kota Jambi masih didominasi usaha mikro berbasis keluarga dengan kapasitas manajerial terbatas, tetapi memiliki potensi pertumbuhan melalui strategi kewirausahaan.

### Evaluasi Outer Model

Pengujian outer model dilakukan untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk penelitian.

#### 1. Convergent Validity

Semua indikator memiliki *loading factor* di atas 0,77, lebih tinggi dari batas minimal 0,70. Nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk konstruk EO adalah 0,62 dan Kinerja UMKM adalah 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa indikator mampu menjelaskan variabel laten secara memadai.

#### 2. Reliabilitas

Nilai Composite Reliability (CR) untuk konstruk EO sebesar 0,94 dan Kinerja UMKM sebesar 0,90. Sementara itu, Cronbach's Alpha masing-masing 0,93 dan 0,86. Nilai ini jauh di atas ambang batas 0,70, sehingga kedua konstruk dapat dinyatakan reliabel.

#### 3. Discriminant Validity

Uji Fornell-Larcker menunjukkan bahwa akar AVE dari masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk. Selain itu, nilai HTMT < 0,85, sehingga validitas diskriminan terpenuhi.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Outer Model

Konstruk	Indikator	Loading	AVE	CR	Cronbach's Alpha
Orientasi Kewirausahaan (EO)	EO1–EO9	0,77–0,85	0,62	0,94	0,93
Kinerja UMKM	KIN1–KIN4	0,79–0,88	0,70	0,90	0,86

Hasil ini menegaskan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel dalam mengukur konstruk EO dan kinerja UMKM.

### Evaluasi Inner Model

Inner model digunakan untuk menguji hubungan kausal antara konstruk EO dan Kinerja UMKM.

1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Nilai  $R^2$  Kinerja UMKM sebesar 0,45. Artinya, EO mampu menjelaskan 45% variasi kinerja UMKM, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Menurut Hair et al. (2022), nilai ini tergolong moderat.
2. Relevansi Prediktif ( $Q^2$ )  
Nilai  $Q^2$  sebesar 0,31 ( $>0$ ), menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik.
3. Kesesuaian Model (SRMR)  
Nilai SRMR sebesar 0,058 ( $<0,08$ ), yang menandakan bahwa model penelitian ini memiliki kesesuaian yang baik.
4. Uji Signifikansi Jalur  
Hasil bootstrapping dengan 5.000 subsampel menunjukkan bahwa jalur EO  $\rightarrow$  Kinerja UMKM memiliki koefisien 0,45 dengan  $t=3,20$  dan  $p=0,001$ . Dengan demikian, EO berpengaruh positif signifikan terhadap Kinerja UMKM.

Tabel 2. Hasil Inner Model

Jalur	Koefisien $\beta$	t-statistik	p-value	Keterangan
EO $\rightarrow$ Kinerja UMKM	0,45	3,20	0,001	Signifikan

### Pembahasan

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM di Kota Jambi. Semakin tinggi orientasi kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin baik pula kinerja usaha mereka. Temuan ini mempertegas pentingnya inovasi, proaktivitas, dan keberanian mengambil risiko dalam membangun daya saing usaha kecil.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi inovasi terbukti menjadi salah satu kunci peningkatan kinerja UMKM di Kota Jambi. Banyak pelaku usaha kuliner memodifikasi resep tradisional dengan sentuhan modern agar lebih diterima generasi muda. Misalnya, makanan khas Jambi seperti tempoyak kini diolah menjadi varian saus modern untuk menarik konsumen milenial. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyebutkan bahwa inovasi merupakan "mesin" utama pertumbuhan ekonomi. Selain itu, dimensi proaktivitas juga berperan penting, terlihat dari upaya pelaku UMKM dalam memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana pemasaran.

Responden dengan tingkat proaktivitas tinggi melaporkan adanya peningkatan signifikan dalam jangkauan pasar, selaras dengan penelitian (Indrawati, 2023) yang menegaskan kontribusi proaktivitas terhadap keberhasilan UMKM sektor makanan dan minuman. Selanjutnya, keberanian mengambil risiko tercermin dari keputusan membuka cabang baru di lokasi potensial maupun mencoba model bisnis daring meski menghadapi ketidakpastian permintaan. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa keberanian tersebut justru membuka peluang pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau, mendukung temuan (Covin dan Wales, 2019) yang menekankan risk-taking sebagai ciri penting entrepreneur sukses.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memperkuat literatur mengenai orientasi kewirausahaan (EO) yang menegaskan bahwa inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko merupakan determinan utama kinerja usaha, serta menambah bukti empiris bahwa EO relevan tidak hanya pada perusahaan besar atau start-up modern, tetapi juga pada UMKM tradisional di daerah berkembang. Dari sisi praktis, temuan ini menekankan pentingnya program pemberdayaan UMKM yang mampu menumbuhkan EO, seperti pelatihan inovasi produk berbasis budaya lokal, pelatihan digital marketing untuk meningkatkan proaktivitas, serta program inkubasi bisnis guna mengasah keberanian mengambil risiko.

Bagi pelaku UMKM sendiri, hasil ini mendorong perlunya perubahan pola pikir dari sekadar bertahan menjadi berorientasi pada pertumbuhan dan inovasi berkelanjutan.

#### 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa EO, yang terdiri dari dimensi inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Nilai  $R^2$  sebesar 0,45 mengindikasikan bahwa EO mampu menjelaskan 45% variasi kinerja UMKM, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian ini.

Secara lebih rinci, inovasi terbukti meningkatkan daya saing UMKM melalui pengembangan produk baru maupun modifikasi produk tradisional. Proaktivitas memberikan kontribusi pada perluasan pasar dan peningkatan jangkauan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, keberanian mengambil risiko mendorong pelaku UMKM untuk melakukan ekspansi usaha dan mencoba model bisnis baru di tengah ketidakpastian.

Dari sisi teoretis, hasil penelitian ini memperkuat literatur kewirausahaan yang menegaskan pentingnya EO sebagai determinan kinerja usaha, bahkan dalam konteks UMKM tradisional di daerah berkembang. Dari sisi praktis, temuan ini menekankan perlunya dukungan pemerintah daerah dan lembaga pembinaan UMKM dalam membangun orientasi kewirausahaan pelaku usaha, khususnya melalui pelatihan inovasi produk, pemasaran digital, serta pengembangan kapasitas manajerial yang mendorong keberanian mengambil risiko.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa orientasi kewirausahaan merupakan strategi kunci yang perlu ditumbuhkan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja UMKM di Kota Jambi, sekaligus menjadi rujukan bagi upaya pemberdayaan UMKM dalam menghadapi tantangan persaingan dan perubahan perilaku konsumen.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kota Jambi yang telah memberikan dukungan data dan fasilitasi lapangan, serta kepada seluruh responden pelaku UMKM yang bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Politeknik Jambi yang telah memberikan dukungan akademik dan administrasi selama proses penelitian berlangsung.

#### 6. DAFTAR PUSTAKA

- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2019). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), 3–18.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- Felix, R. (2021). Entrepreneurial orientation and firm performance: The mediating role of customer satisfaction. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(3), 349–365.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage.
- Indah, P., Nur, A., & Rani, D. (2023). Entrepreneurial orientation and business growth strategy on MSME performance. *International Journal of Entrepreneurship*, 27(1), 101–112.
- Indrawati, S. (2023). The effect of entrepreneurial orientation on performance of food and beverage MSMEs in Jakarta. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 210–221.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan kinerja UMKM Indonesia 2022*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Latifah, N., Wahyudi, H., & Sari, P. (2023). Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and marketing performance of SMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(1), 45–59.
- Suryana, Y. (2021). Women entrepreneurship and the sustainability of small businesses in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities*, 15(4), 589–604.