

KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI FAKTOR PENENTU KINERJA USAHA KECIL KAMPOENG RADJOET

Dindin Abdurohim^{1)*}, Nurhayati², Fajar Sidik Muhtar³, Ferdiansyah Wicaksono⁴

¹Administrasi Bisnis, Universitas Pasundan
Bandung, Jawa Barat, Indonesia
dindin.abdulrochim@unpas.ac.id

²Administrasi Bisnis, Universitas Pasundan
Bandung, Jawa Barat, Indonesia
nurhayati@unpas.ac.id

³Administrasi Bisnis, Universitas Pasundan,
Bandung, Jawa Barat, Indonesia
fajarsidikmuhtar@gmail.com

⁴Administrasi dan Kebijakan Publik, Universitas Pasundan
Bandung, Jawa Barat, Indonesia
ferdyansyah.238010021@mail.unpas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kompetensi kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja usaha kecil pada CV. Kampoeng Radjoet di Kota Bandung. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan desain studi kasus instrumental tunggal. Informasi dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan telaah dokumen. Data dianalisis melalui proses open coding, axial coding, dan selective coding untuk menghasilkan tema-tema utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa enam dimensi kompetensi kewirausahaan kompetensi peluang, organisasi, strategi, hubungan, konseptual, dan komitmen berperan signifikan dalam mendukung pertumbuhan penjualan dan keuntungan usaha. Namun, terdapat hambatan berupa keterbatasan peningkatan keterampilan tenaga kerja dan tantangan eksternal seperti infrastruktur dan persaingan global. Temuan ini berimplikasi pada pentingnya dukungan kebijakan dan pelatihan berbasis kompetensi dan kemandirian khususnya untuk meningkatkan kapabilitas wirausaha bagi pelaku UMKM di sektor industri kreatif.

Kata kunci: Kompetensi, Kewirausahaan, Kinerja Usaha, Usaha Kecil, Kampoeng Radjoet.

ABSTRACT

This study aims to analyse the role of entrepreneurial competence in improving the performance of small businesses at CV. Kampoeng Radjoet in Bandung City. The research approach used was qualitative with a single instrumental case study design. Information was collected through in-depth interviews, participatory observation, and document review. Data were analysed through the process of open coding, axial coding, and selective coding to generate key themes. The results show that the six dimensions of entrepreneurial competence opportunity competence, organisation, strategy, relationships, conceptual, and commitment play a significant role in supporting sales growth and business profits. However, there are barriers in the form of limited labour skill upgrading and external challenges such as infrastructure and global competition. These findings have



implications for the importance of policy support and training based on competence and independence, especially to improve entrepreneurial capabilities for MSME actors in the creative industry sector.

Keywords: *Competence, Entrepreneurship, Business Performance, Small Business, Kampong Radjoet.*

PENDAHULUAN

Globalisasi telah menyebabkan banyak perubahan mendasar pada berbagai sektor, seperti pada *sector* ekonom (Muliawaty, 2019), khususnya bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi (Abdurohim, 2021). Mereka dianggap sebagai tulang punggung perekonomian nasional (Bhatti et al., 2020), baik di negara berkembang maupun negara maju (Mbuyisa & Leonard, 2017). UKM penting karena kelompok usaha ini menyerap tenaga kerja paling banyak (Abdurohim, 2021), dan merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting di Indonesia walaupun memiliki banyak tantangan maupun kesempatan (Ramdan Sitepu, 2023). Nurfitriani (2023), menyampaikan bahwa UKM telah terbukti mampu menarik tenaga kerja lebih cepat dibandingkan industri lainnya, sehingga UKM merupakan aset penting dalam membangun perekonomian Indonesia yang berdaya saing di masa depan. Hal ini ditunjukkan dari produk domestik bruto (PDB) yang mengalami peningkatan setiap tahunnya. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021, UMKM menyumbang sekitar 61,9% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia atau senilai 8,6 Tri-liun rupiah dan mempekerjakan hampir 90% dari jumlah tenaga kerja di Indonesia. Kota Bandung Provinsi Jawa Barat yang dikenal juga dengan julukan Paris Van Java dan surganya fashion bagi para wisatawan. Dengan banyaknya factory outlet, mall, clothing, distro serta departemen store, sudah cukup membuktikan bahwa Kota Bandung mempunyai potensi yang baik dalam mengembangkan UMKM (Abdurohim, 2023). Tingginya pertumbuhan dan perkembangan UMKM tersebut berdampak positif terhadap perekonomian di Bandung, dimana Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah berkontribusi sebesar 57- 60% pada Produk Domestik Bruto (PDB) dengan tingkat penyerapan tenaga kerja sekitar 97% dari keseluruhan tenaga kerja di Indonesia khususnya Bandung (BPS Provinsi Jawa Barat, 2024).

Sentra rajut Binong Jati di Kota Bandung dikenal sebagai kawasan industri kreatif yang telah beroperasi lintas generasi dan menjadi penopang ekonomi lokal (Abdurohim et al., 2023). Dalam situasi krisis seperti pandemi COVID-19, para pelaku usaha rajut mengalami penurunan pendapatan, gangguan pasokan bahan baku, hingga PHK karyawan, namun tetap menunjukkan resiliensi yang tinggi melalui adaptasi strategi dan inovasi pemasaran digital. Dalam studi awal oleh peneliti pada tahun 2023 yang meneliti tentang strategi bertahan dan pemasaran daring pelaku UMKM di Kota Bandung dimasa adaptasi pasca Covid-19, menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kecil rajut memilih untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka selama pandemi, seperti tidak menaikkan harga namun menurunkan target keuntungan, serta mengubah saluran distribusi menjadi online. Hal ini menegaskan pentingnya kompetensi strategi dan komitmen dalam menghadapi dinamika eksternal. Kampong Radjoet yang terletak di Binong Jati Kota Bandung, sejak tahun 1970-an tempat ini bernama Sentra Rajut Binong Jati dan diubah menjadi Kampong Radjoet Binong Jati sejak tahun 2014. kini memasuki generasi ketiga, hampir 90% penduduknya sebagai pelaku usaha yang menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat lokal dan merupakan salah satu sentra industri kecil yang cukup potensial dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap perekonomian kota Bandung (Setiawati. 2021), kinerja usaha UMKM kampong radjoet sangat dipengaruhi oleh kompetensi kewirausahaan. Sri Susilo (2010), mengaitkan buruknya kinerja UKM di Indonesia dengan rendahnya kompetensi wirausaha. Hal inilah yang menjadi perhatian penulis, dan Urgensi penelitian ini dilakukan pada usaha kecil kampong Radjoet kota Bandung karena, sebagai pelaku usaha yang menjadi tulang punggung



ekonomi masyarakat lokal dan merupakan usaha kecil yang cukup potensial dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusinya terhadap perekonomian kota Bandung.

Kompetensi kewirausahaan harus dimiliki oleh UKM yaitu kemampuan untuk menciptakan peluang bisnis dan penciptaan nilai (Ng & Kee, 2013). Kompetensi kewirausahaan penting untuk tindakan proaktif terhadap persaingan bisnis. Chye et al., (2010), berpendapat bahwa pemilik UKM sering bertindak sebagai pemimpin bisnis yang menjalankan bisnis dan memimpin orang, sehingga keterampilan manajemen meliputi perencanaan, penyelenggara, administrator dan komunikator diperlukan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Man et al., (2002) mengungkapkan bahwa kompetensi yang dimiliki seseorang bisa digolongkan dalam kategori pengetahuan, ketrampilan dan karakteristik. Kompetensi kewirausahaan merupakan sumber daya penting bagi UMKM untuk meningkatkan kinerja usahanya. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keberhasilan usaha (Claudia & Sangen, 2022), dan (Nururly et al., 2020). Kompetensi kewirausahaan adalah segala sesuatu yang dapat menunjang atau mendukung keberhasilan bisnis yang meliputi kepribadian, kemampuan, perilaku keterampilan, pengetahuan, sikap, dan keyakinan (Sugandi & Suhaeni, 2019). kewirausahaan menunjukkan kemampuan untuk mengamati lingkungan untuk memilih peluang menjanjikan dan memformulasi strategi, Kurniawan dan Yun Yun (2018), mengatakan bahwa pengukuran kompetensi kewirausahaan meliputi kompetensi : a) Kompetensi Peluang. b) Kompetensi Organisasi, c) Kompetensi Strategi, d) Kompetensi Hubungan, e) Kompetensi Konseptual dan f) Kompetensi Komitmen.

Kompetensi Peluang, menurut Lestari & Muttaqin, 2023, Seorang wirausaha harus mempunyai kemampuan untuk mengenali dan menciptakan sebuah peluang usaha. Selain itu seorang wirausaha harus berfikir kreatif agar usahanya terus berkembang. Kompetensi Organisasi, (Kurniawan dan Yun Yun (2018), menyatakan Kompetensi ini berkaitan dengan kemampuan untuk memimpin perusahaan, mengendalikan perusahaan, memantau kegiatan, mengorganisasikan sumber daya dan mengembangkan sumber daya internal dan eksternal. Kompetensi organisasi ini terdiri dari pengetahuan, keterampilan dan kemampuan dalam berbagai fungsi manajerial. Kompetensi Strategi, menurut Lestari & Muttaqin, 2023, merupakan Kompetensi dalam menentukan suatu strategi yaitu dengan mengetahui strategi atau cara bersaing. Dalam kompetensi strategi wirausaha harus mampu mengungkap kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (*opportunity*) dan ancaman (threat) perusahaan. Kompetensi hubungan yaitu kompetensi dalam mengembangkan hubungan personal seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan dengan pihak lain agar wirausaha mendapatkan keuntungan, Wirausaha harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik (Lestari & Muttaqin, 2023). Kompetensi konseptual merupakan kompetensi yang tidak mudah diidentifikasi perilakunya namun dianggap penting bagi keberhasilan kewirausahaan, termasuk di dalamnya kemampuan dalam membuat pemikiran analitis, kemampuan membuat keputusan dengan cepat dan berinovasi (Man, 2001). Kompetensi komitmen disini seorang wirausaha harus mempunyai kekuatan pribadi sebagai modal utama dalam berwirausaha. Wirausahawan yang memiliki kompetensi ini wajib memiliki misi yang kuat dan bertahan dengan kepentingannya, Aspek dari bidang kompetensi ini adalah inisiatif atau proaktif yang meminta tindakan sebelum terjadinya permasalahan (Kurniawan dan Yun Yun (2018). Kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mampu dicapai secara kualitas dan kuantitas dengan penuh tanggung jawab yang telah ditetapkan dan disepakati bersama di dalam suatu organisasi (Nyoto, Erpan Rajab, 2022). Menurut Theo Suhardi (2012:97) kinerja usaha adalah seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk kepada Tindakan pencapaian serta suatu pelaksanaan pekerjaan yang diminta (Nugraha, 2021). Menurut Theo Suhardi (2012:97) kinerja usaha dapat diukur melalui dua dimensi atau indikator (Nugraha, 2021) yaitu: Pertumbuhan Penjualan, dan Pertumbuhan Keuntungan Usaha. Lebih lanjut Theo Suhardi (2012:97), Pertumbuhan penjualan mencakup empat persepektif yaitu: sarana promosi, target penjualan, target



pasar, dan kualitas produk, dan pertumbuhan keuntungan usaha dapat di ukur melalui aset perusahaan, profitabilitas dan produktivitas tenaga kerja. Dalam berbagai studi, kompetensi kewirausahaan diakui sebagai salah satu determinan utama kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM). Kompetensi ini meliputi kemampuan pelaku usaha untuk mengenali peluang, mengelola sumber daya, mengambil keputusan strategis, menjalin relasi, berinovasi, serta menunjukkan komitmen dalam menghadapi tantangan bisnis. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan berkontribusi positif secara signifikan terhadap kinerja UMKM, yang tercermin dari pertumbuhan pendapatan, perluasan pasar, dan daya tahan terhadap krisis (Much, 2022; Rosita et al., 2024; Siregar et al., 2021; Mulyantomo et al., 2023). UMKM yang memiliki kompetensi tinggi cenderung lebih adaptif dalam menghadapi persaingan dan mampu menciptakan nilai tambah dari produk atau jasa yang ditawarkan. Selain sebagai faktor langsung, kompetensi kewirausahaan juga berperan sebagai mediator antara variabel lain, seperti orientasi kewirausahaan (inovasi, proaktivitas, pengambilan risiko) dan kompetensi manajerial terhadap kinerja usaha. Mishra dan Goyal (2023) serta Hariroh dan Kosim (2022) menegaskan bahwa kompetensi kewirausahaan mampu memperkuat pengaruh orientasi strategis dalam meningkatkan performa bisnis. Dalam konteks lokal, tantangan yang dihadapi UMKM di antaranya adalah rendahnya kualitas kompetensi pada aspek keuangan dan inovasi (Rudiansyah et al., 2022). Oleh karena itu, penguatan kompetensi kewirausahaan melalui pendidikan, pelatihan, dan inkubasi usaha menjadi kebutuhan mendesak untuk mendorong daya saing dan pertumbuhan UMKM, khususnya di sektor industri kreatif seperti CV. Kampoeng Radjoet di Kota Bandung.

Penelitian ini akan lebih mengelaborasi Kompetensi kewirausahaan dan Kinerja Usaha pada UMKM. Beberapa penelitian sebelumnya telah meninjau sebagian Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha (Muhammad Yunus, 2020; Afhi Fadhlika Moelrine, Rinaldi Syarif, 2023; Anton Budi Santoso, dkk, 2022; Anggita Tresliyana Suryana & Burhanuddin, 2021; Eka Ludiya & A. Kurniawan(2020). Sedangkan penelitian ini lebih pada upaya mengali Kompetensi kewirausahaan UMKM melalui : Kompetensi Peluang, Kompetensi Organisasi, Kompetensi Strategi, Kompetensi Hubungan, Kompetensi Konseptual dan Kompetensi Komitmen. Dan Kinerja Usaha UMKM melalui ; Pertumbuhan Penjualan, dan Pertumbuhan Keuntungan Usaha. Penelitian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan “Bagaimana kompetensi kewirausahaan memengaruhi kinerja usaha kecil pada CV. Kampoeng Radjoet di Kota Bandung?”. Adapun penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan peran enam dimensi kompetensi kewirausahaan dalam menentukan kinerja usaha kecil, khususnya dilihat dari pertumbuhan penjualan dan pertumbuhan keuntungan usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme, sifat dan jenis pendekatan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dan eksploratif dengan menggunakan jenis kualitatif. Penelitian dilakukan secara deskriptif untuk memperoleh gambaran, sedangkan analisis eksploratif dilakukan dengan menggali fenomena secara menyeluruh sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi kasus tunggal. digunakan untuk menyelidiki secara cermat program, peristiwa, kegiatan, proses, kelompok individu. Dengan penyelidikan dibatasi oleh waktu dan kegiatan. Sumber data melalui sumber primer dan skunder, Selain itu, informasi lengkap dikumpulkan dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan (Creswell, 2010). Pemilihan lokasi dalam kota dilakukan dengan mempertimbangkan tiga faktor yang relevan, yaitu 1) kekayaan data, 2) ketidaktahuan dan 3) kesesuaian (Neuman, 1997). Informan dalam penelitian ini ini, yaitu informan kunci dan informan tambahan, jumlah in-forman sebanyak 7 orang, 1 orang informan kunci yaitu pemilik / direktur CV. Kampoeng Radjoet, yang mana memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti, sedangkan informan tambahan



berjumlah 6 orang karyawan dari bagian : HRD, bagian Keuangan, bagian pemasaran online, bagian pemasaran offline, bagian produksi, dan dari bagian Gudang, meru-pakan orang – orang yang dapat memberikan informasi tambahan dan memberikan in-formasi yang tidak diberikan oleh informan kunci, sebagai pelengkap analisis dan pembahasan. Informan dipilih menggunakan *purposive sampling* berdasarkan peran mereka dalam rantai nilai produksi dan pengelolaan CV. Kampoeng Radjoet. Kriteria inklusi meliputi minimal dua tahun pengalaman bekerja dan keterlibatan aktif dalam pengambilan keputusan strategis. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan telaah dokumen sesuai dengan tujuan penelitian Validitas data dengan menggunakan tiga dari delapan strategi yang dikemukakan oleh Creswell (2010) yaitu : a) Melakukan triangulasi data b) Melakukan triangulasi metode. c) Melakukan member checking untuk mengetahui akurasi hasil penelitian. Data dianalisis dengan teknik open coding untuk mengidentifikasi kategori awal, axial coding untuk menjalin hubungan antar kategori, dan selective coding untuk menyusun tema utama. Validasi dilakukan melalui triangulasi sumber dan member checking kepada informan utama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian kualitatif ini dilakukan untuk mengindikasikan bahwa pendekatan yang digunakan peneliti konsisten jika diterapkan oleh peneliti – peneliti lain (dan) untuk proyek – proyek yang berbeda (Creswell, 2010), pengujian reliabilitas pada penelitian kualitatif ini dilakukan peneliti dengan prosedur – prosedur sebagai berikut : a) Melakukan pengecekan hasil transkripsi untuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan yang dibuat selama proses transkripsi, b) Melakukan pengecekan untuk memastikan bahwa tidak ada definisi dan makna yang mengambang mengenai kode – kode selama proses coding. c) Melakukan cross-check dan membandingkan kode – kode yang dibuat oleh peneliti dengan kode – kode yang dibuat oleh penelitian lain. Adapun pengolahan data melalui proses menganalisis, merinci, mengonseptualisasikan, dan menyusun data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Usaha Kecil Kampoeng Rajut Kota Bandung.

Bandung terkenal sebagai pusat fashion Indonesia karena banyaknya butik, distro, dan industri fashion, Sentra rajut binong jati merupakan salah satu sentra industri kreatif rajut di bidang fashion yang beroperasi sejak tahun 60-an dan dikenal tahun 70-an. mayoritas penduduknya memproduksi beberapa jenis produk rajut. Pemerintah Kota Bandung menetapkannya sebagai sentra rajutan pada tahun 2007 (Sutisna dkk, 2018). Sentra rajutan ini juga telah berhasil melewati berbagai jenis krisis yang terjadi di Indonesia. Uang yang beredar dari bisnis ini diperkirakan mencapai milyaran rupiah, dan transaksi yang dilakukan secara mingguan (Purnamasari, 2018). Sentra rajut memiliki keunggulan lokasi dekat dengan pusat kota bandung (Windarti, 2016). Seiring perkembangannya, di sentra rajut binong jati sekitar tahun 2014, lahir komunitas pemuda pengrajin rajin rajut, sebagai generasi ke tiga, yang membentuk komunitas yang bernama kampoeng radjoet dan badan usaha CV. kampoeng radjoet, yang di inisiasi sepuluh, pelaku usaha muda, untuk memberi citra baru bagi usaha rajut di binong jati, atas inisiasi ini komunitas ini mampu membuat citra positif, dengan adanya kinjungan dari, Menteri Perindustrian, wali Kota bandung pada tahun 2017, serta mampu melahirkan kampung wisata rajut binong jati yang ditetapkan oleh Kemenparekrapp sebagai desa wisata, liputan media TV nasional, dan sebagai binaan CSR pertamina tahun 2023 (Hasil wawancara, 2024).

Gambar 1. Kunjungan Menteri, Wali Kota dan Gapura Kampoeng Radjoet Binong Jati



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2018

Produk-produk rajut yang dihasilkan oleh Kampoeng Radjoet Kota Bandung, antara lain: Cardigan, Wangky, Sweater Tantan, Knit Pants Kulot, Rok, Beanie Hat Unisek, Banana, Tas selempang, sal. Rompi dan lain-lain. Berdasarkan hasil wawancara Permasalahan pokok yang di hadapi UMKM khususnya pelaku usaha kecil kampoeng radjoet binong jati kota bandung, sebenarnya bukan terletak pada permasalahan modal, pemasaran, teknologi, dan pasar saja, akan tetapi permasalahan yang lebih utama terletak pada kompetensi kewirausahaan yang berdampak pada kinerja usaha pelaku usahanya. Adapun secara spesifik hasil dan analisis pembahasan dari temuan peneliti di lokus penelitian akan disajikan merujuk penjelasan pada variable utama dalam penelitian ini yakni kompetensi Kewirausahaan dan performa kinerja bisnis untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah, sebagai berikut.

Kompetensi Kewirausahaan Usaha Kecil CV. Kampoeng Radjoet Kota Bandung.

Kompetensi kewirausahaan merupakan perilaku, keterampilan, pengetahuan dan sikap yang dimiliki oleh pengusaha itu sendiri merupakan faktor penentu keberhasilan usaha, dibawah ini, pembahasan hasil penelitian terkait dari kompetensi kewirausahaan pelaku usaha kecil CV. Kampoeng Radjoet Binong Jati Kota Bandung.

Kompetensi Peluang

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet mengenali, menciptakan peluang dan berpikir kreatif dengan memahami tren pasar dan kebutuhan konsumen melalui media sosial Instagram dan Tiktok, menghasilkan kreativitas desain produk yang mengikuti tren, seperti produk bergaya Korea, mengubah limbah produksi menjadi barang bernilai seperti produk dompet, sandal, tas rajut, memaksimalkan potensi yang ada dan melakukan kolaborasi, membangun networking usaha positif, mengambil segmen khusus dan waktu khusus seperti tanggal kembar, tanggal gajian, hari – hari besar, Untuk sumberdaya atau alat yang digunakan yaitu dengan memiliki tim design dan konten kreator, dan mengikuti era digital seperti pemanfaatan konten, affiliate influence, live streaming. Berdasarkan teori Kompetensi Peluang, yang menjadi rujukan, dari Lestari & Mut-taqin, 2023, menunjukkan kompetensi peluang dari pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet sudah mempunyai kemampuan untuk mengenali dan menciptakan sebuah peluang usaha. Selain itu seorang mampu berfikir kreatif untuk usahanya dapat terus berkembang. Akan tetapi dalam kompetensi peluang ini adanya temuan, yaitu hambatan dari tenaga kerja yang sulit untuk dilibatkan upgrade skill (peningkatan skill) dalam tuntutan memanfaatkan peluang.

Kompetensi Organisasi

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, kompetensi organisasi pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet dilakukan dan ditingkatkan melalui berbagai cara, diantaranya adalah pemimpin terjun langsung membantu pekerjaan karyawan dan melakukan mentoring terhadap seluruh divisi yang ada. Pengetahuan karyawan ditingkatkan melalui pelatihan *soft skill* dan *hard skill* serta kerja sama dengan akademisi. Keterampilan karyawan di lihat dari kebiasaan dan antusiasme kerja serta melalui *briefing* atau mentoring singkat untuk mengukur keterampilan karyawan. Kemampuan ditingkatkan dengan pemberian tugas yang harus diselesaikan dengan baik dan tepat waktu serta melalui komunikasi yang terus menerus. Berdasarkan teori Kompetensi Organisasi, yang menjadi rujukan, dari (Kurniawan dan Yun Yun (2018), menunjukkan, pelaku usaha Kampoeng radjoet sudah memiliki kemampuan untuk memimpin perusahaan, mengendalikan perusahaan, memantau kegiatan, mengorganisasikan sumber daya dan mengembangkan sumber daya internal dan eksternal. Serta sudah memiliki kemampuan pengetahuan, keterampilan dan kemampuan dalam berbagai fungsi manajerial. Akan tetapi dalam kompetensi organisasi ini adanya temuan, yaitu hambatan dari beberapa tenaga kerja yang sulit untuk dilibatkan *upgrade skill*(peningkatan skill) sesuai dengan tuntutan pekerjaan dan kecenderungan mereka untuk tetap berada di zona nyaman dan cara berfikir karyawan yang tidak sesuai dengan visi misi Perusahaan. dilakukan untuk bertukar pengetahuan, salah satunya dengan peningkatan Kapasitas kelembagaan.

Gambar 2. Kolaborasi Penelitian dan Pengembangan Industri Bisnis Rajut di Kampoeng Radjoet bersama Tim Peneliti dari Universitas Pasundan



Sumber: Dokumentasi peneliti

Kompetensi Strategi

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, CV.Kampoeng Radjoet memiliki beberapa kekuatan, selalu mengikuti tren, memanfaatkan media sosial, bahan baku yang berkualitas, bekerja sama dengan 400 rumah pengrajin. Kelemahan terkait dengan infrastruktur yang kurang memadai dan produk yang homogen. Adanya peluang besar yang dapat dimanfaatkan seperti permintaan pasar terhadap produk rajut, perkembangan e-commerce, banyaknya tenaga rajut dan komunitas rajut. Ancaman yang dihadapi yaitu secara eksternal persaingan terbuka dari perusahaan – perusahaan luar. Strategi – strategi yang diambil oleh CV.Kampoeng Radjoet Kota Bandung : a)Memanfaatkan kosistem usaha, b)Melakukan pembinaan dan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan inovasi dan daya saing produk, c)Melakukan evaluasi menyeluruh di semua divisi untuk mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan, d) Mengembangkan produk berkualitas premium dengan harga terjangkau, inovasi kemasan, dan strategi pemasaran efektif dengan mengembangkan konten dan branding yang kuat.

Berdasarkan teori Kompetensi Strategi, yang menjadi rujukan, dari Lestari & Mut-taqin, 2023, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet, sudah menentukan suatu strategi yaitu dengan mengetahui strategi atau cara bersaing. Yang mana mampu mengungkap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) dari usahanya. Akan tetapi dalam kompetensi strategi, ini adanya temuan, yaitu hambatan dari faktor eksternal seperti : produk yang dihasilkan cenderung homogen atau terlalu banyak produk yang sama, infrastruktur akses jalan yang sempit menghambat operasional, persaingan terbuka yang semakin ketat dari perusahaan luar negeri.

Kompetensi Hubungan

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, hubungan yang dibangun oleh pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet dimanfaatkan secara optimal untuk pengembangan usaha. Misalnya, mereka menjalin hubungan dengan akademik melalui program magang “sekolah rajut” yang bertujuan untuk belajar bersama mengenaik pemasaran digital. Salah satu strategi kunci dalam menjalin hubungan dengan klien yaitu memahami keinginan mereka dengan mendalam sehingga komunikasi dapat disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Untuk membangun relasi, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet melakukan follow – atau menawarkan pelayanan dengan prima. Untuk menjaga hubungan jangka panjang dilakukan dengan memberikan informasi positif tentang perkembangan Kerjasama, memastikan manfaat yang saling menguntungkan bagi mitra dan klien. Berdasarkan teori Kompetensi hubungan, yang menjadi rujukan, dari Lestari & Mut-taqin, 2023, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet sudah memiliki kemampuan mengembangkan hubungan personal seperti kemampuan berelasi dan menjalin kemitraan dengan pihak lain untuk mendapatkan keuntungan. Serta sudah memiliki kemampuan komunikasi yang baik dengan berbagai pihak.

Gambar 3. Kerjasama dengan Pertamina



Kerjasama program kolaboratif Merajut Asa Kita (Merakit), yang merupakan program inovatif dari inisiatif Kelompok Sadar Wisata Kampung Radjoet yang bekerjasama untuk memajukan potensi wisata yang ada di Kelurahan Binong, dan juga menghidupkan kembali semangat pemuda untuk berbisnis di bidang Rajut.

Gambar 4. Daftar Kemitraan

- Mitra Binaan Dinas KUKM Perindag Prov. Jawa Barat
- Mitra Binaan Kementrian Koperasi Indonesia
- Mitra Binaan Dinas Pariwisata Kota Bandung
- Mitra Binaan PBKL Pindad
- Mitra Binaan PBKL Angkasa Pura II
- Mitra Binaan CDCTelkom
- Mitra Binaan P2M Universitas Pasundan
- Mitra Binaan P2MTelkom University
- Mitra Binaan Bahtera
- Mitra Binaan Save The Children

Sejak awal berdiri, Kampoeng Radjoet telah menjadi beberapa hubungan kerjasama dengan institusi Pendidikan, perusahaan dan BUMN di daerah Jawa Barat. Gambar diatas merupakan beberapa contoh kemitraan strategis yang pernah menjalin hubungan dengan Kampoeng Radjoet Kota Bandung.

Kompetensi Konseptual

Hasil penelitian ini, menunjukan bahwa, kompetensi konseptual pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet, memiliki kompetensi yang kuat dalam menjalankan strategi bisnis yang terarah. Mereka mampu menganalisis tren pasar yang sedang ramai dan mengambil keputusan dengan cepat. pelaku usaha menggunakan kemampuan analitis untuk merumuskan strategi dengan memanfaatkan data dari laporan penjualan. Pengambilan keputusan di dilakukan dengan mengabungkan data yang ada dengan pengalaman *intuitif* yang sesuai dengan SOP dengan tetap konsisten dengan visi dan misi. Kemudian, pelaku usaha selalu berinovasi seperti dengan memanfaatkan konten visual di *platform e – commerce*, membuat sistem manajemen produk yang komputerisasi, dan mengembangkan produk serta kemasan dan meningkatkan kolaborasi antar organisasi *pentahelix*. Berdasarkan teori Kompetensi konseptual, yang menjadi rujukan, dari Man, 2001, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet, sudah memiliki kemampuan dalam membuat pemikiran analitis, kemampuan membuat keputusan dengan cepat dan berinovasi dalam proses dan aktivitas bisnisnya.

Gambar 5. Media Sosial Kampoeng Radjoet



Penggunaan media sosial Instagram ini merupakan bukti dimana Kampoeng Radjoet mengambil keputusan dengan cepat untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi. Media sosial

ini digunakan untuk memberikan informasi Kampoeng Radjoet kepada masyarakat luas dengan menggunakan konten gambar atau video.

Gambar 6. Penghargaan salah satu pemilik usaha di Kampoeng Radjoet



Penghargaan sebagai super seller Shopee yang memutuskan penjualan online menggunakan Shopee dengan omzet mencapai 250 juta/bulan. Owner membagikan tips ampuh jualan mudah pecah telur di Shopee, yaitu mencari calon pembeli dari media sosial, rajin naikan produk setiap 4 jam, Promosi produk di Shopee feed, Shopee story dan Shopee live, dan Giveaway

Kompetensi Komitmen

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet menunjukkan kompetensi komitmen yang kuat. pelaku usaha berhasil memanfaatkan sumber daya manusia yang ada dan menyediakan mesin – mesin produksi. Kemudian, pelaku usaha ini mengadopsi pendekatan yang terstruktur dalam mengimplementasikan ide baru. Selain itu, mereka mendorong para SDM mereka untuk terus bertindak proaktif dengan pemberian *reward* dan juga *punishment*, serta melakukan peningkatan konten dan *branding* untuk menunjukkan bahwa mereka berkomitmen untuk memperluas pasar mereka. Berdasarkan teori Kompetensi konseptual, yang menjadi rujukan, dari kurniawan dan Yun Yun (2018)., pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet, sudah memiliki Kompetensi komitmen Dimana mempunyai kekuatan pribadi sebagai modal utama dalam berwirausaha. Disamping itu misi yang kuat dan bertahan dengan kepentingannya. Serta memiliki inisiatif atau proaktif yang meminta tindakan sebelum terjadinya permasalahan.

Kinerja Usaha Pada Usaha Kecil CV.Kampoeng Radjoet Kota Bandung

Theo Suhardi(2012:97), Kinerja usaha merupakan seperangkat hasil yang dicapai dan merujuk pada tindakan pencapaian serta suatu pelaksanaan pekerjaan yang diminta. dibawah ini, pembahasan hasil penelitian terkait Kinerja usaha pelaku usaha kecil kampung Radjoet Kota Bandung, sebagai berikut :

1. Pertumbuhan Penjualan

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet, memiliki target penjualan sebesar 36.000 pcs untuk tahun 2020, pada tahun 2021 sebesar 39.600 dan tahun 2022 sebesar 43.560 yang dimana setiap tahunnya mengalami kenaikan. sedangkan pada tahun 2023 penetapan target penjualan adanya penurunan dikarenakan adanya kenaikan harga bahan baku, tetapi dilihat hasil penjualan yang terealisasi penjualan mengalami kenaikan dibandingkan tahun – tahun sebelumnya khususnya penjualan secara online. Selain itu, meningkatkan fokus dan memanfaatkan sumber daya untuk meningkatkan penjualan secara



online dengan menggunakan saluran distribusi seperti Shopee. Berdasarkan teori pertumbuhan penjualan, yang menjadi rujukan, dari Theo Suhardi (2012:97), pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet, memiliki pertumbuhan penjualan mencerminkan keberhasilan investasi periode masa lalu dan sudah dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang, pertumbuhan atas penjualan sebagai dimensi penting penerimaan dasar dari produk usaha, dan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan digunakan untuk mengukur tingkat pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan pada Kampoeng radjoet sudah mencakup empat persepektif yaitu: sarana promosi, target penjualan, target pasar, dan kualitas produk yang dihasilkan.

2. Pertumbuhan Keuntungan Usaha

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa, pertumbuhan keuntungan pelaku usaha kecil Kampoeng Radjoet ini cukup baik. Mereka memiliki beberapa asset perusahaan seperti bangunan, tenaga kerja, mesin, *reseller* dan HKI. Selain itu, *profitabilitas* mereka cukup stabil dimana mereka dapat mengefisienkan kegiatan produksi dan operasional. Dan untuk produktivitas tenaga kerja akan terus mengalami perkembangan dikarenakan adanya kegiatan pemantauan produktivitas para tenaga kerja yang ada. Berdasarkan teori pertumbuhan keuntungan usaha, yang menjadi rujukan, dari Theo Suhardi (2012:97), pemilik usaha Kampoeng Radjoet, sudah menunjukkan pertumbuhan keuntungan usaha yang merupakan hal penting penerimaan pasar dari produk usahanya, dimana pertumbuhan keuntungan usaha menunjukkan konsisten yang penting bagi Kampoeng Radjoet. Pertumbuhan keuntungan usaha pada Kampoeng Radjoet diukur melalui aset perusahaan, profitabilitas dan produktivitas tenaga kerjanya. Berdasarkan hasil penelitian Kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha pada usaha kecil Kampoeng Radjoet yang telah dideskripsikan dan dianalisis, menunjukkan kompetensi kewirausahaan yang meliputi : Kompetensi Peluang, Kompetensi Organisasi, Kompetensi Strategi, Kompetensi Hubungan, Kompetensi Konseptual, dan Kompetensi Komitmen sebagai faktor penentu kinerja usaha kecil Kampoeng Radjoet, hal ini dilihat dari pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan keuntungan usaha kecil Kampoeng Radjoet dari tahun ketahun. Hal ini sesuai dengan teori dari Hazlina Ahmad et al. (2010) berpendapat bahwa kompetensi kewirausahaan seperti perilaku, keterampilan, pengetahuan dan sikap yang dimiliki oleh pengusaha itu sendiri merupakan faktor penentu keberhasilan usaha atau kinerja usaha kecil dalam hal ini CV. Kampoeng Radjoet.

KESIMPULAN

Usaha kecil CV. Kampoeng Radjoet binong jati telah memberikan kontribusi dan berperan penting dalam perekonomian Kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, kompetensi kewirausahaan usaha kecil Kampoeng radjoet, menunjukkan, dalam 1) kompetensi peluang, selalu melakukan kegiatan mengenali dan menciptakan dan memanfaatkan dengan kreativitasnya semaksimal mungkin. 2) Kompetensi organisasi, selalu memantau kegiatan, mengorganisasikan dan mengembangkan sumber daya yang berkaitan dengan pengetahuan, keterampilan. 3) Kompetensi Strategi, memahami yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman terhadap usahanya, dan kemampuan menetapkan strategi. 4) Kompetensi Hubungan, membangun dan menjalin hubungan dengan konsumen, akademik, pelaku usaha, komunitas, pemerintah, media dan beberapa investor. 5) kompetensi Konseptual, memiliki kemampuan menggunakan kemampuan analitis, pengambilan keputusan yang cepat, berinovasi, 6) Kompetensi Komitmen, memiliki komitmen yang kuat dengan memanfaatkan sumber daya yang ada dan untuk terus bertindak proaktif. Sedangkan Kinerja usaha pada usaha kecil Kampoeng Radjoet Kota Bandung telah sesuai dengan teori yang peneliti rujuk. Hal ini ditunjukkan hasil penelitian, menunjukkan kinerja usaha usaha kecil kampoeng radjoet, sebagai berikut : 1) pertumbuhan penjualan, meningkat dari tahun ketahun, 2) pertumbuhan keuntungan usaha, menunjukkan perkembangan dari tahun ketahun, seperti asset bangunan, tenaga kerja, mesin, *reseller*, dan hak



kekayaan intelektual (HKI), dan *Profitabilitas* cukup stabil, mampu mengefisienkan kegiatan produksi dan operasional.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan kompetensi kewirausahaan sebagai faktor penentu keberhasilan usaha atau kinerja usaha kecil Kampoeng Radjoet, hal ini di lihat dari pertumbuhan penjualan, dan pertumbuhan keuntungan usaha kecil dari tahun ketahun, Hal ini sesuai dengan teori yang menjadi rujukan dalam penelitian ini. Akan tetapi adanya temuan – temuan yang menghambat kompetensi kewirausahaan pada usaha kecil Kampoeng Radjoet: adanya tenaga kerja yang sulit untuk dilibatkan *up-grade skill*(peningkatan skill) dalam tuntutan memanfaatkan peluang. kecenderungan mereka untuk tetap berada di zona nyaman dan cara berfikir karyawan yang tidak sesuai dengan visi misi Perusahaan. Dan dalam kompetensi strategi, adanya hambatan dari faktor eksternal seperti : produk yang dihasilkan cenderung homogen atau terlalu banyak produk yang sama, infrastruktur akses jalan yang sempit menghambat operasional, persaingan terbuka yang semakin ketat dari perusahaan luar negeri. Kontribusi teoretis dari studi ini adalah validasi terhadap enam dimensi kompetensi kewirausahaan dalam konteks industri kreatif lokal. Studi ini memperluas cakupan teoritis model kompetensi kewirausahaan dengan mengujikannya pada sektor industri rajut berbasis komunitas lokal, sesuatu yang masih jarang dilakukan dalam literatur sebelumnya. Secara praktis, temuan ini menawarkan model pengembangan SDM berbasis komunitas untuk meningkatkan kinerja usaha kecil di sektor fashion rajut. Studi ini menghasilkan rekomendasi intervensi pengembangan UMKM berbasis komunitas yang dapat dijadikan dasar kebijakan pelatihan kewirausahaan terapan dan pendampingan teknis untuk sektor rajut serta industri kreatif skala kecil lainnya.

Penelitian ini terbatas karena hanya fokus pada usaha skala kecil rajut CV. Kampoeng Radjoet tidak meneliti keseluruhan skala UMKM. Akan tetapi memberikan informasi berharga mengenai kompetensi kewirausahaan dan kinerja usaha. Disarankan para pemangku kepentingan terkait seperti pemerintah daerah dan perguruan tinggi disarankan menggunakan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut dan implementasi program pengembangan Usaha Kecil melalui roadmap rencana induk Pengembangan UMKM meliputi pelatihan berbasis kemandirian yang terukur disertai peningkatan kapasitas membangun kolaborasi untuk memperluas pasar secara sistematis, bimbingan teknis dan pendampingan usaha berbasis ekosistem wirausaha mandiri dengan pendekatan inkubasi bisnis, serta fasilitasi yang dibutuhkan dalam menghadapi daya saing meliputi regulasi yang mudah diakses terakut perizinan kepada UMKM. Dan direkomendasikan penelitian yang lebih komprehensif tentang UMKM di Kota Bandung dan kebijakan dari pemerintah daerah dalam mengatasi hambatan – hambatan Pelaku UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, A., Yin, H., Aribowo, H., & Darmawan, M. (2024). Analysis of Human Competence Influence, Entrepreneurial Characteristics, Information Technology, Management Accounting System, and Environmental Uncertainty on the Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Pasuruan City, Indonesia. *Open Journal of Business and Management*. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2024.121039>
- Abdurohim, Dindin. dkk (2023). Strategi Bertahan Dan Pemasaran Online Di Masa Pandemi Covid-19 UKM Kota Bandung studi Kasus Usaha Kecil Rajut. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi*, Volume 14, Nomor 1. Hal : 56 – 72. <https://doi.org/10.23969/kebijakan.v14i1.5860>
- Abdurohim, Dindin, & Andry Mochammad Ramdan. (2022). Survival Strategies and Online Marketing in the Time of the COVID-19 Pandemic of Bandung City SME: A Case Study of the Cibaduyut Shoe Center. *Quantitative Economics and Management Studies*, 3(6), 944–957. <https://doi.org/10.35877/454ri.qems1259>.



- Abdurohim, Dindin. 2021. Pengembangan UMKM” Kebijakan, Strategi, Digital Marketing dan Model Bisnis UMKM. (pp. 1–295). Penerbit Refika Aditama – Bandung.
- Afhi Fadhlika Moelrine, dan Rinaldi Syari, (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Karakteristik Kewirausahaan dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan UMKM Desa Bojong Kulur. *IKRAITH-EKONOMIKA*, Vol. 6 No. 1. Halaman : 127 – 137.
- Badan Pusat Statistik (2021). *Statistics Indonesia 2021*. ISSN/ISBN :0126-2912. <https://www.bps.go.id/id/publication/2021/02/26/938316574c78772f27e9b477/statistik-indonesia-2021.html>.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2024). Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit), 2020-2022. <https://jabar.bps.go.id/indicator/9/752/1/banyaknya-usaha-mikro-dan-kecil-menurut-kabupaten-kota.html>.
- Bhatt, A., Rehman, S.U., & Rumman, J.B.A. 2020. Organizational capabilities mediates between organizational culture, entrepreneurial orientation, and organizational performance of SMEs in pakistan. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8 (4):85-103.
- Chye, L. T., Tat, H. H., Osman, M. H. M., & Raslid, A. M. (2010). Are Managerial Competencies A Blessing To The Performance Of Innovative SMEs in Malaysia? *International Journal of Economics and Management*. 4(1), 120–136.
- Claudia, M., & Sangen, M. (2022). Pengaruh Kompetensi SDM, Kompetensi Wirausaha, Motivasi Berwirausaha dan Niat Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Kain Sasirangan di Kotamadya Banjarmasin. *Jwm (Jurnal Manajemen)*, 196–207;
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Dhia, A., & Alam, I. (2024). ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL COMPETENCE ON BUSINESS PERFORMANCE IN MSMES KAHUT SIGERBORI ECOPRINT BANDAR LAMPUNG. *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i4.308>
- Eka Ludiya1. Asep Kurniawan.(2020).Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Ci-mahi *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis - Vol 11 No 2 September*.
- Hariroh, F., & Kosim, M. (2022). THE ROLE OF ENTREPRENEURSHIP COMPETENCE, ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT ON MSME PERFORMANCE. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. <https://doi.org/10.26533/eksis.v17i1.1065>
- Kurniawan, Asep, dan Yun Yun, Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Kelanggengan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing, *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, Vol 2, (1), 2018, 65-78 e-2579-9401,p-2579-9312.
- Lestari, F., & Muttaqin, R. (2023). Inovasi Digital: Sebagai Kompetensi UMKM dalam Mempertahankan Resiliensi Entrepreneurship di Masa Endemi (Survei pada UMKM Juara Kabupaten Garut). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 2004–2015.
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)0058-6](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)0058-6).
- Mishra, U., & Goyal, A. (2023). Impact of Entrepreneurial Orientation on MSME Performance: Mediating Role of Entrepreneurial Competency. *Entrepreneurship Research Journal*, 14, 1583 - 1609. <https://doi.org/10.1515/erj-2022-0315>
- Much, M. (2022). Entrepreneurship Competence as a Determinant of MSME Performance: Literature Study. *Business and Entrepreneurial Review*. <https://doi.org/10.25105/ber.v22i1.13155>

- Muhammad Yunus, (2020). Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Dan Kinerja Usaha Penjual Pakaian Jadi Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Di Kabupaten Sidrap. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, Vol. 06, No. 02. Halaman 61 – 75.
- Muliawaty, Lia. (2019). Peluang Dan Tantangan Sumber Daya Manusia Di Era Disrupsi. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* Volume 10, Nomor 1, hal : 1-11.
- Mulyantomo, E., Triyani, D., & Surjanti, R. (2023). Strengthening Entrepreneurship Characteristics in the Effort of Increasing MSME Performance Through Management Ability and Entrepreneurship Competence. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*. <https://doi.org/10.56457/jimk.v11i1.333>
- Neuman, W.L.1997. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* 3rd Edition.. Boston: Allyn and Bacon.
- Nurfitriani, (2023). Penguatan Kompetensi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Sebagai Penentu Kinerja UKM. *Prosiding*, No.6. pp : 572- 579. ISSN : 2656 – 6362 (ON-LINE).
- Nururly, S., Suryatni, M., Ilhamuddin, M., Ekonomi, F., & Mataram, U. (2020). Kompetensi Wirausaha Yang Mendorong Keberhasilan Usaha (studi pada IKM produk makanan olahan di provinsi Nusa Tenggara Barat). *ELASTISITAS Jurnal Ekonomi Pem-bangunan*, 2(1), 1–7
- Ng, H. S., & Kee, D. M. H. (2013). Effect Of Entrepreneurial Competencies On Firm Perform-Mance Under The Influence Of Organizational Culture. *Life Science Journal*, 10(4), 2459–2466.
- Nyoto & Erpan Rajab. (2022). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Dan Kinerja Pegawai Negeri Sipil Universitas Riau Pekanbaru. *Kebijakan: Jurnal Ilmu Administrasi* Volume 13, Nomor 1, Januari 2022. Hal: 15 – 27.
- Purnamasari, S.R. 2018. Studi Study Of Small Medium Enterprises Business Ecosystem (SME's) Value Network Analysis Approach Case Study Industrial Center Of Knitting In Binong Jati (ICKBJ) Bandung. *Proceedings Of The International Seminar Global Academics Roundup For Digital Advancement In Business*. 1, 10-13.
- Ramadhan Sitepu, Yuda Mulia. (2023). Peran UMKM dalam Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia. *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance* Volume 1 Issue 2 2023 Page 99-108.
- Rosita, H., Puspita, R., Cahyani, R., & Putra, R. (2024). Analysis of the Influence of Entrepreneurial Competence and Entrepreneurial Orientation on MSME Performance: Literature Review Study. *Journal of International Accounting, Taxation and Information Systems*. <https://doi.org/10.70865/jiatis.v1i2.49>
- Rudiansyah, M., Putri, N., Azizah, E., Alfian, M., & Mardikaningsih, R. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*. <https://doi.org/10.56348/jos3.v2i1.21>
- Santoso, Anton Budi. dkk., 2022. Peningkatan Kompetensi Kewirausahaan Pelaku UMKM Kab. Ciamis Dan Pangandaran Yang Berdampak Pada Kinerja Usaha. *Jurnal Ino-vasi Masyarakat*. Vol. 2 No. 1.
- Setiawati, C. I., & Ahdiyawati, S. I. (2021). Kompetensi Kewirausahaan Para Knitting Entre-preneur Terhadap Kinerja Usaha (Kasus pada Sentra Industri Rajut Binong Jati Bandung). *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jurnal Ini Sudah Migrasi)*, 6(1), 25–40.
- Siregar, F., Siregar, Z., & Pitriyani, P. (2021). The Influence of Entrepreneurial Competence, Motivation and Innovation on SMEs Performance. **, 4, 3926-3932. <https://doi.org/10.33258/BIRCI.V4I3.2160>
- Sri Susilo. 2010. *Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi Cfta Dan Mea*. Yogyakarta: Atma Jaya.



- Sugandi, Fahmi dan Tintin Suhaeni. (2019). Peran Kompetensi Kewirausahaan dalam Meningkatkan Kinerja Usaha pada Industri Kreatif Subsektor Kerajinan di Kota Bandung. Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar. Volume (10)1. 1374-1386. DOI: <https://doi.org/10.35313/irwns.v10i1.1411>.
- Suherman, E., & Suroso, S. (2023). Peran Kompetensi Kewirausahaan pada Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM (Studi Empiris: Pedagang UKM Desa Jatibaru). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.797>
- Sutisna, D., Setiadi, N.J., & Yustim, B. 2018. Revitalization of creative industries and city branding: competitiveness and productivity in knitted industry perspective. *MIMBAR Jurnal*, 34(1):166-175.
- Tiarantika, T. (2021). Analisis Kompetensi Kewirausahaan Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Kopi Luwak Di Kabupaten Lampung Barat. <http://digilib.unila.ac.id/id/eprint/62011>
- Anggita Tresliyana, dan Burhanuddin. 2021. Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi: Sebuah Tinjauan Teoritis Dan Empiris. Vol. 20. No. 1. Hal: 117–128.
- Theo Suhardi. 2012. *Entrepreneurship*, UNPAD PRESS.
- Windarti, Y. 2016. Local Government Attitudes Toward Sustainable Tourism Development (Case Of Bandung City, Indonesia), *International Journal Of Social Science And Humanity*, 6(7) :551-556.

